



**Le développement du tourisme
dans le département de la Drôme**

26 juillet 2004

Le Comité Départemental du Tourisme de la Drôme
a confié à Altedia une étude sur le tourisme dans la Drôme
pour identifier les atouts ou les éventuelles lacunes
et proposer une stratégie de communication.

Ce document constitue la première partie de l'étude
et se réfère à une série d'entretiens réalisés par téléphone
avec six professionnels du tourisme
dans les trois premières semaines du mois de juillet 2004

Sommaire

Périmètre de l'étude	page	4
Principales recommandations	page	5
Information et communication	page	6
Eléments de synthèse	page	8
Annexe I Quelques phares	page	13
Annexe II Les six entretiens	page	16
Annexe III «Les vacances dans la Drôme, c'est ...»	page	40

Périmètre de l'étude

*A partir d'une liste de 7 noms,
6 entretiens avec des professionnels du tourisme
ont été réalisés par téléphone*

Le 8 juillet 2004

Pascal GUILLAUMET - Self Voyages Provence
42, bd Raspail - 84000 - Avignon - Tél : 04 90 14 70 00

Le 9 juillet 2004

André VESIN - Dupraz Bus Genève
24, Creux de Boisset – 1286 Soral / Genève Tél : 00 41 22 756 90 00

Le 12 juillet 2004

Pierre JOSSE - Guide du Routard, chapitre Drôme - Tél : 01 43 20 85 65

Le 19 juillet 2004

Fabien CHARROT - Interchalet
Kaiser Joseph Strasse 263 - 79098 Fribourg - Tél : 00 49 761 21 00 172

Le 20 juillet 2004

Guylaine BROUSSET - Terrien – Service Groupes
1, Allée Turenne – BP 20324 – 44003 Nantes Cedex 1 – Tél : 02 40 47 72 95

Le 20 juillet 2004

Loïc PLANCHE - Autocars Planche
Champ Garet - 69400 Arnas
Tél : 04 74 09 30 23

Frédéric BENHAMOU - Time Affairs - en vacances jusqu'au 7 Août
4, place de la Pergola – 95021 Cergy Pontoise – Tél : 01 30 30 88 00

A ses entretiens, s'est ajoutée une large recherche documentaire dans de nombreux guides, catalogues et brochures, ainsi qu'une observation attentive des medias dans les trois premières semaines du mois de juillet 2004.

Premières recommandations

Préférer un tourisme sélectif à un tourisme de masse

L'heure n'est plus au tourisme de masse. La Drôme a la chance de ne pas avoir sur son sol des sites aussi célèbres que le Pont du Gard ou la Grotte Chauvet. Leur fréquentation excessive devient une calamité. La Drôme est le paradis des touristes individuels, des petits groupes, des vrais amateurs qui se réjouissent à l'écart des sentiers battus et ne souhaitent pas divulguer les bonnes adresses.

Développer les capacités d'hébergement

Dotée des atouts qui assurent aujourd'hui le succès touristique, soleil, douceur et calme, discrétion, paysages et sites, activités diverses, la Drôme ne dispose pas des capacités d'hébergement nécessaires. La Drôme manque d'hôtels de luxe et de charme capables d'accueillir 30 à 40 personnes. Les chambres d'hôte ou les gîtes ne sont assez nombreux, les maisons à louer pas assez belles.

Promouvoir villages et bourgades

Le charme de la Drôme réside dans ses villages et ses bourgades. Le calme, la sérénité, la beauté des sites encore ignorés du public sont ses meilleurs atouts. Pourquoi ne pas aider ces bourgades à se rénover, à s'équiper, à s'animer ? Il ne s'agit pas de les travestir à la manière de Gordes, Vallauris ou Pérouges, mais de révéler ces multiples petits paradis en veillant à ne pas les défigurer.

Encourager l'installation de résidents

Couloir de passage, aire de transition, la Drôme est aussi une terre d'accueil et d'enracinement. Plus que le tourisme, la Drôme encourage, depuis longtemps déjà, l'installation de résidents, locataires ou propriétaires, qui furent les premiers à découvrir sa douceur de vivre et préféreraient rester seuls dans des hameaux de rêve ou de délicieuses bourgades miraculeusement préservées.

Maintenir les prix à un niveau raisonnable

Les attraits touristiques de la Drôme ne justifient pas une hausse abusive de ses prix. Même si elle peut se comparer au Vaucluse, la Drôme ne doit pas se laisser aller aux mêmes excès. En raison de ses prix prohibitifs, le Vaucluse perd en 2004 jusqu'à 30% de sa clientèle habituelle. Les touristes savent compter. Ils préfèrent aller en Europe de l'Est où les prix sont inférieurs de 40% aux prix français.

Améliorer la qualité humaine de l'accueil

Maîtriser les prix ne signifie pas rogner sur la qualité ! C'est tout le contraire ! Les touristes, français ou étrangers, sont de plus en plus exigeants. Ils veulent les meilleures prestations au meilleur prix. Ils ont l'embarras du choix, en Europe ou ailleurs, et fuient s'ils ne sont pas satisfaits. L'accueil, souvent, n'est même pas aimable ! « Chaque touriste doit être traité comme un prince saoudien » !

Etablir une charte du tourisme

Préférer un tourisme de qualité à un tourisme de masse exige des efforts mutuels. Touristes respectueux de leur environnement et prestataires attentifs à la qualité de l'accueil, doivent inscrire leurs exigences dans une charte pour que vivent et perdurent ces petits paradis dont la Drôme s'enorgueillit.

Informier, former, fédérer

Peu de Français peuvent situer la Drôme, et encore moins la définir. Les habitants de la Drôme la connaissent-ils ? Son identité reste vague. Et son unité ? N'est-ce pas un département éclaté ? Constitué de divers morceaux ? Ne faut-il pas commencer par mobiliser les habitants autour d'un but fédérateur : séduire.

Information et Communication

S'assurer le concours de la Région Rhône-Alpes

Quelle surprise de constater que la Région Rhône-Alpes ne place pas la Drôme dans ses priorités et préfère promouvoir la Haute Savoie ou la Savoie ! Comment séduire prescripteurs et touristes si la région elle-même ignore ce département ? La Drôme doit d'abord s'assurer le concours de ses partenaires régionaux. En Rhône-Alpes, la Drôme est le département le plus au Sud. N'est-ce pas un atout ?

S'associer aux départements voisins

Prescripteurs et touristes ne différencient pas les départements. Ils se réfèrent à des images. Provence et Vercors ont des images fortes qui dépassent les frontières administratives. Pourquoi ne pas communiquer d'une même voix ? Pour promouvoir un «pays» touristique, mieux vaut s'associer. Un partenariat entre départements limitrophes bénéficie à tous. Abeilles, bouquetins et loups le savent.

Jumeler la Drôme avec ses concurrents

Heureux chez eux, les habitants de la Drôme voyagent-ils ? Pourquoi n'iraient-ils pas apprendre à l'étranger un nouvel art de recevoir ? Pourquoi ne pas s'inspirer des pays concurrents pour mieux accueillir ses visiteurs ? Echanges et jumelages pourraient créer d'incalculables liens et assurer de nouveaux flux touristiques. La Drôme gagnerait ainsi en notoriété et son économie en serait dopée.

Se rapprocher des prescripteurs

Les prescripteurs, même s'ils sont propriétaires d'une maison à Nyons, ignorent la Drôme lorsqu'ils établissent leurs catalogues. Un vrai travail d'information et de démarchage est nécessaire auprès des entreprises françaises ou étrangères qui organisent des voyages ou des séjours. Ce travail ne dispense pas d'un réel effort d'équipement en capacités d'hébergement.

Adopter une attitude commerciale

Dans leurs programmes et leurs catalogues, les prescripteurs proposent à leurs clients de descendre la Vallée du Rhône, sans même s'arrêter dans la Drôme, ou de la contourner, par le Nord, l'Est ou le Sud. Pour eux, la Drôme n'existe pas. Imaginer des circuits, proposer des haltes, négocier un détour, proposer des forfaits SNCF, avec location de voiture, hôtel à prix réduit, entrées gratuites...

Traduire et diffuser la documentation

Documents détaillés, enrichis, actualisés, présentation renouvelée des sites, des activités sportives, culturelles, des capacités d'accueil, traduction systématique, diffusion large et ciblée, méthodique, «jusque sur les tables de nuit» ! S'inspirer des efforts des pays ou départements concurrents, leur proposer de réaliser en commun cartes et brochures, sans s'arrêter aux frontières administratives.

Saisir les médias

Lorsque le Tour de France passe dans le Vercors, la Drôme n'est pas nommée. Lors des célébrations évoquant les martyrs de la Résistance, la Drôme n'est pas non plus citée. Mais elle l'est lorsque des accidents spectaculaires endeuillent l'autoroute des vacances ! Le département doit aider les rédactions, régionales et nationales, à parfaire leurs connaissances en histoire et en géographie.

Privilégier la télévision et le cinéma

Les images valorisent la Drôme mieux que les mots. La beauté des paysages est révélée dans les films. Prendre de la hauteur, découvrir un panorama, suivre un chamois, épier une marmotte, détailler un site, observer un vigneron ou un potier, s'intéresser à une auberge, Sylvain Augier dans sa Course aux trésors, Michel Serrault dans «Papillon», le font à merveille. Pourquoi s'en priver ?

Pratiquer une large pédagogie

Un large effort pédagogique est nécessaire, en France et à l'étranger, auprès des médias, et des divers partenaires, ou concurrents, pour que tous, enfin, situent la Drôme, apprécient ses atouts, mais aussi pour que prescripteurs, prestataires, et touristes, dans un respect mutuel, préservent l'environnement, améliorent la qualité des services et maîtrisent les prix.

Vendre du rêve

Les touristes achètent du rêve. C'est ce rêve que prescripteurs et prestataires leur vendent. Personne n'est dupe. Les touristes ne veulent pas payer trop cher ; les prestataires veulent réaliser des bénéfices. C'est une question de prix. Mais le tourisme n'est pas seulement une activité mercantile. Séduire, satisfaire, fidéliser les touristes, c'est apprendre à les connaître, à les choisir, à les adopter.

Eléments de synthèse

La fin du tourisme de masse

La Drôme peut se féliciter d'avoir été épargnée par le tourisme de masse. Les vacanciers commencent à se désintéresser de la Côte d'Azur et de la Provence. Le Var, le Vaucluse et même l'Ardèche et le Puy de Dôme songent à protéger leurs sites. La Drôme, préservée, accueillante, ni trop chère, ni trop galvaudée, peut enfin s'inscrire sur les cartes touristiques. Mais elle doit relever un double défi : séduire les touristes sans hypothéquer ses atouts.

Paradoxalement, la discrétion de la Drôme apparaît comme son meilleur atout. Le tourisme de masse est passé de mode. Même si d'innombrables vacanciers s'agglutinent encore sur l'île de Porquerolles (Var), dans les calanques de Cassis (Bouches du Rhône), sous le Pont du Gard, dans les rues de Gordes (Vaucluse) ou dans les Gorges de l'Ardèche, ils ne s'en glorifient pas. Ils savent que leur nombre même condamne ces superbes sites, les abîme et les dénature.

Le tourisme de masse détériore les sites qu'il vénère. Le Mont Saint Michel ou les Châteaux de la Loire sont victimes de leur succès. Les visiteurs veulent revenir en arrière, effacer les traces de cet engouement touristique dévastateur. Ils partent à la recherche de l'époque précédant l'exploitation abusive et les prix prohibitifs. Ils veulent redécouvrir une France belle et diverse, ni massacrée, ni trop apprêtée.

Un nouveau tourisme départemental

A la recherche de ce pays perdu, on s'engage sur les routes départementales, à l'écart des grands axes, loin de la foule anonyme, au plus près des habitants, des artisans, des fermiers, dans les hôtels de charme ou les gîtes ruraux. Le coût est moindre et l'accueil meilleur. On veut se ressourcer, se détendre, en un mot, vivre. Chacun veut pouvoir décrire ses vacances comme une expérience unique.

Plus qu'un retour aux sources, plus encore qu'une aventure humaine, culturelle ou sportive, les vacances doivent être une réussite personnelle. Le Français cherche à se singulariser. Il ne veut plus appartenir à la meute anonyme et vulgaire. Même s'il est obligé de partir en même temps que les autres, il n'avoue pas toujours avoir été pris dans les embouteillages. Il prétend s'être débrouillé pour éviter la foule, tracer son propre itinéraire. Il veut être seul sur la route, seul à découvrir un coin tranquille, une activité nouvelle, et si possible, le premier.

Le Français veut se distinguer de la masse. Il n'est plus un touriste ni un vacancier. Il veut appartenir à une nouvelle élite. Il veut retrouver le plaisir que goûtaient les rares privilégiés, les nantis des années 1920, seuls à partir en « villégiature », avant les congés payés. De plus en plus souvent, il loue une maison à la campagne, en famille ou avec des amis, dans un endroit tranquille, confortable et beau. Les plus anciens, s'ils ne l'ont pas déjà trouvé, cherchent un endroit de rêve pour s'y retirer, le moment venu, dans une paisible retraite.

De nouvelles exigences

De plus en plus exigeants, ces nouveaux touristes ne demandent pas seulement le calme ou la couleur locale. Ils veulent aussi un meilleur confort, une bonne table, d'excellents vins, un accueil chaleureux, un large choix d'activités ou de nombreux sujets d'intérêt, sans oublier le soleil ! La Drôme peut satisfaire ces exigences, et d'abord celle du climat ; mais les conditions d'accueil doivent être améliorées et les prix rester à des niveaux raisonnables.

L'effort que doit fournir le département de la Drôme n'est pas de drainer les flux touristiques sur deux ou trois sites prestigieux, mais d'irriguer tout le territoire et d'en valoriser chaque ressource : nature et culture, sports, histoire et tradition, fêtes, foires et festivals, itinéraires, routes et chemins, art et artisanat mais aussi stages et ateliers. Chaque ville, chaque village a des atouts à présenter aux visiteurs dont les intérêts se multiplient et se diversifient.

Les sujets d'intérêt ne manquent pas. L'inventaire est fait. L'offre se renouvelle. Des améliorations doivent cependant être apportées dans l'hôtellerie. Les gîtes ruraux sont encore en nombre insuffisant. Ils affichent trop souvent « complet ». Que demandent les organisateurs ? « Une trentaine de chambres spacieuses dans un hôtel de charme, au milieu des vignes ou des champs de lavande ». Et ce refrain : « Toujours améliorer la qualité des services sans augmenter les prix ». Sont cités en exemple : Valouse et le San Angelo à Bourg de Péage.

Les départements ou pays concurrents

Les départements limitrophes sont les concurrents les plus sérieux de la Drôme. Paradoxalement, ce n'est pas le Vaucluse qui menace la Drôme, mais l'Ardèche. Le Vaucluse est devenu synonyme de « bobos », bourgeois-bohèmes, ou gauche-caviar. Trop cher et trop «branché», le Vaucluse devient fascinant et répulsif. On part maintenant à la recherche d'un nouvel eldorado.

L'Ardèche, malgré le succès relativement récent de ses Gorges et de la Grotte Chauvet, garde son image naturelle, accessible, sportive, culturelle. L'Ardèche a su exploiter son succès en s'équipant de chambres d'hôtes, gîtes ruraux, hôtels de charme qui s'implantent jusqu'aux bords de l'autoroute et détournent les touristes de la Drôme. Mais l'Ardèche, comme la Drôme, ont tort de se laisser parfois entraîner dans une hausse abusive de leurs prix.

Les départements doivent-ils entrer en concurrence ? Vue de l'étranger, la France n'est pas découpée en départements. La France est constituée de provinces : la Normandie, la Bretagne, le Périgord... Les Anglais s'installent à Crest, les Suisses à Venterol, les retraités, français ou étrangers, à Nyons. C'est la meilleure des publicités. Qui connaît Crest, Venterol et Nyons ? Dieulefit, Valouse, Die, Saillans ou Clioucat ? Qui les situe dans la Drôme ? Ces sites sont connus des Anglais, des Suisses, ou des Allemands. Pourquoi pas des Français ? Nouveau paradoxe : ce sont les étrangers qui nous font découvrir et apprécier la France.

Les visiteurs qui ne s'engagent pas sur les routes départementales françaises sont tentés par les Pays de l'Est. On peut y aller en voiture ou en camping-car. « On y est bien reçu, ce n'est pas cher, c'est beau, naturel et historique ». Cette concurrence est sérieuse. Comment rivaliser avec la cordialité des Hongrois, l'accueil des Croates ou des Bulgares ? Et comment rivaliser avec leurs prix, inférieurs de 40 % à nos prix hexagonaux ? Les Français vont aussi en Irlande, voiture et camping-car, bed & breakfast : la campagne et la mer, mais peu de montagnes et beaucoup de pluie. Là aussi, un excellent accueil, des prix bas, un tourisme «à la carte» sont décisifs.

Les droits et les devoirs des visiteurs

A l'étranger, les Français se soumettent, au nom du respect de l'environnement, à des règlements qu'ils jugeraient, en France, contraignants et insupportables. A l'ouest du Canada, les visiteurs ne pénètrent qu'en nombre limité dans l'immense parc naturel des Rocheuses qui s'étend, dans l'Alberta, de Jasper à Banff. Des gardes forestiers en assurent la protection, mais ils n'interviennent que rarement. Conscients de leur privilège, les visiteurs s'imposent une discipline stricte. Ils ne s'écartent pas des sentiers balisés et collectent leurs déchets. Ils obéissent aux conseils de prudence et s'équipent en conséquence.

Amoureux de leur environnement, jaloux de leurs privilèges, les Français devraient accepter de respecter et faire respecter de tels règlements. Le département qui ose afficher ces exigences est sûr d'investir dans la préservation de ses sites, mais aussi de valoriser son image et de séduire les visiteurs qui recherchent la qualité et l'exception. Les étrangers sont les premiers à en apprécier les effets, attribuant tacitement un «label» à telle ou telle province, et fuyant dès que cette province est victime de son succès. Les Français sont attentifs au comportement des étrangers. Ils les critiquent mais se réfèrent à leurs choix, qui constituent, même s'ils s'en défendent, une référence.

Nouveau paradoxe : déjà distinguée par sa discrétion, la Drôme peut aussi l'être par son exigence. Telles sont les nouvelles tendances du tourisme. Un nouveau tourisme, individuel, responsable, et même élitiste, un tourisme de qualité, qui reste cependant à des prix raisonnables, peut devenir la fierté de la Drôme et assurer son succès. Ce nouveau tourisme exige que les clients, comme les prestataires, connaissent leurs droits et leurs devoirs. Une charte du tourisme s'impose, ainsi qu'une nouvelle pédagogie des touristes et des prestataires touristiques. C'est au département de les mettre en oeuvre.

Quand les prix deviennent prohibitifs, les touristes s'enfuient. De beaux paysages, des sites exceptionnels ne valent rien si la foule les envahit et les piétine, si les exploitants les défigurent, si la région, le département, la ville, n'exigent pas qu'ils soient respectés, préservés. Quand les touristes deviennent rares et difficiles à satisfaire, la gentillesse ne suffit plus. Se mettre en quatre, «se décarcasser», les dorloter, les chouchouter, tels sont les termes employés par les professionnels ! Il faut rappeler, marteler ces évidences !

Quelques phares

Les deux sites phares de la Drôme, **Grignan** et **Hauterives**, ne sont pas cités parce que déjà connus. Sans atteindre la notoriété de Versailles ou de la Tour Eiffel, Grignan et Hauterives sont célèbres. Grignan est plus facilement cité que la marquise de Sévigné, mais Hauterives l'est moins que le Facteur Cheval. Ni Grignan ni Hauterives ne sont situés dans la Drôme, lorsque la question est posée. Grignan serait dans le Vaucluse, Hauterives dans le Rhône.

Valence, Montélimar, ou Pierrelatte sont spontanément situés dans la Drôme mais sans connotation touristique. Valence évoque l'autoroute et le TGV, Montélimar la Nationale 7 et le nougat. Valence devient cependant plus touristique depuis l'aménagement du centre ville sur le thème des amoureux de Peynet, Valentin et Valentine. Pierrelatte est toujours assimilé à la centrale nucléaire, mais aussi, et même assez souvent, à la ferme des crocodiles.

L'autoroute et le TGV, les sites nucléaires, peuvent devenir des atouts. On y passe. On s'en souvient. Des jeunes visitent Pierrelatte avec leur école et rêvent d'escalade ou de descente en kayak sur la Drôme, entre Die et Saillans, si toutefois ces activités leur sont présentées. Les vacanciers en transhumance s'arrêtent au bord de l'autoroute, tentés d'explorer les environs, s'ils trouvent des informations dans leur langue. Des attractions, des animations, les incitent à se lancer dans une découverte plus approfondie de la Drôme.

Quatre noms reviennent dans les commentaires des professionnels du tourisme, quatre noms cités avec enthousiasme, émotion, quatre noms caractéristiques de la Drôme : **Crest, Die, Dieulefit, Nyons**. A les entendre, le département de la Drôme devrait aider villes ou villages à se développer sur ces modèles et doit aussi veiller au respect de ces lieux encore privilégiés. *Voir les détails en annexe, page 13.*

Des artisans et des entrepreneurs

Les visiteurs se veulent actifs. S'ils s'intéressent à la fabrication des céramiques, à l'extraction de la soie, à la cueillette du tilleul, à la culture de la truffe, du noyer ou de l'olive, aux moulins à huile, aux distilleries de lavande, ils apprécient de pouvoir participer à des activités artisanales. Ainsi, ils cueillent volontiers pêches, abricots, ou lavande, apprennent à identifier les espèces botaniques, à tailler arbustes et buissons ; ils s'initient à la poterie, à la vannerie, à la peinture, à la calligraphie, à l'estampe, à l'écriture, à la création de bandes dessinées.

Les vacanciers s'intéressent à la ferme éolienne à Donzère et au fonctionnement d'une centrale nucléaire à Saint Paul Trois Châteaux, aux établissements Ducros à Buis les Baronnie, aux ateliers Valdrôme à Valence, aux papeteries Montségur, aux sacs de sport Lafuma, à Anneyron, aux 4 000 ans d'histoire de la chaussure à Romans. Ils s'intéressent aussi à la fabrication d'arcs, d'apeaux, de santons, aux ébénistes, aux luthiers, aux verriers, à la porcelaine Revol à Saint Uze, à la fabrique de nougat à Montélimar, à la chocolaterie Valrhona à Tain l'Hermitage, sans oublier les vignes et les caves dont ils deviennent des amateurs éclairés.

La Drôme excelle dans l'art d'éveiller l'intérêt. Les touristes deviennent désormais leurs propres maîtres, prennent l'initiative, suivent leur fantaisie, hument l'air du temps ou du lieu, s'attendent à être étonnés, surpris, ravis. La Drôme répond à leurs attentes. Ceux qui la découvrent reviennent et restent dans la Drôme.

Des paradoxes à cultiver

La discrétion de la Drôme est devenu un atout. Le département ne cherche-t-il pas à développer le tourisme sur son territoire ? Oui, mais la Drôme ne veut pas se laisser envahir. Elle ne veut pas décevoir ses fidèles ni désespérer ses habitants. Une relative confidentialité reste la clé du succès.

Un respect mutuel n'est pas un frein mais un moteur. Exiger des visiteurs qu'ils respectent l'environnement et des prestataires de service qu'ils respectent leurs visiteurs, constituent d'excellents investissements.

Comment les visiteurs s'intéresseraient-ils à la Drôme si la Drôme ne s'intéresse pas aux pays d'origine de ses visiteurs ? Voyager pour apprendre à recevoir ! En revenant de l'étranger, les Français découvrent et apprécient la France. Ils savent alors comment séduire les touristes.

Annexe I

Quelques phares

La vallée de la Drôme et le Diois

La Drôme provençale

Et d'autres villes ou villages

Quelques phares

L'enthousiasme et l'émotion des professionnels du tourisme interrogés au cours de cette étude justifient que soient repris et détaillés les atouts de ces villes ou villages de la Drôme cités en exemple d'un développement touristique heureux.

La Vallée de la Drôme et le Diois

Crest, au bord de la Drôme, offre une large vue, des Alpes aux Cévennes, du haut des 52 mètres de sa Tour. Le donjon le plus élevé de France, peu connu, bénéficie pourtant d'une récente mise en valeur. La vieille ville, le nouveau pont de bois, de jolies places ombragées de platanes, des bistros, des tables d'hôtes, et la vallée de la Gervanne, les gorges d'Omblèze, escalades et randonnées, canoë-kayak, et culture du mûrier, filage de la soie, plantes aromatiques, attrait d'une région dont les amoureux souhaitent qu'elle reste à l'écart des circuits touristiques...

Die et son vignoble, Die et sa clairette, déjà célébrée par Pline l'Ancien, en l'an 73 de notre ère ! Die, dernier éperon du Vercors, et déjà méridionale ! Ville romaine, ville médiévale, ville protestante, Die et son marché, le samedi matin, Die et la Fête de la transhumance, en juin ! Die et son festival est-ouest en Septembre, Die où il fait bon vivre ! Die dominée par les imposantes falaises du Glandasse, et, dans un vallon sauvage, l'ancienne abbaye cistercienne de Valcroissant, et son festival de musique de chambre, en juillet ! Die et ses carrières de pierres, ses forêts, ses excursions en montagne, les gentianes, les marmottes, chamois et bouquetins !

En 1946, première ascension de la spectaculaire lame du Rocher de Saint Julien ; dans les années 1960, premières cordées sur les parois du Cirque d'Archiane, et, très appréciée, l'escalade des aiguilles de Bénevisse ; les hautes falaises de la Roche de Romeyer, la dalle de la Baume à Chastel Arnaud, qu'affrontent initiés ou débutants. Dans le Diois, comme ailleurs, les vrais amateurs évitent la publicité.

La Drôme provençale

Dieulefit, ce coin de paradis « que les ravages du temps et de la modernité n'ont guère altéré ; dans cette région douce et naturelle, on touche au bonheur simple » écrit le Guide du Routard. A Dieulefit de vénérables demeures médiévales dans des ruelles chaotiques, l'ancienne place du marché, des maisons Renaissance, des églises, des chapelles, protestantes ou catholiques, d'héroïques souvenirs de la Résistance, et la maison de la Terre, le marché des potiers à la Pentecôte, de même que les céramistes, passionnent et séduisent les visiteurs avertis.

Dieulefit, plus qu'une ville, est une région. Sur fond de collines et de montagnes, la Chapelle Saint-Pierre-Saint-Paul de Comps, de pur style roman, résiste au vent et aux invasions. Des gorges spectaculaires aux abords du Col de Valouse ; l'hôtel de Valouse, cité en exemple. Le Poët Laval, où fut tourné, avec Laetitia Casta, «Les âmes fortes», inspiré du livre de Giono, et dans la Commanderie des Hospitaliers, un hôtel de charme, mais aussi un musée du Protestantisme. Emouvante et pittoresque, belle et chargée d'histoire, cette région constitue une référence.

Nyons, le petit Nice, *l'ensouleiado tou l'an*, accueille de nombreux retraités et voit augmenter sa population, depuis 20 ans. Originaire de Nyons, René Barjavel écrit en 1982 dans *La Charrette bleue* : « La seule différence entre Nyons et le Paradis, c'est qu'à Nyons on est bien vivant ». Encore un paradis dont il ne faut pas ouvrir trop larges les portes. A Nyons des oliviers, des abricots, des pêches, du vin, des truffes, lavande et miel, un musée de l'olivier, d'anciens moulins, une savonnerie, un jardin des arômes, un musée de la moto et un parc de loisirs aquatiques !

Dotée d'un pont roman, de quartiers et de bâtiments médiévaux ou Renaissance, améliorés au 18ème siècle, Nyons, bastion protestant comme Die ou Dieulefit, n'oublie pas son histoire mais continue à vivre ; le jeudi matin, marché ; en février, fête de l'alicouque, l'huile nouvelle, en juillet, fête des olivades, en octobre, fête du goût et stages de cuisine ; en mai des auteurs dédicacent leurs oeuvres. Nyons cultive un art de vivre qui décide ses visiteurs à s'installer pour ne plus partir, si ce n'est vers leur dernière demeure. Même les cimetières sont appréciés.

Et d'autres villes ou villages

A proximité de Nyons, les Baronniees sont aussi recherchées. Sainte Jalle, Le Buis, Saint Auban, Montauban sur l'Ouvèze et autres bourgades bénéficient des mêmes atouts, paysages sauvages ou savoureux, vue sur le Mont Ventoux, douceur du climat et des moeurs, vestiges historiques, activités diverses, qui donnent envie de poser son sac, enfin. Loin du couloir du Rhône, qui n'est souvent qu'un passage, une transition, la Drôme est une terre d'accueil et d'enracinement.

Donzère, Bourdeaux, Saillans, Clioucat, mais aussi Saint Donat sur l'Herbasse, Saint Jean en Royans, Saint Martin en Vercors, quelques uns des noms cités par ceux qui ont goûté le charme des lieux et transmettent leur émotion, à des amis, à des proches, amateurs de vieilles pierres ou de poteries, de silex ou de bois, de chanvre ou de soie, de littérature ou de musique, de flore ou de faune, de natation ou de pêche, de VTT ou de parapente, qu'ils soient séduits par le Vercors, le Diois ou les Baronniees, juniors ou seniors, seuls ou en couple, en famille ou en groupe.

Annexe II

Six entretiens

Pascal GUILLAUMET	page 17
André VESIN	page 20
Pierre JOSSE	page 26
Fabien CHARROT	page 31
Guylaine BROUSSET	page 35
Loïc PLANCHE	page 38

Jeudi 8 juillet 2004 à 10 heures

Pascal GUILLAUMET

SELF VOYAGES PROVENCE
42 bd Raspail – 84000 AVIGNON
Tél : 04 90 14 70 00

*D'abord réticent « Je suis à Avignon. Je travaille peu dans la Drôme »
puis confiant et même bavard, et enfin très coopératif.*

On travaille très peu dans la Drôme. Je la connais, je la connais même bien. J'y ai de la famille. Je suis moi-même originaire d'Ardèche. Je fais des incursions fréquentes dans la Drôme, à titre personnel. Mais nous avons peu d'occasions de développer notre activité professionnelle dans la Drôme.

La seule occasion récente d'intervenir dans la Drôme, c'est l'hiver dernier, à Saint Paul Trois Châteaux, dans le Sud de la Drôme où on essaie de lancer la truffe. Cela n'a pas donné grand'chose. On devrait réessayer, je pense, l'hiver prochain.

La Drôme et les autres départements

En fait, il est rare que le tourisme déborde vers le Nord. Il y a actuellement tellement de centres d'intérêt dans le Vaucluse, les Bouches du Rhône, le Gard. Les touristes veulent aller à Avignon, à Orange, au Pont du Gard, aux Baux de Provence. Ces sites sont très sollicités. Les clients ne demandent pas à aller dans la Drôme. L'idée ne leur vient pas. Ils ont d'autres destinations en tête. Et nous essayons de les satisfaire. Nous n'essayons pas de les détourner de leur idée initiale. Nous allons dans leur sens, et certainement pas à contre-sens. Nous avons tellement de demandes à satisfaire ! Nous n'allons pas nous créer des difficultés inutiles en essayant de réorienter les touristes vers d'autres directions.

Les départements mitoyens de la Drôme attirent davantage les touristes. Même l'Ardèche, à l'Ouest, depuis la découverte en 1994 de la Grotte Chauvet à Vallon Pont d'Arc, les attire en nombre. Le Vaucluse, au Sud, agit comme un aimant ; et, à l'est, les Alpes de Haute Provence, les Hautes Alpes et l'Isère, pas besoin de vous faire un dessin. Les atouts de ces départements sont connus, répertoriés. Si la Drôme bénéficiait d'une publicité subite ... une découverte ... une mode ...

La Haute Loire, je ne peux pas en parler. Je ne connais pas, ou peu. C'est plus loin. La Haute-Loire n'est pas un département mitoyen de la Drôme, si ? La Loire ne l'est pas non plus. Loire et Haute-Loire, sur le plan touristique, ne représentent pas une concurrence pour la Drôme.

Des sites connus

Les touristes se dirigent d'abord vers les sites forts, connus. Nous allons où les clients veulent aller. S'ils veulent aller dans la Drôme, nous les emmènerons dans la Drôme. C'est à la Drôme de se faire connaître. Pourquoi ne pas organiser des visites de groupes scolaires ? Ils veulent parfois aller à Pierrelatte. Ils vont aussi voir les éoliennes. Pourquoi pas les forteresses médiévales ? Pourquoi ne pas organiser des circuits pour retraités, leur proposer des excursions culturelles ?

C'est le département qui doit séduire les touristes et leur donner envie de venir. Je ne dis pas que la Drôme n'a pas d'atouts. Elle en a. Mais les Français ne le savent pas. Quand aux étrangers, ils voient la France de loin, la Tour Eiffel, le Mont Saint Michel, le Pont du Gard, troisième site visité au monde ! Je n'ai pas de clients pour la Drôme. Si j'en avais, je ne serais pas mécontent de varier les destinations ! Tôt ou tard, ce sera nécessaire ; je vois venir le moment où les grands sites seront saturés. Mais les habitants de la Drôme seront-ils heureux de voir les touristes déferler ! Qui envie le Vaucluse ou le Var, envahis, piétinés ? Les touristes font fuir les habitants. Même les commerçants finissent par s'en plaindre.

La Drôme n'en est pas là. Elle doit d'abord capter les touristes ; mais comment ? J'ai surtout des touristes étrangers. Ils viennent le plus souvent en individuel. Ils savent ce qu'ils veulent. Les Français, en individuel ou en groupes, j'en ai peu. Il n'est pas impossible d'envoyer les touristes dans la Drôme ; mais où ? sur quels sites ? Rien n'est assez connu pour attirer les visiteurs. C'est un département que les touristes ignorent. Ils n'en ont pas une mauvaise image. Ils l'ignorent.

Des produits, des thèmes, des itinéraires

Faute de sites connus, pourquoi ne pas imaginer des thèmes, ou créer des itinéraires. Il y a la truffe. Mais il faut des années pour lancer un produit. Il y a la lavande, mais le Vaucluse et les Alpes de Haute Provence l'exploitent déjà. La truffe, la lavande et les vins. Mais les étrangers ne jurent que Bourgogne ou Bordeaux. Les Côtes du Rhône ou les Coteaux du Tricastin n'intéressent que les Français. Pourquoi pas les Français ! Voilà une bonne raison pour les faire venir.

Que faudrait-il faire ? Je ne sais pas. Organiser des groupes, les faire venir de tous les coins de la France, sous un prétexte quelconque « Vous avez vu le Pont du Gard, mais pas la Tour de Crest, le plus haut donjon de France ! Vous serez parmi les seuls à l'avoir vue ». C'est un argument de vente. Les étrangers les suivront-ils ? « Crest ! Un site que seuls les Français connaissent ! » ...

Il suffirait d'un rien pour que la Drôme ait du succès ! Qu'elle soit connue ! Des thèmes peuvent être vendeurs : les villages fortifiés, les châteaux, les jardins, les marchés ; un circuit botanique, gastronomique, artisanal ou littéraire. Pourquoi la Marquise de Sévigné est-elle moins populaire que George Sand ? Et Grignan moins célèbre que Nohant ? Parce que George Sand fut scandaleuse ? Mieux vaut laisser le Protestantisme à l'Ardèche ! Mais la Résistance ! Le Vercors ! Vassieux ! Bourdeaux ! Dieulefit ! Le souvenir d'actes héroïques !

La nature

C'est la nature, dans sa beauté, dans sa diversité qui définit le mieux la Drôme. Même si de hauts lieux culturels y sont dignes d'intérêt, même si toutes les périodes architecturales y sont magnifiquement représentées, même si la gastronomie et les vins y sont savoureux, ce sont les paysages qui caractérisent le mieux la Drôme.

Une nature préservée, longtemps ignorée, qui commence à séduire les amateurs de randonnées pédestres, d'escalade, de spéléologie, de parapente, de canoë-kayak, de VTT, de bicyclette, d'équitation, de ski et de sports d'hiver, de golf, sans parler de la contemplation de vallées, de gorges, de plaines ou de montagnes spectaculaires, voilà le principal attrait de la Drôme.

La nature n'encourage évidemment pas un tourisme de masse. Ce serait d'ailleurs regrettable. La pratique de sports souvent difficiles n'est pas une activité « populaire » mais élitiste. Paradoxalement, la Drôme est appréciée, déjà, par ceux-là mêmes qui cherchent à s'isoler. Loin des sentiers battus, ignorée, la Drôme peut jouer de cet apparent handicap comme d'un atout, et le vendre.

Une campagne de communication

La Drôme doit donner aux touristes l'envie d'aller dans la Drôme. Une campagne de niveau national est nécessaire. Peu importent les moyens utilisés. Je privilégierais cependant des campagnes à la télévision qui montrent la diversité et la beauté des paysages. Je ne parle pas de campagnes de pub, mais d'émissions ou de films qui se déroulent dans la Drôme.

Au moins 20 films ont déjà été tournés dans la Drôme. Qui le sait ? Les lieux de tournage, dont le Vercors, pourraient intéresser les touristes. Voilà un thème intéressant ! Michel Serrault a tourné dans le Vercors « Papillon » en 2002 et, en 2001, « Une hirondelle a fait le printemps ». Le cinéma ! Quel meilleur vecteur ? Michel Serrault pourrait promouvoir la Drôme. Pourquoi pas ?

Les touristes ne me demandent jamais d'informations sur la Drôme parce qu'ils ne pensent pas s'y rendre. Si les touristes s'intéressaient à la Drôme, je les y emmènerais. Nous accompagnons les touristes. Nous ne pouvons pas les convaincre s'ils n'ont pas été déjà convaincus que la Drôme est intéressante. C'est donc au département de créer l'événement. Nous l'accompagnerons.

Les vacances dans la Drôme, c'est bon pour moi, mais pas pour les autres. Dans la Drôme, je suis vraiment en vacances. Les touristes, je les emmène ailleurs.

Vendredi 9 juillet 2004 à 10h30

André VESIN

DUPRAZ BUS GENÈVE
24 Creux de Boisset – 1286 SORAL/GENÈVE
Tél : 00 41 22 756 90 00

*Communicatif et heureux de parler de la Drôme, de son métier,
et de développer ses idées sur les nouvelles tendances du tourisme :
qualité des prestations, accueil personnalisé, prix modérés*

Une nature sauvage, un accueil humain

Nous allons assez souvent dans la Drôme. Le principal attrait de la Drôme est dans ses paysages qui, pour les Suisses, paraissent encore « sauvages ». Une telle nature est insolite en Suisse où tout est maîtrisé, domestiqué.

Un autre attrait de la Drôme est son art de vivre. Je pense à la gastronomie mais plus encore à la qualité humaine de l'accueil, à la douceur, à la gentillesse, et aussi au calme, à la disponibilité. Ces critères deviennent déterminants.

Enfin, la Drôme est une destination recherchée à toutes les saisons, et surtout aux saisons intermédiaires, au printemps et en automne. Et c'est une destination appréciée par ceux qui fuient le tourisme de masse. Ces touristes-là sont de plus en plus nombreux, et le seront plus encore à l'avenir.

Les touristes potentiels viennent nous voir et nous disent : « Nous voudrions ne pas aller trop loin, dans des endroits agréables, pour un prix avantageux. Que proposez-vous d'intéressant ? ». Nous leur proposons la Drôme.

Une nouvelle race de touristes

Les touristes s'adressent à nous, mais nous allons aussi vers eux. Et nous cherchons à leur proposer ce dont ils ont envie. Nous les emmenons aussi ailleurs. En 2003, c'était la Drôme. En 2004, l'Ardèche et le Vaucluse ont plus de succès. Ce sont des cycles. On discute ; on argumente. Ils refusent les endroits où il y a trop de monde. Ils fuient le Pont du Gard, qui est dans le Gard. Soit ils le connaissent déjà, soit ils refusent de se mêler à la foule.

Même si, parfois, nous réalisons des ventes à la « place », nous emmenons le plus souvent des groupes, et principalement des groupes de retraités. Ils font des séjours de 3 à 6 jours. Il faut savoir que les retraités aujourd'hui ont changé. Ils ont vu du pays. Ils ont déjà voyagé partout dans le monde. Ils ont vécu à l'étranger. Ils ont donc des points de comparaison, et des exigences.

Le tourisme est devenu élitiste. Mais ce n'est pas une raison pour augmenter les prix. C'est déjà trop cher. Et pourtant nous visons le luxe. Nous n'emmenons pas plus de 20 touristes dans d'immenses cars qui sont de véritables salons. Ils ne demandent pas seulement le confort, ou un service de qualité, mais aussi de réels thèmes culturels. La culture l'emporte sur le goût.

Elitisme

Pourquoi développer le tourisme dans la Drôme ? J'en reste muet ! On veut la saboter ? Le charme de la Drôme, c'est son calme, son authenticité. La popularité l'abîmerait et la ruinerait. L'avenir n'est plus au tourisme de masse. Les Suisses ne veulent plus aller à Nice. L'Espagne ne sait plus que faire de ses plages bétonnées. Le tourisme de masse condamne les sites où il sévit.

L'Italie a compris que les touristes avaient changé. L'Italie s'est déjà adaptée. La Toscane réserve un accueil très sélectif aux touristes qui recherchent le calme, la sérénité en même temps que la beauté des paysages ou des monuments, les références historiques. Et les prix augmentent en conséquence. Seule la Toscane peut se permettre d'augmenter ses prix. La Drôme ne le peut pas.

Les Suisses ne comparent pas la Drôme aux départements voisins mais aux pays voisins. Ses véritables concurrents sont les pays de l'Est. Ces pays ont une longue histoire. Ils ne manquent pas de monuments historiques. Leurs paysages sont naturels et beaux. Les prix sont encore très bas. Et l'accueil est exceptionnel. Ces pays sont devenus l'Eldorado du tourisme.

Le touriste en Autriche est un VIP. Le directeur de l'hôtel vient saluer chaque visiteur. Le concierge ne change pas tous les jours. C'est le cas en France à cause des 35 heures. Le tourisme déteste ne pas reconnaître le concierge de l'hôtel, surtout s'il ne reste que trois jours ! Même nos chauffeurs de car sont de bons commerçants, nos meilleurs commerçants !

Je vous assure que chaque touriste se souvient de l'accueil, revient, et en parle autour de lui. Au Brésil, à un touriste qui s'étonne que sa glace soit plus petite que la veille, le restaurateur apporte un cigare. Le touriste est éperdu de reconnaissance. C'est la meilleure des publicités ! Le touriste veut être chouchouté. Il veut qu'on soit gentil avec lui. Ce n'est plus le cas sur la Côte d'Azur.

Des lieux de mémoire

La mode est au retour dans le passé. L'Ardèche et la Drôme sont pour les protestants des lieux de mémoire. Et le protestantisme, pour les Suisses, constitue un véritable sujet de recherche, et un but d'excursion. Mais pourquoi se limiter à un seul département ? Quand on s'intéresse au protestantisme, on doit pouvoir passer indifféremment d'une rive à l'autre du Rhône.

La Résistance parle davantage aux Français. Evidemment, le Débarquement de 1944 nous a intéressés, nous, les Suisses, en 2004. Mais la célébration est finie. La Résistance, les Suisses s'y intéressent une fois dans leur vie, se recueillent, et passent à un autre thème. Pour les Français, l'Occupation, la Résistance constituent des thèmes récurrents. Les retraités actuels étaient des enfants dans les années 40, et les souvenirs de cette époque peuvent les émouvoir aujourd'hui.

On revient cette année sur les traces de Nostradamus, dans le Vaucluse. C'est proche de la Drôme. Mais pourquoi établir des frontières ? Pourquoi ne pas voir dans un même voyage la Grotte Chauvet en Ardèche et le château de Grignan dans la Drôme ? La Préhistoire et la Renaissance dans une même expédition ! Ces sites sont très proches ! Et les Suisses ne font pas la différence entre les départements ! Ils s'intéressent aux sites intéressants.

Cette année on redécouvre la Touraine. On n'y allait plus. Trop connue ! Et on y retourne sous de nouveaux prétextes. Les Châteaux sont trop exploités ; on s'intéresse aux jardins, à l'Histoire. Les jardins de Villandry, Vinci au Clos Lucé, ou les églises romanes ! Pourquoi pas ? Il faut se renouveler. Et le renouvellement aujourd'hui, c'est le retour en arrière. Retrouver ses racines, ses origines, et voyager comme le faisaient les classes privilégiées dans les années trente, avant les congés payés ! Le passé tel qu'il était autrefois !

Une meilleure qualité pour un prix moindre

Des espaces verts, pas des villes ; la qualité, pas la quantité. Qualité des sites, qualité de l'organisation. A quoi bon accumuler d'innombrables visites si, à la fin de la journée, on est épuisé. Pourquoi tout voir ? Choisir, sélectionner, partir moins longtemps mais dans de meilleures conditions.

Je suis persuadé que le tourisme se dessine ainsi à l'avenir. Ce nouveau tourisme convient à la Drôme, si toutefois le département ne cherche pas à promouvoir le tourisme de masse au moment où il se démode. Les Allemands et les Hollandais pensent comme les Suisses. Les Américains aussi.

Le tourisme de masse est éphémère et, pire, destructeur. 900 ou 1 000 japonais dans la journée, c'est fini ! Bientôt, on aura les Chinois, si la grippe aviaire ne les a pas tués. Ils commenceront par le Pont du Gard. Ils le démoliront comme ils démolissent actuellement leur Grande Muraille ; des hordes excessives, des organisateurs cupides... Dans dix ans, ils viendront dans la Drôme, si la Drôme d'ici là n'a pas été bétonnée, défigurée par les hordes précédentes, ou par un département avide ou inconscient.

Il y a une pédagogie du touriste, d'autant plus nécessaire que les touristes se font rares. Finie l'époque où on ne savait plus qu'en faire, l'époque où on avait mieux à faire que de les dorloter. Maintenant, il faut soigner les rares touristes qui se présentent. Cette raréfaction est générale. Toute l'Europe en souffre. C'est la hausse des prix qui a tué le tourisme. Une hausse qui vient du passage à l'euro.

Paradoxalement, les prix ont augmenté et la qualité a diminué. Il faut maintenant améliorer la qualité pour un prix moindre. Il n'y a pas d'autre solution. Ainsi une semaine en Corse coûte deux fois plus cher qu'une semaine en Tunisie ! Nous renonçons à la Corse ! Un musée à 10 euros, c'est-à-dire 70 francs, alors qu'avant on ne payait que 15 ou 20 francs ! Un café à 3 euros, 21 francs, alors qu'on ne payait que 3 francs ! Les touristes refusent, surtout si le musée est envahi par la foule et la terrasse de café bondée.

En France, nous avons vécu sur un acquis. Les touristes venaient en nombre. On s'est habitué à les négliger, à les maltraiter. Ils apportaient une manne facile que l'on croyait inépuisable. 1 500 américains par jour, on ne les aura plus. Aujourd'hui, il faut aller au-devant du touriste, aller le chercher, lui, personnellement, diversifier l'offre, proposer du sur-mesure, du haut de gamme, être aux petits soins. C'est ce que je fais pour des princes saoudiens. Chaque touriste doit être considéré comme un prince saoudien.

Des hôtels de charme

La Drôme peut accueillir les touristes qui ne veulent plus aller sur la Côte d'Azur ; il n'y a pas d'insécurité dans la Drôme, il n'y a pas foule, il y a du soleil, les prix sont modérés. Une chose manque dans la Drôme. J'ai d'ailleurs vexé un conseiller général, il y a quelque temps, en le lui disant. L'hôtellerie n'est pas assez rationnelle. On trouve quelques chambres par ci par là, des hôtels trop petits, pire, des chambres trop petites, peu de vrais hôtels de charme.

Je ne demande pas la chaîne Accor ni les Logis de France. Je demande de jolis hôtels qui peuvent accueillir 30 ou 50 personnes dans des chambres spacieuses, dans la verdure et le calme. Le Michel Angelo à Bourg de Péage est un bon exemple. Mais je ne m'inquiète pas. Avec le TGV, les bords du Rhône s'équipent. Il y a déjà des hôtels de charme en Ardèche. Pourquoi pas dans la Drôme ?

Accueillir gentiment les clients, les entourer d'attentions, les fidéliser. Pourquoi les vacanciers apprécient-ils les vacances à la ferme ? Parce que le patron de la ferme est là, et qu'il leur parle, à eux, personnellement. Il existe, il vit, et il parle de sa vie. Cet échange humain est très apprécié. Même un goûter à la ferme est apprécié. C'est la vie, la vraie vie.

Nos itinéraires et nos destinations

Nous organisons des routes du goût ou du parfum dans la Drôme, mais aussi des circuits d'un musée à l'autre. Il faut innover chaque année et s'adapter aux envies des touristes. Les peintres ont du succès, qu'ils soient connus ou non, vivants ou non. Les personnages insolites intéressent aussi les Suisses.

Quelles sont nos destinations dans la Drôme ? Valence, depuis quelque temps, depuis que le centre-ville a été aménagé en souvenir de Peynet et des amoureux, Valentin et Valentine. Le palais du Facteur Cheval, oui ! Et depuis longtemps ! Mais c'est une excursion que nous faisons dans la journée. On pourrait s'arrêter à Hauterives en allant à Valence ! Le Facteur Cheval et les poupées Peynet ! Voilà une bonne idée pour transformer une excursion en séjour ! Pourquoi pas ! Chaque année nous innovons, nous imaginons des circuits.

Nous allons aussi à Nyons, au milieu des vignes et des oliviers ! La fabrication de l'huile d'olive aux 18^{ème} et 19^{ème} siècles, et la savonnerie du 18^{ème} siècle intéressent les Suisses. Nous séjournons à Valouse dans les Baronnies. L'hôtel est très apprécié. Un modèle ! Mais nous évitons la Foire du Tilleul en juillet ou le festival de jazz en Août. C'est cet hôtel de charme qui nous attire, et à une époque paisible de préférence. Oublions Vaison la Romaine qui n'est pas dans la Drôme. Et Crest ! je cherchais le nom ! La Tour de Crest ! Une bonne destination !

Des idées à développer

C'est déjà fait ici ou là. Mais il faut développer, amplifier, multiplier ces idées. Ainsi, les touristes sont heureux de passer une après-midi à couper de la lavande ou à ramasser des fruits. Ils vivent quelque chose. Ils s'en souviendront. Les ateliers de poterie, de peinture, de vannerie leur plaisent. Ils mettent les mains dans la glaise. Ils s'essaient au pinceau. Ils fabriquent un panier. Trois jours suffisent pour de telles expériences, trois jours inoubliables. Evidemment, dans un cadre agréable, avec des gens gentils, du confort, une bonne table, et un prix modéré.

Le sport reste encore à développer, et d'abord, le cyclotourisme, et la randonnée. Une activité manuelle ou sportive est encore plus encore appréciée si elle inscrit dans un contexte culturel. Ainsi la randonnée plaît d'autant plus qu'elle est un prétexte pour admirer les paysages, étudier la faune ou la flore. L'idéal, c'est la route de Saint Jacques de Compostelle, le pèlerinage. La Drôme offre des sites ou des itinéraires religieux, historiques ou botaniques qui peuvent devenir des itinéraires ou des buts de randonnée. Marcher vers l'église de Comps, marcher sur les pas des héros de la Résistance, suivre un itinéraire Renaissance, un parcours médiéval, une route romaine ou la route de la lavande...

Sept monastères accueillent des personnes qui souhaitent prendre quelques jours de retraite. Pourquoi pas ? Dans un site paisible, qui a vu se succéder des générations de fidèles de toutes confessions, ou sans confession, depuis des siècles ? Catholiques, protestants, orthodoxes ou athées

D'autres préféreront visiter une petite entreprise ; la Drôme en compte des dizaines : Valdrôme, une fabrique de tissus provençaux, déjà très connue ; les papeteries de Montségur qui fabriquent, colorent et personnalisent du papier de soie pour les industries du luxe, de Vuitton à Dior ; Revol Porcelaine à Saint Uze ; la chocolaterie Valrhona et l'école du chocolat à Tain l'Hermitage ...

Je n'irai pas jusqu'à suggérer la création d'un site comme Vulcania, ruineux, qui ne drainerait pas autant de touristes que le département ou la région le souhaitent. Je suggérerai plutôt de mieux exploiter les sites ancestraux de la Drôme, sans pour autant prétendre les transformer en Mont Saint Michel.

Des formules sont à créer. Ainsi, un forfait SNCF pour les Parisiens qui viendraient passer un long week-end dans la Drôme. A Valence, ils louent une voiture ou on les emmène en car sur tel ou tel itinéraire. C'est au département ou au voyageur de proposer les formules. Le touriste préfère les professionnels avec qui parler, plutôt qu'Internet ; il préfère aussi les formules déjà testées, à moins qu'il ne se lance sur les routes de sa propre initiative. Là, il faut aussi lui procurer l'information nécessaire et lui indiquer les lieux d'intérêt. On peut proposer à un touriste individuel de baliser son parcours, réserver ses chambres.

La meilleure formule à proposer aux touristes, ne serait-elle pas de s'installer dans la Drôme ? C'est ce que font les Suisses. A Venterol, près de Nyons, les Suisses sont nombreux ! Ils apprécient tellement la Drôme qu'ils y restent ! N'est-ce pas une satisfaction pour le département ? Les touristes s'enracinent. Ces nouveaux Drômois contribuent au développement et au rayonnement !

Les medias

Il faut que les medias arrêtent de faire du papier avec la canicule. Les touristes sont traumatisés ! Ils n'osent plus bouger ; or, il pleut en juillet 2004 et les températures descendent en-dessous de ce qu'il est convenu d'appeler les normales saisonnières. Les medias entretiennent cette peur. La Tribune de Genève ne se gêne pas. La presse parisienne en fait autant.

Pour promouvoir la Drôme, je ne crois pas à l'écrit mais à l'image. Une bonne émission de télévision qui présente un endroit paisible et beau, avec le chant des cigales. Pour le Parisien dans la brume et les embouteillages, en Février, c'est le déclic. En Mai, il sera dans la Drôme. N'oubliez pas qu'on vend du rêve !

Les vacances dans la Drôme, c'est ...

Les vacances dans la Drôme, ce sont de vraies vacances. La nature, la culture, le sport, le soleil, des gens accueillants, la détente, le calme, une bonne table, du vin, les vacances comme on les rêve !

N'allez pas développer un tourisme de masse dans la Drôme, ce n'est plus à la mode. La Drôme est idéale pour le tourisme individuel et le tourisme de qualité. La Drôme est idéale pour le tourisme de demain. Qu'elle preserve sa nature et sa culture, qu'elle garde sa gentillesse, mais qu'elle améliore son hôtellerie et qu'elle maîtrise ses prix, et les touristes viendront non pas en nombre, mais pendant longtemps.

Attention ! L'Ardèche a déjà compris ces évidences et devient une concurrence. Mieux vaudrait s'associer plutôt que se disputer les touristes.

Lundi 12 Juillet 2004

Pierre JOSSE

Guide du Routard

Rédacteur en chef de la partie « Drôme » du Guide Ardèche-Drôme

Téléphone personnel : 01 43 20 85 65

Benoît Lucchini ne répond pas au 01 42 72 33 15 mais au 01 48 71 27 64

Il s'est occupé de la partie « Ardèche » du Guide Ardèche-Drôme

Hachette Livre, au 01 43 92 30 00, a bien voulu donner le téléphone

de la Rédaction en Chef du Guide du Routard 01 53 80 84 84

qui a permis de retrouver Benoît Lucchini puis Pierre Josse,

ces deux journalistes travaillant à leur domicile.

Enthousiaste, lyrique, il passe chaque année une dizaine de jours dans la Drôme provençale, à Roussé-les-Vignes, près de Nyons. Il célèbre les villages perchés, les vestiges médiévaux encore inexploités, la douceur et la richesse de la Drôme, encore intacte, par opposition à la pauvreté âpre de l'Ardèche, moins séduisante mais déjà abîmée par le tourisme de masse ...

Une base arrière

La Drôme est la base arrière de la Provence, pas encore massacrée, laminée, robotisée. Les gens y sont encore « nature ». Les restaurants ne vous escroquent pas. Le Guide du Routard prend soin de les signaler. Les malhonnêtes ne sont pas cités, tant pis pour eux, ou nous leur consacrons quelques lignes critiques dont ils ne se remettent que difficilement.

La Drôme est un arrière-pays au naturel. Les gens y sont disponibles, pas corrompus par le tourisme de masse. La Drôme réserve de divines surprises comme Sainte Jalle dans les Baronnies, le lieu le plus douillet, le plus romantique au monde. La vieille ville ! La superbe église romane ! La Drôme est faite de délicatesses, de petites touches qui émeuvent et bouleversent.

Nyons

Je connais et j'apprécie Nyons. Seuls y viennent les connaisseurs. En 20 ans, Nyons est passé de 1 600 à 2 000 habitants. Nyons a le plus fort taux de progression démographique. On vient s'y installer. Nyons bénéficie aussi du plus fort taux d'ensoleillement en France, meilleur que sur la Côte d'Azur. Sans parler des olives, de leur huile, de leur tapenade, mais aussi de la truffe, du miel, des fruits frais, abricots et pêches, de la lavande et du vin.

Originaire de Nyons, René Barjavel écrit en 1982 dans *La Charrette bleue* : « La seule différence entre Nyons et le Paradis, c'est qu'à Nyons on est bien vivant ». Je rêve, moi, de me faire enterrer dans l'un de ces petits cimetières, comme Saint May, près de Nyons, en-haut d'un sentier rocailleux, avec une vue magnifique sur les oliveraies ; les Pompes funèbres refusent de monter jusque là. C'est un cimetière qui rend la mort plus douce. Ou le cimetière de Buis-Le Bar, transformé en herbier, avec des bancs où l'on vient méditer ... C'est intime. Ces cimetières vous réconcilient avec la mort. D'habitude niée, occultée, la mort devient une évidence à laquelle on rêve de se soumettre dans la paix, le calme et la sérénité. Même les morts fuient les grandes villes. Qu'ils se réfugient dans la Drôme ! Les vivants devraient aller vivre dans la Drôme, mais pas tous, car ils l'abîmeraient.

Dieulefit, Grignan, Donzère

Dieulefit est l'une de ces divines surprises. Son nom même est prédestiné. « Dieu que cette région se révèle bien douce et naturelle » « Dieu qu'on touche ici au bonheur simple ! » C'est un petit paradis, tellement humain qu'il en est divin. C'est devenu si rare, ce naturel, ce charme, cette douceur ! C'est une révélation ! On a oublié que c'était encore possible, loin des circuits touristiques traditionnels. Une petite ville que les ravages du temps et de la modernité n'ont pas encore altérée ! De tradition protestante, Dieulefit s'est aussi illustrée pendant l'Occupation. La forte solidarité de la population a donné de beaux exemples d'héroïsme et de Résistance. De nombreux écrivains participaient à la lutte. Le climat régénérateur de Dieulefit a permis d'ouvrir un centre pour guérir l'asthme. Il y a même un Club Méd ; non, ce n'est pas contradictoire ; le Club n'abîme pas Dieulefit. Une Maison de la Terre et un grand marché de potiers le week-end de la Pentecôte accueillent les visiteurs ; des verriers créent, exposent et reçoivent d'autres artistes.

La Drôme a aussi quelques éléphants comme **Grignan** qui déplace les foules. Mais ses rencontres littéraires et son Musée de la Typographie n'ont pas le succès qu'ils mériteraient. Grignan ! Le plus grand château de la Renaissance du Sud-Est français, synthèse des demeures italiennes et des châteaux de la Loire, fondé sur un ancien domaine médiéval. On n'en connaît même pas l'architecte. Et la Collégiale Saint Sauveur, construite à l'époque où l'on remaniait le château, et en parfaite harmonie ! La Marquise de Sévigné est le premier journaliste français. C'est un des dix génies de notre littérature ! Fine, spirituelle, partielle, d'une flamboyante mauvaise foi ! Elle mourut à Grignan et y fut enterrée.

Autre site intéressant : **Donzère**. Des maisons populaires dans lesquelles les gens vivent sans savoir qu'ils habitent une maison du 18^{ème} siècle. Ces maisons ne sont pas encore vendues à des bobos branchés. Elles sont encore à l'état brut. Dans la rue principale, les murs respirent. Il y a une vibration, une présence. Ce n'est pas rentabilisé, comme Tourtour dans le Var, ripoliné, léché, ennuyeux. Donzère est près de Pierrelatte, près de la centrale nucléaire, quel contraste. De nombreux villages médiévaux sont ainsi dans la Drôme, au naturel, sans apprêt, pas encore normalisés, et j'espère qu'ils le resteront. Les restaurer au-delà du nécessaire annoncerait la perte de leur principal atout : l'authenticité, un mot que l'on n'ose même plus prononcer, depuis Manon des Sources.

Ardèche

C'est une chance pour la Drôme de ne pas disposer sur son territoire d'un site aussi prestigieux que la Grotte Chauvet. De tels éléphants touristiques provoquent la ruine du patrimoine naturel et culturel d'une région et ne peuvent qu'hypothéquer son avenir touristique. L'Ardèche n'est plus un concurrent pour la Drôme. L'Ardèche dilapide son capital touristique en voulant l'exploiter à outrance. Que la Drôme continue lentement et sûrement à s'ouvrir aux visiteurs amoureux de ses sites encore inconnus dont le principal charme est que personne ne les connaît. Aujourd'hui, le plus grand plaisir d'un touriste est de dire « J'ai découvert Dieulefit. Vous ne connaissez pas Dieulefit ? C'est une merveille encore ignorée de la masse. »

L'Ardèche souffre déjà des maux du tourisme de masse. Les Gorges de l'Ardèche sont en sursis. Ses trésors naturels, historiques et pré-historiques, sont victimes de leur succès. Visiteurs peu scrupuleux, irrespectueux de la nature, aménageurs, promoteurs et autres spéculateurs ... Même la Préfecture entre dans le jeu des destructeurs en s'apprêtant à ouvrir à l'urbanisation la zone périphérique nécessaire au maintien de la Réserve naturelle. Le Conseil Général va dans le même sens en acceptant d'installer la copie commerciale de la Grotte Chauvet (300 000 à 500 000 visiteurs par an) à l'entrée même des Gorges. Réflexe plus économique qu'écologique ! Il en est de même au Mont Gerbier des Joncs, autre site trop fréquenté en Ardèche. J'espère que la Drôme ne cèdera jamais à cette faiblesse mercantile et ne subira jamais les outrages du tourisme de masse.

Paradoxalement, l'Ardèche a encore cette image sauvage qui a fait sa légende. Le kayak sur l'Ardèche, qui attiraient plus de hollandais que de français, jusqu'à ce que les français s'y essaient ; mais d'ici peu, l'Ardèche ne pourra plus dissimuler qu'elle a été abîmée, défigurée par des visiteurs trop nombreux et sans scrupules. C'est à la Drôme aujourd'hui d'encourager le canoë-kayak ou la pêche dans ses rivières et ses torrents. Il y a une place à prendre. Sans parler de toutes les activités sportives, escalade, spéléo, randonnée ou VTT, qui fuient la foule.

La Drôme n'est déjà plus en concurrence avec l'Ardèche, dont l'image va souffrir des abus du tourisme de masse. Mais la Drôme est encore en concurrence avec l'Aveyron et la Lozère. L'image de l'Aubrac (qui se partage entre l'Aveyron, la Lozère, le Cantal) est très forte. Et l'Aubrac n'est pas abîmé. Je ne parle pas du Larzac (Aveyron) dont l'image est forte mais déjà compromise.

Aveyron, Lozère, Hérault, Gard,

La Drôme est aussi en concurrence avec les Cévennes qui s'étendent sur plusieurs départements : Ardèche, Aveyron, Gard et Lozère. L'Hérault et le Gard sont des concurrents. Mais l'atout de la Drôme, c'est sa douceur, en même temps que sa facilité d'accès. Je me demande comment il est possible que les touristes ne sachent pas qu'à deux pas de l'autoroute se déploient des régions aussi séduisantes que la Drôme des collines ou des plaines, la vallée de la Drôme et le Diois, le Royans et le Vercors, sans parler de la Drôme provençale.

La Drôme est moins sauvage et plus douce, plus intime, plus ouverte, plus riche et plus accessible, plus civilisée que les départements concurrents. Elle offre un juste milieu. Proche et ignorée, délicieuse et inconnue, belle et discrète. Comment est-ce possible ? Les gens y sont accueillants, disponibles. C'est traditionnellement une région de passage. Les envahisseurs s'y sont pourtant installés, au fil des siècles, les Celtes, les Grecs, puis les Romains, sans oublier les Cimbres et les Teutons, à deux reprises, puis les Sarrasins. Les touristes seraient les seules hordes à ne pas s'arrêter ? Cela ne devrait pas durer. Et j'espère que leur halte, ou leur installation, seront paisibles et respectueuses d'un environnement naturel et culturel miraculeusement préservé.

Alpes Maritimes, Var, Vaucluse

Et la Côte d'Azur ! Encore ce matin, Libé ou le Monde, font leurs titres sur la météo. Mais ce n'est pas le mauvais temps qui attirera à nouveau les touristes sur la Côte d'Azur ! Son image est détériorée de manière irrémédiable. Bétonnée, trop chère, livrée aux maffieux, à l'extrême-droite comme Orange ou Carpentras ! Leur image s'est dévaluée. Personne ne veut plus y mettre les pieds. J'espère que la Drôme échappera à cet enfer et qu'elle restera fidèle à elle-même.

La Drôme échappe encore à cette image désastreuse que donne le tourisme de masse. Les espaces bétonnés, les escrocs à tous les coins de rue, les commerçants qui exploitent les passants sans même prendre la peine de les accueillir. Pire, les nouveaux résidents friqués, arrogants, suffisants. Je n'ai plus aucune envie d'aller dans le Vaucluse. C'est artificiel. Ces coins pour bobos friqués branchés ne me tentent pas. C'est frelaté. Vive la Drôme miraculeusement préservée !

Promotion touristique

La meilleure promotion touristique de la Drôme est faite par les Anglais. Quand les Français sauront que les Anglais s'installent à Crest, le lancement de la Drôme sera assuré ! Après le Pas-de-Calais qui passe pour un pays du Sud aux yeux des Anglais, après la Bretagne, ou le Périgord, les Anglais s'intéressent à la Drôme et à la Creuse ! Ce rapprochement n'est pas honteux. Il est annonciateur d'une nouvelle vague, non pas de touristes, mais de colons fortunés, civilisés, et décidés à vivre chez nous mieux que chez eux.

Pourquoi lancer ou développer un site qui attireraient des masses de visiteurs ? Et quel site ? Créé de toutes pièces ? La Drôme ne dispose d'aucun site qu'elle pourrait transformer en Tour Eiffel ! Heureusement pour elle ; je ne vois pas non plus d'exploitation possible des thèmes historiques. Le Protestantisme, et la Résistance sont déjà évoqués à Dieulefit, la Résistance à Vassieux dans le Vercors. Il ne faut pas trop en faire, au risque de provoquer un rejet. Il faut agir avec doigté, par petites doses homéopathiques, pour ne pas abîmer les innombrables charmes de la Drôme et s'adapter aux multiples sujets d'intérêt que les touristes peuvent y trouver, les uns après les autres, sur la pointe des pieds.

Le tourisme ne peut être qu'individuel ou familial dans la Drôme. Les restaurants sont super ! On en trouve encore à des prix d'avant-guerre. Les hôtels de campagne sont en nombre suffisant, d'excellente qualité. Il y a des petits hôtels charmants à l'Est de la Drôme provençale, Lachaux, Montbrun. Et des chambres d'hôte partout, mais qui répondent toujours « complet » toute l'année quand on les appelle. Leur capacité est insuffisante. On peut les multiplier. Nous avons un Guide des chambres d'hôte.

Le Guide du Routard est certainement le meilleur moyen de promouvoir le tourisme dans la Drôme. Des clins d'oeil, des subtilités, des douceurs, au détour des chemins et des routes, ajoutent au charme naturel et culturel de la Drôme. Et notre Guide s'efforce d'en rendre compte. Nous avons aussi des émissions à la Radio, en ce moment, sur RTL, des émissions quotidiennes. C'est une question d'émotion à susciter et à transmettre. Ce n'est pas l'image qui peut rendre les meilleures émotions, mais quelques mots, lus ou entendus, une intimité.

Nous vivons un moment historique, un moment de transition. La Drôme est encore brute de forme. De nombreux détails architecturaux ne sont pas encore normalisés. Il n'y a pas eu de lourdes restaurations qui en détruiraient l'âme. Surtout que la Drôme ne change rien, qu'elle reste fidèle à elle-même. Je n'irai pas jusqu'à dire qu'elle doit fermer ses portes, mais qu'elle laisse entrer lentement les visiteurs, qu'ils viennent en connaisseurs et non en touristes.

Passer des vacances dans la Drôme, c'est vivre, enfin !

Lundi 19 juillet 2004 à 10h30

Fabien CHARROT

INTERCHALET

Kaiser Joseph Strasse 263 – 79098 FREIBURG – ALLEMAGNE

Tél : 00 49 761 21 00 172

De retour à son bureau après une semaine d'absence pour raisons professionnelles, il est d'emblée enthousiaste et volubile mais précise que son entreprise est spécialisée dans la location de maisons à des allemands. Ses commentaires porteront donc sur ce seul segment touristique.

INTERCHALET

Depuis 40 ans, INTERCHALET loue des résidences touristiques aux allemands dans toute l'Europe. Nous sommes la société la plus ancienne et la plus importante sur ce marché en Allemagne. Nous sommes aussi des précurseurs. Cette formule était nouvelle, il y a 40 ans, mais devient de plus en plus d'actualité.

8 000 agences de voyage s'adressent à INTERCHALET. Nous avons 600 000 clients dont les demandes sont très diverses. Notre succès est dû à la précision de nos descriptions et à la fiabilité de nos recommandations. Sauf accident imprévisible, nos clients ne sont pas déçus en arrivant dans leur location. Ainsi, ils nous sont fidèles et ils assurent notre réputation. Notre image est la plus sûre qui soit. Nous sommes honnêtes et nos clients le savent.

Les touristes allemands

Les touristes allemands sont des touristes avertis. Ils disposent de plus d'une trentaine de guides sur la Drôme, des guides allemands ou des guides français traduits en allemand, dont le Guide Michelin. Ils savent ce qu'ils veulent. Ils sont cultivés, informés. Ils connaissent les sites qui méritent ou non une visite. Ils se font une opinion par eux-mêmes. Ce n'est pas à nous de leur conseiller d'aller ici ou là. Cependant, le département devrait se doter d'une documentation détaillée en allemand que l'on trouverait un peu partout, et dans les locations.

Les touristes allemands font 2 000 kilomètres pour venir dans le Sud de la France. Peu importe de faire 50 km supplémentaires s'ils trouvent une maison qui leur convienne. Ils sont parfaitement capables de louer une maison près de Montélimar, ou près du Col de Valouse, difficile d'accès mais avec une vue superbe sur 200 km. De là, ils rayonnent et vont jusqu'aux Saintes Maries de la Mer. L'important, c'est le produit : le nombre de chambres et de salles de bains, la décoration, mais aussi la verdure et le calme, la vue. Prendre leur voiture pour aller acheter les croissants ne les gênent pas, si la maison et son prix leur conviennent.

Un tourisme à la carte

Les touristes allemands s'organisent eux-mêmes. Ils voyagent en famille et choisissent leur hébergement et leurs activités. Ils peuvent préférer des coins à peine peuplés comme la Creuse, en Limousin, et de là visiter. L'important, c'est la maison, son charme, son confort, son prix, et la verdure, le calme. Ils vont ensuite vers les activités, culturelles ou autres, selon leurs informations.

Ce sont des touristes individuels. Ils n'iraient pas sur la Côte d'Azur ou la Costa Brava boire de la bière avachis sur la plage. Ce n'est plus un tourisme de masse, mais un tourisme sur mesure, à la carte. Ils s'organisent. Ils créent leurs propres vacances. Je ne prendrai pas le risque de vanter tel site ou telle activité. Je me contente de leur conseiller une maison qui corresponde à leurs critères.

L'accueil en France

Le produit que cherchent les Allemands est facilement défini mais pas toujours facile à dénicher. En effet, un bon rapport qualité/prix est difficile à obtenir. La Drôme provençale a tort de se prendre pour la Provence et d'augmenter ses prix abusivement. Les prix deviennent dissuasifs, alors que les Allemands, comme les Français, ne voient pas leur pouvoir d'achat augmenter. En Croatie, en Hongrie, en Bulgarie, ou en Turquie les prix sont 40% moins chers, les prestations satisfaisantes et l'accueil parfait.

Chaque département ignore le voisin. Chaque propriétaire croit sa maison unique. Les Français n'ont aucune idée de la concurrence. Ils ont des efforts à faire, pas seulement dans la Drôme. Je parle aussi bien pour le Sud-Ouest ou la Bretagne. Tous considèrent les touristes comme des intrus, ou des machines à sous. Un sourire, quelques attentions font la différence. Quels sont les atouts de la Provence ? Sa lumière ? Sa bonne table ? Des prix trop élevés, une décoration ridicule, un accueil désagréable, découragent les touristes qui peuvent trouver si facilement beaucoup mieux en Hongrie ou en Croatie.

Un bon rapport qualité/prix

Nyons, Buis-Les-Baronnies, Le Poët-Laval, Dieulefit, Valouse, Montbrun-Les-Bains, ce sont évidemment les petites villes ou villages de la Drôme provençale qui attirent les Allemands. Ils voient la Provence traditionnelle, pierres et poutres apparentes, couleurs claires, rideaux blancs. C'est le cliché du Sud ! Ils veulent aussi des bois et des forêts alentour pour se balader ; peu importent les activités, ils vont les chercher eux-mêmes. Il en faut, mais pas forcément à proximité.

Nos clients voient la Provence dans sa globalité. Peu importe si la maison qui leur convient est dans le Vaucluse, le Gard, les Bouches du Rhône, les Alpes Maritimes ou en Ardèche. Ils ne font pas la différence mais demandent que le rapport qualité/prix soit satisfaisant. Ils apprécient le Mont Ventoux, « la Montagne Sainte » de la Provence, même si la Drôme n'en détient que le versant Ouest. Ils savent que le Tour de France en a fait une épreuve. Ils peuvent remonter vers le Nord, dans la Vallée de la Drôme et le Diois, s'ils y trouvent une maison correspondant à leurs critères de qualité et de prix.

Cette image de la Drôme provençale ne justifie pas que les propriétaires des maisons à louer augmentent leur prix abusivement. J'ai refusé d'inscrire sur nos listes de nombreuses maisons, trop chères, qui n'offrent pas la qualité attendue. Les propriétaires pensent pouvoir prétendre obtenir des sommes exorbitantes de leurs maisons, sous prétexte que les Anglais ont fait grimper les prix à Nyons. Mais les touristes allemands, comme les touristes français, surveillent les prix.

Des prix abusifs

Il faut savoir que le tourisme est en crise. Même dans le Lubéron, 20 à 30% des propriétaires se plaignent de ne pas avoir loué leur maison. Dans la Drôme provençale aussi. J'essaie de leur dire qu'il vaut mieux louer 5 semaines à 300 euros plutôt que zéro semaines à 500 euros.

L'Ardèche et la Drôme ont bénéficié d'un récent coup de projecteur et leurs prix se sont emballés. Mais attention ! Des clients perdus, il faut 10 ans pour qu'ils reviennent ! Ils iront ailleurs, là où ils seront mieux reçus pour moins cher. Le Conseil général a un rôle à jouer pour modérer les emballements et raisonner les Drômois « Ne tuez pas la poule aux d'or ! ». Mais le département lui-même ne voit pas au-delà de ses frontières. Chacun se croit unique et magnifique.

Si je me risque à dire à un propriétaire que ses matelas sont défoncés, ses murs pas très frais et les tapisseries démodées, il s'insurge : « Nous avons toujours dormi dans ces lits ! Ces murs ont déjà été repeints ! Ma mère a choisi ces tissus ! » Que faire ? Je ne peux même pas lui dire qu'il est trop cher ! Il croit sa maison exceptionnelle et ses prix raisonnables !

Des professionnels compétents

Ce serait rendre service à la Drôme que de la convaincre de se référer aux spécialistes. A supposer que les recommandations soient suivies d'effet. Nous, nous avons une vue d'ensemble. Nous voyons toutes les maisons offertes en location, nous voyons tout le département, et les départements voisins, mais aussi les pays voisins ! Comment un département peut-il garder des oeillères quand nous sommes là pour souligner les évidences ?

Si la Drôme, comme l'Ardèche, le Vaucluse ou le Var ne sont pas réalistes, s'ils continuent à entretenir des illusions mercantiles, les touristes iront tous vers l'Est. Ce n'est pourtant pas difficile de les retenir : des prix bas, une meilleure qualité, un accueil aimable. C'est toute la France qui doit faire un effort. Elle continue à se croire la meilleure destination touristique. Elle ne l'est plus.

Si je parle aussi brutalement, c'est pour leur bien. Les propriétaires doivent se réveiller et voir la réalité en face. Qu'ils aillent faire un tour en Hongrie ! Les hôteliers se décarcassent pour faire plaisir aux visiteurs. Les Hongrois, comme les Bulgares ou les Croates, ont faim. Ils feraient n'importe quoi pour gagner un peu d'argent. Etre aimables leur paraît facile, compte tenu du résultat escompté.

Des concurrents sérieux

Les Allemands vont facilement vers l'Est. Malgré le prestige de la France, ils la délaisseront si elle devient trop chère. Allez en Croatie ! Vous verrez ! L'accueil ! Et les prix ! La beauté de ce pays ! Le charme du tourisme des années cinquante ! La Croatie n'a pas besoin de se lancer dans une campagne de publicité. Tous les touristes potentiels connaissent ses atouts.

Dans les pays de l'Est, les hôteliers ou les propriétaires apprennent vite. Ils se battent. Ils veulent prendre leur place au soleil. Le meilleur conseil à donner aux propriétaires français qui cherchent à louer leur maison à des touristes, allemands ou autres, ce serait d'aller jouer les touristes en Hongrie. Ils comprendraient ! Et vite !

La seule publicité que doivent faire les départements français, c'est sur leurs prix. Les Allemands connaissent les charmes et les défauts de la France. Pas la peine de leur faire un dessin. Mais s'ils constatent que la qualité de l'accueil s'améliore, que les prix restent raisonnables, les Allemands viendront nombreux en France. L'information circulera vite.

Suggérer que les Français améliorent leur connaissance des langues étrangères, c'est insultant, je sais. C'est cependant nécessaire. En France, les Allemands savent qu'ils doivent parler français. C'est le pays d'accueil qui devrait apprendre l'allemand, non ? Ou l'anglais ? Des documents en allemand, largement diffusés, seraient utiles. Ou des voyages à l'étranger. Que les Français voyagent !

Les vacances dans la Drôme, c'est trop cher.

Mardi 20 Juillet 2004

Guylaine BROUSSET

TERRIEN (Les Chemins de l'Histoire) Service Groupes
1, allée Turenne – BP 20324 – 44003 NANTES Cedex 1
Tél 02 40 47 72 95

Guylaine Brousset est charmante, mais elle ne connaît pas la Drôme, et elle a très peu de temps. Elle entretient des relations avec la Région Rhône-Alpes qui l'oriente vers la Savoie et la Haute Savoie. La Drôme est rarement inscrite dans ses catalogues. Les clients ne la demande pas et son Service Production ne pense pas à la choisir comme destination.

La Région Rhône-Alpes

Je suis embarrassée pour vous répondre car je ne connais pas la Drôme. Je la situe, mais il m'est difficile de citer quoi que ce soit la concernant. Pour moi, c'est une région de passage. On la traverse. Je ne vois pourquoi s'y arrêter. Vraiment, je suis désolée, mais pour moi la Drôme n'existe pas, si ce n'est comme une halte. On ne pense pas spontanément y faire un séjour ou y aller en vacances.

Je suis en relation avec la Région Rhône-Alpes qui m'a récemment invitée à un voyage de promotion. Je me souviens avoir demandé à voir la Drôme, puisque je ne la connais pas, mais la Région m'a orientée vers la Haute Savoie et la Savoie, que je connais déjà, ce qui ne m'a pas vraiment intéressée. La Région Rhône-Alpes ne semble pas avoir inscrit la Drôme sur ses cartes.

Catalogue

La Drôme apparaît dans notre catalogue comme une étape, mais pas en séjour. Nous organisons des voyages en groupes, soit pour des groupes déjà constitués, soit pour des individuels qui se joignent à un groupe.

Nos voyages, étapes et destinations, sont imaginés et organisés par nos services « production », ou à la demande de nos clients eux-mêmes. Certains, qui veulent partir en famille ou en groupe, nous demande d'organiser quelque chose ici ou là et nous le faisons. Quelquefois, ces voyages, décidés à l'initiative des clients, sont repris ensuite dans le catalogue.

Nous n'avons pas deux voyages identiques. C'est vraiment un service à la carte, à la demande. C'est du sur-mesure, suivant le budget des divers clients. Dès que 10 personnes sont motivées, le voyage peut être programmé.

Les haltes et les destinations varient d'une année sur l'autre. Il n'y a pas de constance. Notre service production réfléchit, innove, ou répond aux demandes des clients. Nous sommes à l'écoute et nous adaptions aux tendances.

Clients

Nos clients sont souvent des retraités, mais pas toujours. Nous avons toutes sortes de groupes. Nous n'avons pas que des Français, nous avons aussi des étrangers.

Destinations

La Côte d'Azur a longtemps été une destination, Nice, Menton, mais moins maintenant. Nous allons en Provence, mais vers Les Baux, plus au Sud. Nous allons beaucoup en Haute Savoie, à Aix les Bains, ou en Savoie. Nous y allons tellement que j'en suis fatiguée.

Nous avons toute la France dans notre catalogue. On laisse tomber certaines destinations pour les reprendre ensuite. Le Périgord est une destination qui fonctionne toujours bien. A la fin de l'année, pour les réveillons, nous y allons. Nous pourrions aller ailleurs pour Noël ou le Nouvel An. Pourquoi pas ?

Nous allons aussi dans toute l'Europe. En ce moment, la Croatie a un succès fou, et les pays Baltes. Nous allons aussi en Amérique, aux Etats-Unis, au Brésil, au Pérou, en Afrique, et même en Nouvelle-Zélande, vraiment partout dans le monde.

En France et en Europe, nous allons en car ou en avion. Je vais vous envoyer notre catalogue, vous verrez la variété de nos voyages, et nos différentes formules.

La Drôme

En 2003, nous ne sommes pas allés dans la Drôme. Mais en 2004, je vois que la Drôme est inscrite dans le catalogue. Il y a un voyage programmé en Septembre ! Je vais me renseigner auprès de mes équipes. *Interruption...*

Oui, nous avons 16 inscriptions. Il en faudrait 4 de plus. Mais avec 16, on ne va pas annuler. On ne sait pas si on le proposera à nouveau en 2005. On verra.

Il s'agit d'un séjour à Bourg de Péage, après une première halte à Saint-Etienne. A Bourg de Péage, nous séjournons au Don Angelo, un quatre étoiles. C'est l'un de nos problèmes. Nous ne choisissons pas d'hôtels en-dessous de trois étoiles. Or, ils sont rares à proposer 25 ou 30 chambres. C'est une des raisons pour lesquelles nous n'allons pas dans la Drôme. Les autres raisons étant notre ignorance. Je ne doute pas de ses attraits, mais nous ne les connaissons pas.

Donc, ce séjour à Bourg de Péage permet d'aller à Hauterives (le Facteur Cheval), puis à Romans où nous visitons la Collégiale, et en excursions dans les Gorges de la Bourne (Isère), vers Pont en Royans (Isère) puis dans le Vercors.

C'est une nouveauté. C'est le service de production qui a pensé à ce voyage. S'il est très sollicité, on prévoit plusieurs dates, s'il ne l'est pas, on en prévoit moins. Je ne sais pas si ce voyage sera reconduit.

Vraiment, je ne connais pas la Drôme. J'ai demandé à la Région Rhône-Alpes de m'y emmener, mais on m'a envoyée en Haute Savoie et en Savoie. J'irais probablement dans la Drôme si l'occasion se présente.

Nous sommes très occupés. C'est maintenant la période des vacances. Je ne peux pas vous transférer au service production ni à aucun autre service.

Les vacances dans la Drôme, ce ne sont pas des vacances, c'est une étape, jusqu'à preuve du contraire.

20 juillet 2004

Loïc PLANCHE

Autocars PLANCHE
Champ Garet - 69400 ARNAS
Tél : 04 74 09 30 23

Difficile à joindre, souvent absent, d'abord surpris, puis bavard

La Drôme ? Oui, on y va. On y allait beaucoup à une période, moins maintenant. Il faut tourner. Nos destinations doivent changer. Quand tous nos groupes sont allés une ou deux fois quelque part, il faut leur proposer autre chose.

De Lyon, on va dans la Drôme dans la journée. On va même dans le Sud, en Drôme provençale, à Grignan, à Pierrelatte, voir la ferme des crocodiles, on va jusqu'aux Baronnie dans la journée. Je connais. J'ai une maison près de Nyons.

On va dans Les Baronnie pour les paysages mais aussi pour visiter les vieux moulins à huile ou la distillerie de lavande. Il y a toutes sortes de lieux intéressants à visiter dans la Drôme, provençale ou non.

Les Autocars Planche

Nous décidons des lieux d'excursion. Nous sommes une force de proposition. Nous sommes les prescripteurs pour employer les termes exacts.

Nous travaillons avec des groupes déjà constitués, des Clubs, du troisième âge ou d'autres, des Associations, des Comités d'entreprises. Nous n'avons pas de scolaires, ou très peu ...

Parfois, nous organisons des week-ends à la demande d'un groupe. Mais nous ne lançons pas des projets en attendant que des individus s'inscrivent un par un. Nous proposons des formules à des groupes constitués qui s'inscrivent en bloc.

Destinations

Nous élaborons des excursions d'une journée ou de plusieurs jours. Mais la Drôme, nous y allons dans la journée. Nous avons une brochure de 40 pages proposant 40 journées différentes, dont quelques unes dans la Drôme.

En une journée, on rayonne sur 200 kms. Nous allons jusqu'en Camargue, mais c'est une grosse journée. Nous allons partout en Rhône Alpes, en Bourgogne, jusque dans le Jura.

Evidemment, en plusieurs jours, nous n'avons pas de limites, tant que la mer ne nous arrête pas, quoique ... on pourrait aller en Angleterre, mais nous n'empruntons pas le tunnel, nous évitons l'Angleterre.

On pourrait aller en Corse, en bateau, on l'a fait, mais on ne le fait plus. Nous allons dans toute l'Europe tant que la mer ne nous arrête pas. Traverser la mer, cela devient trop cher. Mieux vaut prendre l'avion.

Avant, on allait au Maroc en autocar, au départ de Lyon, en touristes ! Maintenant l'avion est moins cher. Même en Andalousie, on y va en avion.

La Drôme

Nous ne pouvons aller dans la Drôme qu'en une journée. Il n'y a pas d'hôtels dans la Drôme. Sauf dans la Vallée du Rhône, mais ce n'est pas très touristique, et ce sont des hôtels qui appartiennent à des chaînes, pas très séduisants.

Dans la Drôme, c'est comme dans le Beaujolais, il n'y a pas d'hôtels. On est obligé d'y aller dans la journée. Dans la Drôme, le temps est plus agréable que dans le Beaujolais, cela fait une différence, et on peut y aller toute l'année, ce qui n'est pas le cas dans le Beaujolais.

Dans la Drôme, il fait beau toute l'année. Je suis bien placé pour le savoir, j'ai une maison à Nyons, et j'y tiens !

La Drôme a des restaurants sympas, de nombreux centres d'intérêt, ce ne sont pas les lieux de visite qui manquent. La Drôme, c'est pas mal. Tous les 5 ans, on y retourne. Il faut se renouveler. On va bientôt y retourner.

Il faut à la Drôme des hôtels qui puissent accueillir des groupes de 40 personnes ; 30 personnes, ce serait déjà bien. Deux étoiles suffisent, mais il faut une capacité d'accueil suffisante.

La Drôme, on s'y installe, ou on la traverse, on ne la visite pas, dommage, quoique, la foule, on n'y tient pas. Enfin, quelques hôtels supplémentaires permettraient d'organiser des excursions de plusieurs jours dans la Drôme.

Oui, s'il y avait des hôtels deux étoiles, ou plus, pour des groupes de 30 ou 40 personnes, on irait passer plusieurs jours dans la Drôme.

Les vacances dans la Drôme, il faut être chez soi, dans sa maison, c'est extra.

Annexe III

Les vacances dans la Drôme, c'est...

« C'est bon pour moi mais pas pour les autres »

« Les touristes, je les emmène ailleurs »

Pascal GUILLAUMET, SELF VOYAGES Provence

« Ce sont de vraies vacances »

« Les vacances comme on les rêve »

André VESIN, DUPRAZ BUS, Genève

« C'est vivre, enfin ! » Pierre JOSSE, Le Guide du Routard

« C'est trop cher ! » Fabien CHARROT, INTERCHALET, Fribourg

« Ce ne sont pas des vacances »

« C'est une étape, jusqu'à preuve du contraire »

Guylaine BROUSSET, TERRIEN, Service Groupes, Nantes

« Il faut être chez soi, dans sa maison, c'est extra »

Loïc PLANCHE, Autocars PLANCHE, Lyon