



HAL
open science

La place de la ville-centre dans les relations centre-périphérie. Étude de cas de la ville de Vendôme

Mario Hermelin

► **To cite this version:**

Mario Hermelin. La place de la ville-centre dans les relations centre-périphérie. Étude de cas de la ville de Vendôme. Sciences de l'Homme et Société. 2022. dumas-04488698

HAL Id: dumas-04488698

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04488698v1>

Submitted on 4 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ PARIS 1 - PANTHÉON SORBONNE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES SUPÉRIEURES DU TOURISME

La place de la ville-centre dans les relations centre-périphérie, au prisme du tourisme

Etude du cas de la ville de la Vendôme

Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de
Paris 1 - Panthéon Sorbonne

MASTER mention "TOURISME" (2ème année)
Parcours Gestion et Valorisation Touristique du Patrimoine

Mario HERMELIN

Directrice de mémoire : Sandra GUINAND (jury)
Membre du jury : Aurélie CONDEVAUX

2021-2022

IREST - MASTER TOURISME

“Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin”

Proverbe africain

Sommaire

Introduction

Partie 1 : Le modèle centre-périphérie, entre persistance et mutation, à l'heure des grandes transformations de la société

Chapitre 1 : Le modèle centre-périphérie

Chapitre 2 : La critique du modèle centre-périphérie

Chapitre 3 : Le tourisme, capable de renverser les polarités ?

Partie 2 : La place de Vendôme

Chapitre 1 : La ville-centre, une composante indispensable : la ville-ressource, la ville utile

Chapitre 2 : Une offre touristique somme toute ordinaire

Chapitre 3 : Une ville qui peine à irriguer son territoire

Perspective : Une domination réaffirmée de la ville-centre par des projets ambitieux, en capacité d'irriguer son territoire ?

Partie 3 : Ville-centre et périphérie, deux entités interdépendantes et complémentaires

Chapitre 1 : Une périphérie attractive

Chapitre 2 : En relation d'interdépendance avec la ville-centre

Chapitre 3 : La remise en cause du modèle centre-périphérie

Perspective : Pierre de Ronsard, l'incarnation de l'identité du Vendômois ? Le trait d'union entre la ville-centre et la périphérie ?

Partie 4 : Le Vendômois, entre vallée du Loir et vallée de la Loire, quel positionnement ?

Chapitre 1 : Le positionnement marketing actuel

Chapitre 2 : Une position qui ne fait pas l'unanimité

Chapitre 3 : Deux stratégies compatibles et nécessaires pour lutter contre la marginalisation du territoire

Perspective : Un nouveau statut juridique et un nouvel emplacement pour l'office de tourisme de Vendôme : l'occasion d'afficher un nouveau positionnement et une nouvelle stratégie ?

Conclusion

Recommandations

Bibliographie

Webographie

Table des entretiens

Table des illustrations

Annexes

Table des matières

Résumé

“L’université n’entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions émises dans les mémoires et thèses. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs”

Introduction générale

Le choix du sujet s'est porté sur des questions relatives aux problématiques territoriales, en rapport avec mon domaine d'étude actuel (le tourisme et la valorisation touristique du patrimoine), il est le suivant : la place de la ville-centre dans les relations centre-périphérie, au prisme du tourisme, en prenant pour exemple la ville de Vendôme. Ce sujet, peu abordé par les scientifiques, qui soulève pourtant nombre d'enjeux quant au développement touristique des territoires, qui plus est, dans des espaces à dominante rurale, est né d'un certain nombre d'observations durant ma période d'apprentissage de trois ans, au sein de la direction du développement économique et touristique de la communauté d'agglomération Territoires vendômois et de la Ville de Vendôme et de constats empiriques sur la place de Vendôme dans le tourisme, son manque d'identification à l'échelle nationale et son rapport avec le Val de Loire..., en tant qu'habitant de Vendôme. Ce sujet est pleinement en phase avec l'actualité puisque la mondialisation, le développement des télécommunications (Claval, 2000) et l'étalement urbain (Le Goix, 2005 : 107), les lois territoriales successives qui ont rebattu l'organisation des territoires, notamment avec la loi sur la Nouvelle Organisation Territoriale (NOTRe) de 2015, nécessitant une réorganisation de l'action publique locale et plus récemment, la prise de conscience de l'impact du tourisme sur le climat, qui a éveillé l'envie d'un tourisme de proximité, plus en accord avec la nature renforcé ces derniers mois par la crise sanitaire mondiale, ont eu, de fait, un impact sur les relations centre-périphérie. A partir de cette situation, des questionnements à l'origine de la recherche ont émergé, à savoir, les mutations de la société ont-elles renforcé le poids de la ville-centre ? Qu'en est-il du tourisme ? A-t-il remis en cause le rôle central de la ville-centre dans un territoire rural comme celui de Vendôme ? La crise sanitaire a-t-elle favorisé le tourisme dans le Vendômois ? A-t-elle fragilisé la ville-centre ?

Ces questionnements ont abouti à un cadre conceptuel sur lequel s'appuyer ensuite pour entamer l'enquête de terrain. Ce mémoire vient donc prendre ses sources sur la théorie des lieux centraux afin d'en mesurer son applicabilité de nos jours, au regard du phénomène touristique dans les territoires. Cette théorie, à la croisée de la géographie et de l'économie spatiale, a principalement été conçue par W. Christaller et A. Lösch, "pour expliquer la taille et le nombre des villes et leur espacement dans un "territoire" (Hypergéô, 2005 : 1-2). La théorie est fondée sur la distinction entre des centres, qui sont généralement des villes (des

centres de distribution de biens et de services) et des périphéries où réside, de manière dispersée, la demande, autrement dit, la population utilisatrice. Le centre polarise donc l'offre et la demande de biens et de services, situation qui est facilitée par l'accessibilité privilégiée des centres (ibid). Cette position centrale permet en outre de minimiser les coûts mais cette "centralité n'est pas seulement fonctionnelle : elle explique le rôle symbolique que tiennent les villes" (Prost, 2004 : 178).

Ces théories montrent, en effet, que la géographie s'organiserait "impérativement selon des relations entre un centre et des périphéries dépendantes" (Beauchard, 2012 : 4). Hors, les multiples mutations de la société, citées précédemment, ont remodelé la géographie et la façon dont s'opèrent les échanges de personnes, de capitaux, de marchandises et d'informations à l'échelle mondiale, remettant en cause ces théories fondatrices des lieux centraux par certains chercheurs en sciences humaines et sociales. C'est le cas de Gérard-François Dumont qui estime que les acteurs dans un territoire travaillent davantage en réseau. Plus globalement un débat porte sur les effets, à moyen et plus long terme, que pourraient avoir les progrès des communications à distance, la dématérialisation de nombreux échanges, des processus de mondialisation, qui contribueraient nettement à fragiliser l'idée que le centre domine, même si les politiques publiques territoriales des dernières années en France, ont eu tendance à renforcer le pouvoir des centres. Outre-Manche, Roger Keil (contexte international) a beaucoup étudié ces notions au point de montrer qu'elles sont aujourd'hui dépassées pour expliquer certaines dynamiques territoriales. Il montre que la périurbanisation a entraîné la dilution des pouvoirs de domination des villes-centre au regard de la périphérie, se traduisant par l'inopérance de ces notions. Ceci a été également renforcé par d'autres facteurs qui ont contribué à l'émergence de nouvelles théories développées par ces auteurs. A travers l'ouvrage "Tourisme et périphéries, la centralité des lieux en question", les auteurs apportent un éclairage direct sur la question du tourisme et des périphéries en donnant des exemples pour montrer le dépassement du concept centre-périphérie, par le tourisme, qui tend à inverser partiellement ou complètement les polarités (Bernard, et al., 2017 : 7).

Le mémoire se veut donc être une réflexion sur la théorie des lieux centraux et les relations centre - périphérie à partir des territoires et des destinations touristiques qui peuvent présenter une situation objectivement périphérique mais qui apparaissent aussi comme des centres sous d'autres aspects. Mobiliser le tourisme et les touristes pour étudier ce sujet semble pertinent, car en réinterrogeant par le tourisme le modèle centre-périphérie, on va pouvoir

observer si l'activité touristique peut entraîner une plus grande attractivité des lieux isolés par leur position périphérique et les amener ainsi, à devenir des lieux centraux de manière temporaire, partielle, voire pleine et entière jusqu'à inverser ou non les polarités.

Il s'agira aussi, à une autre échelle, de mettre en lumière ces zones intermédiaires, à l'ombre des grandes destinations, mais qui n'en possèdent pas moins des atouts majeurs (Mitermique et al., 2014). "Leur situation intermédiaire, à la fois trop proche et trop loin d'un centre, s'avère l'une des conditions de leur marginalisation des circuits touristiques" (Mitermique et al., 2014 : 2). En effet, les routes et les destinations touristiques condensent et concentrent les attraits, mais aussi les voyageurs, créant ainsi des marges ou des espaces vidés de leur "substrat" touristique (ibid). Considérant qu'il existe peu d'études portant sur ces espaces intermédiaires et sur les causes qui entraînent leur mise à l'écart du système touristique, l'étude de cas de la ville de Vendôme et de sa périphérie (le Vendômois) apparaît des plus pertinentes. Cet espace "peu touristique" est, en effet, intéressant à double titre. D'abord parce que Vendôme est la ville-centre d'un espace périphérique, dont l'influence s'étend sur une partie de la Vallée du Loir. Mais aussi parce que la position du Vendômois est particulière puisqu'elle est située non loin du Val de Loire, destination touristique majeure de la France, connue pour ses nombreux châteaux Renaissance construits au pied de la Loire, qui pose la question de la marginalisation touristique du vendômois et de la vallée du Loir.

La lecture de nombreux ouvrages, articles de presse et articles scientifiques, m'a permis d'aboutir à une problématique qui exprime un questionnement longuement réfléchi, qui a largement évolué au cours des dix derniers mois. Elle a par conséquent été remodelée afin d'être la plus à même de correspondre aux enquêtes de terrain et à l'analyse des notions de centre et de périphérie. Ma double-problématique est donc la suivante : **Dans quelle mesure Vendôme joue-t-elle un rôle de centralité en matière d'attractivité touristique ? Et dans quelle mesure peut-on qualifier Vendôme et le Vendômois de périphérie touristique par rapport au Val de Loire ?**

A travers une analyse multiscalair, il s'agira de mieux saisir les interactions qui existent entre les acteurs et les stratégies mises en œuvre pour lutter contre la marginalisation de Vendôme et de son territoire et par rapport à la grande destination qu'est le Val de Loire.. Ainsi, il s'agira de voir comment le Vendômois et la vallée du Loir peuvent paradoxalement devenir une nouvelle option pour le déploiement d'un autre tourisme.

L'objectif est donc de pouvoir déterminer si Vendôme joue un rôle central en matière de tourisme, en fonction de l'échelle choisie.

La problématique sous-tend trois hypothèses :

La première hypothèse, à laquelle nous répondrons dans une première partie, consiste à dire que la ville-centre tient une place importante par ses infrastructures qui sont en mesure de redistribuer les flux touristiques vers sa périphérie. Dans une seconde partie, nous affirmerons ou infirmerons l'hypothèse qui consiste à dire que la ville-centre et la périphérie sont une seule et même entité qui fait sens en matière de tourisme, en raison d'une identité commune. Enfin, il s'agira d'affirmer ou d'infirmer que la proximité avec le Val de Loire est un handicap ou, au contraire, un atout, pour affirmer la position de Vendôme et du Vendômois en tant que destination touristique à part entière.

Ce mémoire de recherche doit tenir compte, dans l'interprétation des données de la réflexivité, cette démarche méthodologique, qui consiste à ce que "je m'interroge moi-même et où je suis interrogé par autrui sur mes propres actes et mes propres discours" (Blanchet, 2009 : 145) c'est cette idée que les analyses sont influencées par notre pensée subjective, qui est elle-même influencée par notre éducation et nos convictions personnelles.

D'une part, le terrain choisi est un terrain que je connais et pour lequel je dois faire preuve de recul, me détacher des à priori, pour entrer dans une démarche la plus neutre possible afin de dégager une certaine objectivité. Au moment de l'interprétation des données, et notamment des entretiens semi-directifs, qui ont été réalisés avec des personnes que j'ai l'habitude de côtoyer, en raison du fait que je suis apprenti au sein du service de l'animation du patrimoine (direction du développement économique et touristique) de la Ville de Vendôme, je dois donc tenir compte, d'autre part, de la retenue que peuvent avoir certaines personnes à mon égard, face à une éventuelle divulgation d'informations confidentielles ou pour lesquelles ces personnes ne souhaitent pas que j'en sois informé.

La méthode utilisée

Pour répondre aux trois hypothèses qui ont été formulées, quatre méthodes d'enquête ont été formalisées :

- **Un questionnaire** a été diffusé auprès de touristes hébergés à Vendôme et dans certains lieux touristiques du Vendômois (Pays Vendômois) pour connaître leurs pratiques sur le territoire, voir l'importance que prend ou non la ville-centre dans les parcours touristiques des visiteurs afin d'appréhender les relations entre la ville-centre et la périphérie. Ce questionnaire a été diffusé entre le 9 août 2021 et le 15 janvier 2022.

Plusieurs modes de passation ont été nécessaires pour récupérer un maximum de réponses. On peut donc qualifier l'échantillon d'accidentel.

Le mode de passation indirect :

- dans les offices de tourisme de Montoire-sur-le-Loir et de Vendôme (15 réponses);
- chez des hébergeurs de Vendôme et de communes environnantes :
 - 1 chambre d'hôte à Vendôme (12 réponses);
 - 1 gîte/ chambre d'hôte à Lunay (25 réponses);
 - 1 gîte aux Roches l'Evêque (10 réponses);
 - 1 chambre d'hôte à Trôo (25 réponses).

Le questionnaire a également été diffusé sur mon compte Facebook (aucune réponse).

Le mode de passation direct :

Le mode de passation en direct a été le plus fastidieux mais il a permis de récolter le plus de réponses. Ce mode de passation s'est effectué devant l'office de tourisme de Vendôme à plusieurs reprises, soit cinq après-midis (123 réponses).

Le mode de diffusion :

Le questionnaire a été diffusé avec un QR Code, qui a permis de rassembler l'ensemble des données sur Google Form. Au total, 210 questionnaires ont été remplis. Ils ont fait ressortir un certain nombre d'éléments intéressants. Cependant, l'échantillon étant accidentel, et le nombre de répondants étant relativement faible, cela suppose une prudence avec les chiffres et demande un croisement des données, notamment avec les données de seconde main et les éléments d'analyse des entretiens semi-directifs.

- La deuxième méthode adoptée est **l'analyse de données de seconde main**.

Des données statistiques (rapport d'activités 2021) sont éditées à l'échelle du département par l'Agence de développement du tourisme de Loir-et-Cher. Ces données permettent d'avoir un aperçu de l'attrait touristique du Vendômois au regard du département. J'ai également pu analyser les rapports d'activités 2019 et 2020 de l'office de tourisme de Vendôme qui m'ont donné quelques éléments sur la provenance des touristes et la stratégie générale établie. J'ai aussi pu analyser le plan stratégique de développement du tourisme à l'échelle du Grand Vendômois (éléments de diagnostic) et le plan d'action régional 2016-2021.

- **11 entretiens semi-directifs** ont été réalisés auprès d'acteurs et professionnels du tourisme et également auprès d'élus du territoire. Ils m'ont permis de récolter des matériaux pour répondre aux trois hypothèses, en complément des deux autres méthodes d'enquête utilisées. Les entretiens semi-directifs avec les personnes suivantes ont ainsi pu être réalisés :

- **Corinne Gontier**, directrice de l'office de tourisme Vendôme-Montoire
- **Patrick Eclaircy-Deterpigny**, président de Trôo tourisme;
- **Nicolas Tessier**, chargé de développement économique et touristique de la communauté d'agglomération Territoires vendômois;
- **Jean-Luc Eclercy-Deterpigny**, responsable de chambre d'hôte à Trôo;
- **Philippe Douin**, directeur de l'agence de développement du tourisme de Loir-et-Cher;
- **Anthony Renou**, directeur de la Commanderie Templière d'Arville;
- **Pascal Brindeau**, ancien maire de Vendôme, ancien député de Loir-et-Cher;
- **Laurent Brillard**, maire de Vendôme et président de Territoires vendômois;
- **Claire Granger**, vice-présidente de Territoires vendômois en charge du tourisme et du patrimoine;
- **Nicolas Haslé**, élu à la ville de Vendôme et vice-président de Territoires vendômois, président du Schéma de Cohérence Territoriale Territoires du Grand Vendômois;
- **Christophe Marion**, maire de Saint-Ouen (élu député de Loir-et-Cher en juin 2022), délégué général CTHS.

Dans le cadre de ces entretiens semi-directifs, de précieuses informations ont pu m’être transmises en dehors de l’entretien à proprement parler. D’autres entretiens semi-directifs auraient dû être réalisés pour affiner certaines réflexions mais je n’ai reçu aucune réponse de leur part et ce, malgré mes relances :

- Guillaume Henrion, propriétaire du Jardin du Plessis-Sasnières à Sasnières;
 - Julie Gheeraert, chargée du tourisme de la communauté du Perche et du Haut-Vendômois;
 - Valérie Berrurier, directrice de l’hôtel Vendôme à Vendôme.
-
- J’avais aussi évoqué la possibilité de réaliser de l’observation participante dans le cadre de la commission tourisme, à l’échelle du Vendômois. Malheureusement, ces observations n’ont pu avoir lieu. Toutefois, étant en alternance au sein du service patrimoine de la Ville de Vendôme et de la communauté d’agglomération et largement impliqué dans la vie locale par ma participation bénévole auprès de l’association “Château de Vendôme, berceau des Bourbons” depuis 5 ans, l’observation participante y est constante. Dans le manuel de sociologie qualitative publié en 1975 et réédité en 1985 par Bogdan et Taylor, l’observation participante est présentée comme un dispositif de recherche caractérisé par “une période d’interactions sociales intenses entre le chercheur et les sujets, dans le milieu de ces derniers. Au cours de cette période, des données sont systématiquement collectées [...]. Les observateurs s’immergent personnellement dans la vie des gens. Ils partagent leurs expériences” (Lapassade, 2002 : 375). Effectivement, tout au long du travail de terrain, j’ai pris part à l’organisation, à la vie collective en écoutant, regardant et conversant avec les gens. Ainsi, j’ai pu collecter et réunir des informations en me laissant porter par la situation.

J’ai, par ailleurs, assisté à une réunion d’information sur un projet touristique “Repère Sauvage”, le 22 juillet 2022, *in situ* (Manoir de la forêt à la Ville-aux-Clercs), qui m’a permis de recueillir des éléments quant au projet en lui-même et en faire une analyse à même d’illustrer certains points dans le mémoire.

La première partie présentera d’une manière détaillée le modèle centre-périphérie, entre persistance et mutation, à l’heure des grandes transformations de la société, pour mieux comprendre comment ce modèle a été remis en cause et comment il a permis d’expliquer

certaines phénomènes touristiques. La seconde partie approfondira la place de Vendôme en matière d'attractivité touristique, dans les relations centre-périphérie, en développant tous les aspects qui font d'elle une ville-ressource, avant de montrer sa relative domination par rapport à sa périphérie. La troisième partie montrera par de multiples exemples, l'interdépendance et la complémentarité de la ville-centre avec sa périphérie. Avant de conclure, la dernière partie évoquera la difficulté du Vendômois à se positionner entre Vallée du Loir et Vallée de la Loire et à affirmer son identité face à des acteurs du tourisme dont les points de vue divergent quant au positionnement marketing à adopter.

Partie 1 : Le modèle centre-périphérie, entre persistance et mutation, à l'heure des grandes transformations de la société

Depuis les prémices de la littérature sur les questions territoriales, le modèle centre-périphérie est prédominant, il est considéré comme l'un des plus importants en économie spatiale et en géographie. Mis en exergue au début des années 1930 par Walter Christaller avec la théorie des places centrales, il signifie que les territoires s'organiseraient systématiquement de façon hiérarchique selon une dualité entre un centre dominant et des périphéries dominées, le centre disposant d'une concentration de population, d'activités économiques, d'offre culturelle et de lieux de pouvoir (Dumont, 2017 : 64). Au fil des derniers siècles, les présentations du modèle centre-périphérie ont varié, mais sans jamais véritablement le remettre en cause (ibid). Mais depuis une dizaine d'années, ce concept est largement remis en cause en raison des évolutions de la société.

Chapitre 1 : Le modèle centre-périphérie

1. L'analyse du modèle des espaces centraux : la place de la ville-centre

a. La théorie des modèles centraux

Le modèle centre-périphérie à l'œuvre dans de nombreux territoires est une théorie qui est née dès le XVIII^{ème} siècle avec les travaux de Richard Cantillon. Les centres se seraient très tôt organisés de manière hiérarchique selon une dualité centre-périphérie. "Le centre, avec sa position privilégiée, serait le maître et le régulateur de territoires situés à sa périphérie" (ibid). Cette dialectique centre-périphérie est mise en exergue avec les anneaux de Von Thünen en 1826 par Von Thünen lui-même. Economiste prussien et petit homme de noblesse vivant sur ses terres, il réfléchit justement à une gestion rationnelle de celles-ci. Il propose alors "un modèle des localisations agricoles autour d'un marché (centre urbain), et explique comment le type d'utilisation du sol varie en fonction de la distance au centre" (Le Goix, 2005 : 11). Ce modèle exprime en outre l'idée que la localisation des activités par rapport à la ville dépend du coût de transport. Ainsi, "la ville aspirerait les activités avec les produits les plus périssables près du marché et les moins fragiles seraient localisés dans l'espace rural" (Calmette, 2008 : 26). Ce modèle montre comment l'existence d'un "centre " possédé par la ville, suffit à "structurer l'utilisation de l'espace par différentes activités économiques dans un marché compétitif" (ibid : 26).

D'autres auteurs ont étudié cette question au XX^{ème} siècle notamment par Alfred Weber, mais on peut surtout retenir la loi de William Reilly appelée aussi "modèle gravitaire" inspiré par loi de la gravitation universelle d'Isaac Newton. Il insiste sur le fait que le niveau d'action d'une ville dépend du nombre de commerces et de services qu'elle offre. En fonction de ces paramètres, la distance que les consommateurs sont prêts à faire pour se procurer les biens et services qui leur font défaut là où ils habitent, varie (Dumont, 2019). Walter Christaller a présenté la « théorie des places centrales ». Selon lui, "la ville est le lieu où se regroupent des commerces ayant une aire de marché de dimension identique ou voisine" (Dumont, 2017 : 67). Selon Christaller, c'est "l'organisation efficiente du commerce qui explique le rôle central d'une ville dont l'importance, c'est-à-dire l'étendue des périphéries qu'elle domine, dépend de trois ensembles d'éléments :

- le volume de la population desservie et les économies d'échelle possibles qui décident de la qualité du coût du service commercial ;
- la distance qui influence les coûts ;
- la fréquence des achats des produits qui appellent une plus ou moins grande proximité" (ibid : 67).

Elle se rapproche très clairement de celle de William Reilly puisque pour lui la "portée" d'un lieu (un centre), c'est-à-dire la "distance que le consommateur accepte de parcourir pour acquérir un bien fait varier la taille de l'aire d'influence du marché et donc des villes de tailles différentes qui construit une hiérarchie commerciale entre les territoires" (ibid). Le modèle centre-périphérie, bien qu'ancien, semble pourtant persister encore aujourd'hui.

b. La ville-centre, toute puissante ?

Le modèle centre-périphérie est toujours d'actualité, en atteste la remise du prix Nobel d'économie à Paul Krugman, le 13 octobre 2008 pour ses travaux qui portaient sur l'analyse des modèles du commerce mondial. Il démontre que "l'activité économique a tendance à se concentrer sur un nombre limité de villes. En se concentrant elles favorisent les économies d'échelle puisque les coûts de transport sont limités et leur présence dans les villes leur permet d'être à proximité immédiate de la demande locale" (ibid : 68). Ce modèle est comme un tourbillon qui ne peut s'arrêter, ne laissant aucune possibilité à la périphérie de se développer ou du moins d'être partie prenante du marché de la ville-centre.

D'autre part, selon Marie-Françoise Calmette, les villes connaîtraient deux types de forces. En effet, certaines villes seraient sujettes aux forces centrifuges leur permettant d'être propices à la dispersion des activités, à l'irrigation de leur territoire. En effet, les forces centrifuges désignent le rôle essentiel des facteurs localisés. "Plus la part des activités liées au sol est grande dans une région, moins les activités industrielles auront tendance à se délocaliser. De plus, les facteurs localisés sont aussi des demandeurs de biens industriels, les industries ont donc tout intérêt à s'installer près de leur marché afin de payer un coût de transport minimal. La présence de cultures agricoles, de ressources naturelles, de matières premières, mais aussi de services de proximité (bistrot, boulangerie) ou publics (école, bureau de poste, maternité, etc.) pérennise la demande localisée et joue en faveur d'un maintien de l'industrie. Si le coût de transport est élevé, il favorisera d'autant plus les forces centrifuges" (Calmette, 2008 : 29).

Les forces centripètes correspondent à la configuration centre-périphérie, qui consiste à dire que les activités sont agglomérées autour d'un seul et même lieu. Elle déduit que ces villes aspirent le territoire. Ces forces correspondent en outre "à ce que les économistes appellent les économies d'agglomération liées à la proximité spatiale" (ibid), elles sont "cumulatives et s'auto-entretiennent" c'est-à-dire qu'une entreprise a tendance à vouloir s'installer près des grands marchés mais les populations ont aussi besoin de s'installer près de ces industries pour trouver un travail et limiter le coût des transports. Un équilibre semble se dégager en raison de ces deux forces mais la configuration cœur-périphérie persiste ce qui peut prouver que le rôle irrigateur de la ville n'est pas certain de fonctionner. On peut en déduire que la ville est "mono-centrique", elle a donc plutôt tendance à aspirer son territoire. Ces modèles privilégient en somme "l'efficience" à "l'équité" (ibid) et ils génèrent une influence envers les pouvoirs publics, qui font le choix d'investir davantage dans les villes-centres, renforçant les faiblesses des périphéries.

D'une manière générale, les réglementations françaises ont contribué à favoriser les centres au détriment des périphéries (Dumont, 2017). Pour illustrer son propos, l'auteur donne l'exemple de la dotation globale de fonctionnement (DGF) par habitant versée par l'Etat aux communes. Cette dotation est, en effet, proportionnelle à la taille de la commune, ce qui fait que les communes de plus de 200 000 habitants perçoivent la dotation maximale. Ces financements mettent donc en évidence la volonté de l'Etat de privilégier les centres. Cette volonté a d'ailleurs été renforcée lors de la mise en place des lois territoriales en 2015 (loi NOTRe) avec la création des grandes régions "avec pour effet de donner plus de poids à un centre [...] en augmentant la superficie de ses périphéries et en y concentrant les lieux de

décision” (Dumont, 2017 : 71). “Les lois créant les métropoles qui utilisent le concept d’aire urbaine présenté ci-dessus comme mesure du modèle centre-périphérie” (ibid), a aussi eu pour effet de donner encore “davantage de pouvoir aux centres” (ibid). La loi NOTRe a aussi “contraint les périphéries à abandonner des compétences et à les transférer au centre et ce, de façon uniforme sur les territoires français, sans tenir compte des spécificités géographiques, historiques ou culturelles des territoires, ni de choix qui auraient pu être possibles en matière de gouvernance territoriale” (ibid).

Le poids des centres s’est donc réaffirmé ces dernières années sous l’influence de l’Etat, ce qui permet d’entretenir la théorie du modèle centre-périphérie, même si en contrepartie les villes moyennes ont profité de politiques de développement pour assurer leur rôle d’intermédiation face aux périphéries.

2. Les villes moyennes et leur rôle d’intermédiation

a. Les périphéries reléguées, toujours dépendantes du centre

Si la configuration centre-périphérie a prouvé son efficacité économique liée aux éléments largement développés dans la partie précédente, ce modèle pose quelques problèmes quant à la périphérie vidée par le pouvoir attractif de la ville-centre. Si rien n’est fait pour assurer une certaine équité des territoires, on risquera de se retrouver avec “un centre qui accumule le capital au détriment d’une périphérie inutile ou à faible valeur ajoutée” (Le Goix, 2005 : 11). En outre, ce modèle contribue à créer des perdants car les agents immobiliers restés en périphérie bien que les activités aient été délocalisées, car justement immobiliers, “se retrouvent dans des situations encore plus précaires qu’ils ne l’étaient auparavant” (Calmette, 2008 : 30).

Pour contrer cette logique radiale (Dumont, 2019), appuyée par les définitions d’unité urbaine notamment fournies par l’Insee, le rôle des collectivités territoriales et de l’Etat en particulier, est primordial. Cependant, les pouvoirs publics, eux-mêmes influencés par ce modèle centre-périphérie, ont essayé de rééquilibrer les territoires par l’amélioration des infrastructures de communication entre la périphérie et le centre et assurer des délocalisations d’industries. Mais ces infrastructures ont très souvent permis de servir à “renforcer la polarité de la ville-centre” (Calmette, 2008 : 31). Il y a pourtant bien eu des tentatives de rééquilibrage du territoire dans les années 1980 avec les lois de décentralisation qui ont imposé un transfert

de compétences aux collectivités territoriales mais avec la propagation de la mondialisation, l'intérêt est à la compétitivité territoriale sous la houlette de la DATAR (délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale) et "l'objectif est de concentrer les moyens de l'aménagement sur les territoires les plus favorisés par leurs ressources, leur situation, leur niveau de développement. Ce renforcement privilégie les centres et les périphéries intégrées" (Reghezza-Zitt, 2017 : 218). Ce territoire devient "acteur de son développement" (ibid) mais pour les plus fragiles d'entre eux, leur marginalisation s'accroît. De plus, les lois territoriales de ces dix dernières années et la loi sur la nouvelle organisation territoriale de la République en 2015, comme vu précédemment, ont accentué les choses. Des "big" intercommunalités ont été dessinées gonflant encore davantage le rayonnement de la ville-centre exerçant ses fonctions politiques et administratives sur un territoire très vaste, totalement dépendant d'elle et qui a laissé s'effacer le vécu et l'histoire des populations (Dumont, 2017). Une fois en place, les collectivités ont élaboré un SCOT (schéma de cohérence territoriale). "Souvent sous la présidence de la ville-centre, le SCOT a pour objet la maîtrise de cette absence d'organisation rationnelle du territoire. Cependant la ville-centre a transformé son espace rural en environnement sans forcément voir la subsidiarité qu'elle devait reconnaître aux centre-bourgs et aux aires transactionnelles qu'elle assimile à une périphérie" (Beauchard, 2012 : 6).

Les différents auteurs cités s'accordent à dire que si les élus doivent porter une identité collective plutôt qu'un découpage territorial, le rôle de l'Etat reste indispensable pour réguler, redistribuer de manière équitable les richesses entre les territoires et préserver les services publics pour favoriser leur égalité. Les enjeux et les défis sont de taille, les villes moyennes peuvent peut-être jouer un rôle de catalyseur et d'équilibre des territoires face à la puissance des métropoles.

b. Les villes moyennes, espaces d'équilibre de l'armature urbaine ?

Au regard des modèles évoqués, la ville moyenne, souvent marquée dans des territoires périphériques, en marge des grandes métropoles qui polarisent largement les activités, les flux et les échanges, a une place prépondérante dans l'armature urbaine en France et peut redoubler parfois d'efforts pour espérer rayonner à l'échelle inter-territoriale. La ville moyenne est une catégorie de ville peu identifiable. R. Brunet la définit comme "un objet réel non identifié". "Réel, parce qu'il existe une incontestable réalité : celle de l'existence d'une catégorie de villes

qui ne s'apparente ni à des centres d'intérêt strictement local, ni à des agglomérations disposant d'un véritable rôle d'organisation régionale. Non identifié, car les limites de taille et les fonctions de la catégorie varient selon les chercheurs, les organismes qui étudient ces villes et les contextes géographiques d'étude" (Santamaria, 2012 : 30). Au sein du territoire français, ces villes, qui comptent entre 20 000 et 200 000 habitants, pèsent dans l'armature urbaine car leur nombre est très élevé et elles regroupent beaucoup d'habitants (Reghezza-Zitt, 2017; Santamaria, 2012). "Les villes moyennes ont pris une part très active aux mutations tant économiques, spatiales, sociales que politiques qui concernèrent l'ensemble de la société française dans la période d'après-guerre jusqu'aux années 1970. En effet, durant cette période, elles ont participé au mouvement général d'industrialisation et d'urbanisation. Elles ont également été des lieux de modernisation économique, sociale et politique" (Santamaria, 2012 : 14). Mais ces villes forment un maillage régulier dans l'espace français (Taulelle, 2010), elles constituent "un semis dense de villes réparties de manière assez homogène sur le territoire national et participent de manière variée à sa structuration" (Santamaria, 2012 : 22). La "fin des villes moyennes" annoncée par D. Béhar en 2007 n'est sans doute pas pour aujourd'hui car elles semblent jouer un rôle essentiel d'équilibre et de proximité à taille humaine au regard de son espace rural. La qualité de leur cadre de vie supposée et les quelques services publics restant sont les seuls points d'attache sur lesquels la population rurale peut encore compter. Elle joue plus que jamais un rôle de "charnière" (Reghezza-Zitt, 2017 : 170) sur le territoire national . « Elles assurent donc une position d'intermédiation entre les différents niveaux urbains, entre la sociabilité de voisinage et l'ouverture au global, entre le patrimoine et les nouvelles technologies, entre l'économie résidentielle et l'économie de production » (Reghezza-Zitt, 2017 : 170). Finalement, elles jouent un rôle de cohésion susceptible de garantir une certaine égalité d'accès aux services à la population (ibid : 171).

Sous le quinquennat Macron, les villes moyennes ont fait l'objet d'aides financières importantes comme *Action coeur de ville* qui consiste à aider à la requalification des centres-villes et un nouveau plan vient d'être développé, il s'agit du programme *Petites villes de demain* qui vise aussi à aider financièrement les petites et moyennes villes à s'embellir pour être plus attractives. Si ces mesures profitent à une partie de ces villes, qui en ont fait la demande, on peut rester critique sur les retombées réelles qu'elles peuvent avoir sur les espaces périphériques de ces territoires. C'est pourquoi, certains territoires optent pour d'autres modèles de développement.

Chapitre 2 : La critique du modèle centre-périphérie

1. Les limites des modèles centraux : critique générale

Plusieurs critiques mettent en avant les limites de la théorie des lieux centraux. Certains chercheurs remettent en cause l'idée que "le choix du centre le plus proche n'est pas systématiquement pratiqué par le consommateur" (Hypergé, 2005). Le consommateur va avoir tendance à se fournir en biens et services dans des lieux de niveau supérieur même si certains biens sont accessibles dans des centres de niveau inférieur. De fait, cette pratique "tend à court-circuiter les plus petits centres et à renforcer la dimension des plus grands" (ibid). La théorie de Christaller est donc invalidée car elle repose sur l'hypothèse d'une "répartition uniforme de la population à desservir" (Ibid.). De plus, du fait de l'essor de la production industrielle, qui a remplacé au fil du temps le modèle artisanal, "les liens et la localisation et la taille des villes nées de la Révolution industrielle n'obéissent pas non plus à la logique des lieux centraux" (ibid). Par ailleurs, "les fonctions urbaines, comme la défense, ou les fonctions portuaires" (ibid), échappent aussi au schéma de la théorie des lieux centraux.

Aussi, il faut souligner le rôle "des progrès récents des communications à distance" (Claval, 2000 : 285) qui ont véritablement engendré une modification de la "structure traditionnelle des réseaux urbains" (ibid) et "expliquent le mouvement contemporain de métropolisation" (ibid). Ces mutations tendent à rendre complètement obsolète la théorie des lieux centraux. Alors pour dépasser la staticité des théories urbaines de ce type, certains auteurs comme Denise Pumain proposent de "concevoir le système de villes comme une forme d'adaptation au changement engendré par les sociétés humaines" (Pumain, 1997 : 132) qui invite à "réviser fondamentalement nos représentations et nos méthodes d'analyse du changement dans l'espace géographique" (Ibid.). De nouveaux modèles théoriques apparaissent également pour expliquer ces nouvelles réalités.

2. De nouveaux modèles théoriques pour expliquer les nouvelles réalités

a. L'émergence du modèle réticulaire

Gérard-François Dumont a écrit de nombreux articles et ouvrages sur ces notions de centre-périphérie et il a montré à travers plusieurs exemples, que des dynamiques territoriales se sont créées sans le besoin de la ville-centre.

En effet, de nombreuses réussites sont visibles sur le territoire, elles émanent de l'innovation endogène sans lien avec une irrigation d'un lieu périphérique par un centre

(Dumont, 2019). Son analyse montre “une importance croissante de la nature réticulaire des territoires alors que le modèle centre-périphérie les fige” (Dumont, 2017 : 72). La création des métropoles et des communautés d’agglomération depuis 2017 a conduit à “ignorer que de nombreux habitants qui résident dans l’un des territoires d’une unité urbaine ignorent parfois totalement la commune géographiquement située au centre, ou n’y recourent que de façon exceptionnelle” (ibid). Pour nombre d’habitants, l’espace vécu s’inscrit plus sûrement dans un réseau de territoires qui ne recoupe pas automatiquement le périmètre de l’unité urbaine ou de l’aire urbaine et peut ignorer la commune-centre (ibid). Selon Gérard-François Dumont, l’unité urbaine n’est qu’une “addition de territoires dont la vie ne s’inscrit ni dans une logique systémique, ni dans une règle de complémentarité, non plus que dans une hiérarchie centre-périphéries” (Dumont, 2017 : 75).

De plus, l’auteur développe plusieurs raisons pour montrer en quoi le modèle centre-périphérie est désuet. La première raison est que nombre de territoires qui se considèrent et qui sont vus comme étant des centres peuvent aussi être en situation périphérique (ibid), car le propre de ce modèle est qu’il permet une analyse multiscalaire. Il prend le cas de Paris qui se trouve en situation de périphérie notamment vis-à-vis des décisions prises à Bruxelles dans le cadre de l’Union européenne. Par ailleurs, pour la deuxième raison, il évoque la question des territoires considérés “à priori comme des périphéries d’un seul centre [...] mais se révèlent pluripériphériques” (ibid : 76). Le village d’Espelette, à qui le développement de la production du piment et de sa labellisation ne doit rien à la ville de Bayonne ni au département (uniquement pour bénéficier de services publics localisés ou de besoins administratifs) (ibid), mais plutôt grâce à la volonté de quelques producteurs de se réunir pour valoriser un produit, aujourd’hui mondialement connu, est par contre “beaucoup plus dépendante des acquéreurs de son piment et de sa notoriété qui attire des touristes [...] et des grandes centrales d’achat qui décident - ou non - de commander son piment, des restaurateurs” (ibid) ce qui lui confère cette situation à la fois centrale et périphérique par rapport à plusieurs territoires. En outre, certains territoires qui paraissent périphériques “sont pourtant aussi des centres au regard de certaines fonctions qu’ils exercent” (ibid) et des territoires de nature à dominante pluripériphérique peuvent être centre à une période de l’année comme c’est le cas de la ville de Cannes, qui “se trouve périphérique d’autres territoires dont les décisions influencent son activité économique, comme celui du siège social de Thales, [...] Mais elle est le centre mondial de l’industrie cinématographique chaque année en mai au moment de son festival” (ibid). L’auteur met en avant plus globalement, l’émergence des processus de globalisation, d’internationalisation et de

mondialisation (ibid), à l'origine de la désuétude du modèle centre-périphérie, dont les exemples développés le montrent parfaitement. Les villes-centres semblent donc être à un tournant de leur histoire. Elles font face à un processus de "dissolution de leur centralité et d'étalement spatial" (Lambert, 2019 : 4).

b. La déconcentration des villes

Contexte international

Selon Roger Keil, avec les profondes mutations que connaît le monde, la majeure partie de la population mondiale ne vivra, en effet, pas dans des villes conventionnelles mais dans des "constellations suburbaines" ce qui amenuise encore davantage le poids des villes-centres. En Europe, les politiques d'aménagement ont contribué, dès les années 1960 à favoriser cet étalement avec le développement d'infrastructures en dehors des centres urbains (aéroports, autoroutes...) qui favorise l'étalement résidentiel, commercial et industriel des villes de surcroît (ibid). La périurbanisation est devenu un processus "planétaire et protéiforme" (ibid : 3).

Contexte français

Eric Charmes est dans la même optique mais apporte son point de vue sur le contexte français. Il invite à "dépasser l'opposition historique entre villes et campagnes". Les espaces périurbains, qui étaient alors perçus comme des "lieux résidentiels attractifs à proximité des grandes villes" (ibid). Mais au début des années 2000, ces espaces sont assimilés aux "marges périphériques reléguées" (ibid). Les bourgs et les sous-préfectures étaient dotés de services publics de qualité et incarnaient une certaine centralité, que le tournant de la rationalisation des finances publiques imposé par la loi organique relative aux lois de finances (LOFL) et la loi de modernisation de l'État semblent avoir largement été écornés.

Il met en avant la croissance démographique des villages en France et la place prépondérante des couronnes périurbaines, qui abritent près d'un quart de la population française et couvrent un tiers du territoire métropolitain (ibid). On note actuellement une envie de campagne, notamment de la part des cadres et des ménages populaires (ibid). Il y a donc une fragilisation du rôle central joué par les villes qui a été conduit par la périurbanisation, entraînant de l'étalement urbain, dans un premier temps. Cette fragilisation a été renforcée,

dans un second temps par la réduction des services publics, à partir des années 2000, auquel s'est ajoutée l'envie de la part de nombreux ménages, de quitter les villes pour s'installer dans les zones périurbaines et dans l'espace rural, créant des villes polycentriques (Le Goix, 2005). Le processus de périurbanisation et la fuite des cadres vers la campagne, rejoignent celui de rurbanisation dans une acception plus large qui décrit "l'ensemble des processus initiateurs de dynamiques nouvelles animant les territoires ruraux" (Thomsin, 2005 : 44). L'auteure ajoute que l'espace rurbain est "un espace rural ayant su préserver une identité spécifique en regard de l'influence directe des agglomérations urbaines tout en ayant pu accéder à des transformations, tant au plan social et culturel, qu'au plan économique" (ibid).

En somme, Roger Keil estime que le périurbain doit reconstruire sa propre centralité tandis qu'Eric Charmes pense qu'il y a une interdépendance entre les espaces périurbains et les pouvoirs centraux (Lambert, 2019). Il y a donc en somme, une reconfiguration de la géographie des centres et des périphéries selon Roger Keil et la définition de la rurbanisation montre l'émergence d'un autre processus qui amplifie l'idée d'une recomposition des réalités territoriales à l'œuvre actuellement. La notion de marge est aussi une notion qui se répand en géographie pour mettre en valeur des territoires dans des situations paradoxales.

3. La notion de marge

La notion de marge est apparue il y a plusieurs années et a notamment été théorisée par Samuel Depraz qui considère qu'il ne faut "plus penser la France depuis ses coeurs métropolitains ou économiques, mais la penser depuis ses marges" (Les cafés Géo, 2018). Cette notion, dont les limites sont floues et dont on a tendance à l'apparenter à la périphérie, a pourtant été définie par plusieurs auteurs. La marge est un "espace de transition, de recomposition, de transformation. Elle existe à différentes échelles, et elle peut se situer tant à l'intérieur qu'à l'extérieur d'un centre. Temporaire, la marge est surtout symptomatique d'un changement se produisant dans le centre. Un changement qui, faute de trouver une place pour se manifester dans le centre, produira une "marge". Lorsqu'il sera pleinement intégré au système central, ce changement disparaîtra, comme la marge elle-même. La marge sera à nouveau intégrée au centre. Un changement persistant peut aussi amener la marge à devenir un nouveau centre" (Prost, 2004). D'autres définitions existent mais elles font ressortir des caractères plus ou moins semblables. Les recherches de Samuel Depraz, qui s'appuient notamment sur les théories d'Alain Reynaud, l'ont amené à définir huit principes pour penser

les marges : “multiscale, évolutive, ouverte (une transition aux limites floues), la marge est aussi un espace de mobilités et d’échanges, qui ne s’apprécie pas qu’en termes économiques et ne se réduit pas toujours à la marginalité et à la pauvreté. C’est un espace de mise à distance de la norme et d’innovation discrète” (Depraz, 2017 : 27). En soi, les marges peuvent constituer une étape dans la trajectoire des périphéries. Si de nombreuses périphéries souffrent de multiples handicaps en raison de leur enclavement et de leur éloignement, “la marginalité peut parfois constituer une ressource (Reghezza-Zitt, 2017 : 229). “L’envie du touriste de sortir des cadres commerciaux qui lui sont imposés par l’industrie touristique [...] et la volonté quasi-viscérale du touriste de ne pas revêtir ce statut (de touriste) et le regard qui l’accompagne” (Gravari-Barbas, 2018 : 408) et de sortir des sentiers battus, renforce cette idée que la marginalité peut constituer une ressource, ici, à travers le tourisme, qui permet le développement “de nouvelles offres de tourisme interstitiel qui cherchent à pousser de plus en plus loin les limites des périmètres touristiques établis” (Ibid. : 409), dans des lieux ordinaires à première vue.

Chapitre 3 : Le tourisme, capable de renverser les polarités ?

Peu étudié par les scientifiques, le tourisme peut pourtant jouer un rôle dans la remise en cause du modèle centre-périphérie, jusqu’à l’inversion des polarités.

1. L’inversion des polarités

Christian Grataloup explique, à l’image de la théorie des modèles centraux, que dans le “système de l’ancien monde, le centre maximise les effets de carrefour, donc les possibilités de développement précoce mais aussi les risques de concurrence, d’usure nomade, en particulier.” (Grataloup, 1993 : 192). Cette situation provoque des évolutions spatiales différentes selon la position dans le système, avec un centre qui accumule rapidement mais qui a tendance à détruire aussi facilement et une périphérie qui a une accumulation plus lente mais plus durable et qui amène progressivement à “l’inversion des polarités, par densification progressive des anciens angles morts” (ibid). C’est-à-dire que si certaines périphéries sont effectivement des angles morts (dites délaissées), “d’autres peuvent bénéficier de leur situation (avantage à terme à la taille plus grande, à la position de contact avec l’extérieur du système spatial...)” (Grataloup, 2004) , entraînant des inversions de polarités, “dans une logique qui reste globalement identique ou des changements de systèmes” (ibid).

Cette théorie a été développée du point de vue du tourisme, dans un ouvrage qui s'intitule "Tourisme et périphéries - La centralité des lieux en question", qui apporte seize contributions quant à la question du développement touristique des périphéries, sous la direction de trois géographes (Nicolas Bernard, Caroline Blondy et Philippe Duhamel). Il émet l'hypothèse et montre à travers ces contributions, que "le tourisme est une activité qui contribue à faire sortir les lieux de leur isolement, de leur position périphérique pour les amener parfois, à devenir des lieux à la centralité temporaire, partielle mais également pleine et entière" (Bernard, et al., 2017 : 7).

2. L'espace rural : de marge, à centralité touristique (l'exemple de Bali)

Les périphéries semblent aujourd'hui constituer "une matière privilégiée pour penser la refondation des pratiques et du sens du fait comme utopie" (Bourdeau, 2014 : 31). Le tourisme, se définissant comme un séjour "hors de l'environnement habituel", encourage de "nombreux territoires excentrés" à se tourner vers le tourisme "pour développer, maintenir ou réorganiser leur économie et améliorer leur qualité de vie" (Marcotte et al., 2010 : pp.1-2). L'attractivité de l'activité touristique "ne se limite pas à la venue de visiteurs, mais prend aussi en considération la génération d'effets positifs sur l'économie, la mise en valeur du patrimoine et la fierté locale" (ibid). Marcotte définit la périphérie touristique comme étant « les sites situés hors des marchés principaux » (ibid : 7). Elle peut ainsi être périphérique au sens où elle « représente un marché secondaire en matière d'offre de produits, de demande ou de fréquentation ou parce qu'elle est éloignée géographiquement » (ibid). L'exemple de Bali a été utilisé à plusieurs reprises pour montrer comment une marge plurielle (géographique, historique, culturelle et sociale) interroge les notions de périphéricité, de centralité et de dépendance dans un contexte indonésien évolutif et il montre que si Bali peut être considéré comme une marge, elle n'en demeure pas moins un « lieu de centralité touristique fréquenté en 2015 par 4 millions de touristes internationaux et 7,15 millions de touristes domestiques (Bali Government Tourism office 2016) » (Bernard, et al., 2017 : 78), ce qui permet de démontrer que, dans ce cas précis, le tourisme « subvertit le couple centre/périphérie, dans une relation complexe, tendant à faire transgresser les rôles » (ibid : 97). C'est un « vecteur ambigu du modèle centre/périphérie » (ibid : 98), dans la mesure où il se "nourrit de la marge culturelle qu'il construit et entretient pour générer une attractivité pouvant engendrer une centralité nouvelle" (Ibid.). Cette problématique de l'existence du périphérie s'accroît lorsqu'une pratique touristique est située à proximité d'un centre touristique majeur.

3. Le développement touristique des périphéries à proximité de centres touristiques : l'exemple de la ville de Concepcion au Chili

La position « excentrée » confronte la périphérie touristique à plusieurs manques : manque d'accessibilité, de transport intérieur, d'information, d'attraits majeurs, de main-d'œuvre spécialisée, de pouvoir politique et économique (Müller et Jansson, 2007; Hall, 2007). Hors du centre, les régions périphériques exigent aussi plus de temps et de ressources pour être visitées. D'ailleurs, dans cette relation spatiale, la périphérie est donc souvent restée à l'écart du secteur touristique. Elle est à la fois trop près de la ville (du centre), et pas assez éloignée pour être un endroit « extra-ordinaire ». L'exemple de la ville de Concepción est pertinent pour illustrer ces propos car il met en évidence « un espace intermédiaire de passage vers les atouts naturels du sud et de la Patagonie » (Mitérnique, et al., 2014), qui ne profite pas réellement de ces flux touristiques et a du mal à les capter. Cependant, à la faveur de « nouvelles formes d'anti-tourisme » (ibid) dans les espaces urbains, «les pratiques touristiques alternatives apparaissent comme une forme de tourisme moins envahissante pour les territoires et pour les populations qui le subissent» (ibid). Si Concepción reste encore en marge des flux touristiques parce qu'elle n'a pas encore pleinement perçu l'atout que se révèle être sa position géographique, d'autres exemples ont montré que «le couple centre/périphérie doit être envisagé selon un scénario évolutif dans lequel l'équilibre se construit au gré des rapports de force et des intérêts respectifs des acteurs» (ibid), ce qui rejoint notamment la définition de marge de Brigitte Prost, citée précédemment.

Conclusion Partie 1 :

Pour conclure, le modèle centre-périphérie théorisé par de nombreux chercheurs, à l'oeuvre dans de nombreux territoires, montre la domination de la ville-centre par rapport à sa périphérie, toujours plus en marge par rapport au développement des espaces polarisant les échanges de personnes, de capitaux et de marchandises, accentué par les politiques publiques de développement territorial ces dernières décennies. Certains auteurs comme Magali Reghezza-Zitt ou Frédéric Santamaria ont démontré le «rôle d'intermédiation» que peuvent avoir certaines villes moyennes entre les grandes métropoles qui captent indéfiniment les

investissements et contrôlent les espaces périphériques. Même si les villes moyennes peuvent être considérées en situation de périphérie, elles jouent néanmoins un rôle central dans leur capacité à servir les habitants de la périphérie. Si l'espace périurbain profite de la ville-centre, l'espace rural doit alors devenir acteur de son propre développement en mettant en place une "logique réticulaire" comme le souligne Gérard-François Dumont. La fragilisation des centralités par l'étalement engendré par la quête du rural, a cependant entraîné la dissolution des relations centre-périphéries selon Roger Keil, où les centres et les périphéries semblent être sur un même pied d'égalité, voire même interdépendants, d'après Eric Charmes. La remise en cause du modèle centre-périphérie par le tourisme a été mise en exergue par certains chercheurs, qui mettent en avant sa capacité à inverser les polarités, faisant d'une périphérie considérée comme étant "périphérique" au regard d'un centre, une centralité, temporaire, partielle, voire pleine et entière comme avec l'exemple de Bali, analysé par Sylvine Pickel-Chevalier et Philippe Violier. Aussi, des territoires sont parfois confrontés à l'existence d'un centre touristique puissant, plus ou moins proche qui les entraîne dans une situation de marge (le cas de Concepción). Là encore, le tourisme peut participer à faire sortir ces territoires de cette situation par des atouts nouvellement recherchés par les touristes, dans une logique de développement touristique durable et faire ainsi basculer la marge en position de centralité.

Vendôme, une centralité historique

Ville d'environ 17 000 habitants, Vendôme est située au nord du département de Loir-et-Cher, au coeur de la région Centre Val-de-Loire, enserrée entre les métropoles d'Orléans, de Tours, et du Mans, à la croisée de nombreux territoires aux identités bien distinctes, que sont le Perche, la Vallée de la Loire et la Beauce. Cette ville s'est développée dès le IX^{ème} siècle dans une vallée creusée par les méandres du Loir, qui est devenu un marqueur naturel identitaire fort du territoire vendômois et du nord du département puisqu'elle le traverse d'est en ouest. La cité s'est imposée dans cet espace géographique et a façonné son identité à travers l'édification de monuments remarquables comme l'abbaye bénédictine dédiée à la Saint-

Trinité fondée en 1040, sous l'impulsion de Geoffroy Martel et d'Agnès de Bourgogne comte et comtesse de Vendôme.

Au Moyen-Âge, la ville fut prospère grâce à l'importance de ses mégisseries qui servaient à la production des gants chevrotins de Vendôme, reconnus pour leur excellente qualité et à un ensemble de métiers liés au travail du cuir, à la poterie et à l'imprimerie les siècles suivants. Si la révolution industrielle apporte le chemin de fer, efface les fortifications pour créer des faubourgs afin que la ville puisse se développer, ses activités industrielles et artisanales vont tout de même progressivement péricliter (Bouyssou, Davy, Delétang et al, 2007). L'arrivée de nouvelles populations issues de l'immigration et le baby boom des années 1950 vont générer le besoin, comme dans de très nombreuses villes en France, de repousser les limites de l'espace urbanisé (ibid). Les communes voisines développent de nouveaux quartiers résidentiels. Les limites de l'urbain et du rural ont eu tendance à s'effacer au profit de zones périurbaines. Malgré la hausse de la population, l'attractivité économique de la ville s'affaiblit et les fermetures d'usines ont été nombreuses mais l'arrivée du TGV en 1989 fut un signe d'espérance pour les habitants et les responsables politiques de l'époque. Si les effets de cette arrivée restent mitigés, certains allant jusqu'à dire que l'opportunité a été ratée, des entreprises et des ménages ont toutefois décidé de s'installer à Vendôme pour bénéficier d'une ville à taille humaine et d'un cadre de vie qui n'a rien à envier à la vie parisienne. A l'aune des années 2000, la ville, consciente des problématiques liées à l'effondrement du secteur industriel, qui a tant pesé dans son économie, ne paraît pas avoir tourné la page du passé. Actuellement, Vendôme est la sous-préfecture de Loir-et-Cher et elle est toujours qualifiée de ville-centre, en raison des pouvoirs politiques et économiques qu'elle concentre et par sa capacité à offrir des services, des emplois à la population de son aire d'influence.

L'évolution du tourisme en vendômois

En Vendômois, la priorité, depuis plus de trente ans, a été donnée avant tout, au développement économique, plus précisément au développement de l'industrie. En faisant du développement économique une priorité, le tourisme n'a pas profité des finances publiques pour se développer harmonieusement, « tout le monde a laissé vivre gentiment sans nécessairement élaborer une stratégie de développement » (P.Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021). C'est donc tout « naturellement, (que) l'offre touristique s'est développée à Vendôme et au bord du Loir » (ibid), « de façon spontanée » (ibid). Cette offre « se concentre sur les 75% de la partie la plus au nord de l'arrondissement, on oublie la partie

Beauce » (ibid). Des sites touristiques ont été créés « Le jardin de Sasnières, Musikenfête, Arville, tous ont environ 25 ans, donc on est sur des sites relativement récents » (C.Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021). Aujourd'hui, « les entreprises touristiques en Vendômois sont peu nombreuses, l'emploi à l'échelle des territoires vendômois, c'est quelques dizaines ou quelques centaines de personnes » (N.Tessier, communication personnelle, 4 novembre 2021) et les sites touristiques accueillent moins de 20 000 visiteurs par an. La clientèle touristique est essentiellement française, provenant de « Paris - Île-de-France, de plus en plus [...] et les grands bassins ouest, Pays de la Loire, donc limitrophe et Normandie [...] avec une clientèle urbaine familiale » (C.Gontier, communication personnelle, 30 novembre 2021).

Partie 2 : La place de Vendôme

Chapitre 1 : La ville-centre, une composante indispensable : la ville-ressource, la ville utile

La ville-centre, Vendôme, possède un grand nombre d'infrastructures et de services qui lui confèrent ce rôle de ville-centre et de « porte d'entrée touristique » sur la vallée du Loir. La ville-centre tient, en effet, une place importante dans le tourisme en tant que « ville ressource » : elle possède les infrastructures nécessaires à l'arrivée et à l'accueil des touristes (hôtellerie, restauration, transports, accueil touristique, commerces). Son patrimoine remarquable et ses

événements, mis en valeur par une stratégie marketing, donnent une certaine attractivité à la ville.

1. Ses infrastructures de transport : le TGV depuis 1989

Depuis 1989, Vendôme a « cette capacité non négligeable d’être située à moins de 3/4 d’heures de Paris par le biais du tgv » (L.Brillard, communication personnelle, 4 octobre 2021).

En effet, Vendôme fut l’une des premières villes de France à être accessible à moins d’une heure de Paris, ce qui a permis de générer de nouveaux habitants et de nouvelles activités économiques à l’échelle du Vendômois. Cet atout majeur a créé une dynamique dans le milieu culturel puisque c’est durant cette même année que le festival des Rockomotives est, par exemple, né. L’accès à Vendôme est également facilité par le passage de la nationale 10 et de tout un réseau de voies départementales et de routes communales qui renforcent la facilité d’accès à la destination. Elle bénéficie donc d’une situation géographique privilégiée, comme en atteste la carte ci-dessous (illustration n°1). Cependant, Vendôme est privée d’un important flux de touristes en raison de l’absence de sortie d’autoroute à proximité immédiate. Si l’on peut compter des sorties d’autoroute aux portes de l’arrondissement de Vendôme, l’autoroute A10, reliant les châteaux de la Loire par Blois ne passe pas par Vendôme, ce qui a dévié une grande partie des flux touristiques qui y passaient auparavant pour rejoindre le Val de Loire. Cette situation a néanmoins permis de préserver les paysages.

De plus, Vendôme possède, outre sa gare TGV, une gare TER, qui achemine les voyageurs venus de Paris, vers Tours. Cette ligne, récemment rénovée, est négligée du point de vue touristique alors qu’elle est un moyen de transport efficace, notamment en raison de la position de ses gares (souvent situées à proximité d’un cœur de ville), de son tracé (ici, elle longe les villes et villages de la vallée du Loir jusqu’à Vendôme) et de l’aménagement intérieur des rames qui peuvent désormais accueillir des vélos. Par ailleurs, la ville-centre bénéficie d’un office de tourisme qui joue un rôle dans l’accueil des touristes et la promotion de l’offre touristique du territoire.

Illustration n° 1 : Vendôme, une localisation géographique stratégique



Source : Territoires vendômois
www.territoiresvendomois.fr

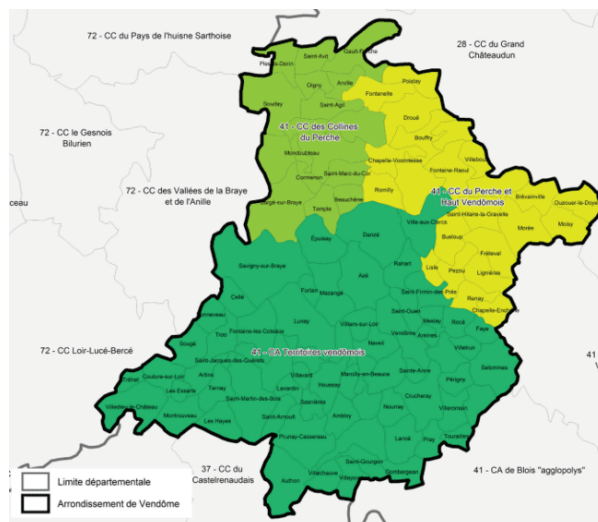
2. L'office de tourisme, pôle d'accueil et porteur de la politique touristique

L'office de tourisme de Vendôme joue un rôle, à la fois dans la polarisation et l'irrigation des touristes de la ville-centre vers le Vendômois mais il joue aussi un rôle dans la structuration des acteurs de la destination.

En effet, créé le 29 mars 1929, le syndicat d'initiative de Vendôme a connu plusieurs phases de développement. D'abord « office de tourisme communal, puis communautaire, il a évolué selon l'évolution de la loi et de la radioscopie du tourisme en France, dans les territoires » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). En 1995, outre les « missions régaliennes d'un office de tourisme en France » (ibid), que sont « l'accueil, l'information, la promotion, la coordination des acteurs touristiques du territoire de la destination » (ibid), l'action de commercialisation est lancée et, en 2003, la compétence « tourisme » est déléguée à l'Office de Tourisme par la Communauté de communes du Pays de Vendôme. Ensuite, lors du passage de la loi NOTR(e) en 2017, les quatre communautés de communes ont fusionné pour devenir la communauté d'agglomération Territoires vendômois. De fait, les offices de tourisme du Pays de Vendôme et de Vallée Loir et Braye ont eux aussi fusionné pour ne devenir qu'un seul et même organisme : l'Office de Tourisme Territoires vendômois, dont le siège social est situé à Vendôme. Dès lors, l'office de tourisme de Vendôme est devenu le pôle majeur pour la promotion (au travers des salons, éductours, voyages de presse organisés et l'édition de guides, de brochures et de campagnes de communication) et le

développement touristique du Vendômois. Il est financé « à hauteur de 280 000 euros depuis 20 ans » (N.Tessier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Son poids s’est renforcé avec la loi NOTR(e) par la création d’un Bureau d’Information Touristique à Montoire-sur-le-Loir, directement rattaché à celui de Vendôme. L’office de tourisme est, par ailleurs, partenaire de l’office de tourisme intercommunal de la communauté de communes du Perche et Haut vendômois (Fréteval-Morée) et entretient des liens importants avec celui (en cours de restructuration et de relocalisation dans la commanderie Templière d’Arville) de la communauté de communes des Collines du Perche, car « de tout temps l’office de tourisme de Vendôme, de toute façon, a vu son action extra-territoriale [...], il y a toujours eu des liens même si ces liens ne sont pas institutionnalisés ou financiers. Quand le catalogue de l’office de tourisme sort, il est fait à cette échelle là (à l’échelle des deux communautés de communes et de la communauté d’agglomération, illustré par la carte de l’arrondissement de Vendôme ci-dessous) » (P.Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021).

Illustration n° 2 : carte de l’arrondissement de Vendôme divisé par ses trois entités administratives



Source : arrêtés préfectoraux
doc.pilote41.fr

Ce maillage territorial a permis, au fil des années, d’ancrer la ville-centre en tant que pôle de référence à l’échelle de l’arrondissement et l’ancienneté de l’office de tourisme a également permis d’avoir une fine connaissance du territoire et des acteurs touristiques qui le composent pour mieux cerner les besoins et mieux répondre aux missions de la structure.

L'emplacement de l'office de tourisme, nécessairement à Vendôme ?

Le choix de l'emplacement de l'office de tourisme s'est fait tout naturellement à Vendôme, car il s'agit de la ville la plus importante de l'arrondissement, qui concentre les pouvoirs politiques et l'offre de biens et de services utiles à la population. Au regard de cette configuration, « l'office de tourisme, il n'a de sens que s'il est à Vendôme »(ibid).

L'avenir des offices de tourisme

Avec le développement des télécommunications, les offices de tourisme « ont moins le rôle qu'ils avaient avant » (N.Tessier, communication personnelle, 4 novembre 2021). « Depuis très longtemps, on dit que l'office de tourisme accueille 10% des personnes sur un territoire » (P.Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021), ce chiffre s'est sans doute accentué au fil des années. Il est vrai que l'office de tourisme joue un rôle relatif vis-à-vis de l'information donnée au public, puisque qu'en 2019, les offices de tourisme de Vendôme et de Montoire-sur-le-Loir ont accueilli 11 573 personnes au total (Observatoire ADT/CRT, 2021). Bien souvent, le touriste se débrouille autrement. Mais l'office de tourisme joue toujours un rôle clé dans les territoires, notamment auprès des prestataires pour les aider à être « les ambassadeurs du territoire » (ibid), ils sont indispensables pour assurer la gouvernance (structurer, fédérer, accompagner les professionnels et acteurs du tourisme) et cette situation se vérifie en Vendômois. Vendôme est une ville qui attire par la qualité de son architecture et par la dynamique culturelle qui s'est développée depuis plusieurs décennies.

3. Une ville vivante, au patrimoine remarquable

Vendôme se caractérise par une vitalité culturelle assez exceptionnelle. De nombreux festivals ponctuent effectivement le calendrier, parmi lesquels celui des Rockomotives, qui a fêté ses trente ans l'an dernier, et qui a attiré 4165 festivaliers (Enquête Observatoire ADT/CRT, 2021), et le festival des Promenades photographiques, qui comporte plusieurs lieux d'exposition dans la ville, comptabiliserait 80 000 entrées, selon l'association qui l'organise (ce chiffre est à relativiser car le public est compté à chaque fois qu'il entre dans un lieu d'exposition différent) en 2019. Aussi, le rallye Coeur de France, qui a lieu chaque année fin septembre, sur quatre jours représente également une source non négligeable pour le remplissage des hébergements à Vendôme tout comme dans les communes alentours et c'est

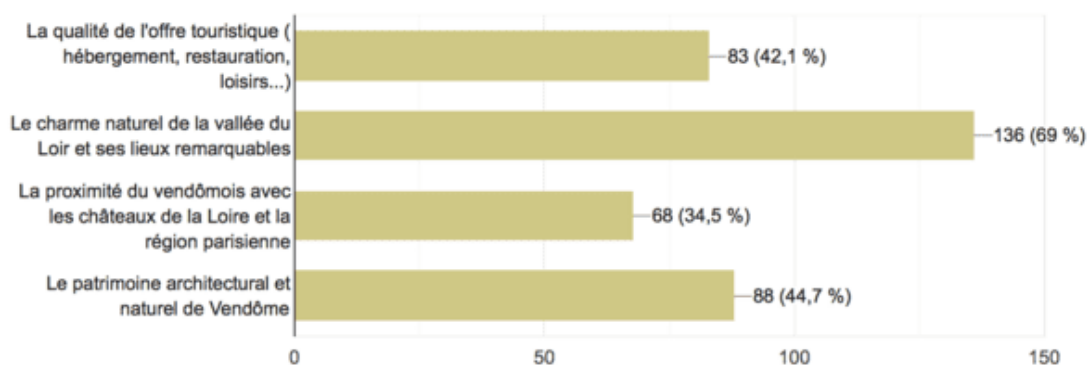
d'ailleurs très souvent « par le biais de festivals » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) que Vendôme est connue, même si, d'après le questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois, sur 185 réponses, seules 7 personnes sont venues à Vendôme pour un événement (voir figure n°4).

Cependant le questionnaire montre que 44,7 % des personnes interrogées considèrent que ce qui fait l'attrait touristique du Vendômois est le patrimoine architectural et naturel de Vendôme, ce qui place cette réponse en deuxième position, derrière le charme naturel de la vallée du Loir et ses lieux remarquables et atteste Vendôme d'une qualité du patrimoine culturel et naturel.

Illustration n°3 : l'attrait touristique du Vendômois

Q8 : Qu'est-ce qui fait selon vous l'attrait touristique du vendômois ?

197 réponses



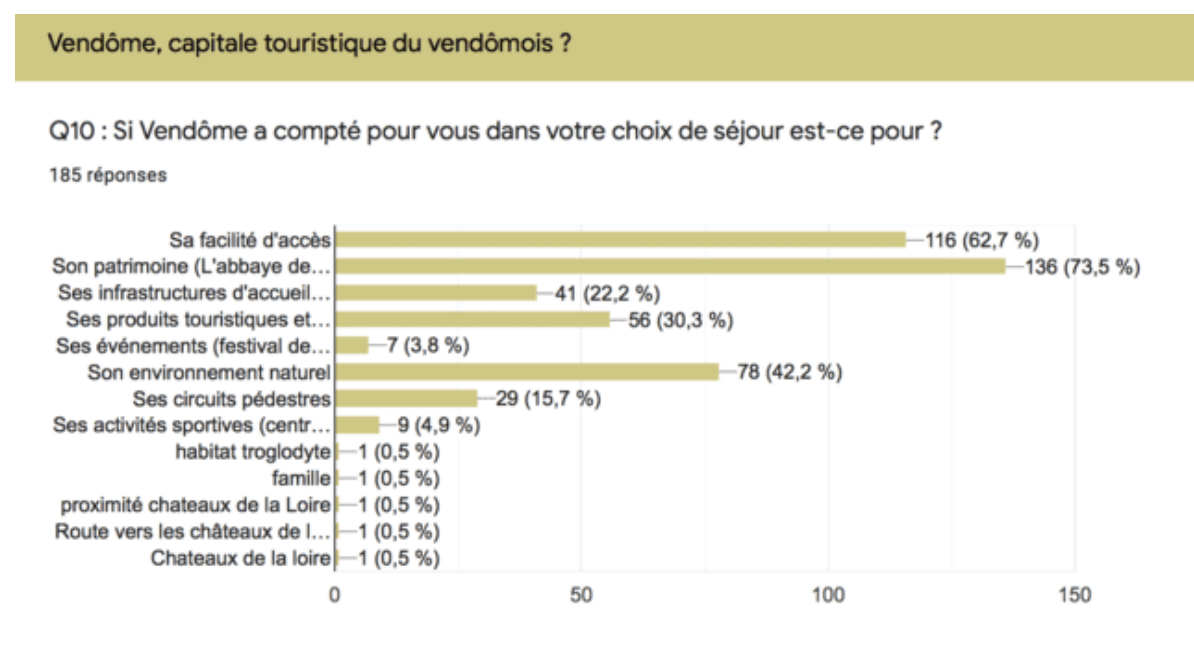
Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

La Ville de Vendôme est, en effet, reconnue pour son environnement privilégié. Elle bénéficie d'une part, du label Ville d'Art et d'Histoire depuis 1986. Créé en 1985, le label « Villes ou Pays d'art et d'histoire » est attribué par le Ministre de la Culture, après avis du Conseil national des Villes et Pays d'art et d'histoire, aux communes ou groupements de communes qui s'engagent dans « une politique de sensibilisation des habitants, des visiteurs et

du jeune public à la qualité du patrimoine, de l'architecture et du cadre de vie » (Ministère de la Culture, 2022). Vendôme fait partie de ce grand réseau national qui compte aujourd'hui 190 Villes et Pays d'art et d'histoire dont 119 Villes d'art et d'histoire et 71 Pays d'art et d'histoire. Ce label est donc un marqueur de la qualité historique et patrimoniale de la ville (son abbaye et son château en sont les témoins les plus remarquables) et des actions de valorisation qui y sont menées.

Par ailleurs, Vendôme est reconnue à l'échelle nationale pour la qualité de son cadre de vie. La ville possède la plus haute distinction dans le cadre du label national des villes et villages fleuris et ce, depuis plusieurs années. Ce label est un véritable témoin de l'action menée par différents services de la collectivité depuis plusieurs décennies en faveur de la valorisation du patrimoine végétal. La ville de Vendôme a à cœur de promouvoir cette distinction, il s'agit pour elle d' « un élément clé de la politique municipale » (Ville de Vendôme, 2022), qui « contribue à l'attractivité économique, résidentielle et touristique du territoire et à la qualité de vie de ses habitants » (ibid).

Illustration n°4 : les moteurs d'attractivité touristique de Vendôme



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Les résultats, dans le cadre du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois, à la question « si Vendôme a compté pour vous dans votre choix de séjour est-ce pour ? », montrent que Vendôme a réellement compté dans le choix du séjour pour une majorité des personnes interrogées (185 personnes sur 210), et principalement pour son patrimoine (73,5%), suivi de près par sa facilité d'accès (62,7%), ce qui souligne ses principaux atouts. L'attractivité de la ville repose d'ailleurs sur ces atouts qui sont des gages de qualité et d'identité mais elle repose aussi sur un nom, mondialement connu.

4. Vendôme, un nom et une marque territoriale

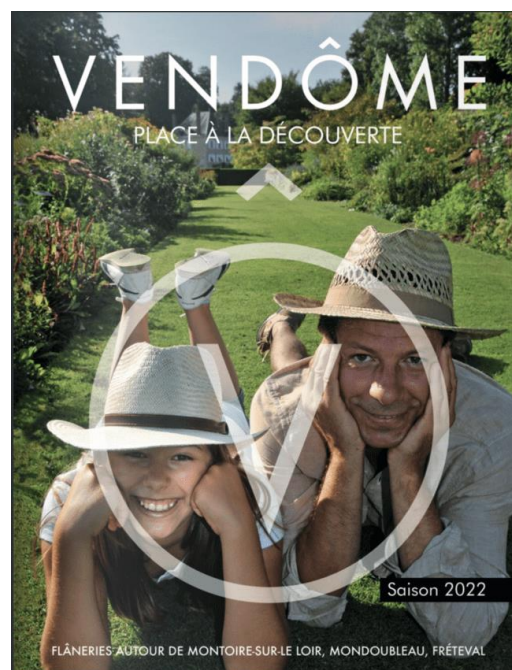
Si Vendôme joue un rôle moteur pour son territoire à bien des égards, c'est effectivement parce qu'elle détient un nom particulier, qui fait écho à tout un univers (le luxe) qui peut jouer en sa faveur, notamment en termes de notoriété et d'attractivité économique et touristique.

Historiquement, la ville est reliée à l'une des places parisiennes les plus célèbres du monde : la place Vendôme à Paris, en raison de l'emplacement de l'hôtel particulier de César de Vendôme, duc de Vendôme (fils du roi Henri IV) au XVII^{ème} siècle, qui a donné son nom à la place. Tout l'enjeu de la création de la marque territoriale *Vendôme bien plus qu'une place*, créée en 2016 par l'ancien maire de Vendôme (2014-2019) Pascal Brindeau, était de mettre en lumière cette relation à travers les liens historiques, tout autant que de promouvoir l'excellence du territoire dans des domaines divers et variés (l'industrie, l'artisanat d'art, l'animation du patrimoine...), dans le but d'attirer de nouveaux investisseurs, à même de vouloir s'associer à l'image de Vendôme. Ce nom est donc porteur d'une identité, qui englobe un certain nombre de sites, d'opérateurs et d'acteurs culturels et économiques, « qui eux-mêmes, sont des vecteurs d'attractivité touristique » (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021), mais aussi, « de capitaliser sur la valeur patrimoniale, et de la ville et de la région. Et puis, c'est de prendre conscience que nous sommes la porte de deux zones touristiques, la porte du Perche d'un côté et la porte de la Vallée de la Loire de l'autre, donc des grands châteaux comme Chambord et le Zoo de Beauval et qu'à partir de là notre stratégie et notre communication devront s'adapter à cette conscience là, qu'on n'avait pas avant » (ibid).

La création de cette marque territoriale a donc pour mission de renforcer le moteur de la ville-centre en tant que pôle d'attractivité pour le Vendômois. Cette stratégie a d'ailleurs porté ses fruits du point de vue du développement des entreprises du secteur industriel sur

Vendôme (arrivée du groupe LVMH, Elogen, Sisley... qui ont par ailleurs généré un impact médiatique important et ainsi fait connaître la ville). D'un point de vue touristique, il n'y a pas encore eu d'évolution significative même si des investissements voient le jour ces derniers mois (le projet Repère Sauvage à la Ville-aux-Clercs, par exemple cf. Partie 3, chapitre 3 - 3.). Cette marque a également profité à l'office de tourisme de Territoires vendômois, qui cherchait une base sur laquelle s'inscrire. Grâce à sa déclinaison "place à la découverte", le Vendômois (au sens de l'arrondissement) est rattaché à une identité. De plus, cette marque semble avoir été « un formidable levier pour travailler avec les collectivités voisines à l'échelle du pays vendômois (communauté de communes des Collines du Perche et du Perche et Haut Vendômois) notamment pour accepter de faire le site de destination [...] sous le nom de domaine vendôme-tourisme.fr, où il n'y a pas Mondoubleau, Fréteval mais uniquement Vendôme » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Pour l'office de tourisme, le nom de la ville-centre pour porter la destination sonnait et sonne toujours comme une évidence, non pas géographiquement parlant mais en matière d'attractivité puisque la ville, par son nom, porte une certaine notoriété. Des négociations ont été nécessaires car des blocages étaient très forts au départ mais aujourd'hui le site web et le magazine de destination (illustration n°5) reprennent la charte graphique de la marque territoriale.

Illustration n°5 : couverture du magazine de destination du Vendômois 2022



Source : vendome-tourisme.fr
Office de tourisme de Territoires vendômois

Une image de marque, qui a vite été partagée et appropriée par une grande partie des acteurs qui font vivre le territoire, à tel point que les vignerons de l'appellation « Coteaux du Vendômois » cherchent à modifier son nom en « AOP Vendôme » car Vendôme est « identifiée comme réel vecteur d'attractivité en tant que telle » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021). Ainsi, la marque Vendôme a permis de mettre en lumière un territoire méconnu et pourtant porteur de richesses insoupçonnées et a servi les intérêts d'un ensemble d'acteurs économiques et touristiques.

Si la marque Vendôme a réussi son pari, il n'empêche qu'une telle stratégie est un travail de longue haleine pour qu'il puisse porter pleinement ses fruits. Dire que Vendôme « a une image... c'est peut-être un peu prématuré [...] car la marque Vendôme est toute jeune mais il y a un contenu » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021). Aujourd'hui, plus personne n'est chargé de développer ce produit au sein des services de la Ville de Vendôme et d'assurer le lien avec les acteurs et les ambassadeurs de cette marque, qui peut pourtant devenir un facteur d'attractivité touristique non négligeable. « Vendôme est connue de nom mais elle est peu identifiée, on ne sait pas trop bien ce qu'il y a à voir et le lien avec la place Vendôme reste confidentiel » (P. et J.-L. Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021). Pourtant, les acteurs touristiques interrogés sont unanimes pour dire que lorsque des visiteurs la découvrent, ils sont toujours surpris par « le côté provincial, conservé, avec la rivière et ses canaux, et son fleurissement » (ibid). Le manque de communication, mêlé à l'absence d'une réelle stratégie de développement touristique provoque donc ces réactions, d'où l'intérêt d'une stratégie marketing portant sur Vendôme. Néanmoins, à travers le regard de l'office de tourisme de Vendôme et de l'ancien maire de Vendôme, Pascal Brindeau, il y a bien ce sentiment que la ville-centre joue et peut jouer un rôle d'attracteur touristique, non pas uniquement pour ses services et sa situation géographique stratégique, mais aussi par le nom qu'elle porte, les significations qui en découlent et les liens qui peuvent être faits à l'échelle du territoire et facilement communicables auprès d'un large public. A travers ce nom, c'est donc de faire de Vendôme le porte-drapeau d'un territoire valorisable au-delà des frontières locales. Cependant, Vendôme est avant tout une ville de taille moyenne qui possède une offre touristique somme toute ordinaire.

Chapitre 2 : Une offre touristique somme toute ordinaire

Vendôme possède, comme dans de nombreuses villes, une offre diversifiée d'hébergements, de restaurants et de quelques sites patrimoniaux dont l'attractivité est néanmoins, toute relative.

1. Une offre hôtelière abondante

L'offre d'hébergement se concentre principalement dans le cœur de la ville avec quatre hôtels classés trois étoiles (Michelin, 2022), soit 137 chambres (Val de Loire France, 2022). Cette offre d'hôtels de moyenne gamme, contraste avec la périphérie qui n'en possède quasiment pas. A Vendôme, l'offre d'hébergement est complétée par d'autres types d'hébergements : une auberge de jeunesse, un camping et quatre chambres d'hôtes (Vendôme tourisme, 2022). L'offre, via Airbnb et les locations de meublés de tourisme, représente une quarantaine de logements (Michelin ; Airbnb, 2022). On a donc une offre hôtelière abondante qui est toutefois assez limitée parce qu'il manque au moins un hôtel de gamme supérieure et de capacité plus importante pour développer le tourisme d'affaires, dont les conditions sont réunies pour qu'il se développe, en raison de la présence d'un équipement public majeur (le Minotaure) qui cumule, en son sein, des salles de réunion, des salons et des salles de spectacles modulables, capables d'accueillir plusieurs centaines de personnes. D'autre part, on peut qualifier l'offre touristique d'ordinaire parce que les sites touristiques patrimoniaux sont peu valorisés, dans une ville assez peu dynamique l'été.

2. Des sites touristiques peu valorisés

La particularité de Vendôme, c'est qu'il y « un patrimoine remarquable, concentré sur un petit périmètre » (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021), « avec de nombreux bâtiments classés » (L. Brillard, communication personnelle, 4 octobre 2021), Cependant, comme les lieux patrimoniaux sont gratuits, il est difficile de mesurer le niveau d'attractivité intrinsèque de la ville, selon Pascal Brindeau (communication personnelle, 27 octobre 2021). Seuls les chiffres du musée de Vendôme et ceux des visites guidées organisées par le service de l'animation du patrimoine de la Ville de Vendôme, organisées dans le cadre du label Ville d'art et d'histoire, permettent de faire une analyse, qui reste imparfaite.

Le musée de Vendôme a accueilli 13 813 visiteurs en 2019 et 7 674 en 2021 (Observatoire ADT/CRT, 2021). Un musée qui possède certains trésors comme la harpe de Marie-Antoinette ou encore une reproduction de la Joconde et bien d'autres œuvres mais dont la scénographie n'a presque pas changé (quelques rénovations ont été effectuées en 1988 et en 2018) depuis son installation en 1952 (Ville de Vendôme, 2022), dans une partie des locaux de l'ancienne abbaye de la Trinité. Les collections ont un intérêt pour les habitants mais les touristes ne se déplacent pas pour le musée de Vendôme, tout du moins en l'état actuel des choses. L'absence d'une muséographie moderne et d'une programmation d'expositions temporaires "blockbuster" (exposition à gros budget), n'encouragent pas une hausse de la fréquentation.

En outre, les visites guidées de la Ville de Vendôme permettent une certaine mise en valeur du patrimoine, elles sont réitérées chaque année, principalement durant la période estivale. Le service patrimoine de la Ville de Vendôme, sous la responsabilité de l'office de tourisme de Vendôme, propose également des visites pour les groupes. Ces visites guidées ont attiré 739 personnes en 2019 et 847 personnes (Observatoire ADT/CRT 2021) en 2021. Ces chiffres sont bas mais tout à fait honorables en comparaison avec la ville de Romorantin-Lanthenay (ville de strate similaire) dont les visites n'ont attiré que 578 personnes en 2019 et 142 en 2021 (ibid).

Mais, les deux principaux lieux patrimoniaux que sont le château et l'ancienne abbaye de la trinité restent sous-valorisés, dans une ville qui n'a jamais été « extrêmement vivante l'été » (C. Marion, communication personnelle, 12 novembre 2021). Il y a bien des actions d'animation organisées par l'association « Château de Vendôme » qui rythment les étés depuis quelques années au château de Vendôme, « c'est une vraie dynamique » (ibid), cela dit elles restent des animations qui attirent à l'échelle locale et quelques touristes qui les découvrent au détour d'une visite du château. Le potentiel de développement est pourtant significatif et il a été démontré à plusieurs reprises et, notamment, par la jeune chambre économique de Vendôme et du Vendômois, qui avait, il y a plus de trente ans, établi un diagnostic et des recommandations sur la valorisation touristique du château de Vendôme (extraits du rapport en annexe p.123). La faiblesse du rayonnement touristique de Vendôme rend la redistribution des flux touristiques vers sa périphérie plus difficile.

Chapitre 3 : Une ville-centre qui peine à irriguer son territoire

Vendôme possède un ensemble d'infrastructures de transport et des services en capacité d'attirer et d'en faire une cité attractive pour les touristes au regard des premières analyses. Cependant, la ville-centre peine à irriguer sa périphérie en raison d'un manque de connexions physiques et de la quasi-absence d'une mise en exergue des liens culturels et historiques entre ces deux entités.

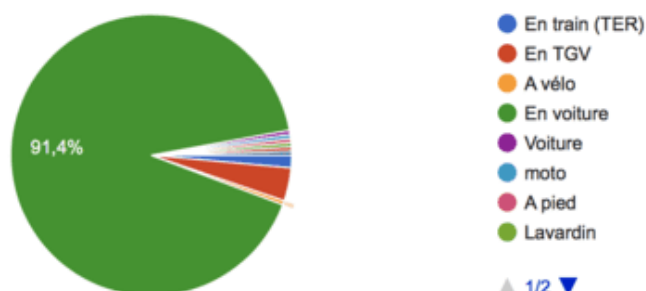
1. Un manque d'infrastructures de transport pour relier la ville-centre à la périphérie

Le questionnaire sur les pratiques touristiques dans le Vendômois (voir illustration n°4 page 36) a montré que sur 210 réponses, 185 ont estimé que Vendôme a compté dans le choix du séjour, notamment pour sa facilité d'accès (62,7%). On l'a vu, il y a plusieurs moyens d'arriver à Vendôme dont le TGV. Toutefois, ce moyen de transport ne semble pas être le moyen de locomotion privilégié par les touristes venus de l'Île-de-France alors que les franciliens seraient la 2ème clientèle touristique (à nuancer) du Vendômois (Office de tourisme de Vendôme, 2019). En réalité « ils viennent surtout en voiture » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Le TGV n'a donc pas d'effet d'attraction majeur, en attestent les résultats du questionnaire qui montrent que seulement 3,8% des personnes interrogées, ont pris le TGV pour se rendre dans le Vendômois, contre 91,4% en voiture (voir illustration n°6, ci-dessous).

Illustration n°6 : les moyens de locomotion des touristes

Q2 : Par quels moyens de locomotion êtes-vous arrivé ?

210 réponses



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Cette faible proportion des touristes empruntant le TGV pour se rendre dans le Vendômois, peut en partie s'expliquer par le manque de connexions depuis la gare jusqu'aux points touristiques du territoire (la question du coût peut influencer le choix de ce moyen de transport). En effet, si « on imagine une famille d'Île de France qui arrive à la gare TGV, en bus ils peuvent rejoindre la ville-centre mais ils ne peuvent pas rejoindre le territoire et visiter Arville ou le château des Énigmes à Fréteval avec des enfants » et « des cas comme ça, ce n'est pas isolé » (ibid). En somme, le TGV sert avant tout les besoins du tissu d'entreprises présentes sur le territoire et non le tourisme. Cette situation est la même pour la gare TER qui ne propose aucun service (location de vélos en gare par exemple) pour donner envie et faciliter les liens entre la ville-centre et la périphérie. « Il y a bien des transports qui permettent de relier certains points mais ils sont en fonctionnement surtout en période scolaire » (ibid). Ce manque de services est étroitement lié au manque de demande. Seules les collectivités publiques pourraient prendre en charge ce type de service, à condition d'avoir une stratégie et des produits touristiques, capables de développer l'intérêt de ces services. Le questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois a également montré que sur les 99 personnes ayant séjourné à Vendôme, seulement 61 ont visité le Vendômois. Ce manque de liaisons entre la ville-centre et la périphérie est accentué par un manque de liens culturels et historiques entre ces deux entités pour former un bloc touristique cohérent.

2. L'absence d'une mise en exergue des liens culturels et historiques entre la ville-centre et la périphérie

En dehors des festivals et des actions d'animation portées dans le cadre du label Ville d'art et d'histoire, le patrimoine est sous-valorisé et aucun lien culturel au sein des sites dits touristiques de la Ville, pour inciter les touristes à se rendre en périphérie du territoire, n'a été développé, à l'exception de l'office de tourisme, qui fait la promotion de l'ensemble du Vendômois mais qui diffuse des informations sans créer un véritable storytelling (d'autant qu'il s'adresse qu'à une partie des touristes venus sur le territoire), qui créerait un "liant" (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021) entre la ville-centre et la périphérie rurale. « Le tourisme sur un territoire rural c'est un puzzle, il y a plein de pièces et il faut qu'elles s'imbriquent toutes sinon, avec une seule pièce le tableau n'est pas chouette » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Les acteurs reconnaissent donc la nécessité d'imbriquer les atouts du territoire pour créer un ensemble cohérent car « on peut rester une semaine mais il faut leur montrer, aux touristes, ce qu'il y a à voir ailleurs » (A. Renou, communication personnelle, 29 octobre 2021). C'était un peu l'idée de la marque Vendôme, que de regrouper les talents du territoire, autour de l'excellence des savoir-faire artisanaux et ainsi créer des temps événementiels forts dans la ville-centre pour les réunir. Ce projet n'a que peu abouti. Il s'avère que les artisans d'art sont essentiellement concentrés au nord de Vendôme, en direction du Perche, qui font d'ailleurs partie de l'identité de cette région. De fait, cette particularité n'est pas partagée à l'échelle du territoire, elle ne peut être que difficilement le symbole identitaire du Vendômois et répondre à cette absence de mise en connexion du territoire (seul un circuit touristique des églises à fresques de la vallée du Loir et du Perche a permis ces liens historiques).

Les entretiens semi-directifs ont fait ressortir une identité qui semble partagée entre la ville-centre et la périphérie : celle qui s'appuie sur le passé médiéval commun matérialisé par la présence de châteaux médiévaux le long de la vallée du Loir (dans le périmètre du Vendômois). Il y a, en effet, à travers les châteaux de Fréteval, de Vendôme, de Montoire-sur-le-Loir, de Lavardin et de Trôo, une histoire commune, oubliée. L'état de dégradation de certains châteaux ne permet plus d'accueillir le public mais rien n'a été envisagé pour mettre en relation cette histoire. Mais le fait que « Lavardin ne soit ouvert que 3 mois dans l'année » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021) et que les autres châteaux soient

gratuits, avec des modes de gestion différenciés et qu'aucune proposition en termes de produit ne soit faite, ne facilite pas la compréhension de la relation entre les seigneurs de Vendôme et de Montoire, sans compter que « chaque structure reste dans son cocon » (ibid). Une première tentative est pourtant à souligner. Elle a été réalisée cette année par l'association « Château de Vendôme », qui s'est rapprochée des associations « Trôo tourisme » et « Les amis de Lavardin », prenant la forme d'un partenariat à l'occasion de l'événement national, *Les Rendez-vous aux jardins*. Ce partenariat avait clairement pour vocation, dans le fond, à se rassembler pour faire-valoir cette identité commune. Le chemin à parcourir pour voir aboutir cette idée et la partager reste long mais le sillon est creusé. Il y a dans tous les cas « un travail de marketing énorme à effectuer [...] il manque une stratégie » (A. Renou, communication personnelle, 29 octobre 2021).

Conclusion Partie 2 :

La ville-centre, est une ville qui attire, indéniablement, en raison de ses infrastructures de transport modernes, qui la relie facilement aux grands pôles émetteurs (comme la région parisienne). Son patrimoine et ses événements sont des éléments clés de l'attractivité touristique de la ville, même si, s'agissant du patrimoine, il reste sous-valorisé et les événements n'ont, pour la majorité d'entre eux, qu'une portée locale. Vendôme, c'est aussi un nom, mondialement connu, que la commune a su utiliser avant tout pour développer son attractivité industrielle. Cependant, par son offre touristique ordinaire, Vendôme se démarque difficilement des autres destinations, dans une concurrence des territoires de plus en plus féroce. La ville-centre joue donc son rôle de centralité surtout parce que « c'est la ville où il y a tous les services » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021) pour les habitants. A travers cette première partie, on observe que « la ville-centre, c'est la ville-ressource, ce n'est pas impérativement la destination » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021). Pour en revenir à la théorie des lieux centraux, Vendôme propose en effet, des services supérieurs à ses communes périphériques, le mécanisme de hiérarchisation des territoires, d'emboîtement des villes-centre, développé par Christaller s'illustre donc très bien en dehors de la question touristique, la ville-centre étant elle-même en situation d'infériorité par rapport à des villes voisines comme Blois, Tours et Orléans qui proposent des services bien supérieurs. Vendôme a donc une certaine capacité à attirer les flux touristiques, néanmoins elle peine à irriguer son territoire de ces flux pour deux raisons principales : le manque de connexions entre les services de transport offerts dans la ville-centre et ceux de la périphérie et

l'absence de liaisons culturelles et historiques, qui est le fondement de la richesse du territoire, du fait d'un manque de mise en réseau des acteurs et des sites culturels du territoire entre eux. En somme, la ville joue un rôle moteur sur le plan économique et social, du point de vue des services qu'elle offre à ses habitants et aux habitants du Vendômois mais elle ne possède pas d'attraits suffisamment mis en valeur, notamment par la communication, elle est une ville pratique, fonctionnelle, elle ne fait pas à elle seule l'attractivité de la vallée du Loir. Elle fait toutefois partie de « la vitrine » (N. Tessier, communication personnelle, 4 novembre 2021) du territoire et a toujours été « historiquement le moteur du Vendômois. De l'âge médiéval jusqu'à l'âge industriel (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021). Il est donc normal qu'elle joue son rôle de porte d'entrée touristique et favorise l'irrigation du territoire.

Perspective : Une domination réaffirmée de la ville-centre par des projets touristiques ambitieux, en capacité d'irriguer son territoire ?

Depuis plusieurs années, « la Ville de Vendôme a fait des efforts pour être attractive » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021), par les événements créés et l'amélioration de certains quartiers. Elle consacre une part considérable de son budget à l'investissement, car « l'attractivité est devenue un enjeu majeur pour un grand nombre de villes qui sont de plus amenées à se confronter entre elles, dans un climat concurrentiel » (Fagnoni, 2020 : 58). Cet effort permet d'envisager de grands projets d'aménagement et de valorisation du patrimoine, bénéfiques à l'attractivité de la cité. L'occasion de renforcer son rôle de centralité et sa capacité à irriguer son territoire en matière de tourisme ?

D'abord, le projet *Vendôme Ville d'eau et de lumière* lancé en 2016 et le réaménagement du quartier Rochambeau, dont les travaux ont débuté en 2018 sont les deux grands projets qui ont largement contribué à la valorisation du patrimoine.

Vendôme ville d'eau et de lumière est un parcours d'une heure à la redécouverte des monuments et des bras du Loir de la ville, mis en lumière, à l'aide des technologies Led. Ce type de parcours est de plus en plus développé dans les villes de moyenne et de grande taille avec des budgets plus ou moins conséquents. A Vendôme, le projet a coûté près de 2 millions d'euros (Ville de Vendôme, 2022), l'objectif premier étant de maintenir les visiteurs au moins une nuit afin qu'ils consomment dans les lieux de restauration, dorment dans les hébergements marchands et profitent du Vendômois le lendemain.

Le second projet majeur est le réaménagement du quartier Rochambeau. Situé en plein cœur du centre historique, face aux vestiges du château de Vendôme, sa surface est de 40 000 mètres carrés. Au lendemain de la Révolution française, la Ville achète l'ensemble des bâtiments conventuels de l'abbaye pour y installer la garnison. La cavalerie prend possession des lieux en 1802. Un ensemble de bâtiments militaires (écuries, manèges, magasins...) est ainsi créé dès les années 1821 pour accueillir un régiment de cavalerie au grand complet et éviter ainsi la dispersion des troupes en divers lieux (Ville de Vendôme, 2022). Le quartier prend le nom de Rochambeau en 1886 (en hommage au maréchal de Rochambeau, né à Vendôme, connu pour avoir été à la tête du corps expéditionnaire français lors de la guerre d'indépendance des États-Unis (1775-1783)). Le régiment du 20^{ème} Chasseurs à cheval, décimé en 1914, sera le dernier stationné à Vendôme et avant que le quartier Rochambeau ne soit abandonné. Occupé uniquement par un vaste parking et par la gendarmerie, le quartier Rochambeau a fait l'objet de l'attention des municipalités successives avec l'émergence de nombreux projets de requalification (création d'un collège, d'habitations...) qui n'ont pas aboutis à l'exception de celui qui a été porté par l'actuelle municipalité, consistant en le réaménagement paysager des espaces publics, dont les travaux se sont achevés au printemps 2019. L'ensemble du projet a été primé par les « Défis urbains » (événement professionnel créé par Innovapresse et le magazine traits urbains) dans la catégorie « Ville productive ». Ainsi, pour 4 900 000 euros (ibid) de travaux, le quartier Rochambeau est devenu un poumon de la ville, lieu de rencontres en raison des activités diversifiées : espaces de stationnement, promenade arborée le long du Loir. C'est un lieu où la culture est très présente, notamment grâce au studio de réalisation de films d'animation Ciclic et par les événements culturels organisés au sein du grand Manège (dont les expositions de photographies dans le cadre du festival Promenades photographiques). C'est également un lieu économique dont le symbole est l'implantation du groupe LVMH avec la création d'un atelier pour les cuirs précieux, qui emploie 150 salariés (ibid), dans le bâtiment le plus emblématique du quartier, le bâtiment « Régence », datant du XVII^{ème} siècle. Ces nouvelles activités sont complétées par la construction d'une résidence immobilière et elles seront également complétées par le rachat d'un des derniers bâtiments militaires par une entreprise de porcelaine et par l'implantation d'un restaurant.

Ces deux projets ont vocation à servir l'attractivité touristique de Vendôme et à renforcer le poids de la ville-centre sur son territoire. Néanmoins, ils servent avant tout le quotidien et le cadre de vie des vendômois, en atteste la présentation du quartier sur le site de la ville « situé en plein centre historique, longé par le Loir et faisant face au château, le quartier

Rochambeau réhabilité offre aux habitants jardins, espaces de rencontre et stationnements paysagers à proximité du cœur commerçant de la ville » (Ville de Vendôme, 2022) . Les deux projets présentés ont donc un impact relatif quant à l'attractivité touristique de la ville.

Le repositionnement de la ville-centre, comme pôle d'attractivité touristique ?

D'autres grands projets culturels et un projet de requalification urbaine sont en phase de voir le jour :

- le confortement et la restauration de l'ensemble des vestiges du château de Vendôme (ceux dont la Ville de Vendôme en a la propriété) dans l'optique de rendre accessible les tours non encore ouvertes au public ;
- le regroupement dans un seul lieu (le bâtiment H du quartier Rochambeau) l'office de tourisme, le musée (dans une muséographie repensée) et le Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP) en plein cœur du quartier Rochambeau. Ce pôle culturel a pour objectif d'accentuer le rôle de porte d'entrée touristique sur le territoire ;
- la rénovation complète de l'artère commerciale principale : le faubourg Chartrain. Les deux principaux objectifs qui guident la municipalité dans ce projet, sont de « consolider la vocation commerciale et touristique du centre-ville » et de « renforcer l'attractivité du centre-ville » (ibid).

Par ailleurs, Vendôme et les communes environnantes, comme le maire de Saint-Ouen le souligne, travaillent en collaboration pour développer les « mobilités douces qui permettent à un touriste qui veut faire un peu de randonnée de pouvoir aller jusqu'à Saint-Ouen, jusqu'à Meslay visiter le château » (C. Marion, communication personnelle, 12 novembre 2021), et ce, par la mise en relation de leurs pistes cyclables et voies vertes afin de permettre la découverte de la périphérie depuis Vendôme. Des investissements qui, selon le maire de Vendôme, feront de la ville « un point d'attraction » (L. Brillard, communication personnelle, 4 octobre 2021), qui fera que les touristes vont être attirés, avant de cheminer « au niveau du Vendômois et plus largement d'ailleurs » (ibid). Ces trois projets que l'on peut qualifier de structurants, (cumulés avec les projets livrés), devraient donner à la ville une place nouvelle, s'ils sont accompagnés d'une véritable stratégie de développement touristique.

Partie 3 : Ville-centre et périphérie, deux entités interdépendantes et complémentaires

Cette troisième partie commence par aborder la périphérie par l'analyse des éléments de l'offre et le rôle des labels qui favorisent son attractivité touristique, renforcée depuis la crise sanitaire. Des facteurs montrent par ailleurs la situation de dépendance de la périphérie par rapport à la ville-centre, créant une interdépendance et une complémentarité renforcée par les politiques publiques locales pour favoriser un rééquilibrage, qui permet à la périphérie de s'émanciper.

Chapitre 1 : Une périphérie attractive...

1. Typologie de l'offre touristique en périphérie : une offre originale et diversifiée

La périphérie, constituée par un ensemble de communes situé à une vingtaine de kilomètres maximum de Vendôme, possède une offre touristique à la fois originale et diversifiée, disséminée le long de la vallée du Loir, particulièrement entre Vendôme et Trôo.

L'offre culturelle et de loisirs

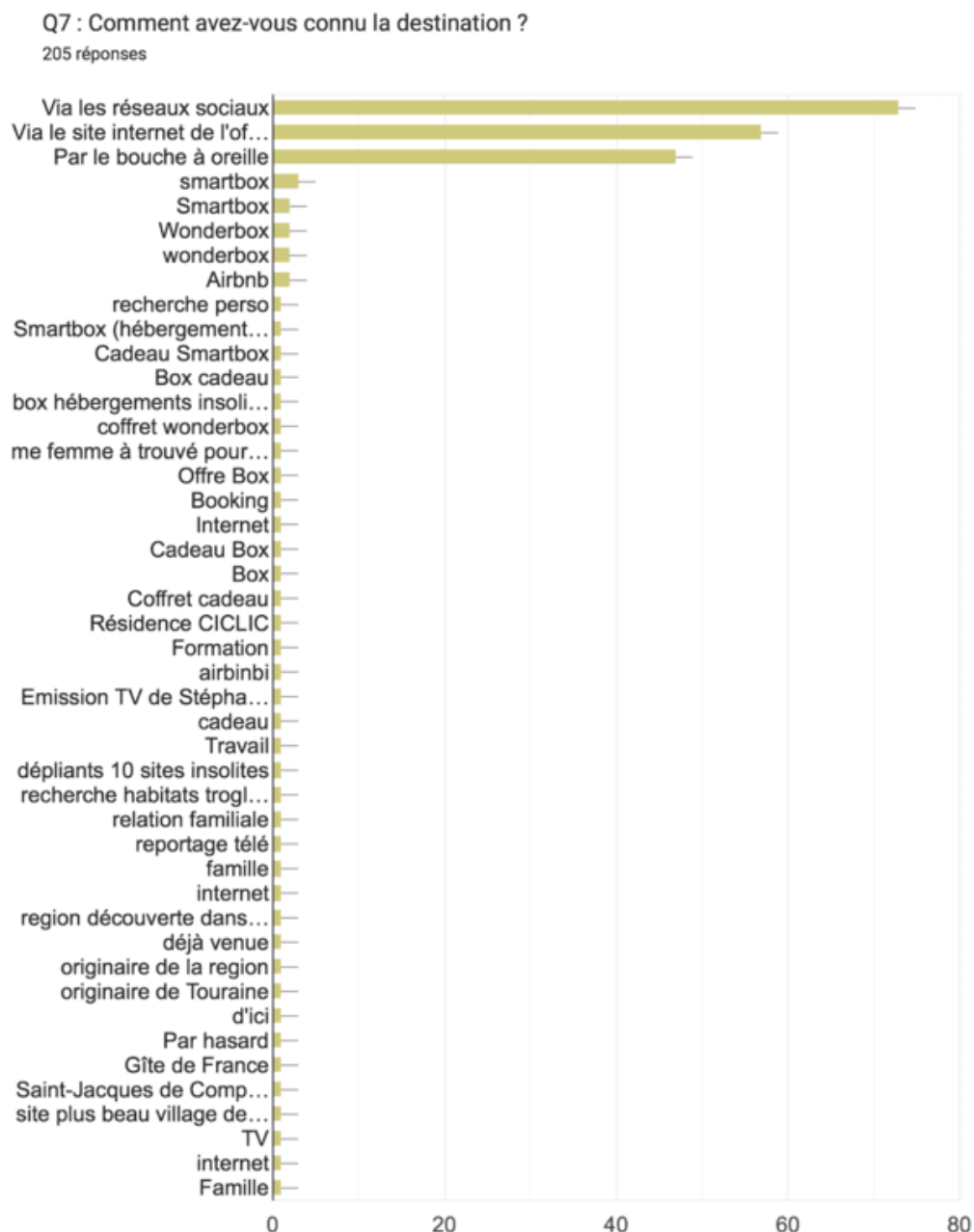
L'offre touristique du Vendômois se caractérise par une diversité de sites culturels et touristiques, de petite et de moyenne taille. Ces sites sont éparpillés de chaque côté du Loir, à plusieurs kilomètres les uns par rapport aux autres. Le dossier Repères 2021 publié par l'Agence départementale du tourisme du département de Loir-et-Cher, qui regroupe les chiffres de fréquentation des lieux culturels (châteaux, monuments, jardins, grottes, parcs, musées...) et de loisirs, dont notamment ceux de Vendôme et de la périphérie vendômoise, montre, d'une part, la présence d'un ou plusieurs lieux situés dans le Vendômois, dans presque toutes les catégories qui composent l'offre touristique du département. C'est le cas par exemple pour la catégorie « Châteaux et monuments » où on voit apparaître les ruines du château de Lavardin, la maison natale de Ronsard située sur la commune de la Vallée-de-Ronsard ou encore le château des Énigmes à Fréteval. Le Vendômois est aussi représenté dans la catégorie « Parc et jardins » avec le jardin du Plessis-Sasnières à Sasnières et dans la catégorie « grottes » avec la cave Yuccas et la grotte pétrifiante à Trôo.

De plus, ces sites culturels et de loisirs ne dépassent pas 30 000 visiteurs par an (Observatoire ADT/CRT 2021) et pour la plupart d'entre eux, ils n'atteignent pas 10 000 visiteurs par an. Ces faibles chiffres de fréquentation peuvent s'expliquer par un manque de communication, qui rend leur visibilité réduite en dehors des limites du Vendômois. Ce point a d'ailleurs été souligné par Corinne Gontier, lors de l'entretien semi-directif. Le château des Énigmes à Fréteval fait figure d'exception à l'échelle du vendômois, puisqu'il a dépassé les 30 000 visiteurs en 2021 mais ce chiffre s'explique parce que le château a bénéficié de l'opération « gratuité pour les Loir-et-Chériens » portée par le conseil départemental de Loir-et-Cher, qui a permis à 10 500 habitants de profiter d'une entrée gratuite. Le château des Énigmes reste néanmoins le site touristique le plus visité du Vendômois. Son succès est lié à la communication qui est faite mais aussi et surtout parce que c'est un produit à destination des familles, qui fait cruellement défaut à l'échelle de la vallée du Loir, alors même que cette destination a tout pour satisfaire ce type de clientèle. Ces quelques exemples traduisent donc bien cette idée de diversité de l'offre touristique en périphérie de la ville-centre, aux fréquentations variées.

L'offre d'hébergement

L'offre d'hébergement est un trait de caractère qui différencie l'offre de la périphérie de celle de la ville-centre et qui apporte une réelle plus-value, une singularité au territoire. Au-delà d'une offre pléthorique de chambres d'hôtes et de gîtes de toutes tailles et qui prennent des formes diverses, c'est l'habitat troglodytique qui ressort comme étant une offre touristique atypique, encore assez peu développée. Longtemps vu comme un habitat de fortune, il a désormais le vent en poupe en Vendômois grâce à un petit nombre de propriétaires de flancs de coteaux, le long de la vallée, qui a décidé, il y a une dizaine d'années de développer cet habitat et de le transformer en meublé de tourisme. Par le caractère insolite de cette proposition, les hébergeurs se montrent satisfaits des taux de remplissage qu'ils atteignent et on observe la capacité d'attraction de ces types d'habitats à travers les résultats du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois, qui ont montré que 3,5% des touristes interrogés, ont connu la destination par le biais des SmartBox ou WonderBox, qui, après vérification ne proposent effectivement que des séjours dans des habitations troglodytiques situés dans le Vendômois.

Illustration n°7 : la notoriété de la destination



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois
(réalisation personnelle)
Google Form

L'hébergement troglodytique ou de qualité d'une manière générale est un véritable facteur clé de différenciation qui permet d'attirer des clientèles en quête de nature ou d'insolite et c'est ce qui rend le territoire attractif précisément auprès des clientèles qui veulent n'être ni

trop près, ni trop loin du Val de Loire car « si vous avez un beau gîte avec un jardin dans un bel environnement ça marche, si c'est un appartement dans une sous-pente de 40 mètres carrés, vous allez peut-être le louer à Amboise ou Blois à un jeune couple qui visite les châteaux de la Loire » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021). Aussi, d'autres moteurs existent pour développer l'attractivité des lieux isolés, c'est le cas des labels touristiques, le Vendômois s'en est saisi.

2. Le rôle des labels, des vecteurs d'attractivité non négligeables

D'autres attraits permettent de qualifier comme étant attractive la périphérie de Vendôme. En attestent les labels obtenus par les villages de Lavardin (label « Plus beaux Villages de France ») et de Trôo (label « Petites cités de caractère »). Si on pourrait croire en la désuétude et en l'inefficacité de ces labels en matière de visibilité et d'attractivité, il semble que ce ne soit pas vraiment le cas, d'autant plus ces dernières années avec leur remise au goût du jour à travers les émissions grand public, comme « le village préféré des français » sur la chaîne France 3, qui ont donné une visibilité à ces villages qui bénéficient d'un charme à nul autre pareil et qui profitent bien souvent d'un label. Corinne Gontier, soulignait d'ailleurs lors de mon entretien semi-directif, le rôle non négligeable des labels de ce type sur le Vendômois pour la clientèle des offices de tourisme (communication personnelle, 4 novembre 2021). Mais c'est vrai aussi pour toutes les clientèles qui sillonnent la France rurale. Ils sont un repère, une indication pour les touristes en quête d'authenticité, de lieux insolites, dans de vastes territoires ruraux.

Lavardin possède le label « Plus beaux Villages de France » depuis 1992. Mes nombreuses visites dans ce village et les rencontres avec les membres de l'association « Les amis de Lavardin » m'ont en effet permis d'observer et de comprendre la dynamique touristique de ce village. A chaque saison, le tourisme s'illustre par un flux plus ou moins continu de campings-car et de marcheurs munis de sacs à dos dans le village, se dirigeant vers l'entrée des ruines de l'église Saint-Genest ou du château médiéval. Les deux parkings, à proximité du pont gothique et en contre-bas du château, remplis de véhicules, témoignent, là aussi, de la vitalité de ce village, situé à une vingtaine de kilomètres de Vendôme.

Le village de Trôo possède quant à lui le label « Petites cités de caractère » depuis 2020. Ce réseau est moins connu que le label « Plus beaux Villages de France », il est pourtant

attribué en fonction du respect de plusieurs critères très précis (être soumis à une protection au titre des Monuments Historiques, ou d'un Site Patrimonial Remarquable, avoir moins de 6000 habitants, posséder un bâti dense, détenir un patrimoine architectural de qualité et homogène, témoin de son histoire, avoir exercé et/ ou exercer des fonctions urbaines de centralité, avoir un programme pluriannuel de restauration et réhabilitation du patrimoine bâti et de mise en valeur des patrimoines matériels et immatériels et s'inscrire dans la stratégie de développement touristique de son territoire) et doit faire l'objet d'un certain nombre d'engagements de la part des communes (Création d'un Site Patrimonial Remarquable et mise en place d'un règlement adapté, entretien et valorisation de l'espace public, entretien et valorisation du bâti public, entretien et valorisation du bâti privé, engagement de la commune en faveur de l'accueil du public, de l'animation et à participer à la vie du réseau) (Petites cités de caractère, 2022). Trôo répond, de fait, à ces exigences.

Il s'agit, en effet, d'un village assez typique et caractéristique de la vallée du Loir, en raison de ses habitations troglodytiques. Il fut marqué par la grande histoire, entre autres à l'époque où Philippe Auguste cherchait à gagner les terres de Richard Coeur de Lion, Trôo sera âprement disputé entre ces deux protagonistes. En matière d'engagement, le village a été embelli par des travaux d'aménagement, une signalétique homogène a été mise en place et la communauté d'agglomération a aidé au financement du projet de création d'un Site Patrimonial Remarquable. Autant d'éléments qui prouvent la volonté de la commune et des acteurs à l'échelle de l'agglomération, de préserver ce label et d'accentuer l'attractivité touristique de ce village en particulier. L'obtention récente du label ne permet pas d'avoir assez de recul pour connaître l'impact touristique qu'il dégage pour le village, ce sésame a malgré permis une belle couverture médiatique.

En tout état de cause, les labels sont des éléments d'attractivité qui favorisent la dynamique touristique de la périphérie et qui semblent encore avoir un rôle d'attraction non négligeable pour le territoire, à l'heure du tout numérique. Une diversité de petits sites touristiques qui parsèment le territoire et la vitalité des villages, marquent l'attractivité de la périphérie. La présence d'offres touristiques dans les villages reculés montre l'appétence de la demande à ce type de produit, consolidée par la crise sanitaire par les citoyens en quête de nature.

3. Une attractivité renforcée par la crise sanitaire

Avant la crise sanitaire, « l'aspiration à la satisfaction de nouveaux besoins personnels - où l'appel de la nature et des repères identitaires » (Vitte, 1998) et la « ruralité [...] considérée comme un ailleurs [...] imaginée comme inchangée, comme le lieu des origines, permettant de faire un voyage dans le passé » (Marcotte et al., 2010 : 53) est généreusement plébiscitée depuis quelque temps, et cette envie a été renforcée ces dernières années par le déploiement des « infrastructures et la technologie » (ibid) et plus particulièrement depuis la crise sanitaire. La tendance à la réduction des durées moyennes de séjour est aussi à l'œuvre, créant un engouement pour les destinations de proximité. Les flux touristiques ont été un peu plus éparpillés, même si la dynamique des grands sites touristiques n'a pas faibli. La crise sanitaire n'a fait que conforter cette envie de nature, elle a fait ressentir le besoin notamment de la part des citadins, de s'évader, loin des sentiers battus, à la découverte de territoires méconnus, en dehors des métropoles et des espaces urbains plus généralement, vers des contrées qui possèdent encore une "certaine authenticité". Cette situation a donc contribué à renforcer l'attractivité de l'espace rural par l'enthousiasme des individus à l'égard de ces espaces, contribuant, de fait, à diluer encore davantage la domination de la ville-centre. « Avec le grand bouleversement que l'on a connu ces dernières années, il y a des gens qui viennent en séjour en Vendômois parce que c'est une région qui n'est pas très loin, agréable, [...] et avec accessoirement la visite de Vendôme et une échappée vers les châteaux de la Loire ou Beauval » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021).

Outre cela, contrairement à bon nombre de sites touristiques, la plupart d'entre eux, présents en périphérie de Vendôme, ont vu leur fréquentation augmenter entre 2019 et 2021. Le château de Lavardin a par exemple connu une hausse de 37,4%, passant de 3404 visiteurs à 4676 (Observatoire ADT/CRT, 2021). Le jardin du Plessis-Sasnières a également vu son chiffre de fréquentation augmenter de 42,2% (ibid) entre 2019 et 2021. Dans le même temps, on voyait les chiffres de fréquentation des grands sites du Val de Loire dégringoler avec une baisse de 37,4% (ibid) de la fréquentation au Domaine national de Chambord, toujours entre 2019 et 2021 (passant d'1 130 852 visiteurs à 707 706). Cette forte baisse peut effectivement s'expliquer par l'envie de nature, loin des sentiers battus mais elle est surtout dû au fait que les grands sites comptent beaucoup sur la clientèle étrangère alors que le vendômois est visité en grande partie par la clientèle régionale et nationale, ce qui a contribué à maintenir la périphérie

à flot. La périphérie ne peut cependant se passer de l'offre de la ville-centre, qui entre en complémentarité avec la périphérie, créant une situation d'interdépendance.

Chapitre 2 : ...En relation d'interdépendance avec la ville-centre

La périphérie est dépendante de la ville-centre pour l'hôtellerie et la restauration, créant une situation d'interdépendance et de complémentarité forte, entre les deux parties.

1. Dépendance de la ville-centre pour la restauration

La périphérie est attractive à bien des égards pour le tourisme, d'ailleurs « à Vendôme vous avez une offre qui est tout à fait convenable mais dès lors que vous quittez Vendôme dans la campagne, ça devient compliqué » (ibid). On l'a vu, la ville-centre possède, en effet, une offre de services à disposition des habitants et des touristes, mais c'est moins le cas en périphérie, en particulier pour ce qui concerne l'offre de restauration. Selon Corinne Gontier, la restauration est un élément de l'offre « qui pose problème, ce n'est pas seulement sur Vendôme mais surtout sur Territoires vendômois, c'est quelque chose de problématique, on le voit, quand certains souhaitent aller là où il y a un pôle d'attractivité, un site important, qui va nécessiter 40 minutes de route, il n'y a pas de problème, les gens vont le faire mais, par contre, en terme de restauration ils sont obligés de refaire 20 minutes de route ou prévoir le pique-nique et tout le monde n'a pas envie de ça donc c'est vrai que dans l'entièreté du territoire la restauration est quelque chose qui reste problématique aujourd'hui... » (communication personnelle, 4 novembre 2021). S'il existe, dans les villages et dans les villes intermédiaires quelques établissements de restauration, comme c'est le cas à Montoire-sur-le-Loir, c'est moins vrai à proximité immédiate de certains sites culturels et touristiques. Cette situation peut s'expliquer par plusieurs phénomènes :

- l'éparpillement des sites, qui ne crée pas de pôles de concentration suffisants pour capter les flux de personnes;
- une population locale insuffisante pour assurer la rentabilité des restaurants lorsque la clientèle touristique se fait plus rare;
- des sites touristiques de faible capacité d'accueil, dont les ouvertures sont irrégulières (le château de Rochambeau) ou saisonnières (le train touristique de la vallée du Loir,

la maison natale de Ronsard, le jardin du Plessis-Sasnières ne sont ouverts que durant la période d'été et dans les ailes de saison, d'avril à octobre).

De fait, certains lieux ne sont que des lieux de visite. « Lavardin propose une balade d'une journée entre la rotte aux biques, la découverte de l'église, les troglos, le château [...] c'est juste un lieu de visite » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021). Si l'installation récente d'un restaurant apporte désormais de quoi se restaurer, il était, il y a encore quelques mois, impossible de le faire, dans un lieu pourtant labellisé « Plus beaux villages de France ». Prenons également l'exemple de la maison natale de Ronsard, manoir de la Possonnière sur la commune de Vallée-de-Ronsard. Ce site est à trente kilomètres de la ville-centre, il est assez éloigné des grands axes de circulation (à 32 kilomètres de la N10 et à 30 kilomètres d'une entrée d'autoroute) et d'une offre de restauration, qui plus est de qualité (le premier restaurant se trouve à 11 kilomètres). Ces exemples prouvent qu'il s'agit d'une réelle difficulté, qui rend la périphérie dépendante de la ville-centre. Cette dépendance se traduit également vis-à-vis d'un type d'hébergement : l'hôtellerie.

2. Dépendance de la périphérie pour l'hôtellerie

Comme on l'a démontré, « ce qui est paradoxal c'est que Vendôme est effectivement une ville d'art et d'histoire donc il y a une partie patrimoniale après une grande partie de l'offre de visite est plutôt en dehors de Vendôme, si vous allez à Lavardin, si vous allez à Sasnières, si vous allez à Trôo, à Couture, ce sont des endroits où il n'y a plus d'hôtellerie, les distances ne sont pas énormes » (ibid). Cette situation de dépendance par rapport à l'hôtellerie est toutefois à nuancer puisque l'offre ne repose pas uniquement sur ce type d'hébergement, on trouve une diversité d'hébergements en périphérie. Ce manque peut néanmoins être problématique pour la clientèle ne voyageant qu'à travers les hôtels.

Une partie de la clientèle, bien qu'elle ne séjourne pas dans la ville-centre, est donc dépendante d'elle pour un certain nombre d'activités. Néanmoins, l'offre de loisir est surtout localisée en dehors de Vendôme (ville-centre), dans la vallée. La ville-centre doit donc nécessairement s'appuyer sur l'offre de la périphérie pour constituer une offre touristique globale.

Chapitre 3 : La remise en cause du modèle centre-périphérie : deux entités complémentaires qui forment la destination

Le modèle centre-périphérie est donc largement remis en cause par le tourisme. Contrairement à la théorie des modèles centraux, il y a une forme d'égalité entre la ville-centre et la périphérie qui crée un ensemble indissociable, qui forme la destination touristique, renforcé par les politiques publiques locales. La périphérie tire partie de la solidarité de la ville-centre par le développement de projets qui font qu'elle s'émancipe et se détache de la ville-centre.

1. Ville-centre-périphérie, un ensemble indissociable

Il n'y a pas un centre qui dominerait tout parce qu'il possède une offre touristique exhaustive et une périphérie qui serait dépendante du centre parce qu'elle serait essentiellement constituée de la demande. La ville-centre possède un certain type d'offre alors que « l'offre de visite et de loisir est plutôt le long de la vallée » (ibid), d'ailleurs, « Vendôme ne peut se vendre sans parler de tout ce qu'il y a à faire autour » (ibid). Mais « ce serait difficile de vouloir développer une activité dans la campagne sans faire référence à la ville-centre et à tous les services qu'elle offre » (ibid) d'où leur interdépendance et leur complémentarité créant « un ensemble » (L. Brillard, communication personnelle, 4 octobre 2021) indissociable. La ville-centre a une certaine attractivité que l'on a démontré précédemment «mais elle ne se suffit pas à elle-seule» (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) particulièrement lorsque l'on évoque la question du tourisme. D'ailleurs, « en matière touristique comme en matière institutionnelle, le principal écueil, c'est toujours d'opposer le centre et la périphérie et se dire que le centre attire tout à lui et que la périphérie n'en bénéficie pas » (Brindeau, 2021). D'ailleurs, « Vendôme ne peut pas se vendre sans parler de tout ce qu'il y a à faire autour mais ce serait difficile de vouloir développer une activité dans la campagne sans faire référence à la ville-centre et à tous les services qu'elle offre. Là il y a une vraie interdépendance » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021).

L'offre touristique, dispersée entre la ville-centre et la périphérie permet, de fait, de développer des séjours plus longs et plus originaux, entre ville et campagne. Dans son magazine de destination 2022, l'office de tourisme de Territoires vendômois a fait appel à une blogueuse Instagram, Emmy de @emmyzartca (programme complet du séjour en annexe p. 116), pour

mettre en valeur le territoire au travers d'un week-end dans le Vendômois. Le séjour qu'elle a réalisé est la parfaite illustration de tout ce qui a été démontré jusqu'à présent et qui montre qu'il est difficile de passer deux jours à Vendôme, sans sortir de Vendôme, sans sortir de Vendôme (ibid). Effectivement, sur les trois jours (dont deux nuits), seul un après-midi a été consacré à la ville-centre avec le parcours « laissez-vous conter Vendôme » qui a permis à la blogueuse de découvrir les principaux attraits de Vendôme, en une heure et demie. L'offre d'hébergement étant ordinaire à Vendôme, elle a préféré profiter d'un gîte troglodytique insolite dans le village des Roches-L'Evêque. La ville-centre a été « utile » le lendemain pour le déjeuner, car on a vu que la périphérie avait des difficultés à proposer une offre de restauration régulière le long de la vallée du Loir. Les deux autres jours ont été consacrés aux visites de caves, de lieux culturels et de villages remarquables dans la périphérie. L'intégralité des déplacements dans le cadre du séjour a été réalisée en voiture ce qui montre aussi le manque d'alternatives à ce moyen de transport. Le séjour résume donc le fait que la ville-centre possède l'offre classique d'une ville de cette taille (des restaurants, des hôtels, des pâtisseries, un parcours de visite) et que toute l'offre de loisirs est avant tout en périphérie. Pourtant, il y a bien une volonté politique de favoriser un équilibre entre la ville-centre et la périphérie.

2. Une interdépendance renforcée par les politiques publiques locales

La ville-centre reste, en dehors de la question touristique, « le pôle central » qui doit « assumer ses fonctions de locomotive » (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021). Bien que Vendôme soit « accusée à tort de vouloir le leadership de tout, du fait d'être ville-centre » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021), elle reste néanmoins le pôle ressource du territoire et elle a « un devoir de solidarité, il faut qu'elle irrigue » (ibid). Si les politiques publiques menées par l'Etat ont eu tendance à renforcer son pouvoir, les élus locaux tentent d'inverser la tendance en accompagnant, au même titre que la ville-centre, les petites communes dans leurs projets, pour favoriser l'irrigation des flux touristiques vers la périphérie et créer un équilibre des pôles. La création d'un Site Patrimonial Remarquable à Trôo, « le travail sur le schéma équestre en Vendômois, [...] porté par la communauté d'agglomération Territoires vendômois, qui consiste à créer des boucles pour permettre des « randonnées équestres de trois jours » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021), la labellisation de la maison natale de Ronsard en « maison des illustres » et la recréation des jardins sont des exemples de ce « travail d'équilibre » (L. Brillard, communication personnelle, 4 octobre 2021) qui se met en place à travers le développement de ces projets.

« Le tourisme n'est pas quelque chose qui est ancré dans l'esprit de tous » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021), notamment dans les petites communes qui n'ont pas d'attraits touristiques, tout du moins pas de sites suffisamment importants pour que des retombées économiques soient générées. Ils se sentent donc « assez éloignés des ces problématiques touristiques » (ibid) et, là encore, les collectivités tentent des les y intégrer, « c'est pour ça qu'avec les boucles à vélo (hors vallée du Loir à vélo), on a essayé de faire des parcours dans des petites communes qui ont quand même un attrait, comme Selommes, comme Azé et son lavoir, pour dire qu'il y a des petites choses et se dire [...] que ça se diffuse aussi sur le territoire » (ibid). Mais toutes ces politiques contribuent avant tout à renforcer l'attractivité touristique de la périphérie qui l'est déjà autant, si ce n'est plus, que la ville-centre. C'est pourquoi Vendôme développe (cf. perspective - partie 2) de son côté un certain nombre de projets en mesure d'améliorer son attractivité. Reste que la périphérie, sortie plus forte de la crise sanitaire, tente depuis, de réduire son interdépendance vis-à-vis de la ville-centre par le développement d'une offre qui lui faisait défaut jusqu'alors.

3. Une périphérie qui s'émancipe, qui crée son indépendance et les conditions d'une inversion des polarités par le tourisme

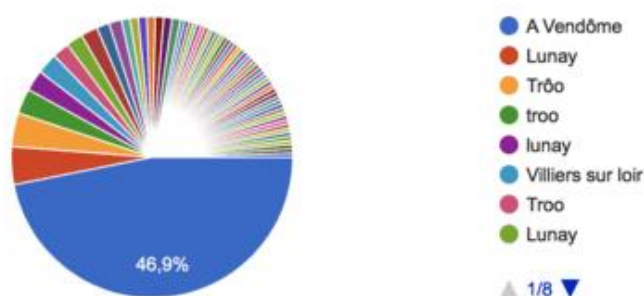
La périphérie tend à se détacher de la ville-centre en développant une offre capable de maintenir les touristes sur place, sans nécessairement avoir recours aux services de la ville-centre. Les résultats, à la question « où avez-vous passé votre séjour ? », dans le cadre du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois, le montrent, plus de la moitié des personnes interrogées ont fait le choix d'un séjour dans la périphérie (illustration n°8). D'ailleurs quand des touristes séjournent en dehors de Vendôme certains « nous disent qu'ils vont aller à Beauval, à Lavardin, à Trôo, à Montoire pour les courses et quand on leur demande s'ils sont allés à Vendôme, ils vont dire non » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021). Ce propos est renforcé par ceux de Patrick et Jean-Luc Eclaircy-Deterpigny, qui estiment, au regard des nombreux touristes qu'ils accueillent que Vendôme n'est « absolument pas déterminante dans le choix de destination » (communication personnelle, 12 novembre 2021). « Le territoire a (donc) tendance à être découvert en raison des attraits de la périphérie et non par la ville-centre » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021). Avec la crise sanitaire, le Vendômois a vu l'arrivée de néo-ruraux « issus des communes d'Île-de-France pour arriver dans un territoire plus respirable » (ibid), favorisant une sorte de

« ruralité réinventée » (ibid), « entraînant un embourgeoisement important du milieu rural » (Marcotte et al., 2010 : 36), produisant de l'activité touristique.

Illustration n°8 : le lieu de séjour des touristes en Vendômois

Q1 : Où avez-vous passé votre séjour (nom de la commune) ?

207 réponses



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

« On voit très bien que l'offre est en train d'évoluer, on voit par exemple des chambres d'hôte qui développent des produits spa et ils arrivent à avoir du monde parce que la clientèle qu'ils visent, c'est du citadin en court séjour » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021), ils intègrent, outre le couchage, des activités de loisirs et la possibilité de se restaurer sur place. Plusieurs exemples permettent de montrer cette évolution :

- Pour remédier au problème de dépendance de la ville-centre vis-à-vis de l'offre de restauration, le jardin du Plessis-Sasnières (labellisé Jardin remarquable), en léger retrait de la vallée du Loir (sur les hauteurs), a ouvert il y a quelques années un restaurant pour stopper cette dépendance et ainsi, assurer une meilleure rentabilité et maintenir ses visiteurs plus longtemps sur le site ;
- On voit également apparaître depuis plusieurs années, le long de la vallée du Loir, l'ouverture d'une offre de restauration saisonnière. Cette offre prend la forme de guinguettes. Trois guinguettes sont ouvertes chaque été entre Vendôme et Trôo. Si une

part de leur clientèle est sans aucun doute liée à la population locale, elle n'en est pas moins attractive pour la clientèle touristique ;

- Le 22 juillet 2022, se tenait la présentation, sur site, du projet Repère Sauvage (à laquelle j'ai participé), un projet d'un nouveau genre, porté par deux jeunes femmes parisiennes, qui prend appui sur un ancien manoir à la Ville-aux-Clercs, une petite commune au nord de Vendôme. Ce projet est né du constat d'un engouement des citadins pour l'envie de nature et d'une envie grandissante (renforcée par la crise sanitaire) de s'échapper de la ville dès que possible. Par l'alliance, dans ce même projet, « d'hébergements éco-construits, de salles dédiées aux séminaires, événementiel, coworking/télétravail, par la création d'un restaurant, d'une bibliothèque, d'espaces de jeux, d'une mini ferme, d'un potager et d'une piscine adaptée à tous les âges » (Repère Sauvage, 2022), il est le reflet de l'attractivité de la ruralité et ici, particulièrement de la périphérie vendômoise et il montre comment les acteurs du tourisme tentent de pallier au manque de services que la périphérie ne pourra proposer en raison du manque de demande à l'année, par des équipements touristiques « all inclusive » (tout inclus). Ces projets, qui s'attachent tout de même à créer « un partenariat territorial fort » (ibid) n'en fragilisent pas moins la ville-centre car les interactions des touristes avec le reste du territoire, à l'image des sites touristiques « hors sol » comme CenterParcs sont réduites, les retombées économiques sont concentrées et ne bénéficient pas réellement à la commune et au territoire sur lequel est implanté le site (hormis les impôts locaux).

Au fur et à mesure que l'on s'éloigne de la ville-centre, cette idée d'indépendance de la périphérie est d'autant plus vraie. Des villages comme Trôo, qui sont à la limite d'être qualifiés de marges, bien que pleinement rattachés à la ville-centre pour des raisons pratiques, développent leur propre communication touristique. Le village de Trôo, par son caractère identitaire fort (lié au troglodytisme) a développé un point d'information touristique, il interagit avec la ville-centre (l'office de tourisme) et les villages situés à proximité mais il joue un rôle d'interface avec les acteurs touristiques issus du département de la Sarthe, étant à proximité des frontières du Loir-et-Cher. Par l'intermédiaire de l'association Trôo Tourisme, des relations s'entretiennent et ce, malgré les tensions politiques existantes (cf. Partie 4 - chapitre 1). Par ailleurs, Trôo n'a pas attendu que Vendôme se positionne dans la campagne de communication portée par le département et la région chaque année, pour développer la notoriété de son village. L'émission de Stéphane Bern « Le village préféré des Français » dans laquelle le village de Trôo est arrivé septième lors de la saison 2021, a donné un grand coup de projecteur à la cité

troglodytique permettant de faire sortir de l'inconnu cette pépite du Vendômois. D'ailleurs, selon Patrick et Jean-Luc Deterpigny (qui ont largement contribué à valoriser le village), Vendôme « grâce à l'émission de Stéphane Bern » (communication personnelle, 12 novembre 2021) et aux retombées médiatiques générées par ricochet (magazines, émissions...), « Trôo devient plus connu que Vendôme, ce qui est assez atypique, c'est beaucoup plus petit et ce n'est pas la capitale du Vendômois » (ibid). Les retombées ont été significatives, à la fois pour la fréquentation des sites touristiques du village, selon le président de l'association Trôo Tourisme, Patrick Eclercy-Deterpigny (ibid), mais elles l'ont été également pour ce qui concerne l'hébergement et la restauration. D'autres exemples prouvent la volonté des acteurs de la périphérie d'affirmer ses atouts pour attirer les touristes comme à Lavardin, qui possède désormais un restaurant et de nouvelles chambres d'hôtes et qui a pour projet en 2023, la mise en œuvre d'une étude de la stabilité de son château (article Nouvelle République, 26 mai 2022).

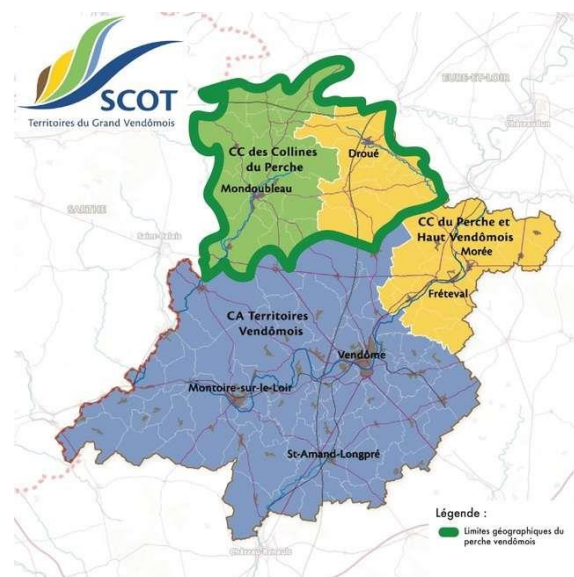
Par une offre "all inclusive" et par le déploiement d'une communication offensive, on voit comment la périphérie tend à renforcer son attractivité ce qui fait que cette attractivité est au moins « aussi forte du côté de Lavardin que du côté de Vendôme » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021), voire plus importante du côté de Lavardin au regard de l'analyse et pose la question de l'« inversion des polarités » (Grataloup, 1993 et Bernard et al., 2017), par le tourisme, où, finalement la périphérie, « par un développement local endogène, qui ne dépend (presque) nullement du centre » (Dumont, 2019/3 : 19), est en phase à devenir une centralité touristique partielle, vis-à-vis de Vendôme, et non pleine et entière, parce qu'elle dépend encore de Vendôme pour l'administration et l'offre de soins notamment. La partie suivante se focalise sur le Perche-Vendômois, en bordure de la vallée du Loir, il s'inscrit dans d'autres logiques, sans dépendre de Vendôme, du fait de sa situation de marge.

Focus : le Perche-Vendômois, une destination à part entière inscrite dans d'autres logiques

Le Vendômois est composé de deux régions touristiques principales : la vallée du Loir qui occupe la majeure partie du Vendômois et le Perche-Vendômois, quelque peu excentré au nord, rattaché au Perche, qui s'étend par-delà les frontières du département de Loir-et-Cher (illustration n°9). Il est intéressant de voir que ce morceau de territoire, bien qu'en lien avec la ville-centre (tout autant que Trôo), est loin de dépendre d'elle. Cette destination, presque à part

entière est inscrite dans d'autres logiques en raison de sa position géographique, à cheval entre plusieurs départements. « Dès que tu vas à Arville, on est dans une autre logique touristique qui regarde vers Le Mans, qui regarde un peu vers l'Eure-et-Loir » (C. Marion, communication personnelle, 12 novembre 2021). La commanderie templière d'Arville, site touristique majeur du Perche-Vendômois, bénéficie de Vendôme, selon le directeur du site, Anthony Renou, parce que c'est un bassin de vie mais « mais l'intérêt que représente Vendôme du point de vue du tourisme ne change pas grand-chose sur la fréquentation du territoire. Nous on est tourné sur le fait qu'on est au cœur du Perche historique » (A. Renou, communication personnelle, 29 octobre 2021). Cette remarque du directeur de la commanderie templière d'Arville montre le désintérêt que représente Vendôme du point de vue touristique, qui va être accentué par l'entrée de Couëtron-au-Perche (où le site touristique phare, la commanderie templière d'Arville, est implanté) dans le « périmètre du Parc naturel régional du Perche » (ibid). La ville-centre n'a donc pas un rôle déterminant dans la capacité du territoire à attirer le tourisme, la périphérie est même en position de « force » précisément parce qu'elle se situe à la marge. Elle attire donc par son état de marge mais aussi parce qu'elle peut capter des flux touristiques venant d'un nombre plus grand de bassins de vie émetteurs.

Illustration n° 9 : carte du grand vendômois et découpage du Perche- Vendômois (arrondissement de Vendôme)



Source : SCOT - Grand Vendômois
SCOT Grand Vendômois et réalisation personnelle

Conclusion de la partie 3

En définitive, s'il y a bien une forme d'inégalité entre Vendôme et son aire complémentaire, en raison de son statut administratif et de sa capacité à concentrer une offre de services importante, utile aux habitants de sa périphérie, du point de vue du tourisme, la ville-centre et la périphérie constituent un ensemble indissociable, non pas vraiment par la mise en exergue d'une identité commune, mais par une relation de dépendance mutuelle (l'une, la ville-centre, possède un type d'offre, les capacités d'accueil de touristes en grand nombre, la concentration de services à la population et l'autre, la périphérie, dispose d'une offre de loisirs et d'hébergement originales et des villages de caractère valorisés par des labels) et les interactions entre les acteurs crée une « vraie interdépendance » (C. Granger, 30 novembre 2021), voire une complémentarité, par la différence des propositions offertes aux touristes, formant la destination (qui vient brouiller la relation centre-périphérie). Mais, la ville, qui développe sa solidarité envers la périphérie, se nourrit de cette solidarité, en plus de développer des initiatives propres, et tend à formuler les conditions de son indépendance, présentant ainsi des effets de centralité par le tourisme. Cet exemple montre effectivement que l'espace périphérique, dont les valeurs « d'authenticité, d'intimité, de rareté et de préservation » (Bernard, et al., 2017 : 8) attirent, encore plus aujourd'hui avec les conséquences de la crise sanitaire, peut à la fois faire figure de centre et de périphérie (ibid), à l'image du cas de Bali, à une autre échelle. On peut donc en déduire que la périphérie tend à inverser progressivement et partiellement les polarités (Grataloup 1993) parce qu'elle aura toujours un rapport avec la ville-centre en dehors du tourisme. La perspective suivante aborde la question de l'identité du Vendômois, qui semble assez floue et dont les acteurs interrogés ont des difficultés à la définir.

Perspective : Ronsard, l'incarnation de l'identité du Vendômois ? Le trait d'union entre la ville-centre et la périphérie ?

Très souvent, il est revenu au cours des entretiens semi-directifs une remarque, celle de l'absence d'identité du Vendômois et le manque d'un véritable positionnement marketing.

Pierre de Ronsard fait partie de l'histoire du Vendômois au sens large, il fut très attaché au territoire par le fait qu'il y est né et pour ses nombreux poèmes qui font référence à des lieux

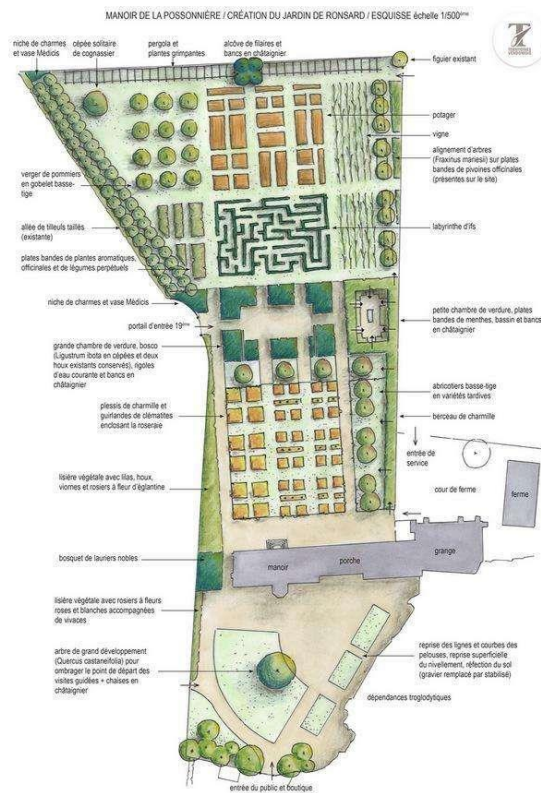
et à la nature vendômoise. Il est rattaché à Vendôme notamment parce que le lycée tricentenaire porte son nom.

Les jardins Renaissance de la maison natale de Ronsard, un projet conçu pour renforcer l'attractivité de la périphérie ou un projet purement politique ?

Cette stratégie s'est concrétisée par un projet majeur porté par la communauté d'agglomération Territoires Vendômois : la création de jardins d'inspiration Renaissance au manoir de la Possonnière, la maison natale de Pierre de Ronsard, sur la commune Vallée-de-Ronsard. Ce projet a été construit dans la logique régionale de vouloir faire de la région, le jardin de la France et dans la stratégie de vendômois qui vise à développer l'offre de nature. Qualifié par certains de projet uniquement adopté pour satisfaire les vœux des élus de l'ancienne communauté Vallée du Loir et Braye (qui avait acquis le manoir, il y a une vingtaine d'années), il est, selon Pascal Brindeau, alors président de la communauté d'agglomération Territoires vendômois, au moment où il a été lancé, un projet qui n'a pas été conçu pour créer un équilibre par rapport au centre mais comme pouvant « nourrir la périphérie comme il nourrit le centre » (communication personnelle, 27 octobre 2021). Ces jardins ne semblent pourtant pas faire l'unanimité auprès de nombreux acteurs touristiques qui jugent le projet démesuré et loin de répondre aux besoins nécessaires au développement touristique du territoire. D'une manière générale, est pointé du doigt le manque de réflexion préalable alors que le bâtiment mérite un diagnostic pour mesurer son état sanitaire et qu'aucune stratégie de développement touristique n'a été rédigée, tout en sachant que plusieurs associations ont tenté de faire vivre le lieu, sans grande réussite d'autant plus que « ça fait des années que la programmation est assez élitiste » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Les investissements ont été conséquents pour créer ces jardins d'inspiration Renaissance (400 000 euros HT dont 160 000 euros pris en charge par l'Etat (DETR), 98 000 euros pris en charge par la région et 33 000 euros de mécénat (Le Petit Vendômois, 16 mars 2021). Cette initiative a toutefois permis de redonner de l'attrait au manoir qui souffrait d'un manque cruel de visiteurs (illustration n°10). Sauf qu'en réalité, les chiffres de fréquentation ont montré - quand on parlait de la réussite des sites « grâce » à la crise sanitaire - que la Possonnière est l'un des seuls sites à avoir vu sa fréquentation baisser (passant de 5807 en 2019 à 4793 visiteurs en 2021) alors que la renaissance des jardins aurait d'autant plus, dû attirer davantage.

Il y a certainement d'autres facteurs, outre le fait que l'offre de restauration est éloignée et que les grands axes de circulation sont eux aussi distanciés, il peut s'agir aussi du produit en lui-même. Ronsard intéresse-t-il encore ? Il y a peut-être « beaucoup de traumatisés des cours de français du collège » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021). Si le tourisme de nature a largement suscité l'engouement chez les citadins, reste à savoir si Ronsard arrivera à renouer avec le public.

Illustration n°10 : plan des jardins Renaissance de la maison natale de Ronsard



Source : lepetitvendomois.fr

Communauté d'agglomération Territoires vendômois

La partie suivante vise à mettre en perspective le positionnement marketing du Vendômois vis-à-vis de la vallée du Loir et de la vallée de la Loire à partir du contexte actuel, et dans le but d'aborder dans quelle mesure le Vendômois peut s'affirmer à proximité d'un centre touristique majeur.

Partie 4 : Le Vendômois, entre vallée du Loir et vallée de la Loire, quel positionnement ?

Les lois territoriales des années 2010 (lois NOTRe), ajoutées à la scission du Vendômois de l'agence de développement de la vallée du Loir, a engendré la réflexion d'un nouveau positionnement marketing. Celui d'insérer le Vendômois dans le Val de Loire, en jouant la carte du tourisme vert pour se différencier a été choisi par l'office de tourisme de Territoires vendômois, en concertation avec les collectivités territoriales et les offices de tourisme des communautés de communes de l'arrondissement. Ce positionnement ne semble pourtant pas faire l'unanimité au regard des deux points de vue qui se dégagent : celle de poursuivre la stratégie engagée ou celle de coopérer avec les acteurs de la vallée du Loir pour former un destination à part entière. Deux stratégies qui ne semblent pas incompatibles et qui s'avèrent même nécessaires pour lutter contre la marginalisation du territoire.

Chapitre 1 : Le positionnement marketing actuel

1. L'insertion dans le Val de Loire

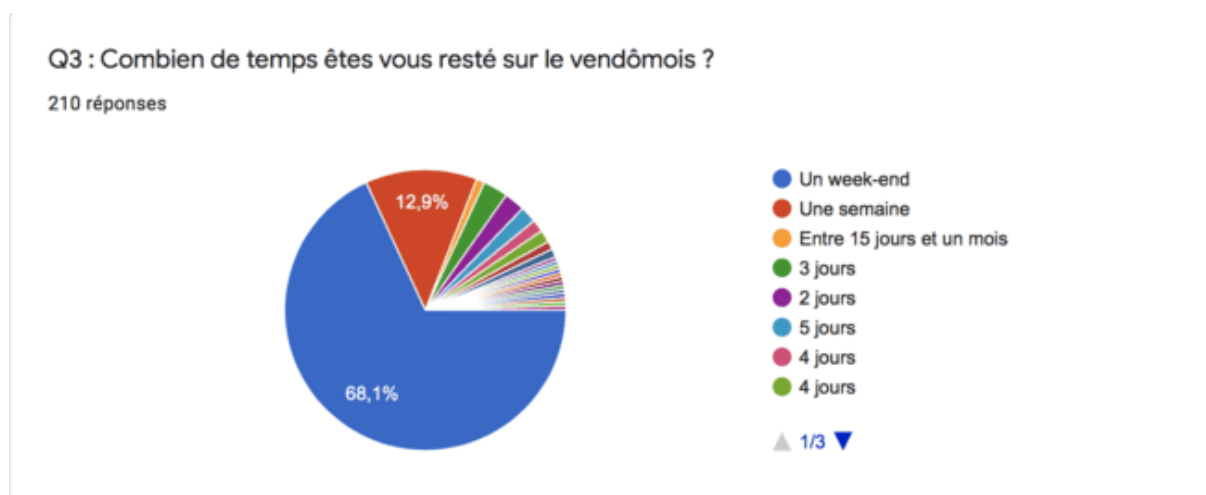
Le tourisme en Vendômois n'a jamais profité d'une réelle mise en réseau et d'un véritable cap, mais plutôt de stratégies qui ont évolué au fil de la succession des présidents de l'office de tourisme de Vendôme. Cette situation peut s'expliquer par la position géographique ambiguë du Vendômois. Il est, en effet, « à la fois près voire trop près des châteaux de la Loire » (C. Marion, communication personnelle, 12 novembre 2021) et en même temps, il semble se détacher du fait de sa position géographique, non pas sur la vallée de la Loire, mais au cœur la vallée du Loir. Cet « axe ligérien qui est quand même puissant, très fort » (ibid), est marqué par l'omniprésence des châteaux issus de la Renaissance, par des jardins à la française, irrigués par le fleuve le plus long de France : La Loire. Depuis la création de la communauté d'agglomération Territoires vendômois en 2017, une stratégie a été arrêtée par les offices de tourisme et les collectivités territoriales « à l'échelle de l'arrondissement de Vendôme » (C. Granger, 30 novembre 2021) et en lien avec l'Agence Départementale du Tourisme (ADT 41), celle de « s'inscrire dans le Val de Loire » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021), ce qui se traduit concrètement par l'inscription du Vendômois dans les cartes de la vallée de la Loire, c'est aussi, utiliser la marque de destination *Val de Loire France*, dont l'office de tourisme de Vendôme est ambassadeur et bénéficiaire par exemple d'une visibilité sur le site

internet *valde Loire-france.com*. Ce positionnement est abondé par une stratégie de différenciation.

2. En jouant la carte du tourisme vert pour se différencier

Tout en s'inscrivant en tant que sous-destination du Val de Loire, le Vendômois veut jouer la différence en promouvant le tourisme vert selon Philippe Douin (ibid). L'objectif étant de « s'appuyer sur cette notoriété internationale pour pouvoir déployer une visibilité » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021), « conquérir de nouveaux marchés pour faire en sorte qu'ils restent plus longtemps sur le territoire » (N. Tessier, communication personnelle, 4 novembre 2021) et « ne plus seulement être une étape sur le tourisme mais devenir une destination et attirer la région parisienne » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021). Le questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois en témoigne, à la question « combien de temps êtes-vous resté sur le Vendômois? », 68,1% des personnes interrogées ont répondu « un week-end », ce qui prouve effectivement qu'il s'agit avant tout d'une destination de court séjour, qui peut plaire à des citadins.

Illustration n°11 : la durée de séjour des touristes en Vendômois



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Les offices de tourisme du Vendômois s'attachent à développer et à promouvoir une offre tournée vers la nature par une stratégie de mise en valeur, par une application mobile (Ecobalade) et par le renouvellement de la signalétique, des chemins de randonnées, de boucles

à vélo, de jeux ludiques en forêt et à favoriser les séjours nature mêlant sylvothérapie (bain de forêt) et nuit dans une chambre-cabane avec les animaux (Magazine de destination de Vendôme, 2022). Cette stratégie s'applique à l'échelle de la destination dont les limites prennent appui sur l'arrondissement de Vendôme.

3. Une destination qui prend appui sur les limites administratives de l'arrondissement

Le Vendômois, par la volonté des élus locaux, a décidé, à la création des trois communautés de communes et de la communauté d'agglomération Territoires vendômois, de former le Vendômois en tant que destination touristique à part entière. Une ambition forte, qui fait suite à la scission du Vendômois avec l'agence de développement de la vallée du Loir.

La création de l'ADV L en 1980

Il fut un temps « le pays (Vendômois) avait travaillé sur ce qu'il faudrait faire, en fait sur les partenariats qu'il faudrait avoir avec l'extérieur alors c'était le Dunois et c'était aussi ce qu'on appelait l'ADV L (agence de développement de la vallée du Loir) mais qui n'existe plus sous cette forme là » (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021). En 1980, une agence de développement « l'agence pour le développement de la vallée du Loir » (ADV L) est, en effet, créée. Précurseur en matière de coopération interdépartementale, l'agence fédérait toutes les collectivités (93 communes, sur trois départements) traversées par le Loir et plus de 700 acteurs du tourisme (France 3 Centre Val de Loire, 2013), à l'image du modèle réticulaire développé par Gérard-François Dumont. Son objectif était de déterminer des actions communes pour dynamiser le tourisme et effacer ainsi les limites administratives.

La scission du vendômois

« Au début (avant la rupture), quand nous avons débuté notre activité, l'ADV L fonctionnait, il y avait un contact, il y avait des petites tensions mais ça travaillait quand même parce qu'il y avait des acteurs du tourisme qui disaient il faut qu'on travaille ensemble ! » (P. et J.-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021) mais « il y a eu un moment donné un essoufflement, même un peu une fâcherie disons les choses » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021), il y a même eu une véritable « rupture » entre

les acteurs politiques du Loir-et-Cher et de la Sarthe à partir de 2011, liée à « un problème de personnes et de moyens » (P. et J.-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021) et « parce qu'il y avait une politique de faire le Grand Vendôme qui pouvait peut-être justifier la mise en place d'une structure comme la nôtre » (France 3 Centre Val-de-Loire, 2015) mais ça « les touristes ne comprennent pas » (ibid), créant une scission entre les sous-ensembles de la destination Vallée du Loir, à savoir le Vendômois et le Dunois d'un côté et la Sarthe et l'Anjou de l'autre. Insensibles aux querelles politiciennes et aux limites administratives, une trentaine de prestataires de Loir-et-Cher continuent de travailler avec l'ADV L (France 3 Centre Val de Loire, 2013), qui n'a pas cessé son activité. Certains acteurs ont essayé tant bien que mal à faire renouer ces territoires pour travailler entre eux sur la question du tourisme comme Nicolas Haslé qui avait organisé une rencontre inter-Scot et avait invité un Scot Vallée du Loir. « Malheureusement les blessures de l'ADV L ne sont pas encore toutes fermées et je crains qu'il y ait encore des vivants qui ont porté ce combat et tant qu'ils seront encore là (je ne souhaite la mort de personne), je sais qu'il y eu cette séparation Loir-et-Cher, Sarthe. Loir-et-Cher et Dunois ont toujours bien travaillé ensemble mais avec la Sarthe c'est indispensable car avec le Dunois on a la source et le cœur du Loir et avec la Sarthe et la fin du Maine-et-Loire, on allait jusqu'à la confluence avec les rivières Maine, Sarthe et Mayenne » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021).

Cette scission a eu l'audace de montrer qu'une gestion sous la forme d'une structure unique n'est pas forcément à privilégier même si cela peut générer des avantages par ailleurs, comme pour la gestion des tâches administratives par exemple. Nicolas Haslé et d'autres estiment qu'il ne faut, en effet, « pas recréer une structure commune, il faut créer une action partenariale, la renouveler, se rendre compte que ça marche, qu'on a appris à se connaître, à se reconnaître, pour se dire tiens, on pourrait officialiser quelque chose, un festival, une battle touristique entre Loir et Loire, il y a certainement quelque chose à inventer, à proposer mais il y a un vrai levier » (ibid). Il estime que « la seule condition c'est d'avoir une gouvernance collégiale et où aucun territoire ne puisse se dire l'un tire la couverture à lui plus que l'autre » (Ibid). La position marketing qui découle inévitablement de cette scission ne fait pas l'unanimité auprès des acteurs touristiques.

Chapitre 2 : Une position qui ne fait pas l'unanimité

Au fil des entretiens semi-directifs et au regard de certaines réponses dans le questionnaire, deux points de vue se dégagent quant au positionnement que doit prendre le Vendômois pour assurer sa visibilité et son attractivité touristique. Certains acteurs prônent l'insertion, le rattachement net du Vendômois dans la destination Val de Loire, en poursuivant la stratégie actuelle. Quand d'autres estiment qu'il serait plus judicieux de développer une stratégie autour de la vallée du Loir.

1. Poursuivre la stratégie actuelle

Plusieurs raisons défendent cette volonté politique délibérée de poursuivre la stratégie engagée :

- La stratégie « ne colle pas uniquement à la collectivité Territoires vendômois, mais on est bien à l'échelle de l'arrondissement, c'est la volonté qui avait été choisie il y a plusieurs années donc on poursuit » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021);
- D'autres considèrent que Vendôme serait la porte « de deux zones touristiques, la porte du Perche d'un côté et la porte de la Vallée de la Loire de l'autre, donc des grands châteaux comme Chambord et Beauval » (P. Brindeau, communication personnelle, 27 octobre 2021), et qu'elle peut se voir comme une première étape d'un séjour touristique qui se poursuivrait vers les châteaux de la Loire ;
- Le Vendômois bénéficierait de retombées économiques du Val de Loire : « avant on se disait, on n'est pas une destination touristique parce qu'on n'a pas de grands sites [...] mais on n'avait pas vu qu'il y a plein de gens qui viennent ici pour deux ou trois jours juste pour aller à Chambord et ça nous sert » (ibid) ;
- L'intégration du Vendômois dans la vallée du Loir, ne permettrait pas au Vendômois et à la vallée du Loir de devenir une destination touristique à part entière car la logique Vallée du Loir est hyper limitée, elle ne permettrait pas d'atteindre une notoriété suffisante qu'a le Perche d'un côté et qu'a la vallée de la Loire de l'autre, ni de voler de ses propres ailes en disant que c'est une destination touristique selon Pascal Brindeau (ibid) ;
- Aussi parce que les politiques régionales et départementales sont tournées vers le Val de Loire, d'ailleurs la feuille de route du département est clair, il s'agit de « prendre

appui sur les marques touristiques telles que la région les a définies donc des marques touristiques régionales [...] qui sont le Val de Loire et la Sologne et après en marque de produit on en a deux : les châteaux de la Loire et la Loire à vélo » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021). Le plan stratégique pour le tourisme régional, le montre également, en assumant vouloir renforcer les atouts majeurs du tourisme en région Centre Val-de-Loire et donc promouvoir avant tout le Val de Loire et le produit phare la Vallée de la Loire à vélo et ses grands sites patrimoniaux, sans vraiment se préoccuper des petites destinations en marge du Val de Loire, même s'il y a une certaine volonté de « rééquilibrer les disparités territoriales » (Plan d'action régional, 2016) ;

- Et enfin le Val de Loire englobe un vaste territoire qui dépasse les limites de sa vallée en tant que telle et « ça permet de clore le débat, est-ce que c'est Vendôme, est-ce que c'est la vallée du Loir, le Perche, on se nourrit et on s'inscrit dans un espace plus grand et chacun s'y retrouve » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021).

Alors que d'autres estiment plutôt qu'il faille renforcer les liens avec les territoires voisins de la Vallée du Loir.

2. Coopérer avec les acteurs de la Vallée du Loir

Les défenseurs d'une coopération Vallée du Loir grande nature, représentés notamment par certains professionnels et acteurs du tourisme, sont mitigés vis-à-vis de ces arguments. Ils n'ignorent pas les retombées économiques que génèrent la proximité du Vendômois avec le Val de Loire mais ils considèrent que le Vendômois n'en récupère « que les miettes ». C'est le cas de certains acteurs, comme le directeur de la commanderie templière d'Arville ou certains hébergeurs comme Jean-Luc Deterpigny, qui pensent que le Vendômois détient des richesses qui lui sont propres, qui n'ont rien à envier au Val de Loire et qui peuvent surtout attirer une clientèle différente de celle du Val de Loire, une clientèle en quête de nature et de culture, non loin de Paris. Le Vendômois « doit avoir sa propre identité, il ne doit pas s'effacer derrière la vallée de la Loire car il n'aura pas de visibilité. Si on se dit qu'il faut qu'on se rattache à la vallée de la Loire, d'accord, mais ça n'a rien à voir, on a d'autres paysages et c'est d'autres époques, le Vendômois on l'associe au Moyen-Âge plutôt qu'à la Renaissance » (P. et J-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, le 12 novembre 2021). Se marier avec la Loire, est selon eux une « contre-publicité » (ibid). C'est pourquoi, ils jugent bon que

le Vendômois développe son attractivité touristique et s'affirme en tant que destination à part entière, d'abord en tant que sous-destination de la vallée du Loir, par un travail de collaboration avec les territoires traversés par le Loir, que sont le Dunois, le sud de la Sarthe et le Maine-et-Loire dans le but de promouvoir une identité commune plus large. Les élus sont pourtant conscients qu'il y a « effectivement un travail à poursuivre, à développer sur la vallée du Loir et la notoriété grandissante de Lavardin et désormais Trôo » (L.Brillard, communication personnelle, 27 octobre 2021) le démontre. Un autre courant de pensée a émergé, celui qui consiste à dire que le tourisme serait un vœu pieu à moins d'avoir un équipement phare, capable de rayonner à l'échelle nationale.

3. Le tourisme : un vœu pieu en Vendômois ?

Cette hypothèse que développer le tourisme serait un vœu pieu en vendômois, Nicolas Tessier, agent territorial auprès de la communauté d'agglomération Territoires vendômois et Christophe Marion, ancien maire de Saint-Ouen (41), actuel député de Loir-et-Cher, l'envisagent.

Nicolas Tessier pense, en effet, que ce qu'il manque est un « site exemplaire, d'attraction majeure », que ce soit un « Center Parcs ou un centre d'hébergement » (communication personnelle, 4 novembre 2021). Tant qu'il n'y aura pas ce type d'équipement, il pense qu'on n'arrivera pas à faire sortir le Vendômois de l'ombre. Comme démontré avec le projet Repère Sauvage, « dans les enclaves touristiques, les organisations, surtout si elles relèvent d'entreprises internationales [...] standardisent leurs modes de fonctionnement et d'approvisionnement et peuvent prendre moins en considération l'environnement et les traditions locales [...] et les dépenses des touristes sont alors engrangées par ces organisations extra-territoriales » (Marcotte, et al., 2010 : 10), l'implantation d'un site hors-sol peut donc entraîner des désagréments notables pour le territoire, les études sur le Futuroscope ont par exemple montré l'inertie de l'attractivité touristique du département de la Vienne (Bernard, 2017 : pp.21-22) justement en raison de son implantation « ex-nihilo » (Dumont, 2018 : 50).

Quant à Christophe Marion, il estime que « quand tu es à Blois, Chambord, Amboise, Chaumont, ton petit clocher de la Trinité (Vendôme), qui est quand même magnifique, il ne pèse pas beaucoup » (communication personnelle, 12 novembre 2021). Il a l'impression que « les différentes équipes se cassent les dents depuis trente ans, déjà Daniel Chanet (ancien maire de Vendôme de 1989 à 2008) se posait la question “comment est-ce que l'on fait venir les touristes ?” et chacun ayant son idée. Ah bah tiens le Loir à Vélo... c'est comme

l'enseignement supérieur, c'est les mêmes rengaines » (ibid). Selon lui, « peut-être que sur le tourisme, on vit sur un espèce de mythe, en se disant on va éclairer, il y a des gens qui trouvent que c'est chouette, c'est joli, "ah on a été agréablement surpris par Vendôme" mais de là à aller à Vendôme... » (ibid) et étant donné l'absence d'un élément patrimonial fort il pense que ce n'est peut-être « qu'à travers un équipement d'ampleur que le Vendômois peut rayonner » (ibid). En soi, ces deux positionnements ne sont pas incompatibles, elles paraissent même nécessaires pour lutter contre la marginalisation de tout un territoire.

Chapitre 3 : Deux positionnements stratégiques compatibles et nécessaires pour lutter contre la marginalisation du territoire

Si Anthony Renou a tendance à dénoncer ce qu'il appelle « la schizophrénie à Vendôme » (communication personnelle, 29 octobre 2021), l'éparpillement dans la promotion du territoire, qui limite le développement d'une réelle notoriété, renforcé par cette ambivalence dans le positionnement marketing semble néanmoins nécessaire notamment parce que le Val de Loire constitue un apport non négligeable pour le tourisme en Vendômois.

1. Le Val de Loire, un apport non négligeable pour le Vendômois

La proximité avec le Val de Loire génère effectivement des retombées économiques notamment pour les hébergeurs.

Le questionnaire sur les pratiques touristiques du Vendômois a montré que 34,5% des personnes interrogées ont estimé que l'un des attraits principaux du Vendômois est sa proximité avec les châteaux de la Loire et la région parisienne (illustration n°3). Une partie de la clientèle venue pour le Val de Loire décide de séjourner dans le Vendômois pour trois raisons principales :

- Sa proximité relative, qui permet de ne pas être gêné par les nuisances du tourisme de masse, d'être en « retrait de l'effervescence » (P. et J.-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021). Ils ne veulent « pas loger au cœur du tourisme près des châteaux, où les campings sont bondés et, en fait, notre avantage, c'est ce côté campagne, territoire moins connu mais où il y a quand même des équipements de qualité et donc on a cette clientèle là qui veut visiter les grands phares

tout en étant au calme, pas dans des campings de 4000 places » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) ;

- Sa facilité d'accès, « le trajet n'est pas un problème en soi car on circule très bien, la campagne est belle » (P. et J.-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021) ;
- Et enfin pour le faible coût des locations de vacances par rapport au Val de Loire.

En somme, la position du Vendômois par rapport au Val de Loire ne semble pas un handicap, mais plutôt un atout. Le Vendômois est une sorte de succursale touristique du Val de Loire, assez éloignée pour ne pas subir les inconvénients de l'affluence de cette destination touristique, mais suffisamment proche pour donner envie de s'y arrêter et de bénéficier à la fois de l'offre de proximité intimiste du Vendômois tout en profitant de l'offre grand public du Val de Loire (à moins d'une heure des grands châteaux et du zoo de Beauval).

Par ailleurs, il y a une certaine dépendance du Vendômois par rapport à la vallée de la Loire, puisque les acteurs du tourisme s'appuient sur cette proximité pour vendre leur produit, les touristes prennent donc souvent connaissance du vendômois par la proximité avec les châteaux de la Loire, « moi qui fais des échanges de maisons, les touristes acceptent de faire échange avec moi parce qu'ils sont près des châteaux de la Loire, à Vendôme, je peux en un heure en voiture aller visiter les châteaux de la Loire, ça c'est un élément qu'on leur vend » (C. Marion, communication personnelle, 12 novembre 2021), parce qu'on « adore notre Vendômois et il a beaucoup de qualités mais aurions-nous autant de touristes s'il n'y avait pas les châteaux de la Loire ? Je n'en suis pas convaincue » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) et il est vrai que le Vendômois est pour la plupart des touristes « une étape soit pour faire les châteaux de la Loire ou pour aller vers le sud » (P. et J.-L. Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021). Cette position géographique n'est donc pas vue comme un handicap, c'est un moyen d'exister, ce qui en fait un atout mais fait aussi ressortir les faiblesses d'un territoire méconnu, incapable de promouvoir ses propres richesses qui sont pourtant nombreuses et dont les touristes sont souvent agréablement surpris une fois les avoir découvertes (ibid), d'où la nécessité de lier le positionnement Val de Loire et Vallée du Loir en renforçant la coopération avec les voisins les plus proches.

2. La nécessité de coopérer

A travers les exemples mais aussi à travers les chiffres de fréquentation des sites touristiques, qui sont de 10 à 100 fois supérieurs, comme en atteste les chiffres suivants : 1 400 000 visiteurs pour le ZooParc de Beauval et 374 696 visiteurs pour le Domaine régional de Chaumont-sur-Loire en 2021 (Observatoire ADT/CRT, 2021), la domination du Val de Loire ne peut être remise en cause. Elle entraîne une dépendance, reléguant inéluctablement le Vendômois au statut de périphérie, puisqu'il y a une inégalité très forte. Pour lutter contre cette dépendance et affirmer sa propre identité, le Vendômois s'est rapproché de ses voisins, (malgré les tensions) pour mettre en œuvre des partenariats autour de projets touristiques structurants. La séparation du Vendômois avec l'ADVL, a entraîné la suppression « d'offres de séjours vélo, en lien avec des tour-opérateurs, à partir de Vendôme » (France 3 Centre Val-de-Loire, 2013) une nouvelle coopération était donc nécessaire, elle est née autour de deux projets : *La vallée du Loir à vélo* et le label *Vignobles et découvertes*. Des partenariats par projet semblent, en effet, être plutôt la solution à envisager et c'est tout du moins celle qui a été retenue pour développer deux projets fédérateurs entre le Vendômois et les autres territoires de la vallée du Loir :

- *La vallée du Loir à vélo* est un parcours de 320 kilomètres qui débute des sources du Loir (Saint-Eman en Eure-et-Loir) et se termine à Angers, où elle se connecte à *La Loire à vélo*. Le parcours est entièrement balisé. *La Vallée du Loir à vélo* est née d'une idée portée par l'office de tourisme de Châteaudun, qui voyant notamment le succès de la véloscénie et la façon dont elle fonctionne, à savoir, un itinéraire développé et promu par un réseau de collectivités territoriales et leurs institutions touristiques, s'est rapproché des offices de tourisme présents tout le long de la vallée du Loir. Un comité d'itinéraire a été constitué, il est composé de représentants de chaque destination (offices de tourisme et collectivités) traversée par le Loir (le dunois, le vendômois, le sud de la sarthe et l'Anjou). Ce projet est donc le fruit d'un travail collectif qui a débuté il y a plusieurs années et qui semble porter ses fruits et se développer au regard de la sortie en juin 2022, du guide du routard spécial *vallée du Loir à vélo*, à l'image des guides du Routard déjà existants sur *La Loire à vélo* et et la *Vélo Francette*. Ce projet a permis de « remettre tout le monde autour de la table et de penser équipements, amélioration de l'équipement, développement de certaines offres » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) d'une part, et de montrer, d'autre part,

la capacité des acteurs de cette destination à œuvrer ensemble pour obtenir des résultats probants. Il témoigne aussi du sens de la vallée du Loir, en tant que destination touristique à part entière, sans se rattacher nécessairement au Val de Loire, pour pouvoir exister. La réussite de ce projet, qui attire aujourd'hui une clientèle d'étape (l'absence d'éco-compteurs ne permet pas d'avoir de données chiffrées) peut être un tremplin pour renouveler l'expérience avec un nouveau projet afin de consolider, voire de renforcer les liens entre tous les partenaires de la destination et ainsi, développer la gamme de clientèles.

Les itinérances douces : un moyen efficace pour mieux connecter la ville-centre à sa périphérie, le Vendômois à la vallée du Loir et la vallée du Loir, au Val de Loire ?

En effet, les mobilités douces sont une des solutions pour que des « connexions se fassent naturellement entre la ville-centre et différents points d'appui » (P. Douin, communication personnelle, 4 novembre 2021), le projet la *Vallée du Loir à vélo* l'a montré. En développant son réseau de voies vertes, elle renforcera inévitablement les liens entre la ville-centre et la périphérie mais aussi les liens avec les territoires de la vallée du Loir et du Val de Loire.

- Le label *Vignobles et Découvertes*. Créé en 2009, ce label est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France, à des « destinations proposant une offre complète, correspondant à une pratique de court séjour, pertinente sur la thématique du vignoble, et de qualité. Les candidats doivent assembler de l'hébergement, de la restauration, des activités de découverte des caves, des visites de sites culturels, des découvertes d'espaces naturels, de savoir-faire locaux, des activités de loisirs, des événements, des structures réceptives répondant aux exigences du règlement d'usage et engagés dans la démarche » (Atout France, 2022). La marque vise ainsi « à développer la mise en réseau, favoriser l'émergence et la valorisation de produits qualifiés en cohérence avec les nouvelles attentes et pratiques des clientèles touristiques sensibles à l'oenotourisme » (ibid). En vallée du Loir, ce label national a été obtenu il y a une dizaine d'années autour de trois AOP viticoles :
 - l'AOC Coteaux du Vendômois
 - l'AOP Coteaux du Loir

- l'AOP Jasnières

Autour des acteurs directement impliqués par l'AOP/AOC (vignerons) gravitent un ensemble d'autres acteurs divers et variés (associations locales, offices de tourisme, collectivités...) qui organisent et mettent en place des actions de valorisation du vin en lien avec leurs activités, créant des produits touristiques originaux. Ainsi, il permet d'associer des acteurs du territoire autour d'un objectif, celui de développer l'attractivité touristique, au bénéfice du plus grand nombre. Pour pouvoir obtenir ce label, il fallait un périmètre suffisamment large, pas uniquement sur l'AOP Coteaux du Vendômois. Ce rapprochement a donc été nécessaire mais il n'a pas été clairement voulu au départ, ce qui vient confirmer la fragilité des coopérations récemment entreprises.

3. Une coopération toujours fragile, qui doit se fortifier pour peser face au Val de Loire et lutter contre sa marginalisation

Vendôme souhaite donc bel et bien s'inscrire à la fois dans la dynamique Val de Loire et Vallée du Loir même si le « gros chapeau c'est quand même la stratégie Val de Loire » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021), la vallée du Loir reste « un sous-chapeau avec le Perche » (ibid). « Même si pour certains produits, un travail avec les voisins de la Sarthe et du Dunois est réalisé » (C. Granger, communication personnelle, 30 novembre 2021), il n'empêche que les relations entre les élus, l'office de tourisme de Vendôme et les élus de la Sarthe restent tendues. Il y a cette conscience d'une nécessité de « travailler ensemble » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021) au moins à l'échelle de l'arrondissement de Vendôme, au mieux à l'échelle de la Vallée du Loir, sans forcément abolir les limites administratives mais il reste des « limites psychologiques de certains élus et de certaines personnes influentes qui ne sont pas prêtes à abolir » (ibid). Le Schéma de Cohérence Territoriale du Grand Vendômois fixe un objectif pour les 20 ans à venir, celui « d'être une destination touristique à part entière du fait de ses trois identités : ligériennes, percheronnes et Vendôme » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021) Ce document a amené les participants (issus du territoire) à échanger et débattre sur la question du tourisme. Il ressort et Nicolas Haslé estime que travailler en coopération avec les territoires de la vallée du Loir est « un vecteur d'avenir et ce n'est que uni que l'on va pouvoir revendiquer un partenariat étroit avec le Val de Loire » (ibid). Ces deux stratégies ne sont, en effet, pas incompatibles. La Vendômois et la Vallée du Loir peuvent s'inscrire dans l'identité et le périmètre de la

destination Val de Loire pour exister à l'échelle internationale. Le touriste étranger détache la destination France en quelques grandes régions, il est donc nécessaire de s'inscrire dans un grand ensemble. Néanmoins, à l'échelle nationale, il est préférable de faire la distinction entre ces deux destinations, qui n'ont pas la même identité, ni le même public cible du fait d'une offre différenciante. Ces deux stratégies sont donc complémentaires et dans les deux cas, elles permettent d'éviter la marginalisation de Vendôme et du Vendômois par rapport au Val de Loire.

Conclusion Partie 4 :

Cette dernière partie a mis en exergue le choix du positionnement marketing du Vendômois pour s'affirmer au regard d'un centre touristique majeur : le Val de Loire. Le Vendômois a, par l'intermédiaire des élus locaux, décidé d'insérer sa destination dans le Val de Loire, tout en se différenciant par une stratégie qui promeut et développe le tourisme de nature. Cette volonté politique émane d'un passé qui a entraîné en 2011, pour des raisons de querelles politiques, la scission entre le bloc Vendôme et l'agence de développement de la vallée du Loir, engendrant de fait, une coupure nette entre le Dunois et le Vendômois d'un côté et la Sarthe et le Maine-et-Loire de l'autre côté. Si la Sarthe a décidé de poursuivre son travail de coopération avec le Maine-et-Loire, par une fusion des offices de tourisme, le Vendômois, ne s'est pas rattaché avec le Dunois pour ne former qu'un. Une entente s'est plutôt formée à l'échelle de l'arrondissement de Vendôme, formant une destination qui tient compte des limites administratives mais sans tenir compte des réalités touristiques. Dès lors, deux points de vue ont émergé : les partisans du Val de Loire et les défenseurs d'une coopération à l'échelle de la Vallée du Loir, quand d'autres estiment que le tourisme reste un vœu pieu en Vendômois, à condition d'avoir un site touristique majeur. La nécessité de coopérer s'est toutefois fait sentir et des projets à l'échelle de la vallée du Loir ont pu voir le jour comme c'est le cas de la *vallée du Loir à vélo*. Pour autant, les relations sont toujours stériles. Hors, ces deux positionnements sont compatibles car le Vendômois dépend naturellement du Val de Loire qui le domine et cette proximité est un atout car c'est en grande partie sa raison d'exister du point de vue touristique mais la coopération du Vendômois avec les acteurs publics et privés des territoires voisins est nécessaire, car en faisant bloc, elle permet d'affirmer une identité, loin d'inverser les polarités, mais tout du moins capable de peser face au Val de Loire pour négocier des partenariats, et ainsi, lutter contre sa marginalisation. Un nouveau statut juridique et un nouvel emplacement

pour l'office de tourisme de Vendôme vont voir le jour ces prochaines années. Ne serait-ce pas l'occasion d'afficher un nouveau positionnement et une nouvelle stratégie touristique ?

Perspective : Un nouveau statut juridique et un nouvel emplacement pour l'office de tourisme de Vendôme, pôle d'accueil principal du vendômois : l'occasion d'afficher une nouvelle stratégie touristique ?

Pour comprendre la naissance d'un nouveau statut juridique et le changement d'emplacement de l'office de tourisme de Vendôme, il faut remonter le temps. En effet, depuis plusieurs années, la ville de Vendôme réfléchit à un meilleur emplacement pour son office de tourisme, qui, situé dans des locaux vétustes et difficilement identifiable par les touristes en raison de sa localisation, en bordure du centre ancien, ne joue pas pleinement son rôle d'accueil. Lorsqu'une nouvelle municipalité est arrivée en 2014 à la mairie de Vendôme, Christian Loiseau, alors maire-adjoint, chargé de la culture, du patrimoine et des archives municipales, émet l'idée de regrouper au sein d'un même bâtiment (le bâtiment dit « Régence », dans le quartier Rochambeau), l'office de tourisme, le musée et le Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine pour faire un espace de centralité, d'accueil des touristes et créer ainsi, une véritable porte d'entrée touristique facilement accessible, en plein cœur des bâtiments conventuels de l'ancienne abbaye et à proximité immédiate du centre historique de la ville. Le bâtiment étant occupé par diverses activités dont le musée mais aussi la Société archéologique et littéraire du vendômois, il s'agissait de créer, à l'emplacement de l'office de tourisme, un site regroupant les associations d'histoire locale à deux pas de la bibliothèque municipale pour faire émerger un pôle de l'histoire locale. A cette époque, le quartier Rochambeau était un vaste parking, encerclé par les bâtiments militaires, abandonnés. Deux grands chantiers ont ouvert la voie à un réaménagement total du quartier Rochambeau, à savoir la restauration du toit du grand Manège et la transformation des écuries nord en studios de cinéma d'animation de l'agence Ciclic-Centre Val de Loire. En 2018, après quelques démolitions, les travaux d'aménagement débutent. La municipalité, en recherche active d'investisseurs pour occuper les quatre bâtiments vides de ce quartier, est contactée par l'entreprise Louis Vuitton, qui souhaite investir à Vendôme pour développer ses activités de maroquinerie. Plusieurs bâtiments sont proposés mais ce qui intéresse l'entreprise, c'est le bâtiment Régence, dans lequel un potentiel réaménagement intérieur est envisagé pour accueillir l'office de tourisme, le musée dans sa nouvelle configuration et le Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP). Face à une telle opportunité, le

mairie Pascal Brindeau, décide de vendre le bâtiment dans sa totalité à l'entreprise Louis Vuitton (150 emplois à la clé). Quid du projet de déménagement de l'office de tourisme ? Ce projet n'est pas abandonné, il devient d'ailleurs nécessaire par le fait qu'il faille déplacer le musée (situé dans le bâtiment Régence) pour laisser place aux activités de Louis Vuitton (Une clause particulière a été votée en conseil municipal concernant la partie du musée présent dans le bâtiment Régence. Elle devra être restituée au bout de 6 ans, à compter de la date d'achat du bâtiment). Ce faisant, les services de la communauté d'agglomération Territoires vendômois (les compétences culture et tourisme étant devenues communautaires avec la loi NOTRe) ont travaillé à l'élaboration d'un projet de futur musée-CIAP et office de tourisme, non pas dans le bâtiment Régence mais dans le bâtiment situé à côté de ce dernier.

Ce projet de déplacement de l'office de tourisme a posé la question de son statut juridique et de la stratégie de développement touristique pour le territoire. Comme mentionné dans la première partie, l'office de tourisme est aujourd'hui une association qui dispose d'un conseil d'administration composé d'un président (Thierry Fleury, maire de Lavardin) et de 23 membres répartis comme suit :

- onze représentants du collège des institutions;
- six représentants du collège des sites touristiques;
- cinq représentants du collège des hébergements;
- quatre représentants du collège de la restauration et des commerces;
- deux représentants du collège des adhérents individuels;
- deux représentants du collège des autres collectivités.

(Vendôme tourisme, 2022)

Cette organisation est encore en vigueur mais elle ne saurait l'être encore très longtemps d'après Pascal Brindeau qui estime qu'avec « ce projet de futur musée, qui inclut l'office de tourisme [...] c'est le moment de changer le modèle juridique, sous une forme ou sous une autre même si on est plutôt proche d'arriver à une SPL » (communication personnelle, 27 octobre 2021). Une SPL est une Société Publique Locale, un instrument contractuel pour la mise en œuvre de leurs politiques publiques sous forme de structure juridique de droit privé avec comme co-actionnaires des collectivités publiques. Cette forme juridique permet à chaque co - actionnaire d'être représenté en fonction de la part de capital qu'il détient. Cette

organisation permet également la mutualisation des moyens en matière de frais de gestion et de gestion du personnel, l'exemption de la mise en concurrence dite « in house » ou « quasi-régie » c'est-à-dire la possibilité pour un pouvoir adjudicateur (comme les collectivités territoriales) de développer des relations contractuelles avec une entité qui en est distincte mais proche comme le serait un service interne du pouvoir adjudicateur (Ministère de l'économie, 2022).

Un nouveau statut pour quelle stratégie ?

Trois objectifs se dessinent au regard du territoire selon Pascal Brindeau. Le premier, découle de la marque. Il s'agit de « capitaliser sur l'image de Vuitton et un goût de l'excellence dans le sens où par exemple le salon des métiers d'art de Marie-Hélène Poisson, c'est quelque chose qui peut monter en gamme, sur lequel on peut s'appuyer. C'est vraiment ce crédo là, luxe, savoir-faire, métiers d'art » (communication personnelle, 27 octobre 2021 En effet, l'artisanat d'art notamment autour des métiers du cuir est une tradition ancestrale à Vendôme qui peut renaître grâce à l'arrivée de l'entreprise Louis Vuitton et cela peut créer des synergies capables de rassembler des acteurs à l'échelle du vendômois, même si l'artisanat d'art reste un champ concurrencé, il permet par contre de faire des passerelles avec le Perche, où la concentration d'artisans d'art y est particulièrement importante.

Et « l'autre qui va de soi, le patrimoine et son animation » (ibid). Comme on l'a vu, le patrimoine occupe une place prépondérante et il est l'élément d'attraction des touristes si on analyse les chiffres de fréquentation de la question sur les pratiques touristiques en vendômois, pour 64% des personnes interrogées, la découverte du patrimoine est la motivation de leur venue. Et ensuite, « il faudra peut-être une autre entrée parce que tu vas très vite tomber sur des champs où on est concurrencé, tu prends le tourisme vert, on va être concurrencé, donc si on veut trouver à créer un autre produit, il faudra se différencier, sinon on aura pas de valeur ajoutée et puis ça dépendra aussi de ce que feront les opérateurs, commanderie d'Arville, ce qu'on veut faire de la Possonnière » (ibid).

La stratégie touristique reste à construire et les premières pistes avancées sont surtout valables pour la ville-centre mais elles n'intègrent pas les richesses existantes à l'échelle de la vallée du Loir. Ce projet permettra-il aux élus locaux de revoir leur position quant aux relations

avec les voisins du Vendômois pour créer une dynamique réticulaire autour de la vallée du Loir ? L'avenir nous le dira.

Conclusion générale

En définitive, la théorie des modèles centraux est renversée car elle ne prend pas en compte l'influence du tourisme dans le développement, l'affirmation, par une organisation et une coopération des acteurs dans les périphéries. Dans le Vendômois, si la ville-centre, Vendôme tient son rôle de ville d'accueil, de ville utile, par la diversité de son offre et de services utiles à la population comme aux touristes, parce qu'elle est un carrefour assez important du fait de la présence d'un arrêt de TGV qui relie la capitale notamment, elle ne possède pas d'une part, une offre touristique suffisante capable d'attirer et de faire rester le touriste plus d'une journée. Son attractivité est toute relative parce qu'elle a des difficultés à redistribuer et à irriguer son territoire, en raison d'un manque de connexions physiques, d'infrastructures de transport, en mesure de relier les gares à la périphérie. Néanmoins, la ville-centre joue un rôle dans le rééquilibrage des politiques publiques et permet d'apporter, par la volonté politique des élus locaux, une aide qui vise à créer un équilibre entre la ville-centre et sa périphérie et ainsi, contrebalancer les politiques de l'Etat qui ont tendance à renforcer le pouvoir de la ville-centre.

La périphérie possède quant à elle une offre touristique large qui s'appuie sur un patrimoine (châteaux, églises à fresques, train touristique, musées, lieux culturels...) et des hébergements insolites (les habitats troglodytiques), qui lui permettent de rayonner. Cette offre est quelque peu différente de l'offre présente dans la ville-centre. Les résultats de l'enquête ont montré que la périphérie vendômoise possède l'offre de loisirs tandis que la ville-centre détient plutôt l'offre hôtelière et une offre de restauration éclectique, que la périphérie peine à développer, en raison du fait que le faible nombre d'habitants ne permet pas de pallier la saisonnalité du tourisme, contrairement à la ville-centre. Ainsi, la ville-centre et la périphérie sont complémentaires. La loi NOTR(e) a renforcé le rôle de la ville-centre mais a, par le biais des élus locaux, souhaité pleinement jouer son rôle de solidarité en faisant en sorte de créer un rééquilibrage avec la périphérie, par l'octroi de crédits et d'un accompagnement de l'administration de la ville-centre dans ses démarches, créant une interdépendance de ces deux entités. Cependant le développement touristique de la périphérie est avant tout la conséquence d'un travail acharné des acteurs privés qui permet activement de renforcer son attractivité,

jusqu'à atteindre une certaine indépendance vis-à-vis de la ville-centre. Et il s'avère que plus l'on s'éloigne de la ville-centre, plus les communes ont développé cette capacité, nécessaire pour maintenir les touristes au moins une nuit. Cette situation s'est accentuée aussi parce qu'il y a dans la partie ouest du Vendômois, une mise en réseau des acteurs, qui constitue un vrai atout comme le montre Gérard-François Dumont. Vendôme est un peu en dehors de ce qui fait l'attractivité touristique du Vendômois, ce qui rend difficile la symbiose avec sa périphérie. Cette situation s'explique par un manque de « liant », de connexions culturelles, historiques, d'une mise en exergue d'une identité commune, outre des connexions physiques (infrastructures de transport), qui font que Vendôme et sa périphérie ne feraient qu'un.

Les acteurs d'un territoire, qui ont conscience de l'interdépendance et la complémentarité d'une ville et de son territoire ont tendance à travailler main dans la main et, dans une époque où la concurrence des territoires est très forte, à travailler en lien avec les acteurs touristiques des territoires voisins, dont l'identité est semblable, en dépassant les limites administratives, et ainsi, à former une destination touristique pleine et entière, surtout dans un contexte où le territoire est situé en périphérie d'une grande destination touristique comme c'est le cas du Vendômois avec la vallée de la Loire. En Vendômois, la capacité à coopérer a été très forte un temps avec les territoires de la vallée du Loir, mais les acteurs politiques du Vendômois ont fait le choix depuis 2011, de ne plus coopérer avec ceux des territoires voisins qui forment la vallée du Loir, pour des raisons politiques. Les professionnels du tourisme continuent néanmoins à travailler ensemble et les offices de tourisme ont tout de même travaillé depuis la scission sur quelques projets, en relation avec les acteurs du tourisme de la Sarthe et du Dunois mais cette coopération reste fragile.

Si le Vendômois attire des touristes, cette attraction est dûe en partie à sa proximité avec le Val de Loire. Il y a donc une certaine dépendance au Val de Loire, ce qui a conduit les offices de tourisme et les collectivités du Pays Vendômois à se rassembler autour d'un positionnement marketing : celui de s'insérer dans le Val de Loire en se différenciant par le biais de la promotion du tourisme de nature. Cette stratégie vise à limiter la marginalisation du Vendômois par rapport au Val de Loire. La stratégie marketing et les grands projets portés par Vendôme, ont, et contribuent toujours à limiter ce phénomène de marginalisation en créant une assise identitaire partagée par les acteurs du tourisme, au-delà des limites de la ville-centre et la crise sanitaire a renforcé l'envie des touristes de courts séjours, à proximité, tout en étant hors des sentiers battus, profitant à la périphérie. La proximité avec un centre touristique majeur

peut donc être vu comme un atout si le territoire périphérique en prend conscience et développe dans le même temps sa propre stratégie, avec les territoires voisins les plus proches qui ont des richesses communes pour s'affirmer. En Vendômois, le quasi-abandon de la stratégie marketing et le manque de coopération avec les acteurs des territoires voisins (Sarthe et Dunois) autour de projets touristiques structurants, en prenant appui sur une identité singulière et la faiblesse des passerelles créées avec le Val de Loire, fragilise le poids touristique du Vendômois, qui la relègue à sa place de périphérie touristique.

Recommandations :

Ce mémoire est le fruit de rencontres d'acteurs divers à l'échelle du vendômois. Il est aussi l'aboutissement de cinq années d'études et trois années d'alternance successivement au sein de la communauté d'agglomération Territoires vendômois et de la Ville de Vendôme mais aussi de quatre années à œuvrer en tant que bénévole, à l'animation et la valorisation du château de Vendôme. Cette période m'a permis de faire émerger des constats et de réfléchir à des recommandations au regard des faiblesses observées.

Plusieurs constats ressortent :

- Un manque d'identification du Vendômois en raison de l'absence d'identité clairement définie et partagée par l'ensemble des acteurs ;
- Un manque de communication de la destination « en terme de communication on sait qu'il y a quelque chose à faire mais on n'arrive pas à trouver les choses » (C. Gontier, communication personnelle, 4 novembre 2021);
- Une faible coopération des acteurs entre eux, notamment dans la réflexion globale. Il y a bien des liens entre les « restaurateurs, hébergeurs, propriétaires de sites » (P., J-L Eclaircy-Deterpigny, communication personnelle, 12 novembre 2021) mais rarement entre ces professionnels et les élus.
- Un manque de vision globale, formant des divergences de points de vue dans l'élaboration de la stratégie.

Les recommandations développées dans les lignes suivantes se déclinent en trois grands axes :

Axe n°1 : Renforcer l'attractivité touristique de la ville-centre

D'une part, en valorisant les deux monuments phares de la ville : le château et l'ancienne abbaye de la Trinité.

- Le château va connaître d'importants travaux de restauration à la fin de l'année 2022, ils vont s'étaler sur plusieurs années. Il est essentiel de profiter de cette période pour définir un projet de valorisation touristique et culturel global (quelle animation, quel

public cible...?), à l'échelle du site qui s'insère dans une relation avec l'ancienne abbaye de la Trinité et avec les autres châteaux médiévaux du territoire, pour faire corps et avancer ensemble.

- L'ancienne abbaye de la Trinité doit connaître des phases de travaux (définies dans le cadre d'une programmation pluriannuelle de travaux). Un parcours de visite doit être pensé. Il permettra, en dehors des visites guidées (dont la pénurie de guides conférenciers se fait sentir) de mettre en valeur, auprès du public, ses richesses et mieux appréhender son développement et son fonctionnement passé.

D'autre part, en renforçant le rôle d'accueil des touristes de la ville-centre par la refonte du projet Musée - office de tourisme - CIAP.

Comme indiqué dans le mémoire, le projet de musée - office de tourisme - CIAP doit voir le jour avant 2030. L'énième projet scientifique et culturel n'étant pas encore validé, l'opportunité peut être saisie pour envisager un autre projet. En effet, le projet actuel s'oriente autour d'un musée avec une présentation des œuvres d'une manière chrono-thématique (partie permanente) sans véritable lien avec le Vendômois, sans montrer ce qui caractérise la région et sans créer de changement entre le musée actuel et le futur établissement. Pourtant, ce musée, ayant vocation à être rattaché à l'office de tourisme, doit devenir une vitrine de ce qui fait l'identité de Vendôme et du Vendômois et entrer ainsi, en complémentarité avec l'office de tourisme. Il faut donc penser le projet autrement en commençant par se poser les questions suivantes : qu'est-ce qu'attend le public aujourd'hui ? Quelle est l'identité du territoire ? Qu'est-ce que l'on veut montrer, valoriser ? Vers quoi veut-on amener le public ?

Aujourd'hui la problématique des musées, c'est l'incapacité à attirer des publics éloignés des établissements culturels, il faut donc leur prouver que l'on peut les atteindre en leur offrant notamment du contenu accessible. En étant dans la même logique, les chiffres de fréquentation du musée de Vendôme ne risquent pas d'augmenter, ils sont déjà très bas (cf. mémoire) alors même que l'entrée est gratuite. Si on part du principe que le public cible, c'est les touristes, alors il faut développer un contenu simple, qui met, tout d'abord, en avant les spécificités de Vendôme au travers de son histoire et de son développement actuel (sa tradition industrielle autour du luxe, de l'artisanat d'art, son passé historique facilement reliable avec le luxe, ses personnages clés : Rochambeau et Ronsard pour faire des liens avec les sites de la périphérie et montrer en quoi Vendôme est une terre d'innovation, avec l'arrivée du TGV, ciclic...) et relier Vendôme à sa périphérie par le troglodytisme et les châteaux médiévaux (développé dans l'axe 2). Un mini-parcours peut être constitué autour de l'évolution des châteaux et de leurs

cités, en présentant les grands personnages et les temps forts, illustré par de la technologie (maquette évolutive par exemple) et par l'ajout d'œuvres pertinentes issues des collections du musée, le tout, sans entrer dans trop de détails car l'objectif est d'inviter le public à découvrir ou à redécouvrir les sites touristiques du vendômois *in situ*. En somme, ce pôle d'accueil doit se contenter de faire le lien, d'apporter ce liant (l'histoire commune) qui manque pour comprendre, promouvoir et rattacher la ville-centre à sa périphérie.

Axe n° 2 : Etablir une stratégie de développement touristique à l'échelle du Vendômois (en prenant appui sur les limites de la vallée du Loir) autour de ses deux grandes spécificités, qui en font l'identité :

Le Vendômois regorge de petits sites touristiques culturels et de loisirs, dispersés sur l'ensemble du territoire. Néanmoins, on peine à trouver une cohérence entre eux, tellement la diversité de l'offre présentée est grande. Pourtant, en parcourant le territoire, en écoutant les uns et les autres et à travers mes recherches sur des travaux historiques scientifiques, il ressort que le Vendômois est une terre de châteaux médiévaux, que l'on pourrait qualifier de « grands-pères des châteaux de la Loire, [qui serait] un vecteur à des fins de s'inscrire dans les logiques de Loire » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021). Les châteaux de Fréteval, de Vendôme, de Lavardin, de Montoire et de Trôo, ont la particularité d'être en ruine ou totalement détruits (comme à Trôo où il ne reste que des vestiges de remparts) et dont l'histoire est connexe. Chacun d'entre eux révèle une caractéristique architecturale ou historique spécifique et singulière, pour le moins méconnue, intimement liée à la vie des habitants. On peut citer la présence d'un des premiers donjons circulaires de France à Fréteval ou encore le remarquable donjon rectangulaire de la forteresse de Montoire-sur-le-Loir. Par ailleurs, ce fut une terre de rencontres décisives et de rivalités entre les rois de France et les Anglais, à l'époque de Philippe Auguste et Richard Cœur de Lion, tout autant que de luttes acharnées contre le catholicisme durant la période des guerres de religion avec le roi Henri IV, par ailleurs duc de Vendôme. Cette histoire pleinement inscrite dans la grande histoire est quelque peu oubliée. La raconter de nouveau, avec des outils d'interprétation modernes et innovants et en procédant au développement capable de conquérir « ceux qui vont apprécier le lieu mais pour d'autres choses » (P. Douin, communication personnelle, 1er octobre 2021) afin « d'y vivre des événements dans un cadre hors du commun et inouï » (N. Haslé, communication personnelle, 4 novembre 2021).

Mais il faut dès lors, convaincre élus et habitants de l'intérêt touristique que ces sites peuvent représenter s'ils s'inscrivent dans une stratégie globale de développement, tout en évitant de les transformer en réservoirs de tourisme de masse et de faire abstraction de l'intérêt scientifique et culturel qu'ils témoignent. Un cadre doit leur être donné afin de structurer la stratégie à mettre en place.

Le château de Vendôme, pilote de l'expérimentation

Un château doit être choisi pour être pilote, expérimenter des projets pour montrer la faisabilité à transposer certaines idées auprès des autres sites. Le château de Vendôme a actuellement la stratégie la plus aboutie. Il est donc pertinent d'accompagner le développement du château de Vendôme, ou du moins, de suivre le chemin entrepris par la Ville de Vendôme sur son château.

Un projet en plusieurs phases

D'abord, un diagnostic de l'état sanitaire de chacun des sites (hormis le château de Vendôme qui a déjà fait l'objet de cette procédure et il sera peut-être difficile de le faire pour le château de Fréteval qui est une propriété privée) doit être mené pour connaître l'état des dégradations, envisager les moyens à mettre en œuvre pour mettre à distance le public avant d'établir des phases de consolidation et de restauration.

- Un diagnostic de l'état sanitaire doit être mené aux châteaux de Montoire et de Lavardin dans un premier temps puis à Fréteval (propriété privée) et Trôo (vestiges des remparts du château). Ce diagnostic permettra de se projeter sur les travaux à mettre en œuvre rapidement.
- Un plan pluriannuel d'investissements pour la consolidation et la restauration des édifices devra être mis en place.
- En parallèle, des fouilles archéologiques programmées pourront être entreprises pour renforcer les connaissances historiques de chaque site et faire participer la population.

Une stratégie : les châteaux médiévaux réinventés

- **Les châteaux médiévaux réinventés** : Réfléchir à une stratégie de développement touristique globale cohérente (à l'échelle des cinq sites) afin d'envisager un projet qui

tient compte du public cible et des messages qu'on veut lui faire passer. Et une stratégie à l'échelle à l'échelle des sites pour définir le mode de gestion de chacun, les actions à programmer, le plan de communication... Le tout, dans le but de créer un parcours expérientiel unique tout au long de la vallée du Loir, qui ne relate pas forcément de la thématique médiévale mais qui prend appui dessus pour développer de l'innovation, qui tourne résolument les châteaux du Vendômois, au XXIème siècle.

- Le troglodytisme apparaît aussi comme une caractéristique majeure au regard de l'activité grandissante des hébergements insolites dans les cavités, du potentiel de développement et du lien à établir avec les châteaux médiévaux. Aujourd'hui, aucun circuit touristique, ni aucune mise en accessibilité n'a été prévu alors que le Vendômois possède des kilomètres de façades à flanc de coteau. L'intérêt grandissant pour la commune, capitale du troglodytisme en Loir-et-Cher, montre également à quel point le troglodytisme fascine et attise la curiosité.

Un objectif-clé : mieux relier Vendôme avec son offre et mieux relier Vendôme avec sa périphérie

Axe n°3 : Renforcer les liens avec les territoires de la vallée du Loir pour former une destination Vallée du Loir à part entière

Plus que jamais, l'heure est à la gouvernance, à la gestion de projets coordonnée entre des acteurs multiples, aux horizons divers.

Le Vendômois, à la croisée des paysages de la Beauce, du Perche et du Val de Loire, tient une identité historique et paysagère forte, méconnue et peu mise en avant. Les entretiens semi-directifs et les questionnaires ont révélé que le tourisme dans le Vendômois est en grande partie dû à sa proximité avec le Val de Loire. Ce phénomène montre donc l'intérêt des touristes pour cet espace quant à sa capacité à offrir un ensemble de services et sa position géographique stratégique, à la fois loin des inconvénients du tourisme de masse et proche des grands pôles d'attractivité touristique du Val de Loire (Chambord, Beauval...). Il montre aussi l'incapacité relative du Vendômois à attirer les touristes (au regard des chiffres de fréquentation) pour ses richesses propres.

Vendôme (et le Vendômois) ne peut donc s'affirmer face au Val de Loire que si elle travaille en coopération avec les acteurs des territoires pour penser la vallée du Loir comme une destination touristique à part entière. Une véritable stratégie de différenciation peut être menée pour s'imposer face au Val de Loire :

- par une action partenariale, un projet inter-territorial d'ampleur dans le but de valoriser les produits existants dont *la vallée du Loir à vélo*;
- en donnant de la cohérence à la vallée du Loir avec la création d'un storytelling à partir de ses histoires;
- par la mise en forme de la destination, à travers une brochure de destination à l'échelle de la vallée du Loir, comportant une introduction générale pour présenter la vallée/destination dans sa globalité et les produits qui lui sont associés et une déclinaison des quatre territoires qui le composent : le Dunois, le vendômois, le sud-Sarthe et Anjou-Sarthe-Loir, dont les identités singulières sont à valoriser. Ce magazine est une première étape, il pourrait mener à la création d'un site internet commun par exemple.

Bibliographie

Ouvrages

Baud P., Bourgeat S., Bas C., “Dictionnaire de géographie”, 2013 (5ème édition), Paris : Hatier.

Bernard N., Blondy C et Duhamel P., “Tourisme et périphéries, la centralité des lieux en question”, 2017, Presses Universitaires de Rennes.

Bouyssou, Davy, Delétang et al, “Histoire du Vendômois”, 2007, Vendôme : Éditions du Cherche-Lune.

Le Goix Renaud, “Villes et mondialisation : le défi majeur du XXIe siècle”, 2005, Paris : Ellipses.

Pasquier Jean-Claude, “Le château de Vendôme, une histoire douce-amère”, 2012, Vendôme : Éditions du Cherche-Lune.

Reghezza-Zitt, M., “La France dans ses territoires”, 2017, Paris: Armand Colin.

Articles scientifiques

Beauchard Jacques, “La ville contre le territoire ? Le cas de la Vienne”, *Population & Avenir*, [En ligne], p. 4-7, 2012/3 (n° 708), mis en ligne le 18 juillet 2012, consulté le 2 décembre 2020. URL : <https://www.cairn-int.info/revue-population-et-avenir-2012-3- page-4.ht>

Blanchet, P. “La réflexivité comme condition et comme objectif d'une recherche scientifique humaine et sociale”, *Cahiers de sociolinguistique*, [En ligne], pp. 145-152 vol. 14, no. 1, 2009, mis en ligne le 9 mars 2014, consulté le 30 novembre 2020. URL : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-de-sociolinguistique-2009-1-page-145.htm>

Bonnet Pineau, E. et al., “La France des marges : comment refaire de la géographie ?”, *Les Cafés Géo* [En ligne], mis en ligne le 1er mars 2018, consulté le 12 août 2022. URL : <https://cafe-geo.net/france-des-marges-comment-refaire-de-la-geographie/#:~:text=La%20notion%20de%20marge%20est,la%20penser%20depuis%20ses%20marges.>

Bourdeau, P. “Le tourisme réinventé par ses périphéries?”, *Explorando las nuevas fronteras del turismo. Perspectivas de la investigación en turismo, Ñire Negro*, [En ligne] pp.31-48, 2012, consulté le 20 juillet 2022. URL: <https://hal.univ-grenoble-alpes.fr/hal-01002411/document>

Calmette, M-F. “La dialectique ville / territoire : une ville qui aspire, ou une ville qui irrigue?”, *Annales des Mines - Réalités industrielles* [En ligne] p. 26-31, 2008/1 (Février 2008), mis en ligne le 17 octobre 2013, consulté le 30 novembre 2020. URL : <https://www.cairn-int.info/revue-realites-industrielles1-2008-1-page-26.htm>

Claval, P. “Réflexions sur la centralité”, *Cahiers de géographie du Québec* [En ligne] 44 (123), 285–301, 2000, mis en ligne en décembre 2000, consulté le 17 août 2022. URL : <https://www.erudit.org/fr/revues/cgq/2000-v44-n123-cgq2695/022922ar.pdf>

Depraz, S. “Chapitre 1. Une théorisation des marges : approches épistémologiques et conceptuelles” S. Depraz, *La France des marges: Géographie des espaces “autres”*, Paris: Armand Colin [En ligne] pp. 13-39, 2017, consulté le 12 juillet 2022. URL : <https://www-cairn-info.ezpaarse.univ-paris1.fr/la-france-des-marges--9782200617172-page-13.htm>

Dumont, G.-F. “Territoires : le modèle “centre-périphérie” désuet”, *Outre-Terre* [En ligne], pp. 64-79, 2017/2 (N°51), mis en ligne le 24 octobre 2017, consulté le 30 novembre 2020. URL : <https://www-cairn-info.ezpaarse.univ-paris1.fr/revue-outre-terre2-2017-2-page-64.htm>

Dumont, G.-F. “La dynamique des territoires. Radiale ou réticulaire?”, *Les Analyses de Population & Avenir* [En ligne], pp. 1-23, 2019/3 (N° 7), mis en ligne le 13 octobre 2020, consulté le 30 novembre 2020. URL : <https://www.cairn-int.info/revue-analyses-de-population-et-avenir-2019-3-page-1.htm>

Fagnoni, E. “Amnéville, de la cité industrielle à la cité touristique : quel devenir pour les territoires urbains en déprise?”, *Mondes en développement* [En ligne], pp. 51-66, 2004/1 (no 125), consulté le 2 décembre 2020. URL : <https://www.cairn-int.info/revue-mondes-en-developpement-2004-1-page-51.htm>

Grataloup, C. “Le même et l'autre : renouvellement de la chorématique”, *Espaces Temps* Les apories du territoire. Espaces, couper/coller, sous la direction de Bernard Elissalde, [En ligne] pp.143-196, 1993, mis en ligne le, consulté le 30 novembre 2020. URL : www.persee.fr/doc/espat_0339-3267_1993_num_51_1_3860

Grataloup, C. “Centre/périphérie”, *hypergéô* [En ligne], 2004, mis en ligne le 23 décembre 2004, consulté le 20 novembre 2020. URL : <https://hypergeo.eu/centre-peripherie/>

Gravari-Barbas, M. “Tourisme de marges, marges du tourisme. Lieux ordinaires et “no-go zones” à l’épreuve du tourisme”, *Bulletin de l’association de géographes français* [En ligne], 94-3, 2017, mis en ligne le 20 octobre 2018, consulté le 29 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/bagf/2097>

Lambert, A. “Roger Keil, Suburban Planet. Making the World Urban from the Outside”, Éric Charmes, *La revanche des villages. Essai sur la France périurbaine, Métropoles* [En ligne], 25 | 2019, mis en ligne le 7 janvier 2020, consulté le 26 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/metropoles/7238>

Lapassade, G. “Observation participante”, Jacqueline Barus-Michel éd., *Vocabulaire de psychosociologie* [En ligne], pp. 375-390, Érès, 2002, mis en ligne le 1er avril 2010, consulté le 7 janvier 2022. URL : <https://www.cairn.info/vocabulaire-de-psychosociologie--9782749206851-page-375.htm>

Marcotte, P. et al., “Nulle part ailleurs. La périphérie touristique en question”, *Téoros* [En ligne], 39-2 | 2020, mis en ligne le 15 juin 2020, consulté le 30 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/4768>

Miternique, et al., “Marges et périphéries : un espace pour des pratiques non touristiques”, *Téoros* [En ligne], 33, 2 | 2014, mis en ligne le 25 décembre 2015, consulté le 20 août 2022. URL : <https://journals.openedition.org/teoros/2684>

Prost, B. “Marge et dynamique territoriale”, *Géocarrefour* [En ligne], vol. 79/2 | 2004, mis en ligne le 25 octobre 2007, consulté le 27 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/geocarrefour/695>, consulté le 27 novembre 2020.

Pumain, D. “Lieux centraux”, *Hypergéô* [En ligne], mis en ligne le 15 janvier 2005, consulté le 16 novembre 2021. URL : <https://hypergeo.eu/lieux-centraux/#:~:text=La%20th%C3%A9orie%20est%20fond%C3%A9e%20sur,la%20demande%2C%20la%20population%20utilisatrice>.

Pumain, D. “Pour une théorie évolutive des villes”, *Espace géographique* [En ligne], tome 26, n°2, pp. 119-134, 1997, consulté le 16 juillet 2022. URL : www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1997_num_26_2_1063

Santamaria, F. “Les villes moyennes françaises et leur rôle en matière d'aménagement du territoire : vers de nouvelles perspectives ?”, *Norois* [En ligne], pp. 13-30, 2012/2 (n° 223), mis en ligne le 19 janvier 2005, consulté le 2 décembre 2020. URL : <https://journals.openedition.org/norois/4180>

Taulelle, F., “Chapitre 8 - La France des villes petites et moyennes”, Laurent Cailly éd., *La France, une géographie urbaine*. Paris, Armand Colin, « U » [En ligne], pp. 149-168, 2010, mis en ligne le 1er février 2016, consulté le 2 décembre 2020. URL : <https://www.cairn.info/la-france-une-geographie-urbaine--9782200255794-page-149.htm>, consulté le 2 décembre 2020

Thomsin, T. “Un concept pour le décrire : l'espace rural rurbanisé”, *Ruralia* [En ligne], 09 | 2001, mis en ligne le 19 janvier 2005, consulté le 30 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org.ezpaarse.univ-paris1.fr/ruralia/250>

Vitte, P. “Tourisme en espace rural : le territoire à l'épreuve”, *Revue de géographie alpine* [En ligne], pp. 69-85, tome 86 (n°3), 1998, consulté le 25 août 2022. URL : https://www.persee.fr/doc/rga_0035-1121_1998_num_86_3_2893

Articles de presse

La Nouvelle République, “Prochaine refonte des jardins de la Possonnière à Couture”, lanouvellerepublique.fr [En ligne], mis en ligne le 26 septembre 2019, consulté le 12 août 2022.

URL : <https://www.lanouvellerepublique.fr/loir-et-cher/commune/vallee-de-ronsard/prochaine-refonte-des-jardins-de-la-possonniere-a-couture>

Le Petit Vendômois, “Un jardin d’inspiration Renaissance pour le manoir de la Possonnière”, lepetitvendomois.fr [En ligne], consulté le 12 août 2022. URL : <https://lepetitvendomois.fr/arts-culture/un-jardin-dinspiration-renaissance-pour-le-manoir-de-la-possonniere/>

Webographie

Ministère de l'Economie, “Les sociétés publiques locales”, economie.gouv.fr [En ligne], consulté le 22 janvier 2022. URL : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/societes-publiques-locales-spl-et-societes-publiques-damenagement-spla>

Ministère de la Culture, “Label “Ville et Pays d’art et d’histoire””, culture.gouv.fr [En ligne], consulté le 22 janvier 2022. URL : <https://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Label-Ville-et-Pays-d-art-et-d-histoire>

France 3 Centre Val-de-Loire, “Le Loir fédérateur” [En ligne], juillet 2013, consulté le 20 août 2022. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=z7eorzAcBrE>

France 3 Centre Val-de-Loire, “Claude Denis, président de l’office de tourisme de la vallée du Loir” [En ligne] <https://www.youtube.com/watch?v=iZ27A3fGr20> (consulté le 20 juillet 2022)

Michelin, “Hôtels”, viamichelin.fr [En ligne], consulté le 20 juillet 2022. URL : <https://www.viamichelin.fr/web/Hotels?address=41100%20Vendôme&addressId=31NDJqY28xMGNORGN1TnpreU1EST1jTVM0d05qUTNNUT09>

Val de loire France, “Hébergements”, valdeloire-france.com [En ligne], consulté le 25 juillet 2022. URL : <https://www.valdeloire-france.com/organiser/hebergements-0?insee=41269>

Airbnb, “Logements, Vendôme”, airbnb.fr [En ligne], consulté le 25 juillet 2022. URL : https://www.airbnb.fr/s/Vendôme/homes?tab_id=home_tab&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&flexible_trip_lengths%5B%5D=one_week&query=Vendôme%2C%20France&place_id=ChIJP5OZYTNq40cR9_qBdguHCns&date_picker_type=calendar&source=structured_search_input_header&search_type=autocomplete_click

Vendôme tourisme, “Se loger”, *vendome-tourisme.fr* [En ligne], consulté le 24 août 2022. URL : <https://www.vendome-tourisme.fr/sejourner/se-loger/chambres-dhotes/>

Ville de Vendôme, “Cadre de vie”, *www.vendome.eu* [En ligne], consulté le 24 août 2022. URL : <https://www.vendome.eu/cadre-de-vie>

Petites cités de caractère, “La charte nationale de qualité”, *petitescitesdecaractere.com* [En ligne], consulté le 10 juillet 2022. URL : <https://petitescitesdecaractere.com/fr/lassociation-petites-cites-de-caractere-de-france/la-charte-nationale-de-qualite>

Table des entretiens

Corinne Gontier, directrice de l'office de tourisme Territoires vendômois

Entretien semi-directif en face-à-face le jeudi 4 novembre 2021, à 17 heures, à Vendôme.

Patrick Eclaircy-Deterpigny, président de l'association Trôo tourisme.

Entretien semi-directif en face-à-face le vendredi 12 novembre 2021, à 11 heures, à Trôo.

Nicolas Tessier, chargé de développement économique et touristique de la communauté d'agglomération Territoires vendômois.

Entretien semi-directif en face-à-face le jeudi 4 novembre 2021, à 10h, à Vendôme.

Jean-Luc Eclercy-Deterpigny, responsable de chambres d'hôtes et de gîtes à Trôo.

Entretien semi-directif en face-à-face le vendredi 12 novembre 2021, à 11 heures, à Trôo.

Philippe Douin, directeur de l'agence de développement du tourisme de Loir-et- Cher.

Entretien semi-directif en face-à-face le vendredi 1er octobre 2021, à 11 heures, à Blois.

Anthony Renou, directeur de la Commanderie Templière d'Arville.

Entretien semi-directif téléphonique le vendredi 29 octobre 2021, à 17 heures 30.

Pascal Brindeau, ancien maire de Vendôme, député de Loir-et-Cher.

Entretien semi-directif en face-à-face le mercredi 27 octobre 2021, à 17 heures 15, à Vendôme.

Laurent Brillard, maire de Vendôme et président de Territoires vendômois.

Entretien semi-directif en face-à-face le lundi 4 octobre 2021, à 17 heures, à Vendôme.

Claire Granger, vice-présidente de Territoires vendômois en charge du tourisme et du patrimoine.

Entretien semi-directif en face-à-face le mardi 30 novembre 2021, à 17 heures 30, à Sasnières.

Nicolas Haslé, élu à la ville de Vendôme et vice-président de Territoires vendômois, président du Schéma de Cohérence Territoriale Territoires du Grand Vendômois.

Entretien semi-directif en face-à-face le jeudi 4 novembre 2021, à 15 heures, à la mairie de Vendôme.

Christophe Marion, maire de Saint-Ouen, délégué général CTHS.

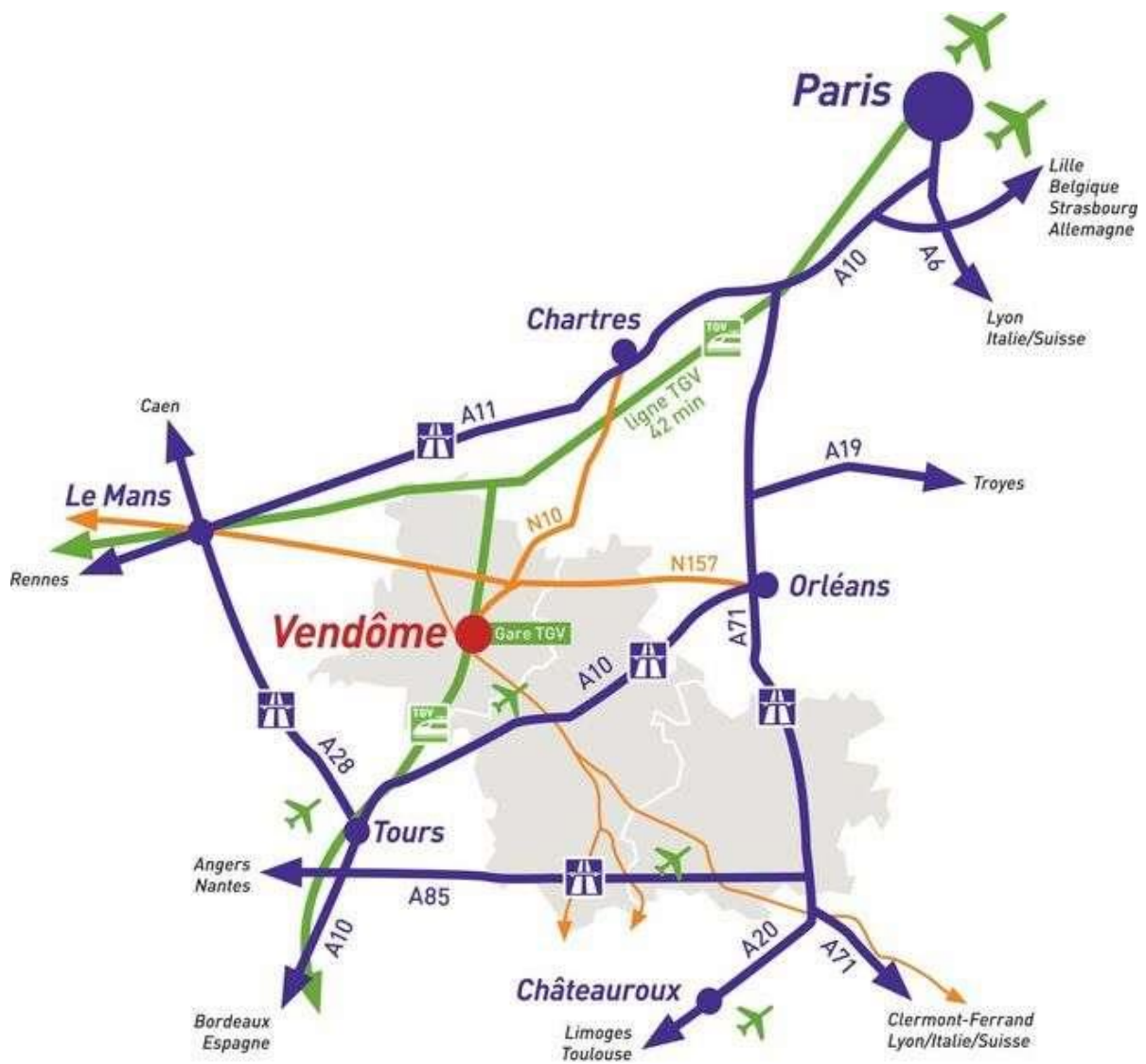
Entretien semi-directif en face-à-face le vendredi 12 novembre 2021, à 18 heures, à Saint-Ouen.

ILLUSTRATIONS

Table des illustrations

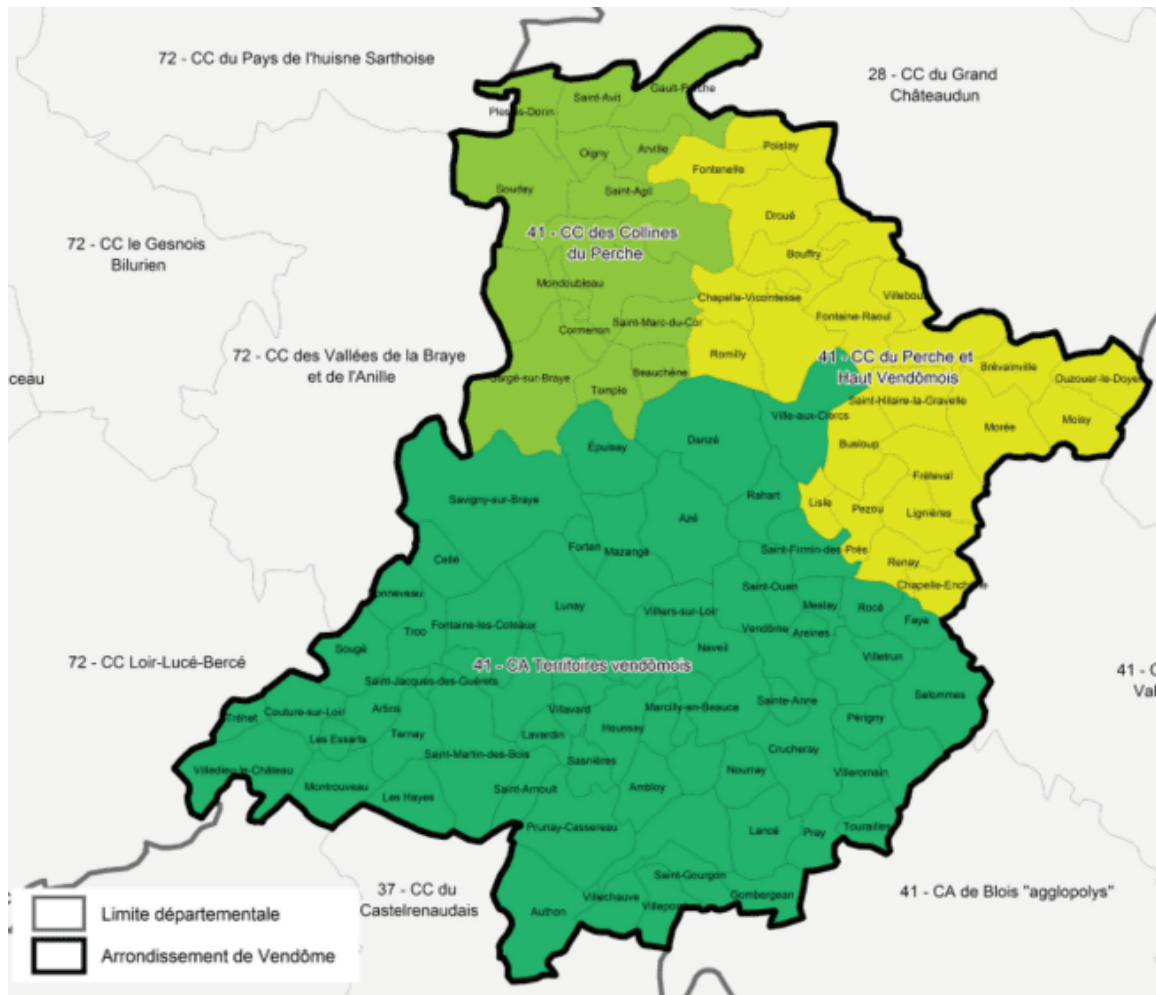
Illustration n°1 : Vendôme, une localisation géographique stratégique.....	103
Illustration n°2 : carte de l'arrondissement de Vendôme divisée par ses trois entités administratives.....	104
Illustration n°3 : l'attrait touristique du Vendômois.....	105
Illustration n°4 : les moteurs d'attractivité touristique de Vendôme.....	106
Illustration n°5 : couverture du magazine de destination de Vendômois 2022.....	107
Illustration n°6 : les moyens de locomotion des touristes.....	108
Illustration n°7 : la notoriété de la destination.....	109
Illustration n°8 : les lieux de séjours des touristes en Vendômois.....	110
Illustration n°9 : carte de l'arrondissement de Vendôme - découpage du Perche vendômois.....	111
Illustration n°10 : plan des jardins Renaissance de la maison natale de Ronsard.....	112
Illustration n°11 : la durée de séjour des touristes en Vendômois.....	113

Illustration n°1 : Vendôme, une localisation géographique stratégique



Source : www.territoiresvendomois.fr
Territoires vendômois

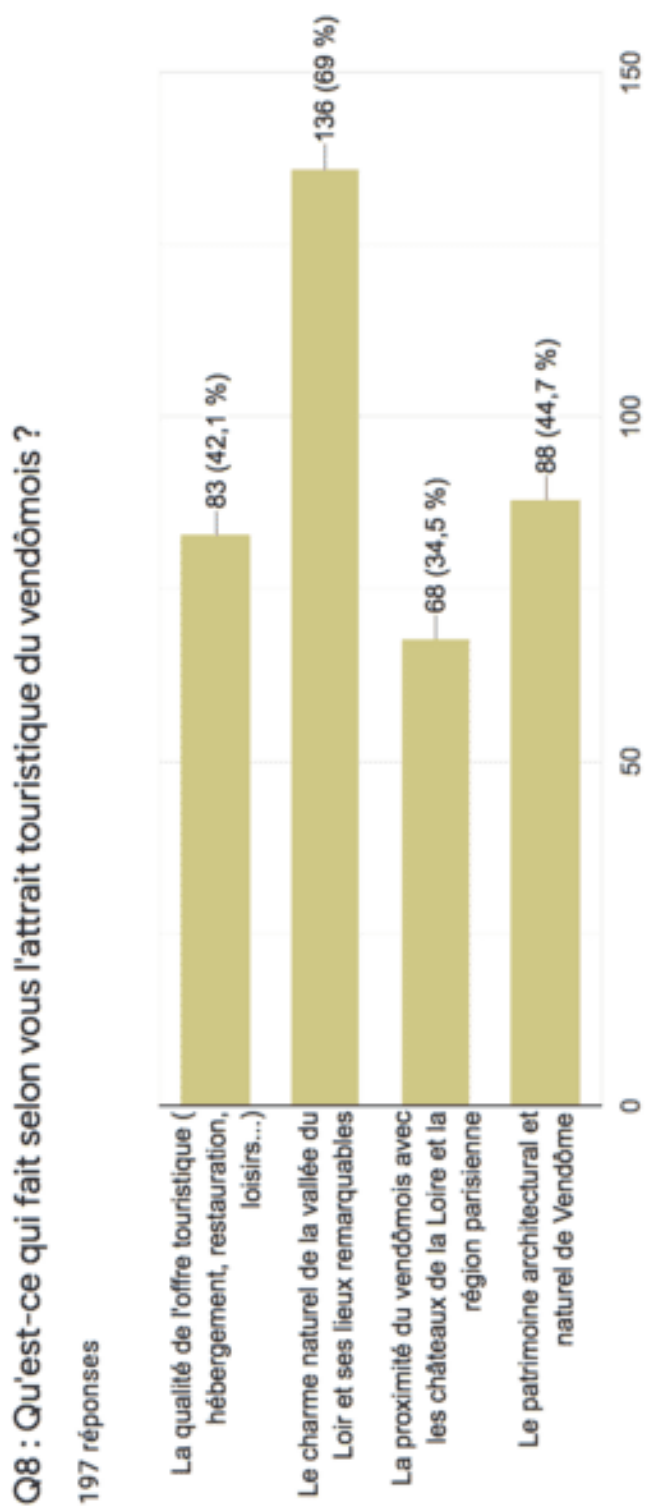
Illustration n°2 : carte de l'arrondissement de Vendôme divisée par ses trois entités administratives



D'après source : Arrêtés préfectoraux

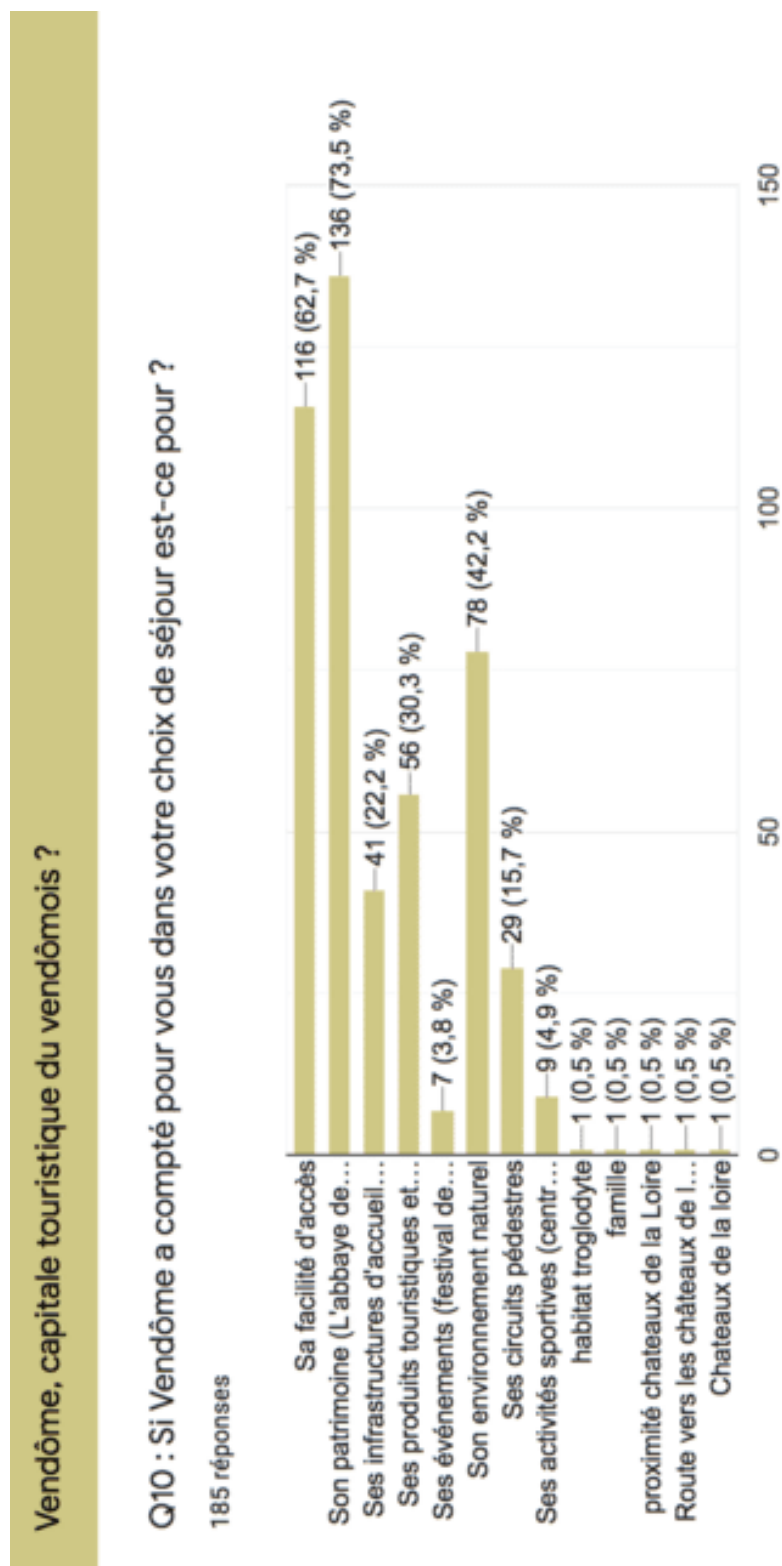
Source : arrêtés préfectoraux
doc.pilote41.fr

Illustration n°3 : l'attrait touristique du Vendômois



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Illustration n°4 : les moteurs d'attractivité touristique de Vendôme



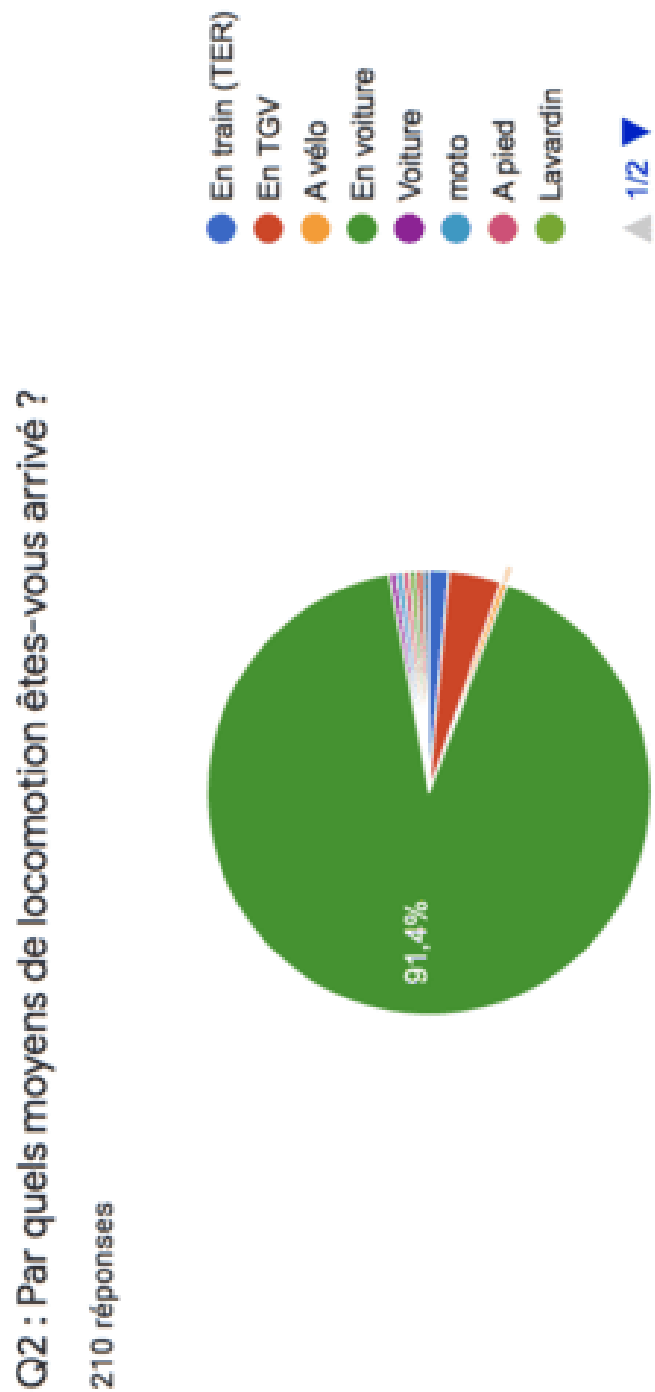
Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Illustration n°5 : couverture du magazine de destination de Vendômois 2022



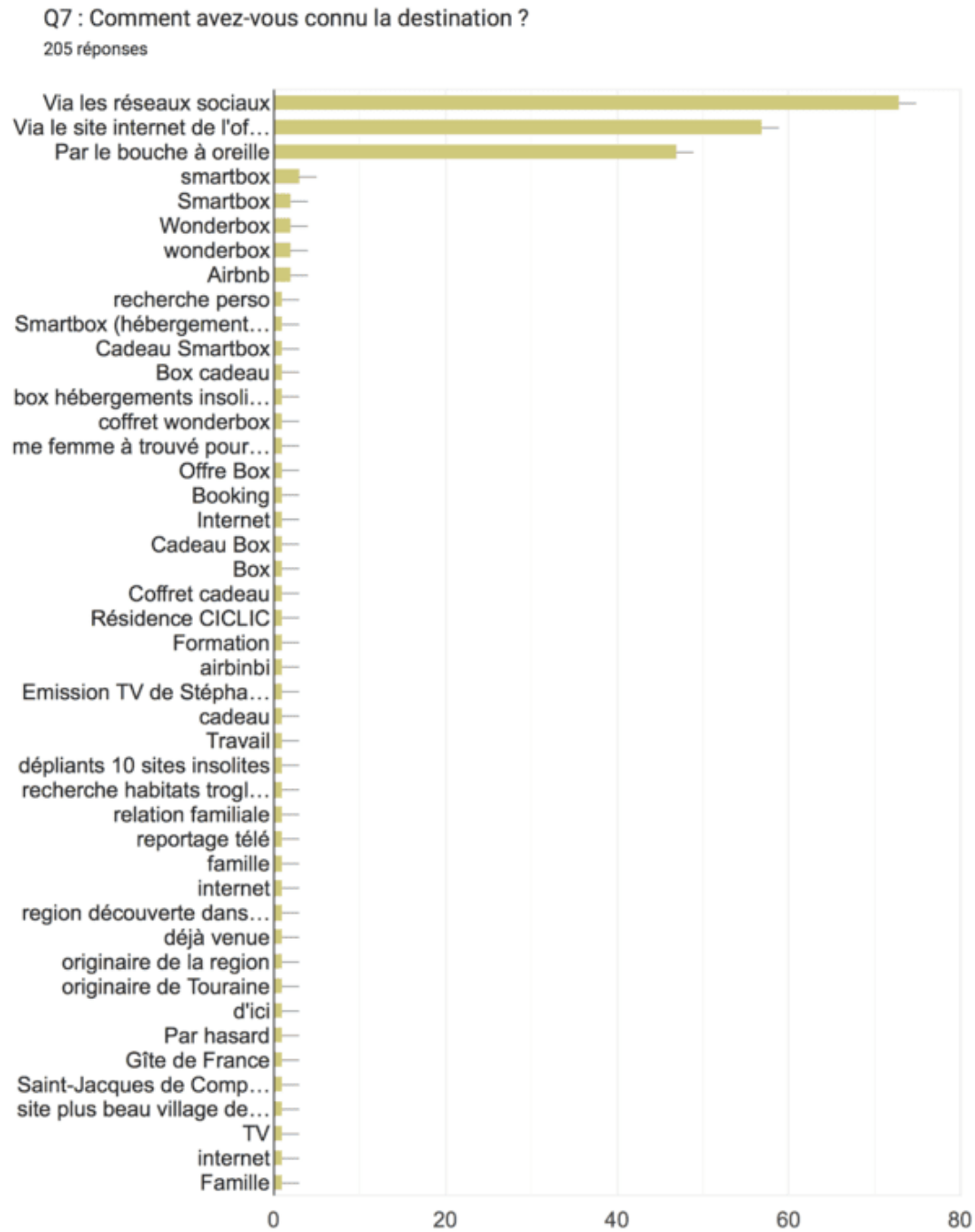
Source : vendome-tourisme.fr
Office de tourisme de Territoires vendômois

Illustration n°6 : les moyens de locomotion des touristes



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Illustration n°7 : la notoriété de la destination

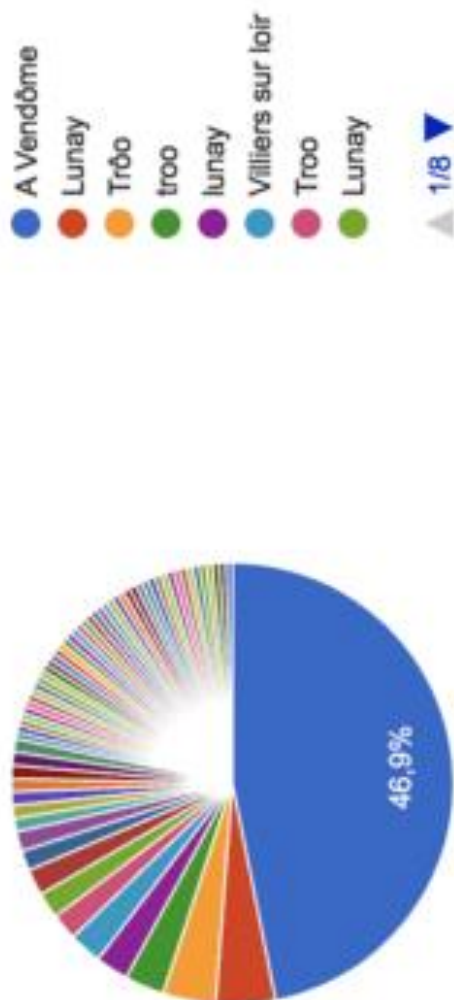


Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Illustration n°8 : les lieux de séjours des touristes en Vendômois

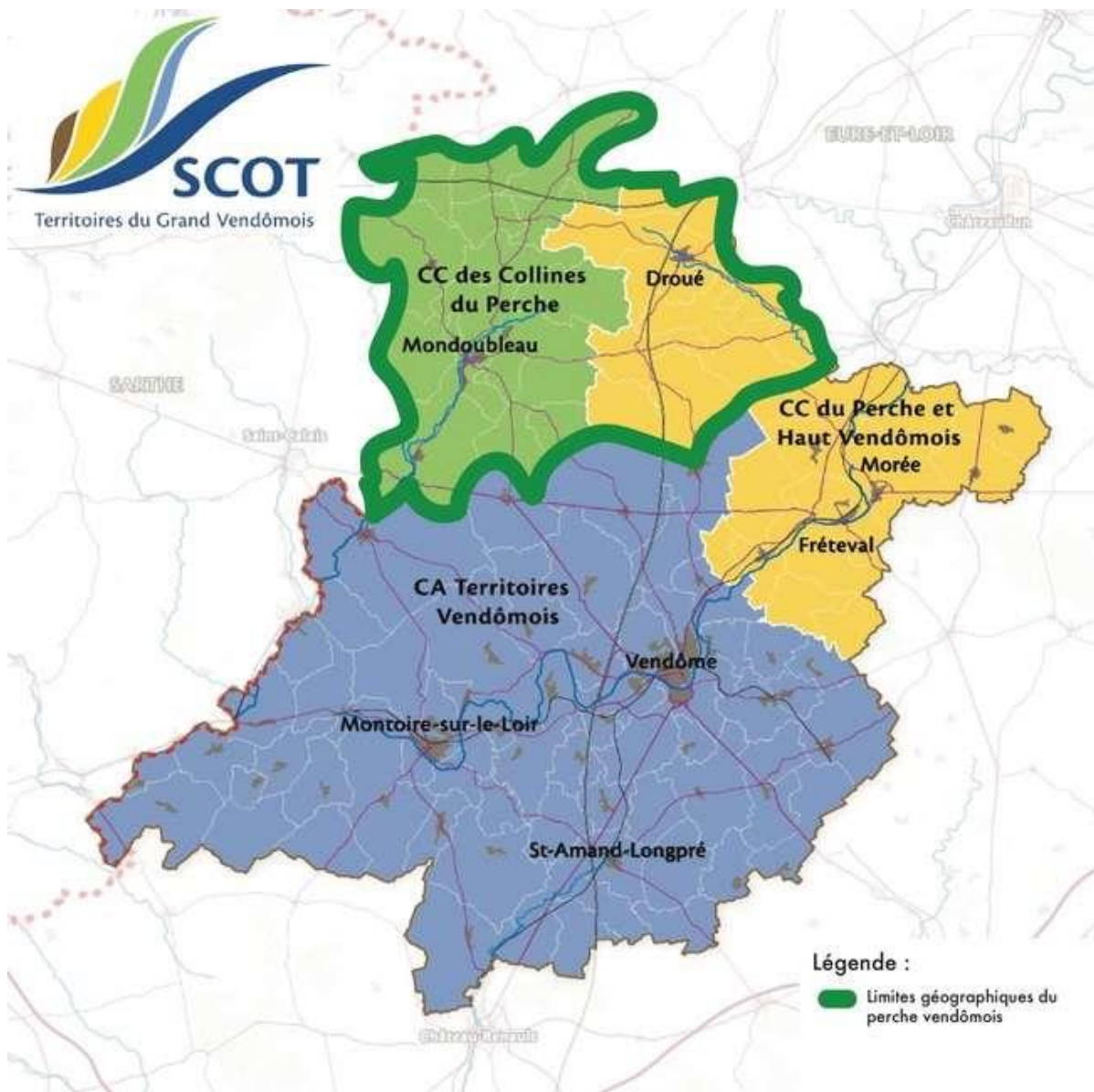
Q1 : Où avez-vous passé votre séjour (nom de la commune) ?

207 réponses



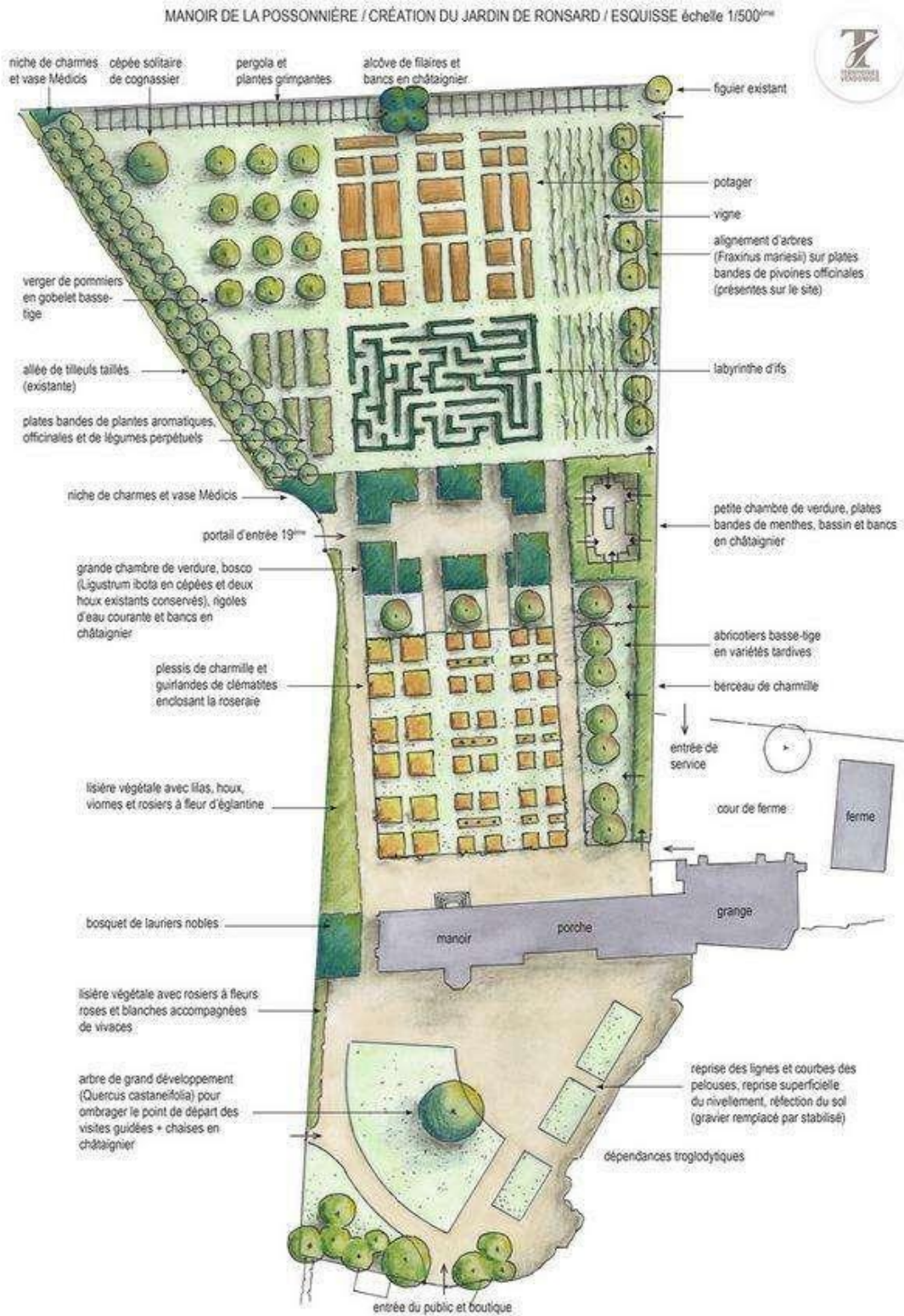
Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

Illustration n°9 : carte de l'arrondissement de Vendôme - découpage du Perche vendômois



Source : SCOT du Grand Vendômois
SCOT Grand Vendômois et réalisation personnelle

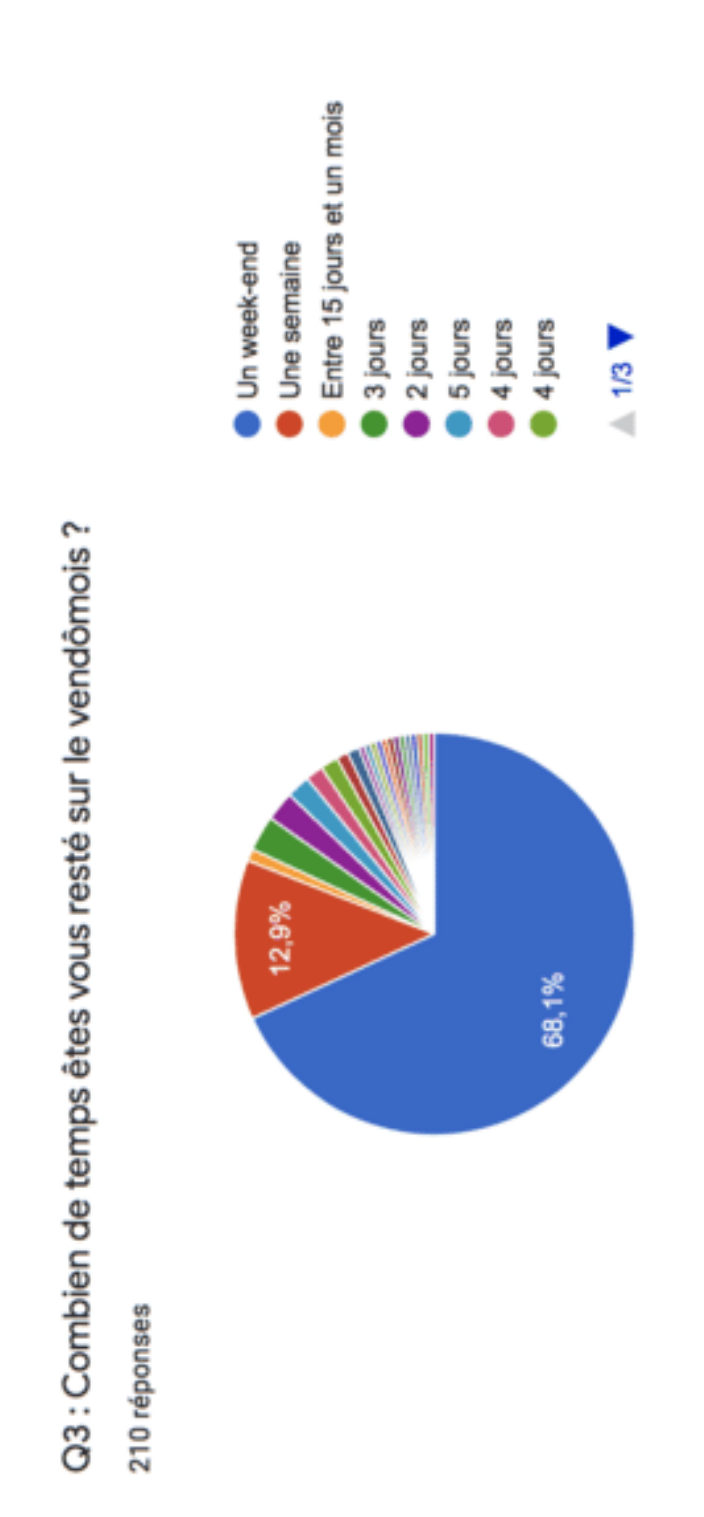
Illustration n°10 : plan des jardins Renaissance de la maison natale de Ronsard



Source : lepetitvendomois.fr

Communauté d'agglomération Territoires vendômois

Illustration n°11 : la durée de séjour des touristes en Vendômois



Source : résultats issus du questionnaire sur les pratiques touristiques en vendômois (réalisation personnelle)
Google Form

ANNEXES

Table des annexes

Annexe A : Extrait du magazine de destination de Vendôme Tourisme
2022.....116

Annexe B : Questionnaire sur les pratiques touristiques en
Vendômois.....120

Annexe C : Rapport de la Jeune chambre économique de Vendôme et du
Vendômois.....123

Annexe D : Rapport d'activités de Vendôme tourisme 2019.....129



PETIT WEEK-END À VENDÔME

avec la **blogueuse** Emmyzapartca



Je suis Emmy de @emmyzapartca et j'ai ouvert un **blog** après plus de cinq ans passés sur **Instagram** à partager autour de différents thèmes : food, voyage, lifestyle, bonnes adresses, etc !
Ma **particularité** ? Je teste des chambres d'hôtes, des hôtels, des logements insolites, des restaurants... à la recherche de pépites ou « coins de paradis » comme j'aime les appeler !

VENDÔME
Page 2

Une nouvelle idée de weekend en Centre-Val-de-Loire : Vendôme !

Personnellement, je ne connaissais pas du tout cette ville qui était, pour de nombreux tourangeaux et moi, la ville entre Tours et Paris quand on prend le TGV. J'ai eu le plaisir de la découvrir sur l'invitation de l'Office de tourisme de Vendôme. Et je vais vous convaincre que c'est une destination qui a beaucoup à offrir.



© Photo amyasponta

Vendredi

Après 45 minutes de route depuis Tours, nous arrivons avec mon amie Emma dans le centre-ville de Vendôme.

Il fait un temps superbe et nous avons rendez-vous dans un premier restaurant : Ô Bar à vins, 25 rue du Change. Il y a une jolie terrasse mais nous préférons l'intérieur car il fait assez chaud !

Après manger, nous suivons le parcours **Laissez-vous conter Vendôme** pour découvrir tous les incontournables de la ville. Vendôme a le label « Ville et Pays d'art et d'histoire ». Nous allons visiter notamment l'**Abbaye de la Trinité** et sa magnifique architecture gothique flamboyant.

Après cette jolie balade, nous avons rendez-vous dans le **salon de thé Benjamin Bordas** sur la place Saint-Martin. Nous sommes superbement reçus et goûtons plein de

spécialités : coup de coeur pour la **Sainte Larme**, du chocolat praliné entouré d'une meringue ! Ils ont une très grande offre : pâtisseries, gâteaux, viennoiseries et même de délicieux cocktails de fruits.

Un **incontournable** quand vous viendrez à Vendôme !

Il est à présent temps de reprendre la voiture pour aller découvrir notre gîte pour ces deux prochaines nuits. Nous nous rendons au village des **Roches-L'Évêque**, c'est à environ 15 minutes du centre de Vendôme. Nous découvrons un village **troglydite** et c'est d'ailleurs dans la roche que nous passerons la nuit ! Nous dormons dans Les Troglogites de la Tourette, de magnifiques gîtes très spacieux aménagés à même la roche.

C'est **splendide**, superbement décoré et nous avons même une petite **terrasse** pour profiter de la vue sur le vendômois. Le frigo est rempli de spécialités **locales** : vin, miel, thés...

On va se régaler. Nous passons une **superbe nuit**, quel plaisir et quel apaisement de dormir au coeur du **tuffeau**. Il n'y a aucune sensation de claustrophobie, je sais que beaucoup de mes abonnés Instagram m'ont posé la question ! Justement, c'est très calme et reposant on dort très bien.

PETIT WEEK-END À VENDÔME
avec la blogueuse Emmyzapartca



© Photos - Emmyzapartca

Samedi

Le matin, nous profitons de la belle lumière du gîte puis c'est parti pour une deuxième journée ! Notre première activité se déroule en forêt : nous rejoignons Laurence Paganucci, **sophrologue**, pour un **bain de forêt**. Exercices de respiration, concentration sur les sens... Un vrai moment de détente !

Pour le déjeuner, nous avons rendez-vous au Moulin du Loir et j'ai **adoré** ce restaurant. Nous avons mangé juste au-dessus de la rivière du « Loir » et nous avons été très bien accueillis. De nombreux **fruits de mer** sont à la carte et nous en profitons.

Je choisis les **gambas** fiambées puis de délicieuses **profiteroles** en dessert.

Pour digérer, nous avons rendez-vous à une dizaine de minutes de Vendôme en voiture dans le village de **Thoré-la-Rochette**. Nous retrouvons Solène pour un tour de

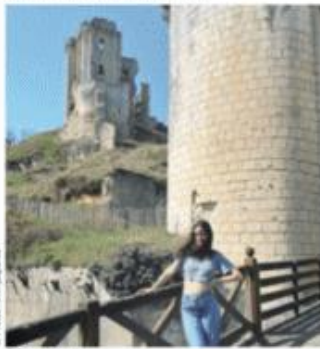


calèche ! C'est Praline qui nous conduit à travers le village, puis les **vignes**, où nous découvrons l'appellation d'origine contrôlée **Coteaux du vendômois**. La balade est super agréable et nous profitons de ce moment avant la **dégustation...**

Rendez-vous ensuite aux Caves Aux Caux où nous allons pouvoir découvrir les **cuvées** ! Nous retrouvons Pascal, le mari de Solène et leurs deux adorables enfants. Une ambiance **familiale** et **chaleureuse** règne aux Caves Aux Caux. Passez les voir lors de votre passage dans la région, vous passerez un très bon moment. Coup de coeur pour les cuvées **Fleurion** et **Le charme de Méloé** ! Fraîcheur et **générosité**.

Dimanche

Deuxième réveil dans notre joli gîte, nous sommes tristes de devoir le quitter ! On s'y sentait particulièrement bien.



© Photo emmyzapartca

Château de Lavardin

Dans la matinée, nous visitons Musikenfête, à Montoire-sur-le Loir, un musée sur le



thème des instruments de musique du monde, et découvrons la **nef musicale**, une réalisation de l'artiste Robert Hébrard.

Le programme nous emmène ensuite vers **Lavardin**, classé parmi les plus beaux villages de France où nous mangeons dans le bistrot chez Artl. C'est une super adresse, tout est fait maison, l'accueil est familial, plein de **gentillesse** et de volonté de bien faire. Je vous conseille de réserver ! Je me régale avec un délicieux risotto de champignons et le crumble du moment. Nous poursuivons ensuite la visite du village jusqu'au **château**.

Nous avons ensuite un dernier village à découvrir avant notre départ : le village troglodyte de **Trôo**. C'est le village que j'ai préféré ! Il y a des habitations partout dans la roche, des expositions, des petits chemins...



Quel **plaisir** de s'y promener. Le village est grand, on découvre tous ces **niveaux** et tout est joliment décoré. Très dépaysant !

C'est ici que s'arrête notre séjour en **Vendôme** ! Je vous conseille vraiment de venir découvrir ce coin, qui a **beaucoup à offrir** et où vous ferez de **très belles découvertes**.

Si ce **programme** peut vous aider à élaborer le vôtre j'en serai ravie, et si vous voulez voir plus d'images et de vidéos rendez-vous sur mon compte Instagram où j'ai détaillé également tout mon séjour.



© Photo emmyzapartca

Alors, partants pour venir découvrir Vendôme ?

Emmy de @emmyzapartca

Retrouvez l'intégralité de l'article sur le blog d'Emmy : www.emmyzapartca.wordpress.com/

Annexe B : questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois

QUESTIONNAIRE : Le patrimoine culturel et naturel de Vendôme et de son arrondissement.

Renseignements signalétiques :

RS1 : Êtes-vous ?

- 1 Homme
- 2 Femme
- 3 Autre

RS2 : Pouvez-vous préciser votre âge ?

- 1 Moins de 18 ans
- 2 18 à 24 ans
- 3 25 à 34 ans
- 4 35 à 44 ans
- 5 45 à 54 ans
- 6 55 à 64 ans
- 7 65 et plus

RS 3 : Quelle est votre profession actuelle ?

- 1 Agriculteur exploitant
- 2 Artisan, commerçant, chef d'entreprise
- 3 Cadre
- 4 Profession intermédiaire
- 5 Employé
- 6 Ouvrier
- 7 Etudiant
- 8 Retraité
- 9 Inactif
- 10 Chômeur

RS 4 : Quel est votre département d'origine ?

Questionnaire :

Q1 Où passez-vous / ou avez-vous passé votre séjour ? :

- 1 À Vendôme
- 2 Autre commune (préciser).....

Q2 Par quels moyens de locomotion êtes-vous arrivé ?

- 1 En train (Ter)
- 2 En tgv
- 3 En vélo
- 4 En voiture
- 5 Autre (préciser) :.....

Q3 Combien de temps, restez-vous / ou êtes-vous resté sur le vendômois ?

- 1 Un week-end
- 2 Une semaine
- 3 Entre 15 jours et un mois
- 4 Autre (préciser).....

Q4 Vous êtes venu ? (plusieurs choix possibles)

- 1 Seul
- 2 En famille
- 3 Entre amis
- 4 En couple
- 5 En voyage organisé

Q5 Quelle est la motivation de votre venue ? (plusieurs choix possibles)

- 1 La découverte du patrimoine
- 2 La découverte de la gastronomie
- 3 L'envie de nature
- 4 L'événementiel
- 5 Autre (préciser) :

Q6 Dans quel type d'hébergement passez-vous / ou avez-vous passé votre séjour ?

- 1 Hôtel
- 2 Camping
- 3 Airbn'b
- 4 Gîte
- 5 Chambre d'hôte
- 6 Hébergement secondaire
- 7 Autre (préciser) :

Q7 Comment avez-vous connu la destination ?

- 1 Via les réseaux sociaux
- 2 Via le site internet de l'office de tourisme de Vendôme
- 3 Par le bouche à oreille
- 4 Autre (préciser) :

Q8 Qu'est-ce qui fait selon vous l'attrait touristique du vendômois ?

- La qualité de l'offre touristique (hébergement, restauration, loisirs...)
 - Le charme naturel de la vallée du loir et ses lieux remarquables
 - La proximité du vendômois avec les châteaux de la Loire et la région parisienne
 - Le patrimoine architectural et naturel de Vendôme
 - Un événement ou un lieu précis
- Préciser lequel :

Q9 Qu'avez-vous fait/visité ou que comptez-vous faire/visiter (sur le Vendômois) ?

- 1 Le village troglodytique de Trôo
- 2 Les fresques murales des églises de la Vallée du Loir (Lavardin, Montoire-sur-le-Loir, Areines, Meslay, Saint-Jacques-des-Guérets...)
- 3 Le château de Lavardin et son village classé "plus beau village de France"
- 4 La Maison Natale de Ronsard à Couture-sur-Loir
- 5 Pour les vignobles de la vallée du Loir (AOC Coteaux du Vendômois)
- 6 La commanderie Templière d'Arville
- 7 Les jardins de Sasnières
- 8 Le train touristique de la vallée du Loir à Thoré-la-Rochette
- 9 Le plan d'eau de Villiers-sur-Loir (voile, pédalo, baignade...)
- 10 A Montoire-sur-le-Loir
- 10.1 Son musée des cultures du monde 'musikenfête'
- 10.2 Sa gare historique et son circuit pédestre W3
- 11 A Fréteval
- 11.1 Musée de la fonderie
- 11.2 Le château des Enigmes
- 12 Le château de Meslay
- 14 Les festivals et événements (festival des cultures du monde de Montoire, Rallye Coeur de France...)
- 15 Randonnées pédestres

- 16 Randonnées cyclistes
- 17 Randonnées équestres
- 18 La pêche
- 19 Autre (préciser) :

Vendôme, capitale de la Vallée du Loir ?

Q10 Si Vendôme a compté dans votre choix de séjour, est-ce pour ?

- 1 Sa facilité d'accès
- 2 Son patrimoine (L'abbaye de la Trinité, le château, le parcours Vendôme ville d'eau et de lumière, le musée et le Centre d'Interprétation de l'architecture et du patrimoine, le centre ancien et ses maisons remarquables)
- 3 Ses infrastructures d'accueil (hébergement, commerce...)
- 4 Ses produits touristiques et culturels (les visites guidées diurnes et nocturnes de la ville, les visites thématiques)
- 5 Ses événements (le festival des Rockomotives , e rallye Coeur de France, le festival Promenades Photographiques)
- 6 Son environnement naturel
- 7 Ses circuits pédestres
- 8 Ses activités sportives (centre aquatique...)
- Autre (préciser) :

Q11 Pensez-vous que l'offre touristique patrimoniale de Vendôme est suffisante et de qualité, pour y passer un séjour (un week-end, une semaine...)?

- 1 Oui 2 Non

Si non, pourquoi ?

.....

Q12 Pensez-vous revenir en vendômois ?

Oui

- 1 Pour Vendôme et son patrimoine
- 2 Pour le Vendômois et ses sites touristiques
- 3 Les deux
- 4 Autre (préciser) :

Q13 Conseillerez-vous la destination à d'autres personnes ?

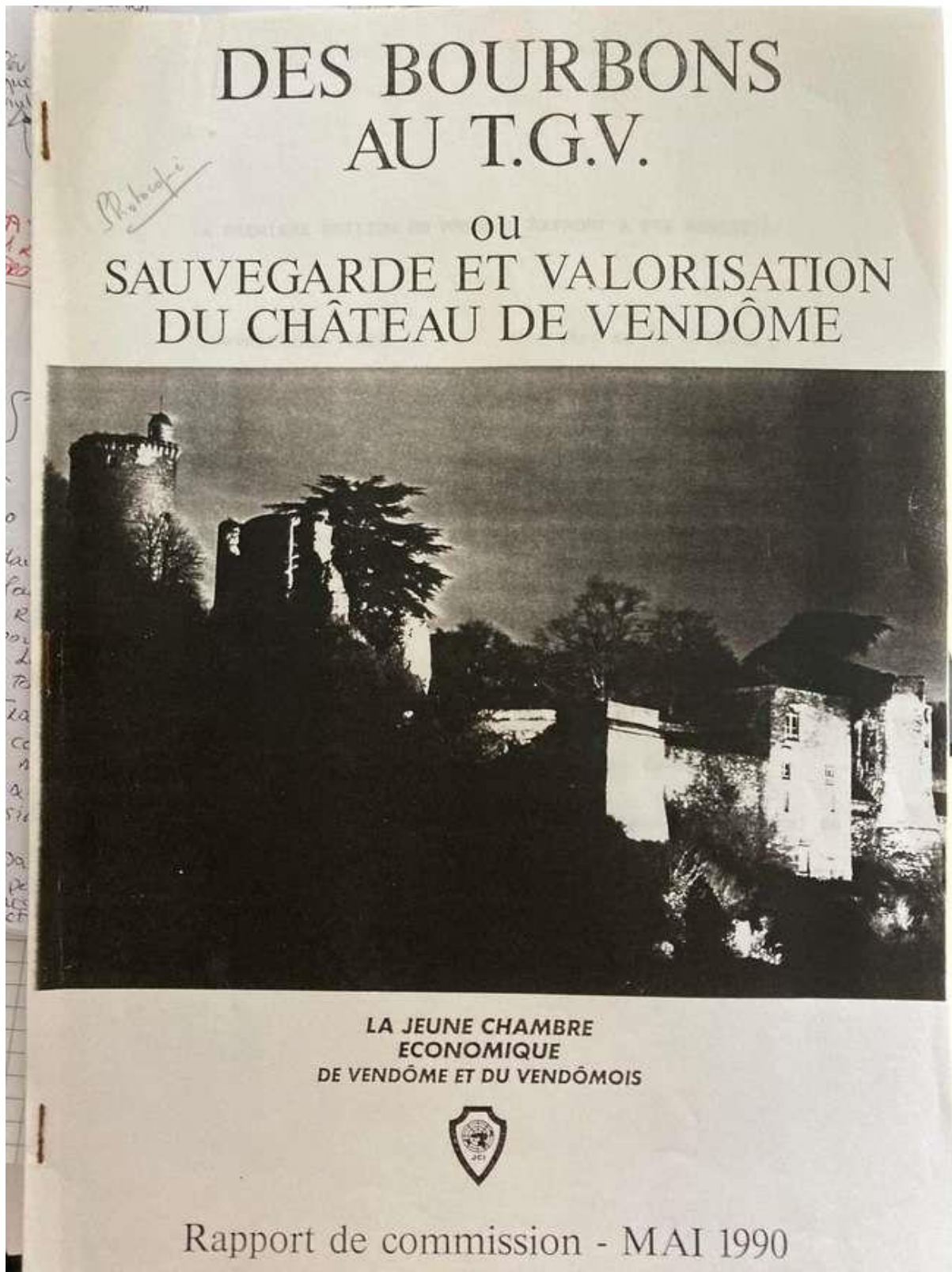
- 1 Oui 2 Non

Pourquoi (préciser) ? :

.....

Remarques (facultatif) :

.....



QUELQUES SUGGESTIONS

Trop de visiteurs de Vendôme négligent, par manque d'information, la découverte de ce lieu. Une excellente incitation serait un **billet commun**, musée-château, assurant du même coup la promotion des deux lieux.

Le parc du château par son étendue pourrait fort bien donner lieu à une **découverte botanique** intéressante avec des animations sous forme d'expositions ponctuelles de qualité, réunissant une collection de plantes, chères aux amateurs : iris (de Romorantin), orchidées ou autres.

Des **reconstitutions de maquettes** des châteaux de la Loire, intégrées à l'ensemble, seraient une sorte de livre ouvert, préparant le visiteur à une deuxième étape de son voyage.

Le cadre lui-même peut servir d'**excellent décor** à d'autres animations, telles que le Lion d'Azur sait en réaliser. De tels spectacles dont la renommée croît chaque année seraient les biens-venus de façon régulière ; ce qui permettrait de les annoncer longtemps à l'avance et d'assurer ainsi leur succès.

Dans les parties subsistantes du château et rénovées on peut envisager la **reconstitution de scènes** liées à l'histoire du monument et à l'histoire nationale. De telles reconstitutions sont généralement très appréciées des visiteurs par leur force d'évocation.

Il conviendrait enfin de prévoir pour les touristes désireux d'aller plus loin dans la découverte de ce site et de son histoire des **visites assurées** par un **guide conférencier**, surtout au moment des grands flux touristiques.

POUR UNE MEILLEURE IMAGE DE VENDÔME

Les retombées d'une telle initiative pour l'image de marque de la ville sont évidentes. Que ce soit au niveau des commerçants et des organismes liés au tourisme tels l'hôtellerie, la restauration, les agences de voyages ou auprès des entreprises et des hommes désireux de s'implanter en Vendômois.

V

ALORISATION NÉCESSAIRE DU PRODUIT

Il en va du château des Bourbons comme de tout produit touristique. Quelles que soient en effet la qualité et l'originalité des propositions en vue de sa valorisation touristique, le produit lui-même doit présenter **un minimum de caractéristiques qui le rendent attrayant.**

Pour l'instant ce n'est pas encore le cas et il s'en faut de beaucoup. De longues années d'indifférence dans ce domaine ont laissé les intempéries faire leurs oeuvres. C'est pourquoi il est maintenant **urgent d'envisager un ensemble de travaux susceptibles de le réhabiliter aux yeux de tous.**

UNE INDISPENSABLE RESTAURATION

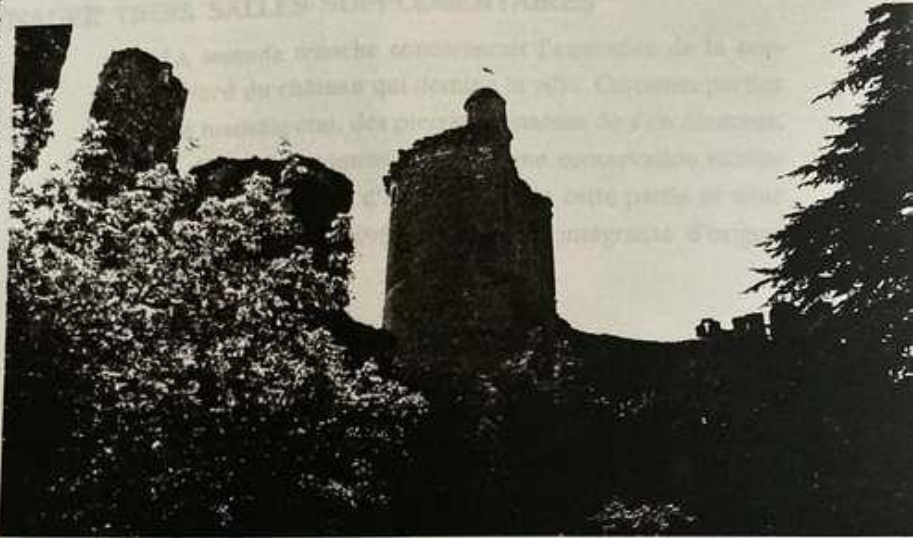
Un examen approfondi de l'état des lieux laisse percevoir un certain **nombre des priorités** que nous allons maintenant développer en guise de conclusion au présent rapport.

POUR PRÉSERVER ET CONSOLIDER

A l'heure actuelle la **partie la plus exposée** à de grands risques de dégradations est celle formée par la **Tour de Poitiers** et les murailles directement attenantes à celle-ci.

En effet, cette tour du XIII^e siècle, dont le gros oeuvre a été jusqu'à maintenant préservé, présente en son sommet une brèche **inquiétante**. Sa restauration rapide constitue **l'urgence numéro un** de cet ensemble. Car une fois sauvée son aménagement intérieur ouvrira quatre niveaux de visites possible. D'abord deux étages de cachots (XIV^e siècle) assez curieux par leur étroitesse et leur disposition interne débouchant dans une sorte de salle commune. Ensuite au troisième étage, accessible par un escalier à vis subsistant encore, on découvre une salle des gardes, conservant une partie de sa voûte d'origine, sa cheminée du XV^e siècle et deux

ouvertures munies de bancs de pierre, avec, légèrement en retrait par rapport à l'ensemble, l'ancien passage couvert du chemin de ronde, figé là à jamais dans la pierre.



Un second escalier à vis débouche par un lanterneau conservé sur la plate-forme de cette tour. Créneaux et meurtrières manquent, mais les mâchicoulis du XVI^e siècle sont encore en place.

La sécurité du visiteur n'est de ce fait pas assurée. Pourtant le panorama qu'offre ce point, le plus élevé du Vendômois, est tout à fait exceptionnel. Une table d'orientation serait souhaitable en un tel lieu.

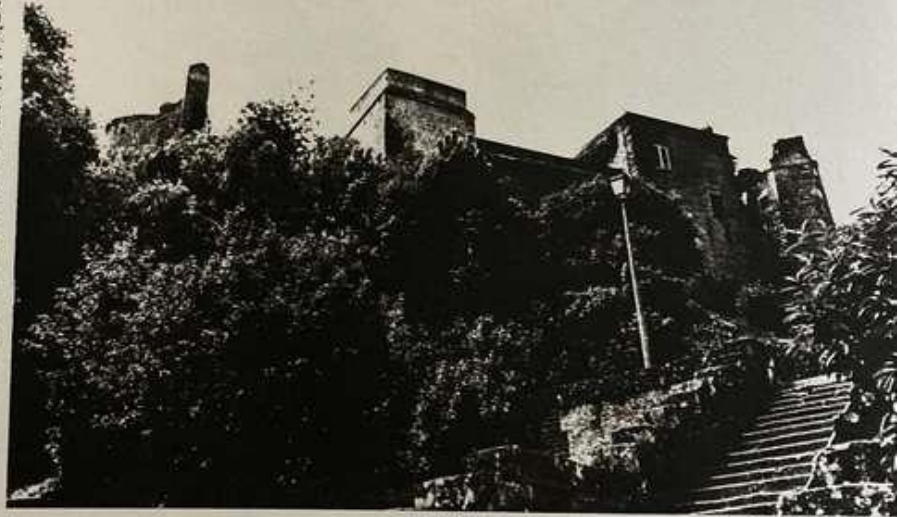
En ce qui concerne l'état de la muraille attenante à cet ensemble ainsi qu'une autre tour flanquant le tout, il est des **plus préoccupants** pour la sécurité des personnes se promenant le long.

Il y a là un travail de préservation et de consolidation qui va de pair avec les travaux même de la Tour de Poitiers. Ces différentes parties constituent un **ensemble homogène** qui ne peut être fractionné. De plus, exception faite de la muraille Nord, donnant sur la ville, c'est certainement la

partie la plus visible. Lui assurer un "look" soigné sera la meilleure publicité possible garantissant aux touristes la qualité de ce que Vendôme a à lui présenter.

POUR AMÉNAGER TROIS SALLES SUPPLÉMENTAIRES

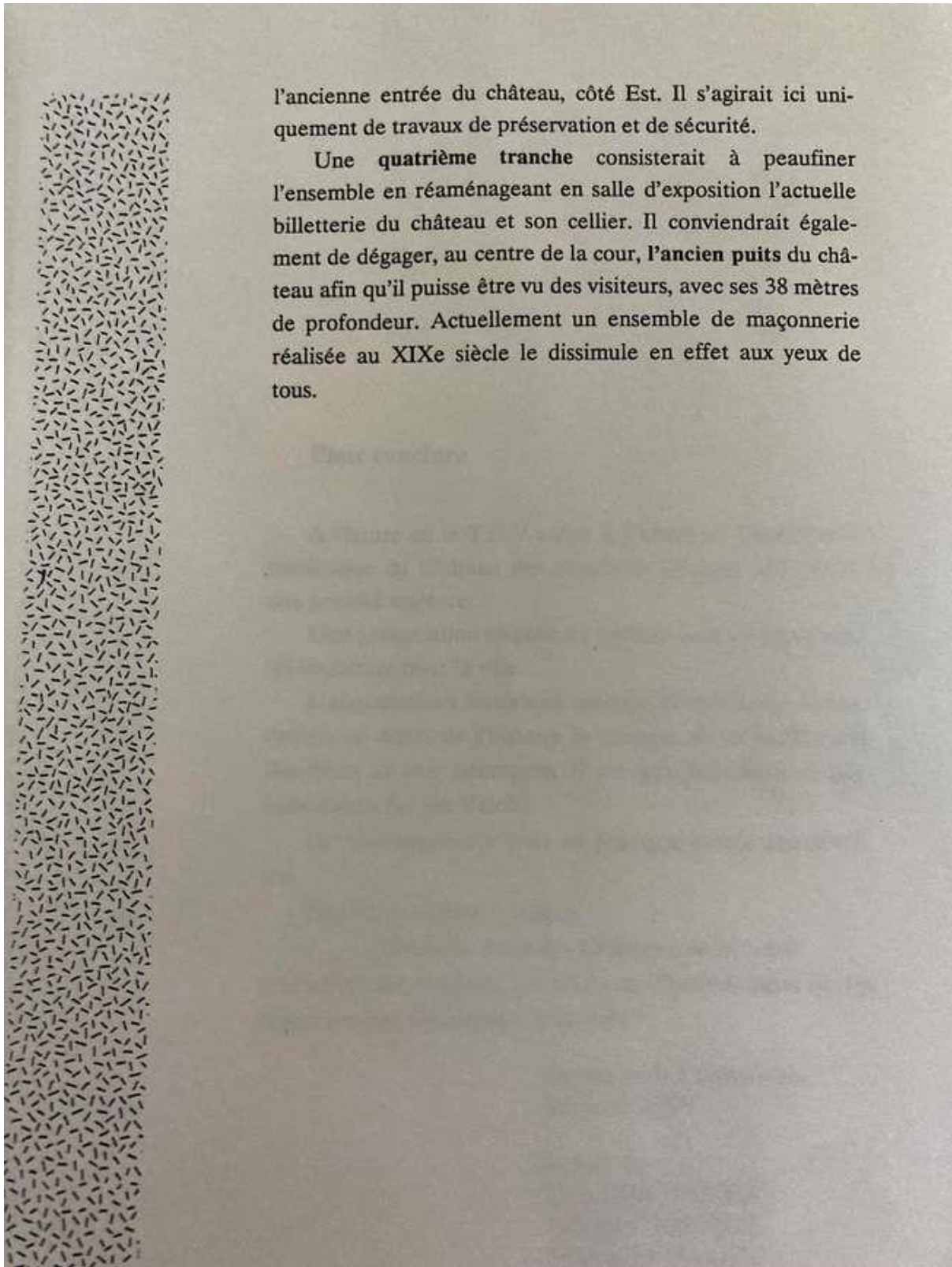
La seconde tranche concernerait l'ensemble de la muraille Nord du château qui domine la ville. Certaines parties sont en mauvais état, des pierres menacent de s'en détacher, ce qui donne à l'ensemble, malgré une conservation raisonnable, une impression d'abandon. Dans cette partie se situe une tour ayant conservé presque son intégralité d'origine



(XVe siècle). Un réaménagement interne permettrait d'y ouvrir trois autres salles, ce qui constituerait un nouvel atout remarquable au niveau touristique. D'autant plus qu'à proximité de cette tour en subsiste une autre, avec une salle déjà aménagée par la ville et ouvrant sur un intéressant entrepôt à vivres.

POUR AMÉLIORER LA SÉCURITÉ

Une troisième tranche concernerait des éléments épars, dont deux tours ruinées de la muraille Sud et les restes de



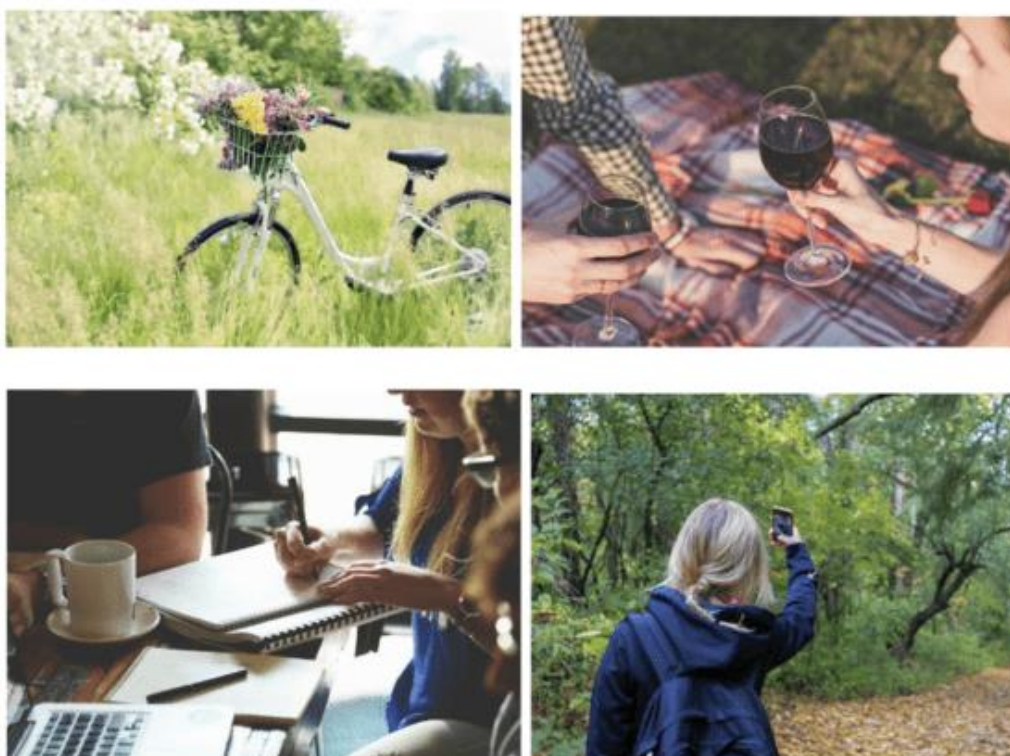
l'ancienne entrée du château, côté Est. Il s'agirait ici uniquement de travaux de préservation et de sécurité.

Une **quatrième tranche** consisterait à peaufiner l'ensemble en réaménageant en salle d'exposition l'actuelle billetterie du château et son cellier. Il conviendrait également de dégager, au centre de la cour, l'**ancien puits** du château afin qu'il puisse être vu des visiteurs, avec ses 38 mètres de profondeur. Actuellement un ensemble de maçonnerie réalisée au XIXe siècle le dissimule en effet aux yeux de tous.

Office de Tourisme de Vendôme- Territoires Vendômois



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019



Sommaire

Rappel des missions d'un office de tourisme	p.3
1. La mission d'accueil de l'Office de Tourisme	p. 4
2. Les missions d'information & de promotion	p. 7
3. La mission de coordination	p. 13
4. La mission de production-commercialisation	p. 15



Offices de
Tourisme
de France

RAPPEL des MISSIONS d'un OFFICE de TOURISME



L'Office de Tourisme, un acteur de proximité

L'Office de Tourisme remplit plusieurs **missions de proximité** au service des visiteurs et de la population locale, en collaboration étroite avec la **collectivité locale** et les **socio-professionnels du tourisme** :

ACCUEILLIR ET GÉRER L'INFORMATION :

- > **Collecter, trier et hiérarchiser l'information touristique** : connaissance fine de l'offre du territoire, organisation de base de données;
- > **Accueillir physiquement, par téléphone, par correspondance, virtuellement et en mobilité** les visiteurs, mais aussi la population locale;
- > **Développer des sites Internet et des applications mobiles** pour faciliter les séjours (avant, pendant et après) et mieux diffuser l'offre touristique et commerciale du territoire.

COORDONNER LES SOCIO-PROFESSIONNELS ET TOUS LES ACTEURS LOCAUX DU TOURISME :

- > **Apporteur d'affaires pour les professionnels du tourisme** par le renvoi quotidien de consommateur (hébergement, restauration, artisanat, commerce, loisirs, culture);
- > **Fédérer les professionnels** autour d'une identité de territoire/destination;
- > **Accompagner les professionnels** pour améliorer leurs performances (Animation Numérique de Territoire, eductours...);
- > **Structurer et contribuer à qualifier l'offre** (incitation des hôtels et campings au classement, qualification des meublés de tourisme, des chambres d'hôtes et autres prestataires);
- > **Impliquer les habitants** dans la stratégie touristique du territoire

PROMOUVOIR ET VALORISER LES ATOUTS DES TERRITOIRES ET DES DESTINATIONS :

- > **Assurer la promotion touristique du territoire et de la destination** sur le Net, dans des salons, des eductours, des voyages de presse (en partenariat avec les CDT/ADT et CRT);
- > **Valoriser la destination et l'offre du territoire** par l'édition de guides, de brochures, par la diffusion de newsletters, des emailings pour capter des clientèles;
- > **Concevoir et lancer des campagnes de communication** à différentes échelles et différents supports en fonction des territoires;
- > **Développer des stratégies sur les réseaux sociaux** (Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Pinterest, Google +);
- > **Suivre l'e-réputation** de la destination et le référencement sur les moteurs de recherche.

COMMERCIALISER LA DESTINATION :

- > **Proposer un programme de visites guidées** pour valoriser le patrimoine et la culture du territoire;
- > **Concevoir des produits touristiques** en relation avec les professionnels du territoire (séjours packagés pour individuels ou groupes...);
- > **Développer une boutique** pour valoriser la production locale (artisanat, gastronomie, souvenirs...);
- > **Gérer une billetterie** pour les visiteurs et la population locale (spectacles, sites de visites...).

DÉVELOPPER LE TOURISME ÉVÉNEMENTIEL ET LE TOURISME D'AFFAIRES :

- > **Accompagner des événements et manifestations sportifs, culturels ou musicaux** pour augmenter directement la fréquentation et la consommation touristiques dans les territoires;
- > **Faciliter l'organisation de congrès et séminaires professionnels** et rechercher des clientèles d'affaires

1. La mission d'accueil de l'Office de Tourisme

Quelques chiffres :

- 245 adhérents
- 302 jours d'ouverture au public dans l'année à Vendôme + 176 jours d'ouverture au public dans l'année à Montoire-sur-le Loir
- 9 884 km parcourus par l'équipe pour aller à la rencontre des prestataires, sur les salons...
- 10 000 kgs de brochures soulevés
- 152 réunions/ 472 heures
- Capacité d'accueil par l'équipe de salariés en 3 langues étrangères (anglais, espagnol, allemand).

L'inform@tion sur Internet

Fréquentation de notre site www.vendome-tourisme.fr en 2019 :

- pour la **version française** [nouvelle version mise en ligne le 30 septembre 2019]: **144 606 visiteurs** (dont 143 315 nouveaux visiteurs)/ **338 096 pages vues**

Soit + 2,28% de visiteurs//2018

- pour la **version anglaise** [arrêt de cette version lors de la mise en ligne de la nouvelle version du site Web qui n'est qu'en français pour l'instant/Version GB prévue pour fin 2020], nous avons enregistré **1 590 visiteurs / 3 698 pages vues**

Soit - 25,42% de visiteurs//2018

- pour la **version allemande** [arrêt de cette version lors de la mise en ligne de la nouvelle version du site Web et choix de ne pas la renouveler du fait de la faible fréquentation par rapport à l'investissement financier et humain] : **578 visiteurs/ 1 707 pages vues**

Soit -16,95% de visiteurs//2018

- pour la **version néerlandaise** [arrêt de cette version lors de la mise en ligne de la nouvelle version du site Web et choix de ne pas la renouveler du fait de la faible fréquentation par rapport à l'investissement financier et humain] : **248 visiteurs / 565 pages vues**

Soit -59,87% de visiteurs//2018

Quand on tape Vendome sur les principaux moteurs de recherche, le site officiel de l'Office de Tourisme arrive en 2ème position sur la 1^{ère} page de Google, en 4^{ème} sur Yahoo, et en 4^{ème} sur Bing.

Origine géographique des internautes français qui visitent www.vendome-tourisme.fr

1ers	Paris-Ile de France	24 %
2èmes	Centre-Val de Loire	21 %
3èmes	Pays de la Loire	6 %
4èmes	Nouvelle Aquitaine	4 %
5èmes	Normandie	3 %

Quelles informations recherchent nos visiteurs ?

- 1- **Le programme des animations/Agenda**
- 2- **Visites/Activités** : Vendôme, le Vendômois, randonnée, base de loisirs de Villiers-sur-Loir, activités nautiques, train touristique de la Vallée du Loir, pêche...
- 3- **Les Hébergements**

L'information dans nos bureaux d'accueil du public

La mise en réseau des acteurs touristiques du territoire (notamment les hébergeurs) a progressivement permis de les former et de les sensibiliser aux offres touristiques de la destination.

Des outils ont été développés en ce sens, ainsi les touristes peuvent trouver les informations pratiques et les bons conseils directement sur leur lieu d'hébergement. Ils ont donc moins besoin de se déplacer à l'Office de Tourisme.

Qui sont nos visiteurs ?

Visiteurs touristes français	57%
Visiteurs vendômois	35%
Visiteurs touristes étrangers	8%

Profil de nos touristes français (nos bassins « émetteurs »)

1ers	Centre-Val de Loire
2èmes	Paris-Île de France
3èmes	Pays de la Loire
4èmes	Normandie
5èmes	Bretagne/Nouvelle Aquitaine

Profil de nos touristes étrangers

1ers	Britanniques
2èmes	Belges
3èmes	Néerlandais
4èmes	Allemands
5èmes	Espagnols

Quelles informations recherchent nos visiteurs ?

L'enquête de clientèle menée tout au long de l'année par le personnel d'accueil nous a permis d'affiner notre connaissance du type d'information que recherchent nos visiteurs une fois qu'ils sont arrivés à Vendôme.

- 1- Visites/Activités:** patrimoine, visites « famille », randonnée pédestre + cyclo, Train Touristique de la Vallée du Loir, billetterie, châteaux, producteurs locaux, marchés .
- 2- Evénements/Manifestations**
- 3- Informations pratiques:** plans de ville, horaires de transports, disques de stationnement, toilettes publiques.

Pour rappel, 2 écrans d'information sont installés à l'accueil du bureau de Vendôme : l'un proposant l'agenda des manifestations, l'autre présentant des clips promotionnels de notre destination

Des **outils numériques** sont également proposés aux touristes pendant leur séjour en Vendômois, comme l'**application mobile téléchargeable gratuitement « Vendôme Tour »**, en attendant la mise en ligne du nouveau site web de la destination qui sera « mobile first ».

Le bureau d'accueil de Vendôme est également « **Point i-mobile** », proposant une connexion wifi gratuite à ses visiteurs.



Le site Internet de l'Office de Tourisme ainsi que l'application mobile permettent à nos visiteurs de laisser des commentaires, des avis sur leur séjour en Vendômois, après leur passage à l'office de tourisme. Ils le font également sur des sites très connus tels que TripAdvisor.

La chargée d'Animation Numérique de Territoire (Maryline Deniau) effectue donc une **veille** sur ces différents réseaux pour **mesurer la e-réputation** de l'office de tourisme, de notre destination en général et apporter les réponses nécessaires à certains internautes.



[Mots-clés ressortant des avis laissés par les visiteurs sur l'Office de Tourisme/Tripadvisor]

2. La mission d'information et de promotion de l'Office de Tourisme

Cette mission est souvent assimilée à la simple politique d'édition de l'Office de Tourisme. Mais de plus en plus, l'Office de Tourisme est le garant de l'information officielle de notre destination.

Ainsi, par exemple, pour le Guide Touristique du Vendômois (édité annuellement) : il assure la collecte des données, le traitement de celles-ci (dont par exemple la vérification des labels et des classements) et leur diffusion vers de multiples canaux (guide Michelin, Petit Futé, Guide du Routard, divers sites Internet...).

Nos éditions 2019 :



☞ **Guide Touristique** du Vendômois, FR/GB + NL, co-édité avec l'Office de Tourisme Perche et Haut Vendômois et la Maison du Tourisme de Mondoubleau (tirage à 17 000 exemplaires/an.). Pour la première fois, ce guide a intégré la charte graphique de la Marque Vendôme avec sa déclinaison « tourisme » (Place à la découverte).

Pour rappel, depuis 2018 ce guide a également été traduit en braille et adapté en caractères augmentés (travail en partenariat avec Ingrid Germain et Amélie Montfort).

☞ **La brochure** destinée à la clientèle des **groupes**. Editée à 3 500 exemplaires.

☞ **Le plan de Vendôme & carte touristique du Vendômois**. Editée en régie publicitaire à 10 000 exemplaires.

☞ Imprimés à la demande : les **fiches de randonnée pédestre**, les **circuits cyclo**, les **circuits VTT**...

L'information à destination des prestataires touristiques :

- l'actualité juridique

- l'actualité en matière de visites et sorties, communiquée par mail lors des périodes de forte fréquentation (vacances scolaires, ponts, événementiels).

Nous relayons l'information des différents acteurs culturels et sportifs vendômois auprès de notre réseau d'adhérents, mais également des autres partenaires qui nous semblent pertinents.

L'information à destination de la presse

> L'Office de Tourisme met à jour chaque année son propre **dossier de presse** décliné par thématiques.

> Des **communiqués de presse** sont régulièrement diffusés auprès des medias régionaux (nouveauautés, événementiels...) et mis en ligne dans la rubrique « presse » sur www.vendome-tourisme.fr

> L'essentiel du travail de **relations presse nationales et internationales** est externalisé, s'appuyant notamment sur l'Agence de Développement Touristique 41 et le Comité Régional du Tourisme.

Le nouveau site Web de la destination

Mise en ligne de la version française fin septembre 2019, en gardant la même url que précédemment :

www.vendome-tourisme.fr

Il a été le grand « chantier » de l'année 2019 pour l'équipe de l'office de tourisme, mené avec ses partenaires de l'office de tourisme de la communauté de communes du Perche & Haut-Vendômois et la Communauté de communes des Collines du Perche.



Les nouveautés de ce site :

- un site de destination avec 4 « portes d'entrées »
- un site marchand avec l'intégration de la place de marché (développée par le CRT et l'ADT 41) : billetterie pour les sites, les activités de loisirs, les événements/spectacles ; possibilité de réserver en ligne pour les hébergements qui le souhaitent
- une mise en avant des offres touristiques vendômoises par une approche « expérientielle » de la destination avec la rubrique « Découvrir »
- la syndication des données à partir de la base de données régionale Tourinsoft
- la géolocalisation des prestations touristiques
- l'association de nos réseaux sociaux avec un « social wall » (ex photos instagram)
- un module de demande de devis en ligne pour la cible de clientèle « groupes »
- une newsletter à destination du grand public

Les **réseaux sociaux** n'ont pas été oubliés, notamment avec la **page Facebook** et le **compte Instagram** « Vendôme Tourisme ». Ceux-ci prennent de plus en plus d'importance dans la communication touristique.



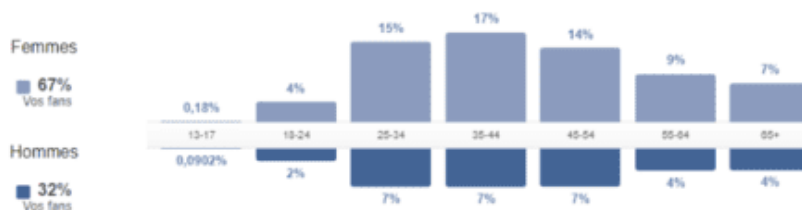
Gestion de 2 pages : Vendôme Tourisme, Montoire Tourisme.

Notre axe de communication sur Facebook est basé sur **l'événementiel, les bons plans, les infos « presse » (relais d'articles), les animations...** Notre page « Vendôme Tourisme » touche principalement des « locaux ». > Page Vendôme Tourisme Côté stats : **337 275 vues** de nos posts (soit une visibilité de + 67%/2018), **1 taux d'interaction de 36%** (+4%/2018).

La mise en ligne d'albums photos et de vidéos suscite généralement un grand intérêt (ce sont les posts qui enregistrent les meilleures fréquentations et taux de partage).

> Page Montoire Tourisme Côté stats : **141 107 vues** de nos posts, **1 taux d'interaction de 30%**.

Le **profil** des personnes qui nous suivent sur Facebook: plutôt des **femmes**, et plutôt des personnes qui ont entre **25 et 54 ans**. La grande majorité sont des **locaux** (Vendômois) et des « voisins » (Blois, Tours, Orléans, Le Mans, Châteaudun), ainsi que des personnes du Bassin Parisien.



Instagram : Réseau social de partage de photos

1395 abonnés

Côté stats : **(38 196 vues pour 80 publications)** soit une visibilité quasi identique à la saison 2018.

Hashtags les + utilisés pour nos publications : #vendome #vendôme #visitvendome #bienplusquuneplace #mon41 #valde Loire #valleeduloir #perche



flickr Réseau social de partage de photos (photos + classiques qu'Instagram qui permettent de communiquer en images sur notre destination)



Réseau social de partage de photos avec un système d'épingles pour notifier les bonnes adresses.



Réseau social de partage de vidéos. Chaîne Vendôme Tourisme



Page Google +



Twitter : Abandon de ce réseau pour l'instant car constat de peu d'efficacité pour notre communication.

Les axes du plan marketing 2019: Offres Nature

- > **Accueil de Presse avec publi-reportage dans le magazine Balades en France** n° septembre-octobre 2019 Magazine bimestriel consacré à la randonnée en France. Tiré à 70 000 exemplaires, lectorat de 120 000 randonneurs de 40 à 70 ans.
4 jours d'accueil de presse en Vendômois pour obtenir un article de 6 pages + deux topofiches détaillées dans le « cahier du randonneur ».



- > Participation à la **bourse aux documents départementale** (organisée par l'ADT et la CCI) + diffusion du Guide Touristique en Vendômois (tournée de distribution).
- > Promotion de la destination sur le **Salon International du Tourisme** du 26 au 28 janvier 2019 à Nantes: Opération mutualisée avec l'Office de Tourisme de Cloyes S/Loir, l'ADT 41 + 6 autres prestataires 41 (Compagnons du Vent, Maison de la Loire, Sologne Nature Environnement, Camping Les Saules, Loire Valley Loisirs, Office de Tourisme de Romorantin).
- > **Démarchage professionnel** (3 agences de voyages, TO internationaux) à Paris en partenariat avec l'Agence Départementale du Tourisme, 1 journée en Décembre.
- > **Mailing** à destination de la clientèle de groupes lors du lancement de la brochure « groupes » : 3200 exemplaires de notre brochure groupes 2019 envoyés mi-octobre 2019 à des associations et clubs du 3^{ème} âge, des autocaristes et des clubs de randonneurs, de la région Centre, de départements limitrophes et de départements de la couronne parisienne (départements 18-28-36-37-41-45-49-61-72-75-77-78-91-92).
- > Poursuite du partenariat avec la **SNCF/TER** pour monter des produits liés aux évènementiels: par exemple, dans le cadre de l'offre **Loisirys** avec tarif préférentiel sur les produits siglés « Vendôme » de la boutique de l'Office de Tourisme pour les détenteurs de ces billets.
- > **Liens internet** depuis le site de l'Office de Tourisme vers les sites internet des prestataires + liens internet depuis les sites de certains prestataires vers le site de l'Office de Tourisme
- > **Opération Noël aux châteaux** en partenariat avec l'ADT 41. Lots à gagner avec séjour « Abbaye on Ice » (partenaires M. et Mme Berrurier/Hôtel Vendôme) + des entrées à la patinoire offertes par la Ville de Vendôme.
- > Rappel des autres supports de promotion de la destination : **1 stand promotionnel** avec écran TV, **3 transats promotionnels** déclinant les thèmes de l'offre culturelle, gastronomique et nautique et 1 voiture « habillée ».
- > **Blog** dédié à l'offre Nature : <http://www.leblog-vendome-au-nature.fr/>

La promotion de notre destination à travers l'offre de visites :



☛ Visites guidées de Vendôme, ville d'art et d'histoire

Les visites du patrimoine ont eu un vrai succès: **+ 10%** par rapport à 2018 (soit 816 visiteurs au total, de juin à octobre 2018)(pour la période estivale : 22% de la fréquentation en juillet et 78% de la fréquentation en août)

52 % des visiteurs ont suivi une visite théâtralisée Bob & Susie au château

18% des visiteurs ont suivi une visite guidée « la Trinité et ses secrets » ou « Laissez-vous conter Vendôme »

12% ont suivi une visite proposée dans le cadre des « lundi d'art et d'histoire

Les ateliers des 6-12 ans organisés en juillet-août font toujours le plein et représentent **10%** des participants

8% ont participé à une nocturne aux flambeaux

☛ Point sur les promenades commentées en calèche Vendôme + Montoire :

	2018	2019
Adultes	465	481
Enfants	221	220
Total	686	701

Nombre de passagers en légère augmentation par rapport à 2018 (+2%), année de lancement de cette nouvelle offre.

Tout comme l'année dernière, la journée du mercredi a toujours mieux fonctionné que celle du samedi...

A noter : 1 annulation le 24/07 en raison de l'épisode caniculaire et de la pluie sur 2 jours (17/08 et 22/09)

☛ Circuits P'tits Curieux

> Les questionnaires de visite de ville « P'tits Curieux » remportent un succès grandissant. Les familles en apprécient le côté ludique et la gratuité.

> Côté numérique, avec 1 circuit « patrimoine » géolocalisé dans Vendôme : **Guideez à Vendôme**

> Côté « classique » avec des fiches-jeux développés avec la société **Randoland** (Vendôme, Fréteval, Lavardin, Trôo, Commanderie d'Arville, Couture-sur-Loir, Montoire-sur-le-Loir, Le Gault-du-Perche, Morée et Selommes) et déclinées selon 3 tranches d'âge.

> Formule « **chasse au trésor** » avec le circuit « Touche pas au trésor ! » proposé dans Vendôme. 1 sac d'enquêteur, des énigmes, des chiffres à trouver pour pouvoir ouvrir le coffre et découvrir le trésor.

☛ Circuits cyclo

4 boucles de pays balisées et font l'objet d'une topofiche chacune. Le partenariat entre Pays Vendômois et Pays Dunois a permis l'édition d'une carte touristique recensant les circuits proposés sur la destination.

Egalement 2 véloroutes qui traversent le Vendômois : St Jacques à vélo et Vallée du Loir à vélo

6 nouvelles boucles en cours de réalisation sur le Vendômois.

☛ Des circuits « nature » réalisés en partenariat avec Perche Nature et le CDPNE

4 circuits jalonnés de panneaux pédagogiques pour découvrir la faune et la flore du Vendômois à Lavardin, Bouffry, Saint-Firmin-des-Prés et Le Temple.

Des balades qui se veulent également « connectées » avec l'application **Ecobalade** (un outil de reconnaissance pour les amoureux de la nature qui veulent découvrir de façon ludique la faune et la flore locales) et l'application **GuidiGO** (pour se balader en famille, avec des énigmes à résoudre).

La promotion de la destination à travers la boutique

Divers produits siglés « Vendôme » et « nature » qui ont bien fonctionné, une offre de produits locaux.

Un chiffre d'affaires stable.

La promotion de la destination à travers les partenariats développés avec les événementiels:

Promenades Photographiques, Ekiden, Triathlon des Coteaux du Vendômois, communication sur Prokino, académie d'Art Lyrique...

+ **Billetterie** visites guidées de Vendôme, Train Touristique de la Vallée du Loir, château des énigmes, L'Hectare/scène conventionnée, festivals de musique, animations de l'association des Amis du château de Vendôme...



3. La mission de coordination de l'Office de Tourisme

Cette **mission** est aussi importante que l'accueil. Le personnel de l'Office de Tourisme doit aller sur le terrain pour aller à la rencontre des acteurs hébergeurs, prestataires, restaurateurs, associations, élus... et il y consacre une part de plus en plus importante.

Les **outils de communication** que l'Office de Tourisme a développés à destination des professionnels du tourisme :

> un espace « pros » sur notre site www.vendome-tourisme.fr, avec notamment l'actualité juridique des différentes filières

> des réunions hébergeurs 2 fois par an, en partenariat avec l'Office de Tourisme du Perche et Haut-Vendômois : l'occasion pour eux de se rencontrer, d'animer le réseau des prestataires vendômois, de découvrir le patrimoine vendômois pour en devenir les ambassadeurs auprès de leurs clients, des ateliers pour « réviser » avant le lancement de la saison

> 1 magazine d'information sur les actualités, les nouveautés... qui est devenu numérique

> 1 agenda pour mieux renseigner les clients

> des visites sur le terrain : accueil des nouveaux prestataires, conseils...

> des guides à destination des porteurs de projet

Une volonté d'accompagner les prestataires pour développer leur activité :

- conseil et accompagnement pour les porteurs de projets

- accompagnement dans le montage de dossier de candidature pour les labellisations

Une volonté d'accompagner les partenaires locaux dans le numérique :

Maryline Deniau, en charge de l'animation numérique de territoire, a poursuivi son travail d'accompagnement :

- accompagnement pour intégrer le dispositif régional de la « place de marché »

- aide aux prestataires locaux dans la réalisation de site Internet ou de blog (conseils et assistance)

- permettre aux prestataires d'être présents sur les réseaux sociaux comme Facebook

- surveiller les avis de consommateurs publiés sur le web et qui concernent les établissements de notre destination

- tenir au courant les professionnels vendômois de l'évolution rapide des usages de la toile

L'Office de Tourisme peut ainsi compléter son dispositif d'accueil avec des prestataires touristiques plus performants et accroître l'attractivité de la destination.

Si les prestataires touristiques vendômois sont efficacement présents sur la toile, la destination vendômoise sera plus visible.

La chargée d'animation numérique de territoire a poursuivi son partenariat avec l'ADT 41 pour le projet de déploiement de la **place de marché**. A ce jour, une soixantaine de prestataires vendômois vendent désormais leur offre en ligne (hébergements, sites de visite principalement).

L'office de tourisme a également poursuivi en interne le déploiement le place de marché pour la billetterie des visites guidées, du Train Touristique de la Vallée du Loir et de certains festivals, les ventes en ligne représentant désormais 16,5% des ventes.

Point Vente en ligne/place de marché :

	2017		2018		2019	
	CA total	% CA PM	CA total	% CA PM	CA total	% CA PM
TTVL	8 169 €	3%	6 474 €	8%	4 737 €	14%
Eté des 6-12 ans	240 €	4%	273 €	10%	0 €	0
Visites guidées	886 €	4%	688 €	2%	839 €	3%
Visites Bob & Susie	1 246 €	15%	1 185 €	8%	2 438 €	23%
Rockomotives	924 €	2%	725 €	0	EC	EC
	11 466 €	4%	9 345 €	7%	8 257 €	16,5%

Son rôle est également d'accompagner les membres de l'équipe salariée dans le numérique et de participer à la stratégie d'accueil numérique du territoire.

Ainsi, l'année 2019 a été marquée par la poursuite de l'intégration de nos données sur la base de données régionale **Tourinsoft** et l'utilisation de l'outil « GRC » (gestion relation clients). Les données statistiques sont désormais enregistrées sur cette base.

☛ **Démarches Qualité externes envers les prestataires:**



Vignobles & Découvertes: accompagnement dans le montage du dossier de candidature de certains prestataires. Participation à la création d'une Fédération Nationale.

Chambres d'hôtes Référence : accompagnement dans le montage du dossier de candidature de certains prestataires. Participation au jury départemental d'attribution du label.

Accueil Vélo : accompagnement dans le montage du dossier de candidature de certains prestataires. Labellisation de l'Office de Tourisme.

Hébergement de pêche : accompagnement dans le montage du dossier de candidature de certains prestataires. 10 prestataires vendômois labellisés actuellement.

P'tits Curieux : conseil aux prestataires qui souhaitent intégrer cette démarche qualité mise en place par l'ADT41.

Pour accomplir ces missions, l'équipe de l'office de tourisme est régulièrement sur le terrain, à la rencontre des acteurs touristiques du Vendômois.

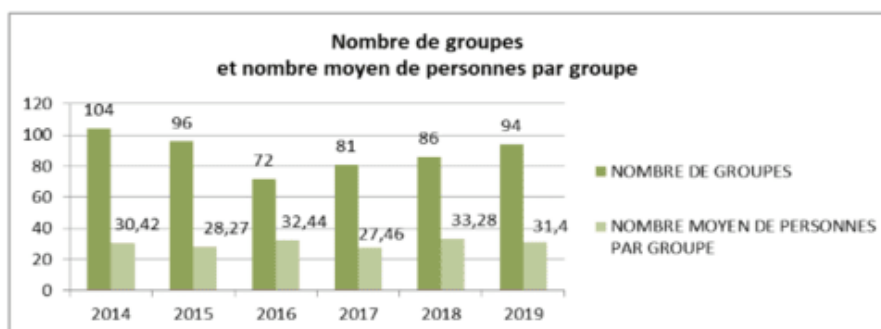


4. La mission de commercialisation de l'Office de Tourisme

4-1 Bilan de l'activité groupes en 2019:



4-1-1 Nombre de groupes



En 2019, nous observons **une augmentation de 9,30%** du nombre de groupes accueillis par rapport à 2018 ainsi qu'une légère **augmentation de 3,14%** du nombre de visiteurs (2952 en 2019 contre 2862 en 2018), avec une moyenne de 31,40 personnes par groupe en 2019 (33 personnes par groupe en 2018).

4-1-2 Rythme de la fréquentation

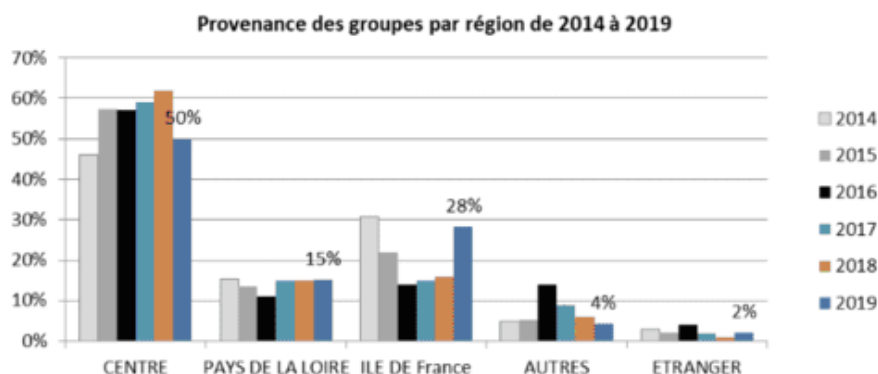
Les deux grandes périodes d'affluence pour les groupes en 2019 restent les mois **d'avril/mai/juin** et **septembre/octobre**. Nous observons une inversion par rapport à 2018, avec davantage de groupes venus en mai (18 contre 11 en 2018) et moins en juin (18 contre 22 en 2018), peut-être dû au fait que le week-end de l'ascension était plus tôt en 2018 (10 mai 2018).

4-1-3 Typologie des groupes

La grande majorité de notre clientèle reste les **associations et clubs**, du **troisième âge** essentiellement qui représentent **64% des groupes accueillis** en 2019. En second pôle de clientèle, nous avons les agences, autocaristes et office de tourisme qui représentent 29% des groupes. Nous observons donc un maintien des proportions par rapport aux années passées.

En 2019, plusieurs groupes sont venus par le TGV depuis Paris-Montparnasse et certains d'entre eux ont fait appel aux services de l'office de tourisme pour réserver une compagnie d'autocars locale pour leurs déplacements en Vendômois (par exemple : Groupe Louis Vuitton)

4-1-4 Provenance géographique des groupes



La majorité de notre clientèle groupe provient de la **région Centre-Val de Loire à 51%** (62% en 2018). Les prestations demandées par cette clientèle de proximité qui connaît le Vendômois (en particulier concernant la clientèle provenant du département du Loir et Cher) sont souvent des prestations sèches (visite de Vendôme ou Train Touristique de la Vallée du Loir). Nous observons **une augmentation de groupes provenant de la région Ile de France**. Nous restons une **destination de proximité pour des circuits à la journée** : la clientèle des séniors est essentiellement une clientèle excursionniste provenant d'une zone de chalandise de 2h00 autour de Vendôme.

4-1-5 Nature des visites



La part des visites sèches et des circuits a augmenté par rapport à 2018.
 4 séjours groupes ont été vendus en 2019 (représentant un total de 8 nuitées), soit un de plus que l'année 2018 (deux séjours avec hébergement et deux séjours sans hébergement réservés en direct chez les prestataires).
 A noter, au total, ce sont 55 circuits qui ont été commercialisés par l'Office de Tourisme.
 Parmi ces circuits, 30 sont des demandes sur-mesure (soit 55%), c'est-à-dire des circuits n'étant pas répertoriés dans le catalogue groupes 2019 ou l'ancien site internet.
 Les 25 autres sont les circuits habituels, Train touristique et Musikenfête au fil du Loir (22), Sur les traces des Templiers (2), Le monde des troglodytes (1).
 Deux délégations ont été accueillies en 2019 (italienne et chinoise) pour une visite guidée de Vendôme et autres sites de visites.
 De plus, le groupe Louis Vuitton, composé de directeurs de magasin internationaux s'est rendu à Vendôme pour une journée test « Découverte de Vendôme et de leur atelier de maroquinerie exotique ». C'est une demande spécifique qui a été traitée et réfléchiée en collaboration avec le service patrimoine et urbanisme de la mairie de Vendôme. Cela a été une réussite, le groupe LVMH programmera des visites régulières au cours de l'année 2020

4-1-6 Retombées économiques pour les restaurants et les sites

> **Restauration** : 56 groupes ont commandé 1 prestation « restaurant » à l'Office de Tourisme (51 en 2018)
Les restaurants les plus fréquentés par notre clientèle « groupes » se trouvent à proximité des prestations les plus vendues.

> **Visites de sites** : Nous avons vendu **152 prestations** « groupes » en 2019 (144 en 2018)

4-1-7 Retombées économiques pour le Vendômois

Année	
2016	72 490 €
2017	76 626 €
2018	93 666 €
2019	103 818 €

Nous observons en 2019, **une augmentation de 10,84% du chiffre d'affaire** par rapport à 2018. Cette augmentation s'explique par une hausse du nombre de groupes accueillis (+9,30%) et de circuits vendus sur le Vendômois (+18,40%). Les groupes ont davantage consommé des circuits rassemblant plusieurs prestations (goûter, dégustation, sachet de Sainte-Larme, visites de Vendôme et de l'abbaye...).

En 2019, **chaque visiteur « groupes » aura dépensé 35,20€ en moyenne**, soit une somme supérieure à la dépense moyenne en 2018 (+2,50€).

4-2 L'Offre commerciale sur Internet

> Sur notre site www.vendome-tourisme.fr : nouvelle présentation mise en ligne fin septembre avec la refonte de notre site de destination + nouveauté : module de devis groupes

> Liens vers nos séjours et circuits groupes et individuels depuis les sites de partenaires tels que l'ADT41 et le CRT

4-3 L'Offre à destination de la clientèle des individuels

- Plusieurs produits « courts séjours » thématiques sont présentés sur notre site www.vendome-tourisme.fr

- Action de commercialisation avec l'Earl du Petit Perche : séjour « Eveillez vos papilles en Perche Vendômois ».



[Rapport d'activités 2019- Office de Tourisme de Vendôme-Territoires Vendômois]

Table des matières

Introduction générale	5
Partie 1 : Le modèle centre-périphérie, entre persistance et mutation, à l'heure des grandes transformations de la société	13
Chapitre 1 : Le modèle centre-périphérie	13
L'analyse du modèle des espaces centraux : la place de la ville-centre	13
a. La théorie des modèles centraux	13
b. La ville-centre, toute puissante ?	14
Les villes moyennes et leur rôle d'intermédiation	16
a. Les périphéries reléguées, toujours dépendantes du centre	16
b. Les villes moyennes, espaces d'équilibre de l'armature urbaine ?	17
Chapitre 2 : La critique du modèle centre-périphérie	19
Les limites des modèles centraux : critique générale	19
De nouveaux modèles théoriques pour expliquer les nouvelles réalités	19
L'émergence du modèle réticulaire	19
La déconcentration des villes	21
La notion de marge	22
Chapitre 3 : Le tourisme, capable de renverser les polarités ?	23
L'inversion des polarités	23
L'espace rural : de marge, à centralité touristique (l'exemple de Bali)	24
Le développement touristique des périphéries à proximité de centres touristiques : l'exemple de la ville de Concepcion au Chili	25
Conclusion Partie 1 :	25
Vendôme, une centralité historique	26
L'évolution du tourisme en vendômois	27
Partie 2 : La place de Vendôme	28
Chapitre 1 : La ville-centre, une composante indispensable : la ville-ressource, la ville utile	28
Ses infrastructures de transport : le TGV depuis 1989	29
L'office de tourisme, pôle d'accueil et porteur de la politique touristique	30
Une ville vivante, au patrimoine remarquable	32
Vendôme, un nom et une marque territoriale	35
Chapitre 2 : Une offre touristique somme toute ordinaire	38
Une offre hôtelière abondante	38
Des sites touristiques peu valorisés	38
Chapitre 3 : Une ville-centre qui peine à irriguer son territoire	40
Un manque d'infrastructures de transport pour relier la ville-centre à la périphérie	40
L'absence d'une mise en exergue des liens culturels et historiques entre la ville-centre et la périphérie	42

Conclusion Partie 2 :	43
Perspective : Une domination réaffirmée de la ville-centre par des projets touristiques ambitieux, en capacité d'irriguer son territoire ?	44
Partie 3 : Ville-centre et périphérie, deux entités interdépendantes et complémentaires	47
Chapitre 1 : Une périphérie attractive...	47
Typologie de l'offre touristique en périphérie : une offre originale et diversifiée	47
Le rôle des labels, des vecteurs d'attractivité non négligeables	50
Une attractivité renforcée par la crise sanitaire	52
Chapitre 2 : ...En relation d'interdépendance avec la ville-centre	53
Dépendance de la ville-centre pour la restauration	53
Dépendance de la périphérie pour l'hôtellerie	54
Chapitre 3 : La remise en cause du modèle centre-périphérie : deux entités complémentaires qui forment la destination	55
Ville-centre-périphérie, un ensemble indissociable	55
Une interdépendance renforcée par les politiques publiques locales	56
Une périphérie qui s'émancipe, qui crée son indépendance et les conditions d'une inversion des polarités par le tourisme	57
Focus : le Perche-Vendômois, une destination à part entière inscrite dans d'autres logiques	60
Conclusion de la partie 3	62
Perspective : Ronsard, l'incarnation de l'identité du Vendômois ? Le trait d'union entre la ville-centre et la périphérie ?	62
Partie 4 : Le Vendômois, entre vallée du Loir et vallée de la Loire, quel positionnement ?	65
Chapitre 1 : Le positionnement marketing actuel	65
L'insertion dans le Val de Loire	65
En jouant la carte du tourisme vert pour se différencier	66
Une destination qui prend appui sur les limites administratives de l'arrondissement	67
La création de l'ADV L en 1980	67
La scission du vendômois	67
Chapitre 2 : Une position qui ne fait pas l'unanimité	69
Poursuivre la stratégie actuelle	69
Le tourisme : un vœu pieu en Vendômois ?	71
Chapitre 3 : Deux positionnements stratégiques compatibles et nécessaires pour lutter contre la marginalisation du territoire	72
Le Val de Loire, un apport non négligeable pour le Vendômois	72
La nécessité de coopérer	74
Une coopération toujours fragile, qui doit se fortifier pour peser face au Val de Loire et lutter contre sa marginalisation	76
Conclusion Partie 4 :	77
Perspective : Un nouveau statut juridique et un nouvel emplacement pour l'office de tourisme de Vendôme, pôle d'accueil principal du vendômois : l'occasion d'afficher une nouvelle stratégie touristique ?	78
Conclusion générale	81
Recommandations :	84
Axe n°1 : Renforcer l'attractivité touristique de la ville-centre	84

Axe n° 2 : Etablir une stratégie de développement touristique à l'échelle du Vendômois (en prenant appui sur les limites de la vallée du Loir) autour de ses deux grandes spécificités, qui en font l'identité :	86
Axe n°3 : Renforcer les liens avec les territoires de la vallée du Loir pour former une destination Vallée du Loir à part entière	88
Bibliographie	90
Webographie	94
Table des entretiens	96
ILLUSTRATIONS	98
Table des illustrations	99
Illustration n°1 : Vendôme, une localisation géographique stratégique	100
Illustration n°2 : carte de l'arrondissement de Vendôme divisée par ses trois entités administratives	101
Illustration n°3 : l'attrait touristique du Vendômois	103
Illustration n°4 : les moteurs d'attractivité touristique de Vendôme	104
Illustration n°5 : couverture du magazine de destination de Vendômois 2022	105
Illustration n°6 : les moyens de locomotion des touristes	106
Illustration n°7 : la notoriété de la destination	107
Illustration n°8 : les lieux de séjours des touristes en Vendômois	108
Illustration n°9 : carte de l'arrondissement de Vendôme - découpage du Perche vendômois	109
Illustration n°10 : plan des jardins Renaissance de la maison natale de Ronsard	110
Illustration n°11 : la durée de séjour des touristes en Vendômois	111
ANNEXES	112
Table des annexes	113
Annexe A : Extrait du magazine de destination de Vendôme Tourisme 2022	114
Annexe B : questionnaire sur les pratiques touristiques en Vendômois	118
Annexe C : Rapport de la Jeune chambre économique de Vendôme et du Vendômois	121
Annexe D : Rapport d'activités de Vendôme Tourisme 2019	126

Résumé

Ce mémoire cherche à montrer, par une analyse multiscalaire, comment le tourisme remet en cause la théorie des lieux centraux jusqu'à inverser les polarités, dans des territoires, à la fois, ruraux et situés à proximité d'un centre touristique majeur, dans un contexte où les pratiques touristiques sont en pleine évolution.

Abstract

This thesis seeks to show, through a multiscalar analysis, how tourism calls into question the theory of central places to the point of reversing the polarities, in territories that are both rural and located near a major tourist center, in a context where tourism practices are evolving.

Mots-clés : centre-périphérie, tourisme, attractivité, marge

Keywords: center-periphery, tourism, attractiveness, margin