



## Les publics des itinéraires «Saint-Jacques de Compostelle» (\*)

Cette suite et fin de l'enquête porte sur la phase de préconisations qui inventorie les actions à mettre en place pour répondre tant aux attentes des publics qu'à celles des acteurs, investisseurs et institutionnels.

### ■ Les enseignements

Ils permettent la définition d'un cadre de développement coordonné du chemin de Compostelle :

- avec ses valeurs fondatrices : il s'agit de préserver et pérenniser ce patrimoine de l'humanité (Unesco),
- avec sa symbolique de lien et d'échange : développer et valoriser les territoires traversés grâce à des échanges tant humains qu'économiques par opposition à une exploitation purement mercantile,
- avec sa dimension européenne : inscrire les régions dans un projet de dimension européenne.

### ■ Les objectifs principaux

- **Préserver et pérenniser l'identité du chemin** : malgré les différentes motivations des cheminants, face au Chemin tous conjuguent les mêmes valeurs à l'aide d'un imaginaire relayé par une expérience et un vécu spécifiques, l'authenticité, le sacré, l'ouverture, l'accompagnement.
- **Préserver le lien entre l'imaginaire et la réalité offerte** : permettre la pratique des itinéraires par tous les publics en tenant compte de leur diversité sans jugement de valeur ni hiérarchisation du type «vrai» ou «faux» pèlerin. Organiser leur coexistence sans préemption d'un groupe sur les autres.
- **Ajuster l'offre aux attentes des pratiquants tant qualitativement que quantitativement**. Quelques réponses transversales apparaissent : multiplication des points d'eau, sécurisation des passages sur routes, augmentation des chemins en terre, développement de la capacité d'accueil et amélioration de celui-ci.

- **Favoriser l'étalement des flux sur l'ensemble des voies.**

### ■ Les attentes spécifiques émergentes

**1) Randonneurs touristes.** Tournés vers un chemin de découverte fréquenté, favorables à la mise en valeur de boucles de randonnée leur permettant de s'écarter pour découvrir au-delà du sentier le patrimoine, ils aspirent à la possibilité de scinder eux-mêmes leurs étapes, à la mise à disposition d'une large gamme d'hébergements (du gîte à l'hôtel), à la qualité de l'accueil localement. De plus, ils souhaitent un service de transport de bagages, une signalétique d'interprétation sur le chemin et sur les alternatives ou itinéraires de liaison, la demi-pension, et la table familiale chez l'hébergeur.

**2) Randonneurs aventuriers/sportifs.** Ils pratiquent le chemin comme un chemin de grande randonnée (GR), s'hébergent en camping, chez l'habitant ou dans des lieux patrimoniaux. Ils sont en attente de panneaux d'information sur le patrimoine, d'un balisage type GR. Ils souhaitent disposer de paniers pique-nique, de points d'eau signalés et ne sont pas hostiles aux itinéraires difficiles. Un aménagement en piste cyclable les intéresse également.

**3) Pèlerins traditionalistes.** Ils recherchent des «signes» compostellans bien visibles, des hébergements religieux confortables pouvant être collectifs, des partages ritualisés. Ils souhaitent, par ailleurs, préserver les valeurs chrétiennes (services religieux).

## A lire

### Etude

«Tourisme, culture et développement durable», Unesco, 2006. Etude réalisée dans le cadre du programme «tourisme, culture et développement» de la Division des politiques culturelles et du dialogue interculturel, service culture et développement de l'Unesco par Mike Robinson et David Picard.

Les articles traitent de :

- culture et patrimoine comme ressources touristiques
- le tourisme culturel, une forme de développement économique
- créer des liens
- préserver et mobiliser les ressources culturelles



Pour se procurer l'étude :  
UNESCO, Section Culture et Développement - 1 rue Miollis  
FR-75732 PARIS Cedex 15

### (\*) L'étude

Enquête réalisée en Aquitaine et en Midi-Pyrénées de juin à octobre 2003 à la demande des Comités Régionaux du Tourisme, avec le soutien financier des Conseils Régionaux, de la Direction du Tourisme et de l'Union Européenne en collaboration avec l'ACIR et avec le concours des Comités Départementaux du Tourisme, des offices de tourisme ou syndicats d'initiatives. Cette étude a été confiée à QAPPA, pôle d'ingénierie, associé à BVA.

Pour obtenir l'intégralité de la synthèse de l'enquête, nous contacter.

## Commentaires

### Note 1

L'utilisation de l'identifiant «Grand Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe» se met progressivement en place sur le territoire continental. Ce symbole est maintenant connu par une majorité des usagers de la marche au long cours ; nul besoin donc d'en imaginer un autre ! Il s'agit de poursuivre systématiquement la mise en place de son implantation propre à renforcer qualitativement le balisage directionnel et fonctionnel des GR. Un petit rappel toutefois, cet identifiant au caractère européen est un icône positionnel.

### Note 2

Tant les nombreuses incivilités de nos concitoyens qu'une détérioration du système de bénévolat ou un manque de ressources financières dans les territoires ruraux concourent à la fermeture quasi systématique de certains lieux de patrimoine comme chapelles, églises, petits musées,... Le devenir de ces lieux semble donc soumis dans la majorité des cas à une évolution des mentalités, à une recomposition du sociétal.

### Note 3

En français le terme «hôte» se conjugue doublement : celui qui reçoit et celui qui est reçu. Il ne s'agit pas de mettre uniquement en exergue les devoirs de l'hébergeur mais également ceux de l'hébergé.

### Note 4

Il s'agit là de trouver un juste équilibre. Certes ce service de transport des bagages peut s'avérer nécessaire pour certaines personnes affectées de problèmes physiques incompatibles avec le port de poids mais il nous semble que cette pratique ne doit pas systématiquement se développer. Il y a là de gros risques de banalisation de cette pérégrination vers Compostelle comme transformer ce qui est une démarche personnelle en un vulgaire loisir issu d'une société de consommation.

Les commentaires sont de l'ACIR

4) **Pèlerins mystiques ou métaphysiques.** Ils sont en quête d'un chemin peu fréquenté, peu aménagé mais balisé, en recherche de symboles compostellans. Ils sont sensibles à l'accueil des populations locales. Ils souhaitent des hébergements basiques et peu onéreux.

## ■ Les domaines d'intervention sectoriels

### • Les itinéraires

Il s'agit de promouvoir un itinéraire (ses alternatives et voies de raccordement) qui soit «officiel» et balisé afin de préserver cohérence et lisibilité tout en étant sensible aux attentes et aux pratiques de chacun (nécessité d'une coordination des actions des collectivités locales). A ce jour les déficiences de cohérence concernent principalement les itinéraires de Vézelay, du Piémont ainsi que la voie littorale.

### • Les aménagements

Ils se doivent basiques et fonctionnels et correspondant à toutes les typologies ; donc travailler au développement des points d'eau potable, à la sécurisation des passages sur routes goudronnées (sentiers parallèles), au balisage directionnel dans les villes. Pour les randonneurs touristes et sportifs, il conviendrait d'améliorer les services, les points informations (dans les hébergements et les communes-haltes), les parkings sécurisés pour voitures au départ des étapes. De plus, une matérialisation

du chemin par une signalétique complémentaire au balisage banalisé (GR) renforcerait l'identification de l'itinéraire et du patrimoine jacquaire [cf. note 1]. Il faut aussi aller vers une ouverture des lieux de patrimoine jacquaire [cf. note 2] et des autres sites naturels et patrimoniaux alentours et d'intérêt : balisage directionnel, points de vue, paysage, lieux de pique-nique et interprétation du patrimoine jacquaire avec traductions.

### • L'accueil et l'animation dans les communes-haltes

Il faudrait pouvoir mobiliser les populations locales pour proposer une offre plus authentique, améliorer les connaissances sur la thématique : conférences, expositions, animations du patrimoine.

Egalement inciter les hébergeurs de tout type à proposer une «formule pèlerin» ; encourager la création d'hébergements polyvalents en terme de public (engagement des collectivités locales et gestion privée) ; préciser les conditions d'accueil par la mise en place d'une charte de l'hôte [cf. note 3] ; favoriser la création d'accueil à mi-étape ; développer des services à partir des lieux d'hébergement, transport de bagages [cf. note 4], réservation du lieu d'hébergement suivant, panier repas, fourniture de savon, serviettes, draps, dépannage en petite épicerie, information touristique.

## Clés pour une communication

### LE CHEMIN TANGIBLE ou Chemin authentique

Le chemin est pré-existant  
Un voyage vers des horizons nouveaux

### L'EXPLORATION

C'est le chemin dénotatif  
On peut montrer le chemin  
Signifiants descriptifs des référents tangibles : paysages, patrimoine, «cheminants», hébergeurs

Climat psychologique diffus : jubilatoire

Communication objective  
guides de voyages, guides pratiques, reportages presse, documentaires télévisuels

### LE CHEMIN SPIRITUEL ou Chemin sacré

Le chemin c'est le pèlerin qui le fait  
Un voyage intérieur

### LA QUÊTE

C'est le chemin symbolique  
Exprimer le chemin avec des signifiants suggestifs  
Signifiants proposant des interprétations du référent : traces, empreintes, abstractions, stylisations

Climat psychologique diffus : libérateur

Communication subjective  
Témoignage, récit, journal intime, carnet de voyage, littérature, traitement artistique



## ■ Les domaines d'intervention transversaux

### • La coordination et l'animation des acteurs à l'échelle interrégionale

A partir de l'action de l'Association de Coopération Interrégionale «Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle» et du projet VIA LACTEA (Interreg IIIB), il conviendrait de poursuivre le recensement de tous les acteurs, la veille sur les éditions et les diffusions d'information.

### • La communication

Elle doit se construire autour de l'axe générique du chemin. Le motif du chemin doit être la pierre angulaire du positionnement : le chemin unique et universel (effet palimpseste du chemin) et support de rencontres. La communication doit participer à renforcer l'identité du Chemin, à valoriser le patrimoine et les territoires pour inciter à une nouvelle venue, à re-étaler les flux sur les autres voies.



© J.P. SALMON

## Commentaires

### Note 5

Nous comprenons mal le sens de cette préconisation. Ne suffit-il pas de décliner la charte graphique et couleur de l'identifiant de l'Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe? Une charte spécifique à chaque territoire serait de nature à désavouer l'échelle de grande ramification des chemins vers Compostelle.

### Note 6

Nous comprenons cette préconisation dans un sens d'initiation à la marche au long cours et de valorisation des implications locales et non pas comme une incitation à la segmentation des chemins vers Compostelle.

### Note 7

Cela permet d'une part de marcher «les yeux grands ouverts» et d'autre part d'inciter les cheminants à revenir sur les territoires en famille ou entre amis pour un séjour de tourisme culturel. Voir les guides coédités par Rando éditions / ACIR Compostelle.



© S. VAISSIERE

## Éléments spécifiques de la communication selon les groupes

Randonneurs touristes ou invitation au voyage, à la découverte	Pèlerins traditionalistes ou rencontre, partage
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoriser la richesse du chemin (architecture, patrimoine, paysage)</li> <li>• et de ses alentours (sites, villages, gastronomie)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- donner à voir, importance du «montré»</li> <li>- des signes d'intégration dans une globalité : la France, le pays et son histoire</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les signes du chemin : coquille, bâton, signes religieux, ... (importance du code)</li> <li>• mise en avant de l'humain et des valeurs chrétiennes</li> </ul>
L'enjeu : commencer l'évasion et préparer son séjour	L'enjeu : se retrouver à travers ses valeurs et ses croyances
Randonneurs sportifs / aventure ou le choix «Compostelle»	Pèlerins métaphysiques / mystiques ou un chemin qui se mérite
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information concrète sur l'offre randonnée : un chemin en conformité avec l'idée d'aventure et de randonnée (rendre possible) et un chemin spécifique (rendre attractif)</li> <li>• des marqueurs de différenciation : le mythe Compostelle vs une randonnée classique</li> <li>• des «produits aventure» d'imprégnation jacquaire et des récits d'aventure «voyages à la manière de...»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer une vision assez élitiste du chemin par son ton : confidentiel</li> <li>par son traitement : abstraction, portée philosophique</li> <li>• valoriser une approche intellectuelle, politique au sens large : la pratique du chemin comme un contre-pouvoir, une transgression</li> </ul>
L'enjeu : conforter le choix «Compostelle»	L'enjeu : se retrouver dans la profondeur de la démarche individuelle

## ■ Proposition d'actions interrégionales

### Pour un public cheminant

- Définir une charte graphique commune pour toute édition locale, départementale et régionale [cf. note 5],
- Favoriser l'édition de «mini-guides pratiques» locaux (à l'échelle de 3 ou 5 étapes) à diffuser dans les hébergements sous forme de «mot de bienvenue aux cheminants» et valorisant le contenu des plans d'actions locaux et/ou départementaux [cf. note 6],
- Etablir un partenariat avec les éditeurs de guides, pour plus de présence des patrimoines dans les guides [cf. note 7],
- Concevoir le discours des pages d'accueil Internet en cohérence avec le noyau spécifique du chemin.

## ■ Un autre public : les touristes culturels

**Typologie**  
Les cadres supérieurs et les professions libérales sont les plus nombreux (24,5 %). Les retraités arrivent en seconde position (23,4 %). Les jeunes sont bien représentés, notamment les 25-34 ans (16,7%). Les femmes (57 %) sont majoritaires. Parmi eux, 37 % se disent agnostiques et 27 % croyants. Ils ne sont qu'une minorité à s'affirmer non-croyants (11 %). 83 % d'entre eux sont français. 10 % sont de nationalité britannique.

L'Île-de-France est la région française la plus représentée dans le cadre de cette pratique : 21 % en sont



## Commentaires

### Note 8

Une vérification du principe des vases communicants ! Autant souvent l'utilisateur pédestre des chemins souhaite revenir sur les territoires pour une pratique du tourisme culturel, autant le touriste culturel aspire à devenir cheminant. Ces effets induits ne sont quantifiables que sur au moins un moyen terme. Il s'agit là de répondre aux doutes et aux interrogations de certains CDT quant aux investissements à programmer pour une amélioration de la pratique de la marche au long cours ou pour une incitation à la pratique du tourisme culturel.

### Note 9

Il n'existe pas réellement de définition d'un patrimoine jacquaire à proprement parler mais un florilège d'éléments patrimoniaux en relation avec la thématique compostellane et l'époque de son émergence (Moyen-Age, art roman, art gothique). Ces édifices sont en général des éléments tels que hôpitaux, lieux de culte, ou ponts ayant été au service de cette pérégrination. Dans un registre immatériel, les représentations artistiques, les attributs du pèlerin ou les différents témoignages nous étant parvenus sont à rattacher à cette idée de patrimoine jacquaire.



© S. VAISSIERE

originaires ; 15 % proviennent de Midi-Pyrénées et 14 % d'Aquitaine.

Concernant leurs motivations, 1 pratiquant de tourisme culturel sur 2 affirme vouloir réaliser un tronçon du «Chemin» dans les années à venir [cf. note 8].

Pour cette catégorie de voyageurs la motivation affichée pour la pratique d'une itinérance pédestre serait tout d'abord la pratique de la randonnée sur des chemins reconnus (43 %), puis la volonté de rencontrer les autres (42 %). Enfin, un tiers des personnes interrogées affirme avoir un intérêt pour le patrimoine jacquaire [cf. note 9] et son histoire (32 %). Ils sont également un tiers à reconnaître qu'il s'agit d'une façon originale de visiter une région et un autre tiers à se dire en quête de «quelque chose».

En terme de représentation, l'itinérance sur le «Chemin de Compostelle» est avant tout associée au dépouillement et à la simplicité (36 % des répondants). La convivialité est également souvent citée (28 %) ainsi que la liberté (22 %).

Les itinéraires jacquaires sont principalement perçus comme des circuits de découverte culturelle (44 %) avant de l'être comme un support de pèlerinage (32 %).

### Propositions d'actions interrégionales

- Préserver une notion de confidentialité intrinsèque à l'attrait pour les cheminants actuels.
- Développer la notoriété des territoires traversés en s'appuyant sur l'image de Compostelle.
- Développer les flux d'un tourisme culturel à partir de la thématique jacquaire.
- Créer des produits d'appel et d'illustration des régions autour de la thématique Saint-Jacques (circuits de découverte culturelle, séjours avec balades à pied ou à vélo «sur les chemins de Saint-Jacques», etc.)
- Valoriser la thématique jacquaire dans les documents d'appel touristiques institutionnels régionaux et départementaux.
- Développer les relations presse auprès de médias et titres sélectionnés.
- Participer à des salons touristiques en utilisant la thématique jacquaire et les produits développés comme «porte d'entrée».

## Synthèse

### Une finalité d'origine

Formaliser un cadre de développement harmonieux et durable du chemin de Compostelle

### 4 enjeux identifiés

Sauvegarder un patrimoine de l'humanité  
Développer les territoires traversés grâce à des échanges tant économiques que humains  
Inscrire les régions Aquitaine et Midi-Pyrénées dans un projet de dimension européenne  
Valoriser l'image des territoires

### 4 objectifs généraux

Préserver et valoriser l'identité du Chemin  
Permettre la pratique des itinéraires à tous les publics  
Ajuster l'offre aux attentes des pratiquants  
favoriser l'étalement des flux sur l'ensemble des voies

### 4 domaines d'intervention sectoriels

Itinéraires	Aménagements	Accueil et animation	Hébergements
-------------	--------------	----------------------	--------------

### 3 domaines d'intervention transversaux

Observation des publics	Coordination / animation des acteurs	Communication
-------------------------	--------------------------------------	---------------