

## Contribution **TOURISME**

(En italiques, des passages issus des Carnets Nivernais du Développement Durable)

On a déjà pu lire dans la presse « le Center Parcs près de Cluny ».

Un sentiment de déclassement, de dévalorisation pourrait être rapidement ressenti, pas seulement localement, mais étendu au clunisois qui a une forte identité, ceci lié à une assimilation au Center Parcs. Or, depuis toujours, la ville de Cluny est connue en tant que haut lieu culturel, patrimonial, architectural et spirituel.

L'implantation d'un Center Parcs va dégrader cette image de marque.

Un projet véritablement ambitieux serait de penser la complémentarité, plutôt que l'imposition d'une différence tellement radicale. Ce n'est d'ailleurs pas seulement une différence. C'est un choix antinomique, en ce sens qu'en est exclue l'idée du bon, de ce qui est ajusté, d'où est exclue également l'idée du beau, et celle du vrai, de l'authentique.

A l'inverse d'un Center Parcs avec une importation du toc, du carton-pâte, infligeant sa signalétique voyante dans nos paysages ; placage du factice sur un territoire empreint d'une culture millénaire, riche d'un bâti exceptionnel qui, lui, aurait mérité un véritable soutien... Sentiment diffus d'invasion par cette irrésistible vague de médiocrité... Dégradation du sentiment d'appartenance... Destruction consciencieuse de la culture...

Autant notre identité culturelle, spirituelle, notre amour d'un bâti exceptionnel propre à toute la région, sont enracinés partout **dans** le territoire, autant un Center Parcs est **hors-sol**, sans aucun rapport avec le milieu.

Center Parcs, c'est l'ubris, la démesure. C'est une dissonance, une rupture d'harmonie territoriale. Center Parcs - avec sa bulle tropicale où vont côtoyer à l'intérieur palmiers et, à l'extérieur, sapins de Douglas - c'est l'incohérence, c'est ce qui écorche et malmène les sens. *C'est une insulte à l'esprit et à la raison !*

Le tourisme CP est marqué par la banalité, la répétition, la régression, le consumérisme, en inadéquation avec la tendance montante de touristes *en recherche de prestations plus simples avec des tarifs abordables (...) limitant les dépenses accessoires (moins de restaurant, moins de sorties payantes)...* Les nouvelles générations de touristes (...) seront de plus en plus sélectifs sur la nature des prestations offertes, y compris en matière de développement durable et de la lutte contre le réchauffement climatique.

Le touriste qui fréquente les gîtes et chambres d'hôtes de notre région a choisi le voyage, l'itinérance, la découverte. Qui peut croire que le touriste Center Parcs va distraire un seul jour sur un court séjour onéreux pour découvrir la région ? Sauf à y jeter un regard rapide.

*L'écotourisme, lui, est axé sur l'observation de la nature et son appréciation, ainsi que sur les cultures et tout ce qui affère aux milieux naturels.*

*Le voyageur, qui prend le temps, invente un art de voir les lieux, les paysages ; il donne de la valeur à ce qu'il regarde, contemple. Ce voyageur-là (ou touriste comme on aime à l'appeler) tisse une nouvelle économie relationnelle. Il valorise le paysage mais aussi ceux qui l'habitent, ainsi que ceux qui l'entretiennent et s'y engagent physiquement...*

Les regardants-regardés se valorisent, se transforment mutuellement dans cet échange de visage à visage, là où « il y a de l'autrui ».

Le tourisme qui a de la valeur, c'est celui qui harmonise durablement les relations entre hébergeur-hébergé, qui permet de tisser un lien : c'est bien ce travail que réalisent gîtes et chambres d'hôtes...qualifiés par PV-CP de « mitage du territoire » ! Discours pervers qui discrédite et inverse les valeurs.

Un hébergement « à la Center Parcs » nie la dimension d'hospitalité, à forte connotation d'enracinement du lien qui permet le développement et l'enrichissement de chacun par l'autre. *De plus, les modes de consommation de ces voyageurs touristes sont du type consommation consciente et responsable.*

Et qu'en sera-t-il des 40% de résidences secondaires de la région dont le poids économique pour la Saône et Loire est considérable puisqu'ils représentent 78% du tourisme non marchand (rénovation de l'habitat, niveau de vie souvent élevé...) : *ces résidents secondaires participent au maintien du patrimoine architectural et ont, par imprégnation, une influence positive sur les habitants permanents.*

Ces résidents qui ont fait le choix de la ruralité pourraient vouloir revendre leur bien, conduisant à une dépréciation de l'immobilier local.

L'essor du tourisme rural en gîte et chambre d'hôtes est issu d'une nombreuse clientèle urbaine en quête d'authenticité. D'authenticité.

Forts de cette demande importante, Région et Département auraient là une opportunité de soutenir et développer ces hébergements de qualité, irriguant tout le territoire et créateurs d'emplois et de richesses.