



UNIVERSITÉ
angers



Atlantic
Sunset

fasest

Université
de Lille

Mémoire de Master 2 Géographie Aménagement Environnement Et Développement

Année 2025-2026

Valorisation des actions touristiques liées aux couchers de soleil
sur les espaces littoraux atlantiques : conception de brochures
touristiques associées aux couchers de soleil



Rédigé par Maxime Le Duc Krivtsova

Sous la direction académique de Marion Ille-Roussel

Sous l'encadrement professionnel de Quentin Brouard-Sala et Emmanuel Jaurand

Remerciements:

Dans un premier temps, j'aimerais remercier mes encadrants professionnels de l'Université d'Angers messieurs Quentin Brouard-Sala et Emmanuel Jaurand. Leur bienveillance, leur pédagogie et leur disponibilité ont été d'une précieuse aide et d'une grande richesse pour ce stage. Merci à vous pour vos conseils, votre expertise et les moments passés au cours du Projet *Atlantic Sunset*.

Je tiens à remercier mon encadrante académique Madame Marion Ille-Roussel pour sa pédagogie, son encadrement, et ses conseils qui ont permis de m'aider à structurer ce mémoire et à avancer dans mon travail. Merci encore pour votre bienveillance et votre soutien, cela a été d'une aide précieuse.

Je remercie également les différents acteurs des territoires pilotes du projet *Atlantic Sunset* que j'ai pu sollicité à travers les échanges en présentiel et en distanciel. Leur intervention a été d'une aide précieuse, autant dans le déroulement du stage que dans les perspectives pour l'avenir. Mes échanges avec eux m'ont motivé à poursuivre davantage dans le domaine du tourisme et de la coopération territoriale.

Je remercie messieurs Eric Leclerc, Philippe Lahousse et Esteban Bopp pour leur soutien à travers ces deux années de Master. Leur motivation et leurs conseils ont été d'une grande aide lorsque je doutais encore de ma voie. Merci à vous.

Je remercie Monsieur Pierre-Gil Salvador pour son encadrement au cours de cette année de Master 2 et ses encouragements pour la recherche de stage.

Je tiens aussi à remercier ma mère et ma grand-mère, qui m'ont toujours encouragé et soutenu, même dans les moments difficiles. Leur amour et leur présence a permis que je puisse y arriver jusqu'en Master.

Je tiens à remercier mes camarades de promotion avec qui nous avons partagé des bons moments au cours de ces années de Master.

Table des matières

Remerciements:.....	1
Introduction	4
Partie 1 état de l’art: Le Coucher de Soleil comme levier territorial et esthétique pour le développement touristique du littoral Atlantique Français.....	7
1. Le coucher de soleil, expérience esthétique humaine à valeur paysagère.....	7
1.1 Le coucher de soleil, un phénomène physique transformé par la perception Humaine.....	7
1.2. Le coucher de soleil comme expérience temporelle et introspective.....	8
1.3 Le coucher de soleil comme pratique sociale et Paysagère.....	11
2. Inclusion du coucher de soleil dans le tourisme paysager : vers une expérience touristique sensible.....	13
2.1 Les phénomènes célestes comme objet touristique.....	13
2.2 Le paysage comme cadre et produit touristique.....	17
2.3 Les pratiques liées à la contemplation du paysage.....	19
3. Le littoral atlantique français, passage d’un tourisme balnéaire vers un tourisme durable.....	22
3.1 Un espace littoral marqué historiquement par le tourisme balnéaire.....	22
3.2 Les limites du tourisme balnéaire classique: vers l’implantation d’une offre touristique durable.....	25
3.3 Le coucher de soleil, outil complémentaire au renouvellement de l’offre touristique littoral	27
Partie 2: Contexte et Méthodologie.....	32
1. Atlantic Sunset: Une démarche de coopération multi acteurs dans le cadre d’un développement transrégionale.....	32
2. Zones d’études.....	34
2.1 Pointe de Corsen.....	35
2.2 Pléneuf Val André.....	37
2.3 Notre-Dame-de-Monts.....	39
3. Méthodologie.....	41
3.1 Visites de terrain.....	42
3.1.1 Pointe de Corsen.....	42
3.1.2 Pays de Saint-Jean-de-Monts.....	44
3.1.3 Pléneuf Val André.....	45
3.2 Entretiens semi directifs aux acteurs locaux.....	46
3.3 Questionnaire au public.....	49
3.4 Limites.....	50
Partie 3: Réalisation des modèles des brochures Atlantic Sunset: entre diagnostic territorial et médiation touristique.....	51
1. Objectif des offres pour les territoires pilotes.....	51
1.1 Valoriser le coucher de soleil.....	51
1.1.1 Le coucher de soleil comme atout d’identité territorial.....	51
1.1.2 Le coucher de soleil comme levier d’attractivité.....	54
1.1.3 Le rôle du coucher de soleil dans l’offre touristique.....	55
1.2 Identifier les public, les expériences à proposer.....	57
1.2.1 Les profils de touristes par Territoires.....	57
1.2.2 Les pratiques associées aux couchers de soleil.....	58
1.2.3 Les expériences à proposer.....	60
1.3 Adapter l’offre aux spécificités territoriales.....	62
1.3.1 Pointe de Corsen: Une offre fondée sur le bout du monde et les phares.....	62

1.3.2 Pléneuf Val André: Une offre axée nature, patrimoine, bien-être.....	63
1.3.3 Pays de St Jean de Monts: Une offre liée à la festività et à la cōte de Lumière.....	64
2. La brochure Atlantic sunset: entre médiation scientifique et touristique.....	65
2.1 Une structure commune adaptable pour chaque territoire.....	66
2.2 La communication scientifique, au service de l'expérience touristique.....	68
2.3 La médiation touristique et la construction d'expérience.....	69
3. La présentation des brochures par territoire.....	71
3.1 Pays d'Iroise.....	71
3.2 Pléneuf Val-André.....	75
3.3 Pays de St Jean de Monts.....	79
3.4 Limites des résultats.....	84
Partie 4: Les stratégies territoriales et promotionnelles mises en place dans la valorisation des coucher de soleil.....	85
1. Le coucher de soleil, une ressource mobilisée dans la communication territoriale	85
1.1 Une ressource paysagère intégrée au récit des destinations.....	85
1.2 Un usage marketing différencié en fonction des destinations.....	87
1.2.1 Une communication présente utilisée par les acteurs du territoire.....	88
1.2.2 Des stratégies de communication différenciées selon les territoires.....	90
1.3 La mise en récit du coucher de soleil dans la communication touristique: le cas des brochure	92
2. Du paysage à l'expérience: l'intégration des couchers de soleil dans l'offre.....	94
2.1 Du lieu d'observation à la pratique touristique.....	95
2.1.1 La contemplation comme pratique première.....	95
2.1.2 L'itinérisation comme découverte du territoire.....	97
2.2 La construction d'expériences touristiques autour du coucher de soleil.....	98
2.2.1 La territorialisation des pratiques autour des couchers de soleil.....	98
2.2.2 L'expérience, la construction d'ambiances territoriales autour des couchers de soleil	100
2.3 Le coucher de soleil dans l'offre touristique et événementielle.....	102
2.3.1 Le coucher de soleil comme support d'animation touristique.....	102
2.3.2 Le coucher de soleil comme complément aux offres existantes.....	104
3. Limites et perspectives.....	105
3.1 Une ressource instable et dépendante de plusieurs conditions.....	105
3.2 Les limites dans la valorisation touristique: le cas des brochures.....	106
3.3 Perspectives.....	107
Conclusion.....	108
Bibliographie:.....	112
Table des figures:.....	114
Table des annexes:.....	118

Introduction

Les premières images et les premiers stéréotypes touristiques auxquels sont associés les espaces littoraux sont la mer, la plage et le soleil. Les communes littorales atlantiques françaises n'échappent pas à cet imaginaire touristique, construit autour de la mise en valeur des paysages maritimes et de leur dimension balnéaire. Les cartes postales du XXe siècle montrent ainsi que la notoriété des territoires s'est notamment construite autour d'une promotion des pratiques touristiques et d'une mise en scène des paysages (Caillaud, 2021 ; Campos Franco, 2012). Les pratiques touristiques, définies par le groupe Mobilité, Itinéraires et Tourisme (2024), désignent à la fois ce que fait un touriste lors de ses déplacements et la mise en acte d'intentions ou de suggestions associées à un lieu. Ces pratiques peuvent alors être encadrées et orientées par les acteurs touristiques eux-mêmes (Knafou et al., 2002).

C'est dans cette logique de suggestion du lieu que le soleil est associé aux territoires des espaces littoraux. Depuis la mise en tourisme lors du XIXe siècle du littoral Atlantique, les touristes semblent attirer par des paysages et des attraits associés au dépaysement (Clairay et Vincent, 2008). Les stations balnéaires de la côte atlantique française ont créé leur propres images touristiques afin de proposer une expérience qui puisse apporter un dépaysement au touriste (Morice et al, 2008). C'est dans cet aspect de recherche de déconnexion que soleil s'inscrit en tant qu'aspect paysager des territoires littoraux. Ainsi, le coucher de soleil apparaît sur les cartes postales au début du XXe siècle (Caillaud, 2021). Le rapprochement entre le coucher de soleil et l'identité maritime des territoires s'inscrit dans un processus de valorisation territoriale et touristique.

La valorisation territoriale et touristique s'inscrit dans une démarche de valoriser le patrimoine matériel et immatériel d'un territoire dans l'objectif d'attirer davantage de touristes (Callot et Selosse, 2014; Bonard et Felli, 2008). C'est à travers cette définition que l'utilisation du coucher de soleil en tant qu'élément paysager s'inscrit. Guillaume Aubry associe le coucher de soleil à la notion de paysage et précise qu'il suscite une satisfaction universelle car il représente une habitude de perception humaine (2022). Si les communes littorales cherchent à valoriser davantage leur aspect paysager, balnéaire et patrimonial afin de proposer des offres diversifiées, le coucher de soleil représente une tendance sur les territoires qui permet de mettre en valeur le paysage et le territoire. Ainsi, c'est dans cette démarche de valorisation territoriale et touristique que s'inscrit le projet *Atlantic Sunset*.

Le projet *Atlantic Sunset* est un projet international financé par le programme européen *Interreg Atlantic Area*. Il regroupe plusieurs régions du littoral atlantique, notamment en

France et en Espagne, ainsi que des pays comme le Portugal et l'Irlande. Ce projet, lancé en juillet 2023, s'inscrit dans une approche interdisciplinaire associant chercheurs, acteurs publics et privés. Il vise à valoriser le potentiel des couchers de soleil comme ressource touristique sur les territoires littoraux atlantiques de l'Union Européenne, en intégrant les enjeux de développement durable, d'attractivité territoriale et d'expérience touristique.

Les travaux de Jorge Mira Perez (2019), portant sur le dernier coucher de soleil du continent européen, constituent l'un des fondements du projet. La contemplation des couchers de soleil, pratique culturelle ancienne remontant à l'Antiquité, s'inscrit aujourd'hui pleinement dans les pratiques touristiques contemporaines. Certains territoires cherchent ainsi à se positionner comme des lieux privilégiés d'observation, en revendiquant notamment le statut de « dernier coucher de soleil » du continent. Dans cette perspective, un axe géographique allant de la côte norvégienne jusqu'à la côte ouest de la péninsule Ibérique a été identifié. L'un des objectifs initiaux a été de répertorier les territoires concernés par ce phénomène.

Le stage réalisé s'inscrit dans ce cadre. Effectué en collaboration avec l'Université d'Angers et le laboratoire ESO, partenaires du projet côté français, il s'inscrit dans la continuité de travaux menés par de précédents stagiaires. Trois territoires ont été sélectionnés : Pléneuf-Val-André dans le département des Côtes-d'Armor, la pointe de Corsen dans le département du Finistère et Notre-Dame-de-Monts en Vendée. Les travaux antérieurs ont permis de mieux comprendre comment les acteurs territoriaux mobilisent les couchers de soleil comme levier d'attractivité touristique, notamment à travers le développement de dispositifs de contemplation et d'offres associées.

Dans cette continuité, le présent stage vise à contribuer à la mise en place d'une campagne promotionnelle sur les territoires pilotes, avec pour objectif la conception de brochures adaptées à leurs spécificités territoriales.

Ainsi, la problématique de ce mémoire est la suivante: comment les acteurs touristiques des territoires partenaires du littoral atlantique français mobilisent-ils le coucher de soleil comme ressource territoriale dans la structuration et la promotion touristique ?

Cette problématique s'accompagne de plusieurs sous questions: Quels objectifs les acteurs envisagent-ils à la valorisation territoriale des couchers de soleil ? Comment les acteurs songent-ils à intégrer les couchers de soleil dans l'offre touristique des territoires? Quels aspects des territoires les acteurs souhaitent-ils mettre en avant ? Quels publics sont visés et quels sont les résultats attendus ?

Pour pouvoir répondre à cette problématique, notre recherche s'articule autour de plusieurs hypothèses. Dans un premier temps, le coucher de soleil constitue une potentielle ressource mobilisable pour le développement économique, territorial des espaces littoraux. Il peut représenter à la fois un support de communication esthétique permettant de valoriser l'image des territoires ainsi qu'un élément paysager structurant pour la conception de campagnes promotionnelles territoriales. Il peut toutefois être utilisé outil de valorisation d'une offre touristique déjà structurée au sein des territoires, dont la contemplation des couchers de soleil peut occuper une place centrale et à la fois complémentaire dans l'offre touristique. Et enfin sa mise en tourisme s'inscrit dans une demande des touristes de déconnexion et de contact avec la nature.

Ce mémoire s'inscrit dans une démarche qualitative, articulant entretiens, observations terrains et conception d'outils de médiation prospectif dans le but d'orienter les acteurs sur l'encadrement d'une campagne promotionnelle utilisant la thématique du coucher de soleil.

Ainsi, pour élaborer notre réponse, le plan de ce mémoire s'articule en quatre parties. Dans un premier temps, nous présenterons le cadre conceptuel permettant de comprendre comment le coucher de soleil peut constituer une ressource et un levier territorial dans le développement touristique des communes du littoral atlantique. Ensuite, nous présenterons le contexte de l'étude ainsi que la méthodologie utilisée pour répondre à la problématique. Dans un troisième temps, nous présenterons les résultats issus des entretiens et des observations, ainsi que la conception des brochures *Atlantic Sunset* comme outils de communication touristique construits dans le cadre d'un projet scientifique. Enfin, nous analyserons les stratégies territoriales et promotionnelles mises en place autour des couchers de soleil, en montrant notamment comment les brochures traduisent les pratiques, les lieux et les offres identifiés auprès des acteurs dans la promotion des territoires.

Partie 1 état de l'art: Le Coucher de Soleil comme levier territorial et esthétique pour le développement touristique du littoral Atlantique Français

1. Le coucher de soleil, expérience esthétique humaine à valeur paysagère.

1.1 Le coucher de soleil, un phénomène physique transformé par la perception Humaine

Le coucher de soleil constitue d'abord un phénomène physique. En effet, il est le résultat de la rotation terrestre qui entraîne le déplacement de la ligne terminatrice, séparant la partie éclairée de la Terre de la partie ombragée (Mira Perez, 2018). L'évolution de cette ligne dépend des saisons (Mira Perez, 2018). Lors du solstice d'hiver dans l'hémisphère nord, le terminateur du soir s'étend du nord-est au sud-ouest, tandis que lors du solstice d'été, il s'étend du nord-ouest au sud-est. Lors des équinoxes de printemps et d'automne, elle se retrouve perpendiculaire à l'équateur. Cette inclinaison de la ligne terminatrice est le résultat de l'inclinaison de la Terre face au Soleil.

C'est à l'échelle humaine que le phénomène céleste devient une expérience esthétique. Guillaume Aubry définit le coucher de soleil comme une « illusion millénaire » (Aubry, 2022). Bien qu'il soit observable, le coucher de soleil résulte de la rotation terrestre plutôt que d'une disparition réelle de l'astre (Aubry, 2022 ; Mira Perez, 2018). Ainsi, Aubry introduit ce phénomène à travers la notion de *Stimmung paysager*, qui définit ce que l'œil humain ressent et perçoit de la surface terrestre (2022). Il dira même que le coucher de soleil n'existe pas si nous suivons cette réalité physique. Martin Heidegger questionnera d'ailleurs si la perception du coucher de soleil ne serait pas une question de point de vue, voire même si elle est sociale (Aubry, 2022 ; Heidegger, 1969).

Ainsi, la perception du coucher de soleil est décrite par la littérature comme relative. Il est important de préciser que le coucher de soleil est théoriquement observable partout (Aubry, 2022). Les qualificatifs de certains empires de la seconde moitié du II^e millénaire, comme « l'Empire où le soleil ne se couche pas », tels que l'Empire espagnol et l'Empire britannique, renforcent cette idée que l'espace observable du coucher de soleil est infini (Aubry, 2022). Ce

qualificatif renforcerait davantage l'idée que le soleil ne se coucherait jamais (Aubry, 2022). Ainsi, Aubry évoque le *Theatrum Mundi* de l'Antiquité (2022), image allégorique envisageant le monde comme une grande scène, avec les individus comme acteurs et le ciel comme principal décor (Aubry, 2022). La contemplation du coucher de soleil reste néanmoins relative, voire limitée. Si nous avançons par quelconque moyen vers l'ouest, le coucher de soleil est retardé, et vers l'est, il s'avance.

Le coucher de soleil reste néanmoins dépendant de plusieurs facteurs tels que le paysage, la météo et le temps. Par ailleurs, l'observation du coucher de soleil est davantage accessible aux populations depuis la terre ferme. Ainsi, la distinction entre territoire et mer (Parrain, 2010 ; 2012) permet de considérer l'observation du coucher de soleil depuis un point statique sur la terre ferme. C'est ainsi que différentes communes se réclament d'abriter les derniers couchers de soleil (Mira Perez, 2018). Cela montre que la dimension esthétique du coucher de soleil possède toutefois une fin et que l'observation de ce *Stimmung paysager* (Aubry, 2022) dépend de la localisation, donnant du sens aux lieux mettant en avant les couchers de soleil les plus tardifs. Ils représentent donc les derniers lieux terrestres accessibles où il est possible d'observer le coucher de soleil. Ainsi, Jorge Mira Perez a élaboré un travail d'inventaire des lieux où il est possible d'observer les derniers couchers de soleil (2018). Un axe allant du cercle arctique jusqu'au sud de la côte portugaise s'étend.

Par ailleurs, bien que l'observation du coucher de soleil puisse paraître à la fois infinie et contrainte par les conditions géographiques, elle reste cependant liée à la notion de temporalité. Ainsi, cette pratique s'inscrit dans une logique directement dépendante du temps.

1.2. Le coucher de soleil comme expérience temporelle et introspective

Le coucher de soleil ne se contente pas d'être seulement un phénomène céleste, il représente aussi une expérience esthétique, composée de nuances de couleurs inscrites dans la temporalité du soir. Il est lié à la notion du temps et est donc défini comme une forme de spectacle (Aubry, 2022). En effet, Aubry divise la temporalité du coucher de soleil en trois actes distincts. Ces actes sont donc liés aux différentes temporalités du coucher de soleil : le premier acte est lié à l'éblouissement du soleil, moment où l'individu cherchera à le défier pour le contempler

(Aubry, 2022). Cet acte est lié à la temporalité de l'heure dorée, période où le soleil est encore observable dans le ciel et descend. Le second acte définit le coucher de soleil comme un moment intime, où l'individu observe et s'interroge. Cet acte, lié à la disparition de l'astre derrière la ligne d'horizon, est décrit par Aubry comme étant dramatique (2022). Enfin, le dernier acte, décrit par Aubry comme apocalyptique, est lié au temps du crépuscule, où le ciel est composé de nuances de couleurs rouges, jaunes et oranges. L'objectif de cet acte est de lier le coucher de soleil à une notion de fin. Il est à la fois la fin d'une journée, mais aussi le miroir esthétique de ce que pourrait ressembler la fin du monde (Aubry, 2022). Ainsi, par l'expression de ces différents actes et temporalités, Aubry lie le coucher de soleil au paysage car il apporte une certaine atmosphère, une ambiance au cadre paysager. La perception du paysage à chacune des temporalités change donc la perception de l'observateur sur le lieu, où son imaginaire s'exprime face aux nuances des couleurs et des lumières.



Figure 1 : « *Paysage du soir avec deux hommes* », Caspar David Friedrich, 1830-1835, Musée de l'Ermitage

C'est dans cette définition en trois actes que le coucher de soleil s'inscrit dans une temporalité transitoire, entre le jour et la nuit. Nadine Ribet définit le soir comme n'étant ni le jour ni la nuit (2007). La temporalité du soir est aussi liée à la fin (Aubry, 2022 ; Ribet, 2007). Guillaume Aubry définit le coucher de soleil comme le « spectacle de la petite fin du monde », où l'individu observe ce qui représente une fin potentielle d'un monde. Cette notion de fin du monde est tout autant proche de cette limite entre la vie et la mort (Ribet, 2007). En effet, si la vie est caractérisée par la journée, le soir en serait son agonie, et la nuit en serait sa mort (Ribet, 2007). Aubry définit donc aussi le coucher de soleil comme le reflet de notre « petite mort » (2022).

Ainsi, derrière cette conception de la fin se trouve une forme de nostalgie, d'anxiété et de nostalgie d'un temps passé (Aubry, 2022). Cependant, si la temporalité du soir dans laquelle s'inscrit le coucher de soleil est liée à une fin, elle est aussi le commencement d'autres événements (Ribet, 2007). La posture transitoire du soir et du coucher de soleil ne vient donc pas seulement interroger les individus sur les événements passés, elle les interroge tout autant sur ce que l'avenir réserve (Aubry, 2022 ; Ribet, 2007). La contemplation du coucher de soleil peut être liée à un événement intime où l'individu s'interroge, où la relation au paysage lors d'un coucher de soleil devient introspective.

Cette conception place le coucher de soleil dans une temporalité cyclique. Par ailleurs, dans le passage d'une étape à une autre et dans le cycle du temps s'inscrit la notion d'attente. Le temps d'attente est lié à un événement long où peu de choses s'y déroulent (Amaya Porras, 2013), où celui qui observe le coucher de soleil attend une sorte de finalité. L'attente peut tout autant être mêlée à un moment de latence passive et à une tension presque explosive (Aubry, 2022). Ce moment d'attente peut être source d'anxiété (Amaya Porras, 2013 ; Aubry, 2022), où l'observateur attend la finalité du coucher, comme lors d'un décompte au Nouvel An (Aubry, 2022). Les solstices et les équinoxes démontrent une évolution de la temporalité. Amaya Porras définit les solstices et les équinoxes comme ayant permis de donner une idée du temps (2013). Dans ses recherches, Mira Perez démontre que l'évolution de la ligne terminatrice inscrit non seulement le coucher de soleil dans une temporalité, mais aussi dans une durée. Ainsi, au moment des solstices, le coucher de soleil peut s'apercevoir plus tôt comme plus tard dans la

soirée (Mira Perez, 2018). Ainsi, lors de l'évolution de cette ligne terminatrice, différentes localités accueillent le coucher de soleil à des temporalités différentes.

C'est dans cette dimension du temps et de l'introspection humaine que la contemplation du coucher de soleil détient une place. Ainsi, cette contemplation est inscrite dans des habitudes, des façons de penser et même des pratiques.

1.3 Le coucher de soleil comme pratique sociale et Paysagère

L'ancrage du coucher de soleil dans l'imaginaire paysager humain est décrit par Guillaume Aubry comme une habitude millénaire (2022). La présence des dégradés de couleurs dans le ciel fait partie du paysage crépusculaire. Cet apport esthétique constitue une manière pour les sociétés humaines de percevoir ce paysage. Ainsi, la contemplation de ces couleurs lui confère un apport esthétique complémentaire (Aubry, 2022). Par conséquent, en donnant cet apport esthétique au paysage, le coucher de soleil est jugé comme étant « universellement beau » (Aubry, 2022), car il procure une sensation similaire d'émerveillement à différents groupes sociaux. C'est par ce raisonnement que Guillaume Aubry montre que la beauté du coucher de soleil résulte d'une pensée sociale plutôt que d'une pensée critique. C'est donc par habitude qu'Aubry décrit le coucher de soleil comme étant à la fois un moment ancré et une habitude sociale et paysagère, car l'action est répétée et transforme des localisations précises en lieux d'observation.

Ainsi, par cette beauté dite « universelle », le coucher de soleil est perçu comme une pratique conviviale et rassembleuse. Aubry décrit le coucher de soleil comme un phénomène auquel chacun souhaite participer (2022). Les lieux potentiels d'observation du coucher de soleil, comme les points de vue et les belvédères, peuvent remplir une fonction clé en tant que lieux de rassemblement. En tant que moment de regroupement, le coucher de soleil s'inscrit parallèlement au soir, qui est décrit par Nadine Ribet comme une temporalité conviviale et chaleureuse (2007). Nadine Ribet complète donc avec l'intimité et la convivialité une troisième notion, celle de l'hospitalité. Les lieux de couchers de soleil ne deviennent pas seulement des lieux de partage entre plusieurs individus. C'est selon ce principe que s'inscrit la contemplation

des couchers de soleil : partager un moment esthétique avec des proches à travers un lieu et un moment précis.

Le lieu et le paysage créent néanmoins une atmosphère. Si le coucher de soleil fait partie du *Stimmung paysager* (Aubry, 2022), la perception du paysage lors du coucher de soleil connaît une amplification de sa valeur paysagère (Aubry, 2022). C'est pourquoi la géographie, l'histoire et la sociologie paysagère du lieu se ressentent, car elles démontrent le rapport de l'individu à l'espace. Claire Weishar (2022) partage différentes photos de couchers de soleil prises durant les périodes de solstices et d'équinoxes à travers différents lieux : Haute-Moselle, Bretagne, Inde et Brésil.



Figure 2 : paysage du coucher de soleil à Oeting, Haute-Moselle, Claire Weishar, openeditions, 2024



Figure 3 : paysage du coucher de soleil à la pointe de Pen Hir, Finistère, Claire Weishar, openeditions, 2024

La perception paysagère change lors d'un coucher de soleil. Ainsi, Claire Weishar décrit deux perceptions vécues distinctes en France à travers des photos de couchers de soleil prises à Oeting, dans le département de la Moselle, et à la pointe de Pen Hir, dans le Finistère (2022). L'auteure décrit ainsi deux ambiances liées à ses propres sensations et émotions. D'un côté, elle décrit un ressenti lié à son enfance, à la proximité historique avec l'Allemagne et à l'atmosphère rurale, et de l'autre, un ressenti d'émerveillement façonné par la présence de l'eau et de la pierre.

Weishar distingue la magnificence d'un coucher de soleil sur le littoral de la nostalgie qu'il peut provoquer sur un lieu rural et vécu (2022). Le coucher de soleil s'inscrit donc durablement dans une logique d'observation et dans l'imaginaire collectif. L'observer au bord de la mer est lié à une pratique touristique. La relation que les hommes ont avec ce phénomène et le paysage démontre qu'il peut faire partie d'une mise en tourisme, directement liée à une contemplation paysagère.

2. Inclusion du coucher de soleil dans le tourisme paysager : vers une expérience touristique sensible

2.1 Les phénomènes célestes comme objet touristique

Le coucher de soleil s'inscrit comme étant un phénomène céleste optique (Mira Perez, 2018). Bien que sa perception soit inscrite comme le résultat d'une perception à l'échelle humaine, la contemplation du coucher de soleil peut s'inscrire dans le cadre de pratiques touristiques et d'observation, similaires aux contemplations du ciel. Les travaux de Mira Perez

(2018) démontrent que la logique touristique s'appuie sur une logique de déplacement en identifiant divers lieux accueillant les couchers de soleil les plus tardifs du continent européen (2018). Ainsi, l'exceptionnalité de ces lieux, où la ligne terminatrice termine son passage sur le continent européen (Mira Perez, 2018), inscrit le coucher de soleil dans une logique similaire à l'astro tourisme, où le phénomène correspond à un lieu et une temporalité.

C'est dans ce cadre que s'inscrit l'astro tourisme, qui consiste à l'observation du ciel étoilé en pleine nuit (Charlier , 2023 ; Abellan, 2022). Bien que le ciel étoilé pourrait être perceptible partout, comme le coucher de soleil, il est observable seulement dans des endroits où la pollution lumineuse est faible (Charlier 2023) en l'occurrence les chaînes de montagnes, dont Sarah Abellan étudie l'astro tourisme au Pic du Midi de Bigorre. Par conséquent, si les zones montagneuses sont à l'écart de la pollution lumineuse (Abellan, 2022), le coucher de soleil dépend autant d'une localisation idéale reposant sur plusieurs facteurs dont l'horizon, l'inclinaison, le paysage. C'est en s'intéressant aux conditions de l'astro-tourisme qu'il est possible de considérer le coucher de soleil comme phénomène céleste ordinaire.

C'est par cette exceptionnalité de lieux de contemplation que les phénomènes de déplacements sont primordiaux pour observer un phénomène céleste. Comme l'astro-tourisme, le tourisme autour des couchers de soleils est associé à l'imaginaire d'un paysage littoral, de sables fins, de falaises, où le soleil reflète l'eau (Weishar, 2022). C'est dans cette logique que Mira-Perez (2018) établit la localisation de lieu d'observation des couchers de soleil, car certaines localités des littoraux se réclament d'accueillir les derniers couchers de soleil afin d'attirer d'avantages des touristes.

Ainsi, pour avoir une clarté d'observation du paysage, l'astro-tourisme nécessite d'espaces où la pollution lumineuse est à son minimum. L'imaginaire repose sur des grands espaces qualifiés de "lointains" (Charlier, 2023). Le Canada, l'Alaska, l'Outback Australien ainsi que la Cordillère des Andes sont de grands lieux de l'Astro tourisme (Charlier, 2023). Le fait que ces endroits soient considérés comme "lointains" montre une nécessité de déplacement vers ces lieux. Ils correspondent à un imaginaire collectif, de grands espaces, forestiers, montagneux ou désertique, à l'abri de la civilisation (Charlier, 2023). Ainsi, le tourisme du coucher de Soleil

sur la côte atlantique repose sur ce besoin de déplacement car certains espaces offrent un cadre propice à la contemplation et à l'imagination collective. Ces lieux sont emblématiques de l'idée qu'on se fait des paysages littoraux. Des monuments nationaux emblématiques, comme la Dune du Pilat, communiquent régulièrement autour des couchers de soleil.



Figure 4 : photographie d'amateurs d'astronomie dans le désert australien, kkday.com

L'observation des événements célestes s'inscrit dans la temporalité nocturne et pré nocturne (Charlier, 2023). Cependant, la notion de temporalité en fonction de la rareté d'un phénomène, comme c'est le cas des éclipses solaires (Léna 2025). Ce phénomène d'éclipse, d'une extrême rareté, est observable en journée. Par ailleurs, il est observable à des endroits où le positionnement sera favorable à une observation optimale. Ainsi, l'Office de tourisme de l'Andalousie met en avant la destination comme lieu où l'éclipse sera perceptible à plus 99% pour Août 2026. De la sorte, le phénomène de l'éclipse contribue à la valorisation de l'Andalousie en tant que destination accueillant un phénomène rare.



figure 5 : image de la campagne promotionnelle de l'éclipse 2026 par l'office de tourisme d'Andalousie, Andalucia.org



figure 6 : personnes contemplant l'éclipse le 12 aout 2026 près d'Amposta, Catalogne, Espagne, sevilasecreta.com

Les aurores boréales se situent dans une temporalité en revanche moins rarissime, qui est liée à la saisonnalité hivernale. Ainsi, les destinations au-delà du Cercle Arctique tels que la Laponie, l'Alaska, le Yukon sont des destinations privilégiées du tourisme autour des aurores boréales. Le coucher de soleil contrairement aux aurores boréales, est observable n'importe quand et n'importe où. Néanmoins, la localisation de certains lieux à proximité des pôles, lors des périodes de solstices, sont dépourvus de couchers de soleil. C'est dans cette condition qu'en fonction des endroits, l'observation des couchers de soleil sur littoral Atlantique européen peut sortir d'une logique de saisonnalité.



Figure 7 : photographie de la page « dormez sous les aurores boréales » du site Visit Finland

Ainsi, le coucher de soleil, de part son exceptionnalité, s'inscrit dans cette même logique d'observation de phénomènes célestes, et peut, avec la distance de certains lieux, structurer des déplacements. Cependant, comme dans l'observation de différents phénomènes, le coucher de soleil a besoin d'un cadre paysager propice. Alors, la structuration d'une offre de contemplation se fonde autour d'un imaginaire paysager.

2.2 Le paysage comme cadre et produit touristique

C'est pourquoi cette définition rejoint la perception du *Stimmung paysager* de Guillaume Aubry (2022), où le paysage correspond à ce que l'être humain perçoit et ressent lors d'un coucher de soleil. Si le coucher de soleil attire et peut servir d'objet de perception, le paysage répond à un ressenti humain fondé sur un imaginaire. Il est donc important de considérer que le coucher de soleil prend sens dans une perception collective et paysagère du beau.

L'imaginaire et le vécu façonnent ainsi le paysage. Si le coucher de soleil détient une valeur paysagère esthétique, où la beauté serait considérée comme universelle (Aubry, 2022), il se complète par un imaginaire du lieu. Le paysage est donc façonné par des caractéristiques socioculturelles. Suley Campos Franco introduit deux concepts paysagers : le paysage-

représentation, qui définit les rapports socioculturels à un lieu, et le paysage-spectacle, comme lieu de pratiques culturelles (2012). Ainsi, le paysage n'est pas seulement une image fixe forgée par une construction sociale et culturelle. Il est aussi une scène propre à différentes pratiques culturelles, qu'elles soient événementielles, comme le montrent les fêtes religieuses à Braga. Le paysage change et reste mouvant, façonné par des pratiques qui lui révèlent une identité (Campos Franco, 2012). C'est dans ce registre que le coucher de soleil s'inscrit, car il n'est pas seulement l'objet d'un paysage : il est tout autant l'objet de pratiques.

Associé à l'image du littoral, le soleil contribue à façonner un imaginaire paysager des villes en bord de mer. Ainsi, selon Benjamin Caillaud (2021), le coucher de soleil est inscrit dans un imaginaire autour de la thématique balnéaire sur l'île d'Oléron. Par conséquent, associé à d'autres éléments tels que la saturation des couleurs et le bleu azur de la mer, le coucher de soleil participe à une valorisation territoriale du littoral (Caillaud, 2021). Les touristes lient ces attraits paysagers à différentes stations du littoral atlantique, dont l'île d'Oléron (Caillaud, 2021). Le coucher de soleil participe donc aussi à la construction du paysage-spectacle dès lors que les pratiques autour du coucher de soleil y sont intégrées. Le paysage attire autant par une représentation imagée que par la manière dont les coutumes l'habitent (Campos Franco, 2012). C'est de cette manière que les cartes postales ont participé à la valorisation des territoires littoraux (Caillaud, 2021), en transmettant une image représentative d'un territoire associée aux individus qui y exercent différentes pratiques.

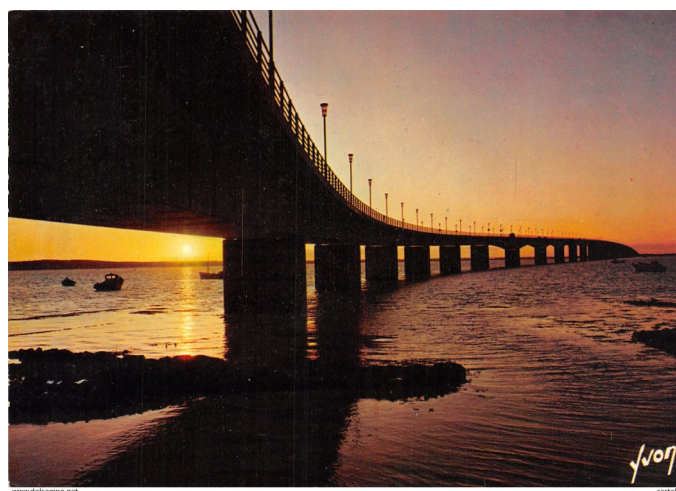


Figure 8 : carte postale du viaduc de l'île d'Oléron au coucher de soleil, éditeur « Yvon »

Le paysage est donc source d'expérience pour le touriste, car sa mise en image est rattachée à un imaginaire socio-culturel façonné depuis des siècles. En effet, bien que l'imaginaire touristique propose une image spécifique à un territoire, les lieux font également l'objet de pratiques fondées sur l'observation du paysage. Les pratiques de contemplation façonnent donc tout autant les rapports entre paysages et touristes.

2.3 Les pratiques liées à la contemplation du paysage

La contemplation du paysage s'inscrit dans une logique de pratiques. Ainsi, de par la fascination des populations envers les paysages touristiques, ceux-ci deviennent des lieux d'ancrage de pratiques de contemplation. Cet ancrage des activités liées à la contemplation des paysages entre dans la logique du paysage-spectacle (Campos Franco, 2012). Le moment où le touriste contemple un paysage lors d'un coucher de soleil démontre que la pratique contemplative peut être considérée comme une pratique touristique à part entière. Benjamin Caillaud (2021) le démontre à travers les cartes postales de l'île d'Oléron. La promotion de lieux tels que les belvédères et les digues, placés au premier plan des cartes postales, présente ainsi la contemplation paysagère comme une pratique aménagée. C'est dans cette même logique que l'astro tourisme se fonde. Sarah Abellan met en évidence l'importance des observatoires et de la présence de belvédères pour la contemplation du ciel étoilé (Abellan, 2022). La présence d'aménagements tels que les tables panoramiques permet d'accompagner la lecture du paysage en proposant une infrastructure de médiation touristique, qui illustre et apporte davantage d'informations sur le lieu aux visiteurs.

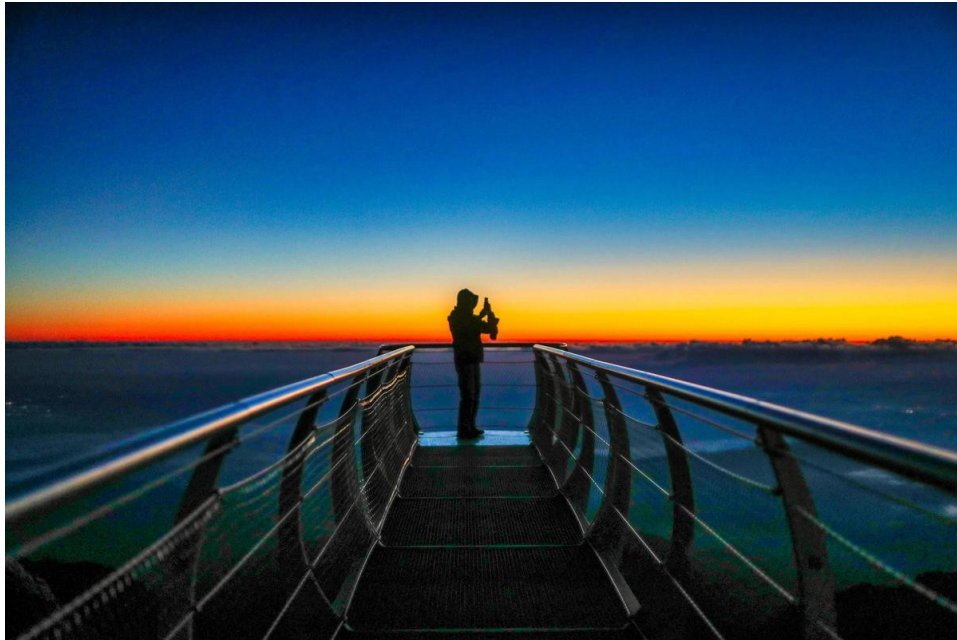


Figure 9 : un touriste prenant des photos au coucher de soleil, « Une nuit sur le pic du Midi de Bigorre avec un montreur d'étoiles », journal Sud Ouest

L'événementiel structure aussi davantage les pratiques paysagères. Le paysage est alors perçu comme un paysage vécu. Campos Franco (2012) décrit les pratiques religieuses associées aux fidèles et aux pèlerins à Braga, lors de la Semaine sainte. Les pratiques spirituelles, liées à la prière, au deuil et à la réflexion, donnent une atmosphère religieuse à la ville de Braga, au Portugal (Campos Franco, 2012). Ainsi, un événement provoque une combinaison d'actions, créant une atmosphère autour du lieu, qui permet d'habiter le lieu et le paysage. Cette combinaison de pratiques autour d'un événement religieux qu'est la Semaine sainte donne une identité spirituelle à la ville de Braga, qualifiée de « petite Rome du Portugal » (Campos Franco, 2012). La sacralisation du lieu s'inscrit dans cette logique de mise en abyme d'une ambiance, renforcée par les pratiques.

Pour les phénomènes célestes, la sacralisation événementielle s'articule autour de la contemplation même des phénomènes célestes. Dans son étude sur le Pic du Midi de Bigorre, Sarah Abellan exprime l'importance des événements qui mettent en avant cette même contemplation. « La nuit au sommet » (Abellan, 2021) met en avant le ciel étoilé comme spectacle principal, mais inclut tout autant les couchers et les levers de soleil. La sacralisation de lieux dédiés aux panoramas et à la contemplation de phénomènes célestes renforce

davantage l'utilité de ces lieux ainsi que l'importance des couchers de soleil. Ils se retrouvent ainsi inclus dans une programmation et une narration territoriale et événementielle.



Figure 10 : photographie depuis l'observatoire du Pic du Midi, « *Passer une nuit au Pic du Midi : est-ce que ça vaut le coup ?* », site « *a ticket to ride.com* »

Enfin, la mobilité s'inscrit également en tant que pratique de contemplation paysagère. En effet, dans son article, Suley Campos Franco décrit la déambulation des touristes dans les rues parsemées d'églises de Braga (2012), qui contemplent chaque édifice. Cela démontre que le paysage, en tant que spectacle, devient vécu par les touristes, car il est contemplé, observé, ressenti et parcouru. Ces pratiques d'itinérance s'inscrivent dans un mouvement continu de découverte, rythmé par le défilement paysager. C'est dans ce contexte que les pratiques sportives d'itinérance, comme la randonnée, renforcent cette idée de parcours, tout en associant le paysage à un effort physique (Razafindrabe, 2024). C'est à partir de cette logique que les acteurs des espaces naturels promeuvent l'activité sportive comme une activité relationnelle au paysage (Razafindrabe, 2024).

Ainsi, le coucher de soleil s'inscrit dans cette logique du tourisme paysager, car il fait autant partie d'une image de représentation qu'il se rapporte au paysage-spectacle, en donnant lieu à des pratiques événementielles et à des rassemblements (Campos Franco, 2012; Caillaud, 2021). Il s'apparente tout de même au paysage vécu, où le touriste peut le parcourir et le ressentir. Reposant sur un imaginaire du littoral, le coucher de soleil contribue à structurer l'offre littorale en incluant une pratique de contemplation, propre au paysage et à l'utilisation de l'espace. Ainsi, le coucher de soleil sur la côte atlantique s'inscrit dans une dynamique territoriale façonnée par le tourisme balnéaire. Cependant, face aux enjeux de développement durable, le coucher de soleil peut constituer un outil de transition pour un territoire marqué par le balnéarisme et cherchant à adapter son offre dans une perspective de transition durable.

3. Le littoral atlantique français, passage d'un tourisme balnéaire vers un tourisme durable

3.1 Un espace littoral marqué historiquement par le tourisme balnéaire

Le tourisme balnéaire s'implante sur le littoral atlantique français à partir du XVIII^e siècle et au début du XIX^e siècle. À l'origine, le tourisme balnéaire provenait de Grande-Bretagne (Clairay et Vincent, 2008) et son développement en France a d'abord commencé dans des villes portuaires échangeant avec la Grande-Bretagne, notamment Boulogne et Dieppe. Dieppe représente ainsi la ville dans laquelle un établissement de bains a été ouvert à partir de 1778 (Clairay et Vincent, 2008 ; Morice et al., 2008). À partir du début du XIX^e siècle, le tourisme balnéaire sur l'espace atlantique français s'étend avec l'apparition de nouvelles stations balnéaires dans les régions de Normandie et de Bretagne, développées notamment à travers les bains thérapeutiques (Clairay et Vincent, 2008).

L'implantation de ce type de tourisme accueille en premier lieu les classes bourgeoises, qui constituent la principale clientèle du tourisme de balnéation (Clairay et Vincent, 2008 ; Morice et al., 2008). Ainsi, la multiplication des différentes stations balnéaires démontre une volonté de reproduire une économie touristique, mais également de se concurrencer entre elles (Clairay

et Vincent, 2008 ; Morice et al., 2008). Par conséquent, certaines stations ont connu un succès, tandis que d'autres ont rencontré un échec relatif, en raison de leur capacité inégale à s'intégrer à l'économie touristique en construction.



Figure 11 : photographie des villas sur la Digue, Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Par ailleurs, même si le tourisme de baignade représente une part dominante de l'économie touristique, chaque station balnéaire cherche à se distinguer des autres en mettant en avant ses spécificités (Morice et al., 2008). Le développement des destinations littorales s'inscrit dans une logique de développement du chemin de fer sur la façade atlantique (Morice et al., 2008 ; Caillaud, 2021). Les gares sont les piliers de la structuration touristique des stations, car elles représentent les principales infrastructures d'accueil des visiteurs et des touristes. La diversification des stations s'étend de la deuxième moitié du XIXe siècle au XXe siècle. Comme le démontrent les travaux de Morice, Pébarthe-Désiré et Violier (2008), la trajectoire touristique des stations est dépendante du contexte historique, social et géographique.

En effet, des localités, initialement organisées autour d'un bourg principal, connaissent une évolution par l'intermédiaire de la construction de zones dédiées à l'activité touristique. Des réseaux de transport, comme le tramway, et l'installation d'établissements ludiques, comme

les casinos, participent à la structuration des stations (Morice et al., 2008). Cette nouvelle organisation démontre donc une volonté politique d'aménagement territorial, dans l'objectif de concentrer l'activité touristique. Le tourisme se démocratise au cours du XX^e siècle, avec l'émergence de la classe moyenne et la mise en place des congés payés à la fin des années 1930. Son apogée se poursuit durant les Trente Glorieuses, période à laquelle les stations se préparent à accueillir davantage de visiteurs. Ainsi, à partir des années 1950, cette démocratisation se traduit par la construction de barres d'immeubles. Le littoral français connaît donc une profonde touristification de son espace, avec l'implantation d'activités commerciales et l'adaptation du territoire afin d'accueillir davantage de visiteurs.

Par ailleurs, l'implantation de l'activité touristique profite également d'un autre aspect : le cadre paysager. Les travaux de Clairay et Vincent (2008) démontrent que l'implantation des stations balnéaires en Bretagne laisse une certaine marge paysagère. En effet, le cadre paysager répond à une volonté d'attirer davantage de touristes vers les stations qui s'y sont implantées (Clairay et Vincent, 2008). Les attraits paysagers du littoral atlantique, comme la mer turquoise, les plages de sable fin, les falaises de calcaire et de grès, ainsi que les marais salants, participent à la création d'un imaginaire façonné par l'implantation des stations balnéaires. Les cartes postales contribuèrent à la construction d'une image touristique balnéaire (Caillaud, 2021), en renforçant un imaginaire paysager et en documentant, pour chaque destination, des attraits paysagers similaires à ceux que l'on pouvait trouver dans les stations balnéaires atlantiques. Elles mettent également en scène les pratiques des touristes, liées à la baignade et au ludisme, tout en mettant en avant certains attraits architecturaux (Caillaud, 2021). De ce fait, la construction de cette image balnéaire a contribué à valoriser davantage ces destinations, en mettant en avant leurs attraits paysagers et les pratiques touristiques, participant ainsi à la démocratisation du tourisme et à la construction de l'image touristique.



Figure 12 : photographie depuis l’observatoire de Dahouët, Pléneuf-Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le tourisme balnéaire sur l’espace atlantique français s’est façonné grâce à plusieurs facteurs : l’implantation historique qui s’est progressivement étendue, l’aménagement du territoire, une évolution du pouvoir d’achat et de la clientèle et, enfin, la romantisation de son attrait paysager. Cependant, ce tourisme issu d’une implantation historique connaît plusieurs limites, qui poussent certains acteurs du territoire à trouver des solutions dans le renouvellement de leurs offres touristiques, en s’adaptant aux enjeux du développement durable.

3.2 Les limites du tourisme balnéaire classique: vers l’implantation d’une offre touristique durable

Le tourisme balnéaire détient plusieurs limites. Se basant sur une ressource territoriale telle que la proximité avec la mer et sur une offre principalement estivale, les stations balnéaires ont donc une fréquentation essentiellement saisonnière (Morice et al., 2008). En effet, la saisonnalité s’opère dans un premier temps par l’investissement dans les résidences secondaires, augmentant le retrait des populations vers des communes dites rétro-littorales (Pouillaude et al., 2008). Cet exode des populations est notamment causé par une hausse des prix au mètre carré ainsi que des prix d’acquisition. Dès lors, les populations ayant un niveau

de vie précaire sont contraintes de se retirer vers des communes périphériques, où le coût de la vie reste abordable (Pouillaude et al.).

L'activité économique estivale constitue une autre limite. En effet, certains commerces et établissements connaissent une hausse de leur activité en haute saison et une baisse en basse saison. Ce changement d'intensité conduit certains commerces à fermer hors saison, car cette période ne permet pas de les rentabiliser autant qu'en haute saison, tandis que d'autres cherchent à ralentir leur activité économique (Pouillaude et al., 2008). Cette situation conduit à une diminution des services pour les populations locales, dont la demande ne suffit pas à certains commerces pour maintenir leurs activités et atteindre leur chiffre d'affaires.

Cette fragmentation nette de l'activité économique conduit à une précarisation des emplois saisonniers, due notamment à la hausse du nombre de résidences secondaires, limitant le recrutement dans le secteur de l'hôtellerie (Pouillaude et al., 2008), et, d'autre part, à l'augmentation du chômage. Certains commerces ne rémunèrent pas suffisamment leurs saisonniers. Un autre phénomène concerne l'installation et la présence durable des populations. Il faut donc noter que l'installation des populations sur les littoraux atlantiques est moins importante que sur la côte méditerranéenne (Pouillaude et al., année à vérifier), ce qui diminue la présence d'une population permanente, entraînant une baisse des effectifs de travailleurs et également de la clientèle.

Par ailleurs, la forte saisonnalité du tourisme balnéaire peut conduire à de fortes pressions sur la biodiversité du littoral. Pouillaude démontre que, face à la hausse de la demande et au besoin en infrastructures pour accueillir les touristes, les côtes sont davantage exposées à l'érosion marine (Pouillaude et al., 2008). La construction de nouvelles infrastructures conduit à la destruction de nombreux milieux naturels littoraux au profit de leur artificialisation, comme les dunes, les marais et les prairies. La demande en loisirs des vacanciers engendre également des conséquences sur les environnements littoraux (Pouillaude et al., 2008). La fréquentation des plages perturbe les écosystèmes dunaires ainsi que le cycle de reproduction des espèces, tandis que la fréquentation des falaises peut causer une diminution du couvert végétal, favorisant ainsi l'érosion.

En mentionnant ces limites, la recherche d'alternatives pérennes et durables représente un enjeu pour les acteurs. Dans l'objectif de limiter les conséquences sur l'environnement et de permettre une meilleure redistribution de l'activité économique, les communes littorales adoptent différentes mesures. Les travaux de Rimaud et Piriou (2013) démontrent que, face à la gestion des flux littoraux et à la protection de l'environnement, de nombreuses collectivités mettent en place des panneaux d'information pour sensibiliser les touristes aux législations en vigueur et aux mesures de protection des écosystèmes. Cette politique apparaît dans le cadre de la Gestion intégrée des zones côtières (GIZC), qui pousse les stations et les acteurs du tourisme à proposer une offre durable. Pour sortir de ce schéma de plage-baignade, certaines collectivités proposent des offres autour de la nature, comme des randonnées pédestres et cyclistes, afin de diversifier les types d'activités.

C'est dans ce contexte législatif que les acteurs des territoires cherchent à mettre en place des mesures pour réduire les pressions environnementales sur les écosystèmes côtiers. Dans de nombreux départements, du fait de la vulnérabilité de certaines plages, certaines plages équipées sont disponibles pour les touristes, tandis que d'autres sont fermées et interdites à la fréquentation. En Charente (Pouillaude et al., 2008), sur 470 kilomètres de côtes, seulement une centaine de kilomètres de plages sont accessibles pour la baignade. Cette diversification peut également passer par les sports de nature. Falaix (2012), à partir du cas des Landes, montre que ces pratiques peuvent devenir une ressource territoriale lorsqu'elles sont encadrées, valorisées et intégrées à une stratégie locale de développement.

C'est dans ce contexte, où les acteurs cherchent à limiter les conséquences néfastes sur l'environnement tout en diversifiant leur offre, que le coucher de soleil peut apparaître comme une éventuelle solution au renouvellement de l'offre littorale.

3.3 Le coucher de soleil, outil complémentaire au renouvellement de l'offre touristique littoral

Dans un contexte où les acteurs du tourisme littoral cherchent à construire une offre touristique durable sur le littoral, le coucher de soleil peut constituer une ressource clé pour le développement des territoires littoraux. Les travaux de Benjamin Caillaud (2021) démontrent

que le coucher de soleil apparaît déjà sur les cartes postales de l'île d'Oléron du début du XX^e siècle et contribue ainsi à la construction de l'image touristique du littoral. Ces travaux complètent la vision d'Aubry (2022), qui rattache le coucher de soleil au paysage. En outre, l'imaginaire du coucher de soleil intégré au paysage littoral offre une opportunité aux acteurs du territoire de souligner son identité. Par conséquent, certains acteurs du tourisme mettent en valeur le coucher de soleil comme un attrait paysager distinct du territoire (Campos Franco, 2012 ; Abellan, 2021). De nombreux offices de tourisme du littoral atlantique utilisent ainsi le coucher de soleil comme une mise en scène paysagère. Par exemple, les sites de *Côte Landes Tourisme* et de *Vendée Tourisme* proposent un répertoire des « plus beaux spots » pour admirer un coucher de soleil sur chacun de leurs territoires. Le site de *Côte Landes Tourisme* (2026) affiche le slogan « Admirer un coucher de soleil, on ne se lasse jamais », qui souligne le potentiel du coucher de soleil à attirer les touristes, en s'appuyant sur sa perception comme un phénomène universellement beau (Aubry, 2022).

Pour chaque spot et paysage observé, les offices proposent également une forme de narration. Par exemple, le site de *Royan Tourisme* propose, pour chacun de ces spots, une description suivie d'une narration autour des ambiances paysagères locales qui s'en dégagent, notamment à travers la mention des couleurs. Le vocabulaire autour des couleurs, de la lumière et du spectacle ressort ainsi (Office de Tourisme de Royan ; Aubry, 2022), dans le but d'inscrire le coucher de soleil comme un temps d'ambiance particulier, digne du paysage-spectacle (Campos Franco, 2012).

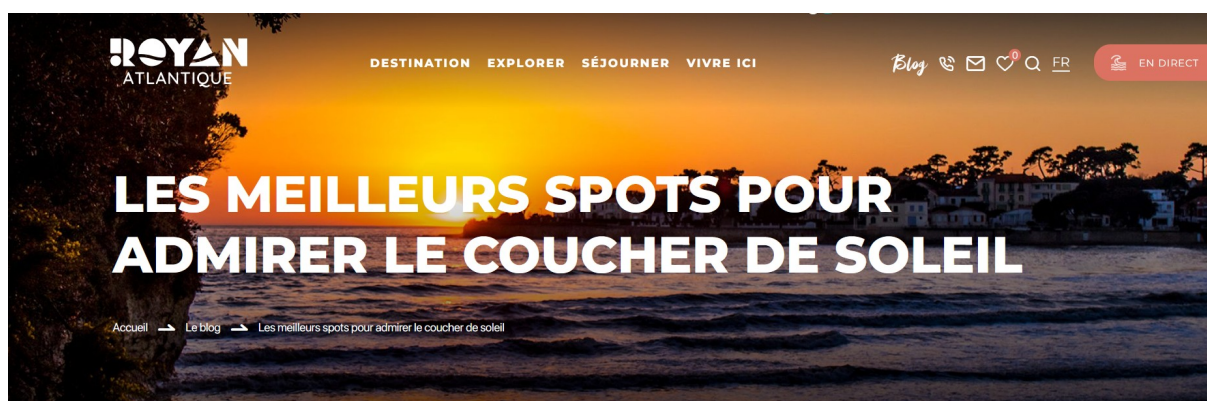


Figure 13 : en-tête de la page « les meilleurs spots pour admirer le coucher de soleil », site de Royan Atlantique

L'insertion du coucher de soleil dans l'offre touristique s'inscrit également dans une logique de renouvellement de l'offre et de l'identité touristique. Ludovic Falaix (2012) explique dans ses travaux qu'une ressource territoriale peut être utilisée pour renouveler l'offre touristique. De ce fait, bien qu'il utilise la logique des sports comme ressource intégrante d'une offre et d'une image marketing (Falaix, 2012), le coucher de soleil peut s'inscrire dans cette perspective si les territoires le considèrent comme une ressource. Certaines activités sportives et ludiques intègrent le coucher de soleil dans leur communication, comme Surfing Iroise, un club de surf au Conquet dans le Finistère, qui le met en avant dans ses publications.



Figure 14 : photographie d'un surfer au coucher de soleil, page instagram Surfing iroise

L'objectif est d'inciter les touristes à pratiquer le surf durant une temporalité précise, afin de transmettre une ambiance paysagère et temporelle particulière. Les offres d'hébergement et les

établissements de restauration mettent également en avant ce phénomène dans leur communication. Le site de l'office de tourisme de Bidart, au Pays Basque, propose un annuaire de bars et de restaurants où il est possible de contempler le coucher de soleil. Les établissements mettent en avant des éléments distinctifs, comme des tables, des terrasses ou des chambres avec vue et jacuzzis, tout en plaçant le coucher de soleil en arrière-plan, afin de proposer une expérience gustative et sensorielle. Cette promotion du coucher de soleil complète la vision de Nadine Ribet sur le soir, considéré comme un moment de convivialité et de partage, autour du « pot commun » (Ribet, 2007). C'est à travers cette convivialité du soir que les acteurs cherchent à attirer les touristes, en misant sur l'esthétique de la luminosité et des couleurs.

Ainsi, le coucher de soleil peut contribuer à la structuration d'une offre touristique. Jean-René Morice parle de trajectoires touristiques pour désigner la structuration d'offres sur différentes localités du littoral atlantique (2008). La commune de Notre-Dame-de-Monts utilise le coucher de soleil autant dans sa communication touristique que dans son offre. Par exemple, le Kulmino, un château d'eau rénové en musée, situé à Notre-Dame-de-Monts, propose une offre événementielle et des soirées autour du coucher de soleil. Cette trajectoire touristique vise à développer une stratégie plus durable, qui peut attirer davantage de touristes. Ainsi, de nombreux territoires, comme l'office de tourisme de Bidart, incluent le coucher de soleil dans leur communication, notamment à travers le slogan « C'est chez nous que le soleil se couche ».



Figure 15 : capture du slogan « c’est chez nous que le soleil se couche », site de l’office de tourisme de Bidart

C’est dans ce cadre de création d’une offre durable que le projet Atlantic Sunset s’inscrit, à travers la valorisation des territoires autour des couchers de soleil. Ainsi, la construction d’une campagne promotionnelle autour de brochures s’inscrit dans une perspective de valorisation des territoires et d’intégration du coucher de soleil par l’intermédiaire d’une offre touristique.

Partie 2: Contexte et Méthodologie

1. Atlantic Sunset: Une démarche de coopération multi acteurs dans le cadre d'un développement transrégionale

Atlantic Sunset est un projet de coopération internationale financé par le programme interreg Atlantic Area. Lancé en 2023, il réunit des partenaires privés, publics et universitaires de 4 pays: la France, l'Irlande, l'Espagne et le Portugal. En France, l'Université d'Angers, via le laboratoire ESO, constitue un partenaire scientifique clé.



Figure 16 : affiche de l'interreg cooperation day de 2025 organisé par le projet *Atlantic Sunset*, site AtlanticArea.eu

La vocation du projet est de faire du coucher de soleil une ressource valorisable pour les territoires Atlantiques. Elle s'inscrit dans la proposition d'une démarche autour du tourisme durable, visant à recentrer l'offre sur les territoires en mettant en avant le patrimoine local, les expériences de contemplation et les paysages associés au coucher de soleil. L'ambition est de renforcer l'attractivité sur la côte ouest tout en diversifiant l'offre. Les objectifs du projet vise

à proposer aux territoires des outils visant à diminuer la saisonnalité des territoires, renforcer une certaine pérennité économique et limiter l'émigration provenant des territoires.



Figure 17 : photo d'un panneau des périodes de coucher de soleil au Cap Tourinan, site *AtlanticArea.eu*

L'approche du projet est scientifique et interdisciplinaire. Elle articule différents acteurs à l'échelle transnationale et régionale afin de créer une coopération entre Universités, acteurs publics et acteurs privés du tourisme. L'Université d'Angers pilote le projet sur le littoral Atlantique français. En effet, en coopération avec les acteurs des territoires, l'université d'Angers aide à identifier des leviers propres à chacune ou global afin de répertorier et d'encadrer les pratiques employés pour valoriser le coucher de soleil. L'identification de sites potentiels aux couchers de soleil est la visée première du projet. En effet, cette identification des sites phare pour chaque territoire est suivie d'une procédure d'aménagement visant à implanter durablement sur le territoire et le site en question la pratique de contemplation en installant une plaque panoramique avec le suivi du coucher de soleil et une webcam à laquelle il sera possible de visionner en ligne le coucher de soleil. Cette démarche se produit par consultation avec les offices de tourisme, wireless galicia, chargée de l'installation de la caméra et d'un photographe, venant sur le terrain afin d'effectuer une photographie panoramique.

Ce travail d'identification des sites et des pratiques a été réalisé en amont par différents groupes de stagiaires. En effet, 2024 marqua la première phase du projet qui consistait à identifier sur la côte Atlantique française les localités et sites potentiels afin d'implanter ces dispositifs d'aménagements. L'identification des localités furent la suivante: Pointe de Corsen (Finistère, Région Bretagne) , Pléneuf Val-André (Côte d'Armor, Région Bretagne) et Notre Dame de Monts (Vendée, Pays de la Loire). 2025 marque la phase d'études des profils touristiques et des pratiques touristiques autour des territoires. L'objectif est ici d'établir un profil type des visiteurs sur chaque territoire et de décrire l'offre disponible.

Ces approches ont permis à l'étape de 2026, qui consiste à proposer une médiation touristique pour chaque territoire, d'étudier et de mettre en avant l'expériences et les actions valorisant le coucher de soleil. Ainsi, la constitution de brochure représente une étape finale afin de proposer aux acteurs des territoires une communication à la fois scientifique et touristique. La trajectoire méthodologique constitue à la fois la base scientifique de ce projet à la fois la procédure d'étude des pratiques de communications dans le cadre de la réalisation des brochures

Ainsi, l'étape de 2026 s'inscrit sur une démarche d'étude des offres touristiques disponible sur chacune des localités.

2. Zones d'études

Les localités d'études ont été sélectionnées parmi les critères suivants: la touristification du coucher de soleil, les acteurs disponibles, leur volonté de contribuer au projet et la possibilité d'y observer le coucher de soleil en hiver et en automne. Au départ, 4 localités étaient comptées, dont Hendaye. Cette station fut cependant retirée au sein de l'étude car premièrement les habitants et les touristes considèrent qu'il n'y a pas de coucher de soleil, et deuxièmement, la mairie s'est retirée du projet. Ainsi, les localités suivantes, Plouarzel, Notre Dame de Monts et Pléneuf Val-André ont été sélectionnées pour la campagne promotionnelle.

Carte de localisation des zones d'études



Figure 18 : carte de localisation des zones d'études, Maxime Le Duc, Atlantic Sunset

2.1 Pointe de Corsen

La pointe de Corsen est située au sein de la commune de Plouarzel, dans le département du Finistère, en région Bretagne. Elle est rattachée à la communauté de communes du Pays d'Iroise. Le site est considéré comme le point le plus occidental de la France hexagonale et comme l'un des lieux où il est possible d'observer les derniers couchers de soleil.

La commune de Plouarzel compte 4 029 habitants en 2023, avec une densité de 92 habitants par kilomètre carré (Insee, 2023). L'indice de vieillissement est de 82,5, soit un niveau inférieur à celui du département, estimé à 108, et à celui de la France, estimé à 88,7 (Insee, 2023). Sur le plan économique, le taux d'emploi des 15-64 ans est estimé à 75 % (Insee, 2023). Le secteur dominant est principalement celui de l'administration publique, de l'enseignement et de la santé, qui représente 24,4 % de l'activité. Le secteur du commerce, des transports et de la

restauration représente 17 % de l'activité économique, suivi par le secteur de la construction avec 15,4 % (Insee, 2023).

La pointe de Corsen est située dans un territoire principalement associé à la nature. L'Office de Tourisme Iroise Bretagne est chargé du développement touristique sur le territoire du Pays d'Iroise et constitue un partenaire public du projet *Atlantic Sunset*. Le Pays d'Iroise est traversé par le GR34, qui parcourt l'ensemble de la Bretagne, ainsi que par la véloroute V45. La Pointe de Corsen fait partie du Parc naturel marin d'Iroise et constitue également un site Natura 2000. Elle est par ailleurs intégrée à la Route des Phares, qui relie notamment les phares de Trézien, de la Pointe Saint-Mathieu, de Kermorvan et le phare de l'île Vierge.

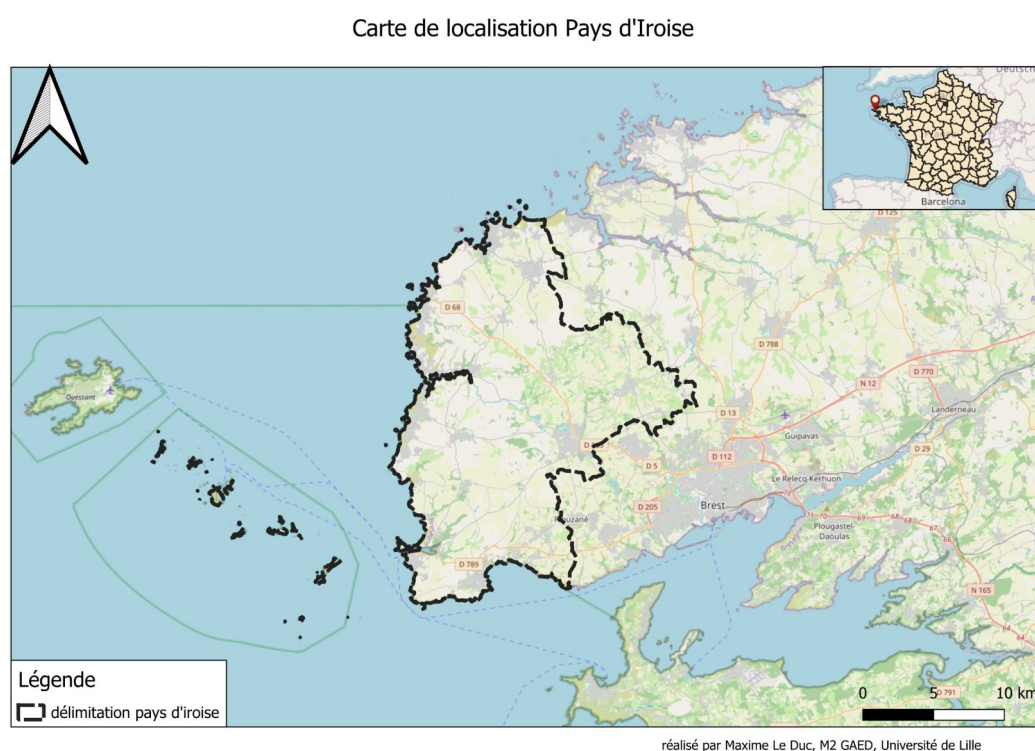


Figure 19 : carte de localisation du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, Atlantic Sunset

Le profil des touristes est principalement composé de visiteurs régionaux provenant de Bretagne (Office de Tourisme Pays d'Iroise). Les touristes étrangers représentent 12 % de la clientèle. Durant la période estivale, la saisonnalité augmente la fréquentation de plus de 30 %. Le territoire accueille plus de 180 000 visiteurs par an. L'expérience touristique est principalement associée à l'écotourisme. Les randonneurs représentent la principale clientèle du territoire. La randonnée constituant l'une des activités majeures de la région, la

contemplation y est également associée. La Pointe de Corsen dispose d'un point d'observation depuis lequel les touristes viennent principalement observer l'archipel de Molène ainsi que l'île d'Ouessant.

La Pointe de Corsen constitue ainsi l'un des lieux recensés par Jorge Mira Perez (2022) où il est possible d'observer le coucher de soleil. Les périodes du dernier coucher de soleil du continent européen à la Pointe de Corsen s'étendent du 14 au 28 mars au moment du solstice de printemps et du 15 au 30 septembre pour le solstice d'automne. Une plaque panoramique liée au déplacement du coucher de soleil sera installée sur la Pointe de Corsen. Une caméra à 360° est en cours d'installation au phare de Trézien. Elle enregistrera en direct le coucher de soleil sur le site de l'Office de Tourisme du Pays d'Iroise. Le coucher de soleil reste complémentaire à l'offre disponible. Les Nuits du Phare, organisées à la Pointe Saint-Mathieu, incluent la période du coucher de soleil jusqu'au scintillement du phare.

2.2 Pléneuf Val André

Pléneuf-Val-André est une station balnéaire située dans le département des Côtes-d'Armor, en région Bretagne. Elle se situe dans la baie de Saint-Brieuc, à proximité d'une autre localité touristique, Erquy. La commune appartient à l'intercommunalité Lamballe Terre et Mer. Pléneuf-Val-André compte 4 063 habitants, avec une densité de 238 habitants par kilomètre carré.

Sur le plan économique, le taux d'activité des 15-64 ans est de 74,9 % (Insee, 2023), soit un niveau inférieur à la moyenne nationale. Le principal secteur économique est celui du commerce de gros et de détail, des transports, de l'hébergement et de la restauration, qui représente 24,3 % des établissements actifs (Insee, 2023). Le deuxième secteur est celui de l'administration publique, avec 15,4 %, suivi du secteur immobilier, également à 15,4 % (Insee, 2023). La commune limitant la construction de nouveaux équipements, de nombreux touristes achètent des résidences secondaires ou louent des logements.

Le territoire de Pléneuf-Val-André est composé de trois anciennes localités : Pléneuf, Val-André et Dahouët. Il constitue la cinquième destination touristique des Côtes-d'Armor.

L'expérience touristique est principalement liée au patrimoine historique, au tourisme balnéaire et au tourisme vert. La station est candidate à l'obtention du label « Green Destination ». Le front de mer est entièrement piétonnier et seuls deux restaurants sont présents sur le front de mer afin de limiter l'activité commerciale. Cette mesure vise également à limiter l'accès des voitures dans la station, ainsi qu'à réguler les flux et la fréquentation du front de mer. Pléneuf-Val-André accueille également un établissement de thalassothérapie, la station étant historiquement connue pour cette activité. La commune est par ailleurs traversée par le GR34, faisant d'elle une destination de randonnée, comme la Pointe de Corsen.

Le profil type des touristes correspond principalement à une clientèle familiale de loisirs, venant pour un séjour d'une semaine. Les touristes étrangers représentent 20 % de la clientèle, principalement des touristes allemands. Pléneuf-Val-André dispose de plus de 19 500 lits touristiques. En 2025, 586 200 nuitées ont été enregistrées. La station est considérée comme faisant partie des cinq principales destinations touristiques des Côtes-d'Armor, derrière Saint-Cast-le-Guildo, Erquy et Perros-Guirec.

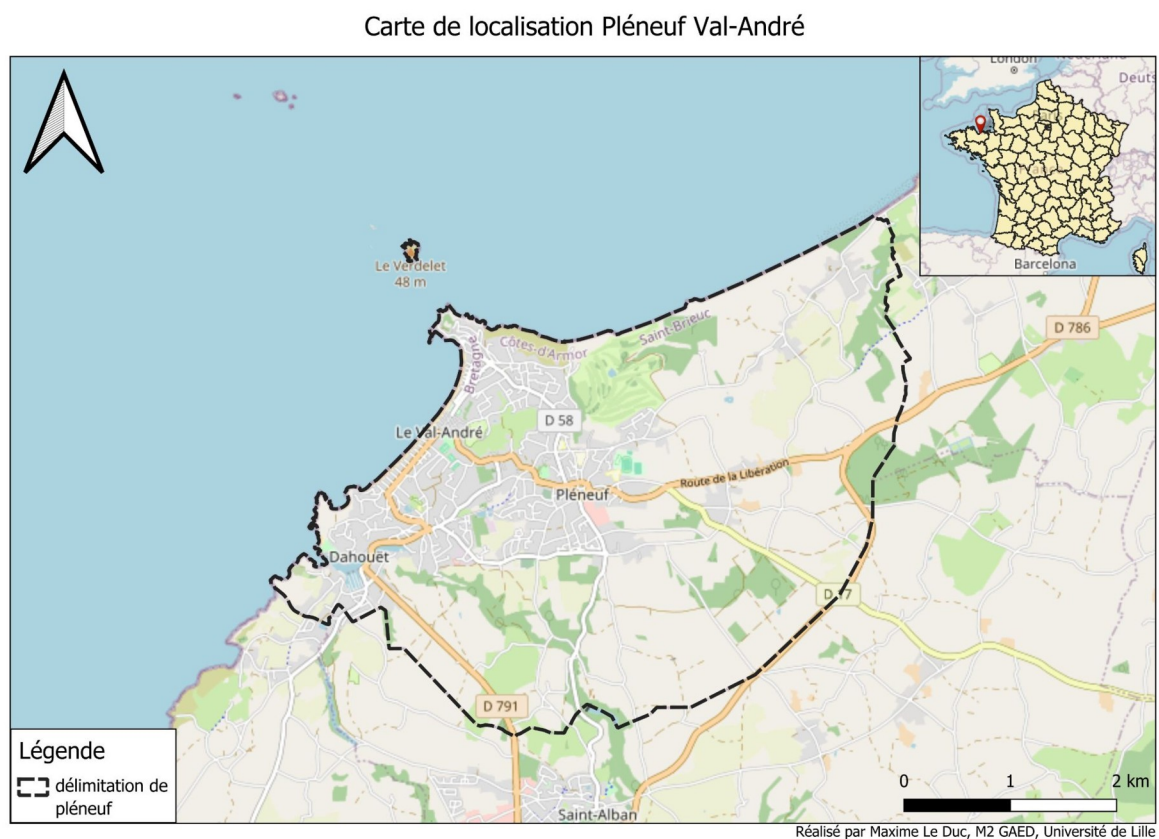


Figure 20 : carte de localisation de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, Atlantic Sunset

Le territoire de Pléneuf-Val-André intègre les couchers de soleil dans sa communication touristique. En effet, l'Office de Tourisme de Pléneuf-Val-André inclut le coucher de soleil comme un outil d'attractivité du territoire. Le principal site prévu pour l'installation de la table panoramique est situé à proximité de l'ancien casino, sur un toit-terrasse donnant sur le front de mer. L'Office de Tourisme utilise principalement les couchers de soleil à des fins promotionnelles, pour attirer les touristes et promouvoir le territoire.

D'autres sites permettent également d'observer le coucher de soleil :

- le port de Dahouët, avec un point d'observation situé sur la falaise ;
- les dunes de Ville Berneuf, qui constituent une réserve naturelle ;
- l'île du Verdelet, qui constitue une réserve ornithologique.

Pléneuf-Val-André figure parmi les destinations des Côtes-d'Armor participant à la 5e édition du festival *Les Minutes Bleues*, qui a lieu du 25 au 31 octobre 2026. L'objectif des *Minutes Bleues* est de mettre en avant des sites culturels et naturels et de proposer des expériences de médiation autour des temporalités crépusculaires et de l'aube matinale. Ainsi, privilégier ces temporalités permet aux visiteurs de découvrir une ambiance différente avec une luminosité unique. L'Office de Tourisme de Pléneuf-Val-André utilise donc le coucher de soleil comme outil de communication et de médiation au sein d'un territoire déjà structuré touristiquement.

2.3 Notre-Dame-de-Monts

Notre-Dame-de-Monts est située dans le département de la Vendée, en région Pays de la Loire. Cette localité appartient à la communauté de communes Océan-Marais de Monts. Notre-Dame-de-Monts compte 2 239 habitants et se situe dans un territoire à la fois rural et littoral, bordé par l'île de Noirmoutier au nord-ouest. La densité de population est de 111,2 habitants par kilomètre carré et l'indice de vieillissement s'élève à 104.

Carte de localisation Pays de Saint-Jean de-Monts

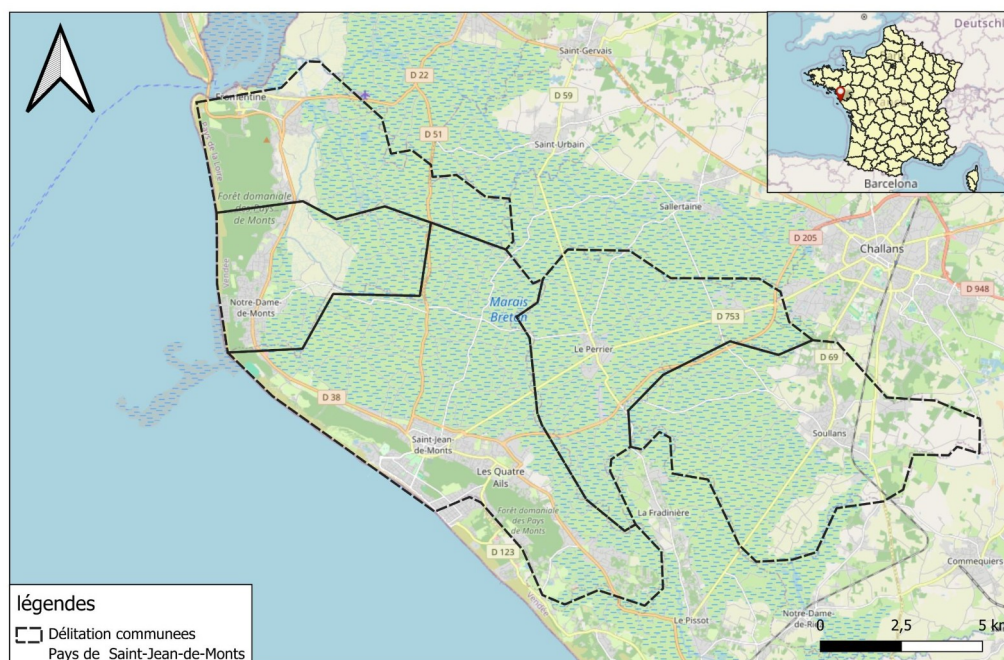


Figure 21 : carte de localisation du Pays de St Jean de Monts, Maxime Le Duc, Atlantic Sunset

Elle est considérée comme une station balnéaire. Sur le plan économique, le taux d'activité des 15-64 ans est de 74,9 %, soit 8,3 points de moins que la moyenne nationale (Insee, 2023). Le principal secteur est celui du commerce de gros et de détail, des transports, de l'hébergement et de la restauration, qui représente 34,3 % de l'économie locale (Insee, 2023). Il est suivi par le secteur de la construction, avec 13,2 %, puis par le secteur public, avec 11,7 % (Insee, 2023). Il s'agit principalement d'un territoire caractérisé par une forte dynamique touristique, le secteur de la construction participant notamment au développement des équipements et des infrastructures destinés aux touristes.

Notre-Dame-de-Monts est située dans le territoire touristique du Pays de Saint-Jean-de-Monts. Son identité repose sur une diversité d'atouts. Le territoire a notamment été construit et développé à partir des années 1960 autour du tourisme balnéaire. Il présente plusieurs composantes : la nature, avec la forêt et les dunes ; le tourisme balnéaire, représenté notamment par la station de Saint-Jean-de-Monts ; et les espaces ruraux, représentés par les marais salants. Notre-Dame-de-Monts est associée à une forme de tourisme durable, notamment grâce à un front de mer non artificialisé. La commune est composée de deux espaces principaux : la station, qui concentre les restaurants, les hôtels et le front de mer, et le centre-bourg.

Les touristes proviennent principalement du Grand Ouest de la France, de la région parisienne et du nord de la France. La clientèle est principalement composée de familles séjournant pendant environ sept jours. Cependant, la présence d'excursionnistes est en augmentation, avec des séjours ne dépassant pas trois nuits. En 2024, 5 millions d'excursionnistes ont été comptabilisés et 6,6 millions de touristes ont séjourné sur le territoire (Benjamin Senard, OT Pays de Saint-Jean-de-Monts). Les touristes étrangers représentent 10 % de la fréquentation touristique de Notre-Dame-de-Monts (Benjamin Senard, OT Pays de Saint-Jean-de-Monts).

Le principal site prévu pour l'installation de la table panoramique est Kulmino, un château d'eau d'une hauteur de 70 mètres. Le Kulmino accueille également un musée ainsi que des soirées consacrées aux couchers de soleil, durant lesquelles les touristes viennent les contempler. Une caméra, installée par l'Office de Tourisme du Pays de Saint-Jean-de-Monts, enregistre le coucher de soleil depuis son site. D'autres sites sont également considérés comme des lieux propices à l'observation des couchers de soleil, notamment le Pey de la Blet, le point de vue de la Buzelière, la station maritime de Fromentine, la grande roue de Saint-Jean-de-Monts, l'estacade de Saint-Jean-de-Monts et le port du Pont Neuf à La Barre-de-Monts.

Le territoire accueille également des festivals tels que *le Festival à Tout Vent*, consacré notamment à une exposition de cerfs-volants. Le coucher de soleil constitue ainsi un élément structurant d'une offre touristique fondée sur la culture et la nature.

3. Méthodologie

L'approche méthodologique s'inscrit dans une démarche de recherche et d'études des pratiques de couchers de soleil. En effet, sa fonction première est d'étudier comment les territoires utilisent le coucher de soleil. Sa fonction secondaire en revanche est liée à l'objectif des différentes phases du projet. 2024 constituait la recherche des territoires partenaires et 2025 constituait la période d'études pratiques de contemplation des couchers de soleil sur les territoires partenaires. Ainsi, dans le cadre de l'implantation de cette campagne promotionnelle, l'utilisation d'une méthodologie structurée par le projet permet ainsi, de récolter les

informations indispensables, pour cette réalisation de brochures touristiques à destination des acteurs.

3.1 Visites de terrain

Les visites de terrain s'inscrivent dans une approche de visite des trois localités à différentes dates. L'objectif est de vivre l'expérience du coucher de soleil, d'identifier les atouts des territoires et, enfin, de rendre compte de l'avancement des travaux concernant les tables panoramiques et les caméras vidéo. Les visites de terrain permettent ainsi d'appliquer le protocole méthodologique dans le but d'observer directement les territoires.

En effet, accompagnés par les chercheurs du laboratoire ESO, Quentin Brouard-Sala et Emmanuel Jaurand, nous avons pu mener des entretiens avec les acteurs des territoires, échanger avec les touristes et observer les offres touristiques disponibles sur place. Chacun des terrains présente un cheminement qui lui est propre. Le terrain constitue également un moment permettant de s'immerger dans chacune des localités afin d'observer le coucher de soleil. Celui-ci a notamment été observé sur les lieux où les installations devraient être implantées, à l'exception du Pays de Saint-Jean-de-Monts.

3.1.1 Pointe de Corsen

Le terrain à la Pointe de Corsen a eu lieu du 21 au 22 mai 2026. L'objectif de cette visite de terrain était d'observer le coucher de soleil à la Pointe de Corsen et de s'entretenir avec le directeur de l'Office de Tourisme, Arnaud Dubois, à propos des brochures et de la mise en place des aménagements liés au projet. La visite a commencé le 21 mai au soir avec l'observation du coucher de soleil depuis la Pointe de Corsen.



Figure 22 : photographie du promontoire, pointe de Corsen, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le lendemain matin, une observation du site de la Pointe de Corsen et du chantier du phare de Trézien a permis de déterminer l'état des lieux des travaux. Une visite de la Pointe Saint-Mathieu a également été effectuée afin d'observer un point clé du territoire et son potentiel en tant que lieu d'observation du coucher de soleil.

L'après-midi, un entretien avec Arnaud Dubois et Corinne Le Ru a été organisé afin de déterminer l'état d'avancement des travaux concernant l'installation de la caméra sur le phare de Trézien. Cet entretien a également permis d'étudier l'offre touristique du territoire dans l'objectif d'orienter la conception des brochures.



Figure 23 : photographie du Phare de Trézien, Maxime Le Duc, *Atlantique Sunset*

Enfin, un trajet entre différents sites du territoire a été réalisé, notamment entre le phare de Trézien et la Pointe de Corsen, où respectivement une caméra et une table panoramique étaient prévues.

3.1.2 Pays de Saint-Jean-de-Monts

Deux visites de terrain ont été effectuées dans le Pays de Saint-Jean-de-Monts : une première du 2 au 3 juin et une seconde du 23 au 24 juillet. La réalisation de deux visites dans le Pays de Saint-Jean-de-Monts s'explique par le fait que, lors de la première sortie de terrain, le coucher de soleil n'a pas pu être observé en raison du temps nuageux. Par conséquent, l'objectif de cette première visite reposait essentiellement sur la découverte du territoire et la réalisation d'un entretien.

Le 2 juin dans l'après-midi, nous avons rendez-vous à l'espace Biotopia avec Benjamin Senard, responsable des sites patrimoniaux et adjoint au responsable du pôle affaires culturelles à la Communauté de communes Océan-Marais de Monts. L'entretien était initialement prévu au Kulmino. Il a toutefois eu lieu à l'espace pédagogique Biotopia en raison d'un dysfonctionnement de l'ascenseur permettant d'accéder au Kulmino. Plusieurs sites considérés

comme des lieux d'observation, tels que le Pey de la Blet, le front de mer de Notre-Dame-de-Monts et le front de mer de Saint-Jean-de-Monts, ont également été visités.

La visite de terrain du 23 au 24 juillet était donc davantage focalisée sur l'observation des couchers de soleil. Ainsi, le 23 juillet au soir, une visite a été effectuée sur le front de mer de Notre-Dame-de-Monts afin d'observer le coucher de soleil. Une interrogation des visiteurs présents sur le front de mer concernant leur perception et leurs pratiques liées au coucher de soleil a également été menée.

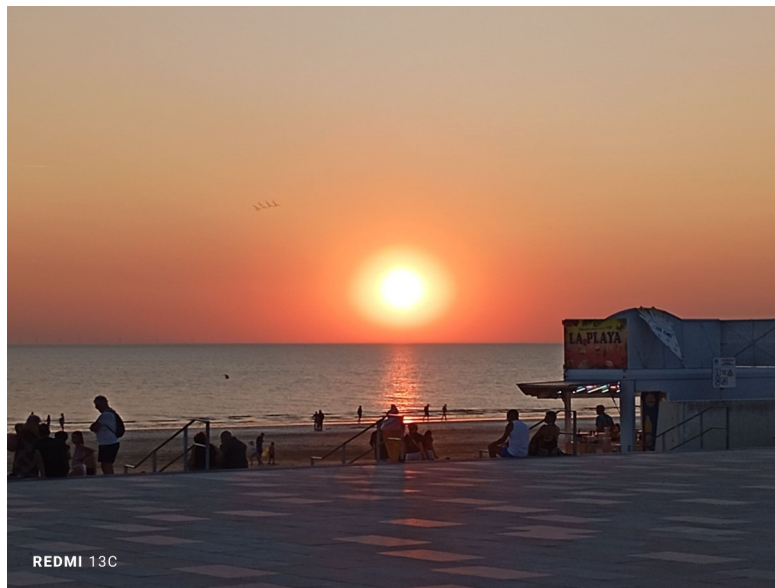


Figure 24 : photographie du coucher de soleil sur l'Esplanade de la Mer de Notre Dame de Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

3.1.3 Pléneuf Val André

La sortie terrain à Pléneuf Val André a été organisée du 7 au 8 Juillet 2026. L'objectif était d'observer le coucher de soleil sur le territoire et d'observer les lieux d'intérêts potentiels à inclure dans l'offre. Le 7 juillet a été consacré à l'observation de la digue, à la contemplation du coucher de soleil. Le sommet du casino a été étudié afin d'y installer la table panoramique et d'observer la caméra installée sur le front de mer. Nous avons pu procéder aussi à un échange avec les usagers de la digue.

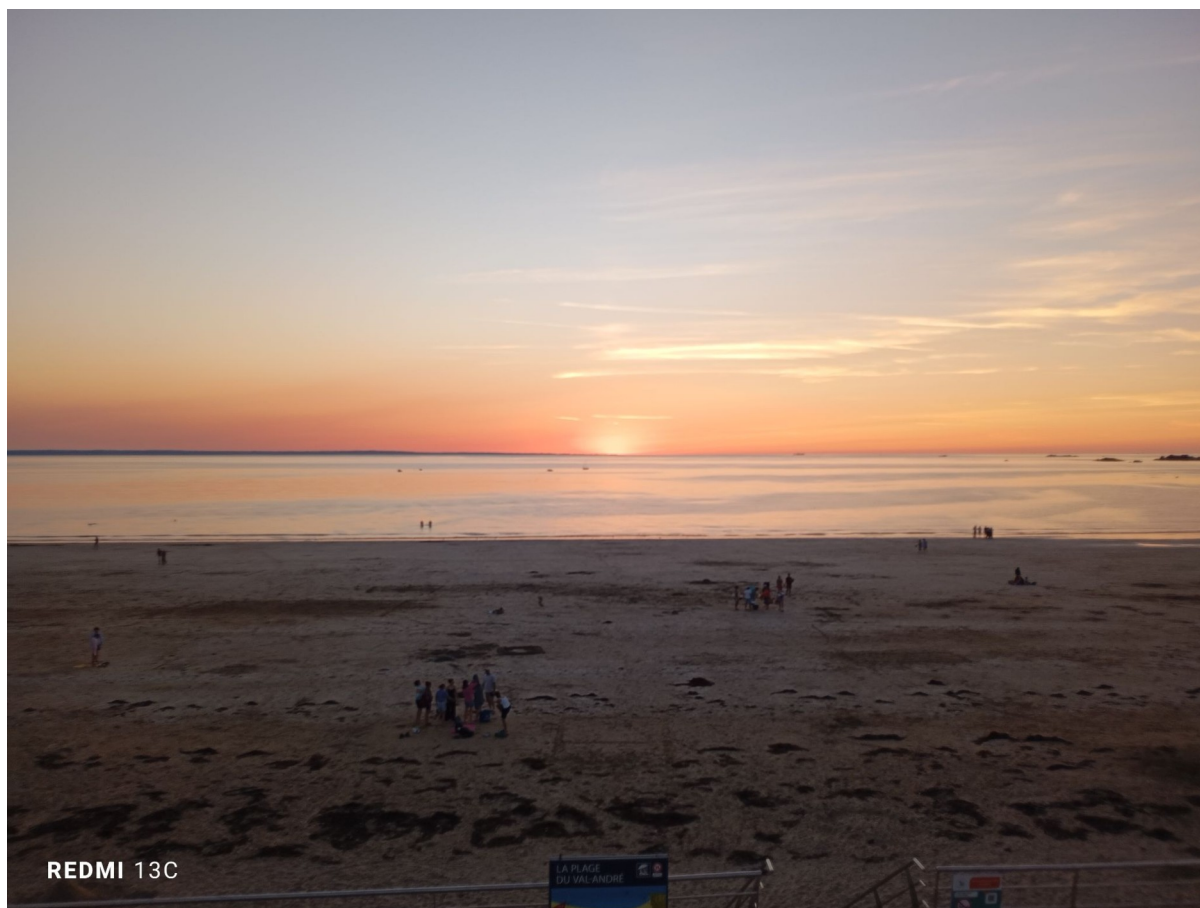


Figure 25 : photographie coucher de soleil, plage de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le lendemain, nous avons pu rejoindre Vincent Lucas, directeur de l’office de tourisme de Pléneuf Val André, pour une visite du territoire. Ainsi, nous avons pu visiter le Golf de Pléneuf Val André, les dunes de la Ville Berneuf et le Port de Dahouët.

3.2 Entretiens semi directifs aux acteurs locaux

Les entretiens avec les acteurs constituent le principal processus de collecte de données. Ils ont été réalisés à la fois sur le terrain et en ligne. L’objectif de ces entretiens était de recueillir l’avis des acteurs concernant l’offre touristique disponible sur leur territoire ainsi que les stratégies de communication et de marketing mises en place. À partir de ces entretiens, il était primordial d’identifier, pour chacun des territoires, la place du coucher de soleil au sein de l’offre touristique et de la communication marketing. Les principaux acteurs interrogés sont, pour la plupart, des représentants des offices de tourisme des différentes zones d’étude. Nous avons également pu interroger un responsable intercommunal.

Ainsi, pour la phase 2026, nous avons interrogé les acteurs locaux suivants à différentes dates :

- Le 22 mai, Arnaud Dubois, directeur de l'Office de Tourisme du Pays d'Iroise, a été interrogé au phare de Trézien.
- Le 2 juin, Benjamin Senard, directeur adjoint du patrimoine de l'intercommunalité Océan-Marais de Monts, a été interrogé dans l'espace Biotopia, à Notre-Dame-de-Monts.
- Le 9 juin, Michel Arnaud, community manager du Pays de Saint-Jean-de-Monts, a été interrogé en ligne.
- Le 25 juin, Vincent Lucas, directeur de l'Office de Tourisme de Pléneuf-Val-André, a été interrogé en ligne.

Les entretiens ont été menés à partir d'une grille d'entretien regroupant différentes questions. L'objectif du suivi de cette grille était de passer d'une perception touristique du territoire par les acteurs à la réalisation des brochures. Les réponses recueillies permettent de comprendre les stratégies de communication et de valorisation des couchers de soleil mises en œuvre par les acteurs, afin de concevoir par la suite les brochures.

La grille d'entretien est divisée en quatre parties :

“1) Image et identité”

Cette première partie de la grille s'intéresse à la manière dont les acteurs perçoivent leur territoire et à la place qu'ils considèrent que le coucher de soleil occupe au sein de leur offre. L'objectif est, dans un premier temps, d'interroger l'identité et les atouts touristiques que les acteurs attribuent au territoire. Les premières questions s'appuient sur l'identité touristique et sur la manière dont les acteurs souhaitent orienter leur communication. La place du coucher de soleil au sein de l'offre touristique constitue la thématique des dernières questions. Le but est de comprendre la place du coucher de soleil dans la représentation marketing et touristique du territoire, afin d'identifier les stratégies de communication employées par les acteurs du tourisme pour le mettre en avant.

“II) Cibles et attractivité autour des couchers de soleil”

L’objectif de cette deuxième partie est d’analyser les publics associés au territoire et l’attractivité liée aux couchers de soleil. Le profil des touristes est analysé en fonction de leur provenance, de leur statut social et de leur âge. Identifier les profils des touristes permet donc de connaître la clientèle que les acteurs attirent et souhaitent attirer. Les questions portent également sur les actions déjà mises en place et sur le rôle des habitants. La saisonnalité est également abordée afin de déterminer les périodes de valorisation du coucher de soleil. Enfin, une attention particulière est accordée aux réseaux sociaux, dans l’objectif d’identifier les actions déjà réalisées.

“III) Expériences touristiques”

La partie « Expériences touristiques » consiste à établir un état des lieux des activités disponibles sur les territoires et des expériences touristiques liées aux couchers de soleil. Les premières questions sont liées au rapport avec la nature et aux lieux emblématiques pour l’observation des couchers de soleil. La grille cherche à identifier si ces lieux peuvent être valorisés au sein d’un itinéraire ou plutôt comme des points indépendants. Les dernières questions traitent des expériences touristiques mises en place autour des couchers de soleil.

“IV) Perspectives concernant la campagne promotionnelle”

Cette dernière partie de la grille consiste à demander aux acteurs leurs recommandations et leurs exigences particulières pour la production des brochures. Elle vise à identifier les axes de communication que les acteurs souhaitent mettre en avant ainsi que le rendu visuel à privilégier. Les questions portent ainsi sur les caractéristiques des brochures, le ton visuel, les éléments à mettre en avant et le public à cibler

3.3 Questionnaire au public

Le questionnaire destiné au public a pour objectif d'étudier la perception des couchers de soleil par les usagers. Son but est de comprendre la relation entre les différents groupes de touristes et les couchers de soleil. Le questionnaire est principalement administré durant le coucher de soleil. Afin d'identifier les personnes à interroger, nous avons observé les groupes d'individus présents sur les sites et observant le coucher de soleil, puis nous sommes allés à leur rencontre.

Les questions posées aux usagers sont les suivantes :

- D'où venez-vous ?
- Êtes-vous un habitant ou un touriste ?
- Quelles pratiques associez-vous aux couchers de soleil ?
- Prenez-vous des photos ?
- Regardez-vous habituellement le coucher de soleil ?
- Publiez-vous des photos du coucher de soleil sur Instagram ?
- Qu'est-ce qui vous attire lors des couchers de soleil ?
- Qu'est-ce qui rend le coucher de soleil agréable ?

Pour effectuer cette enquête auprès des usagers, nous avons dans un premier temps demandé leur accord avant de procéder au questionnaire.

3.4 Limites

L'application de la méthodologie présente plusieurs limites. Dans un premier temps, concernant les visites de terrain, certains sites n'ont pas pu être visités pour diverses raisons. À Notre-Dame-de-Monts, la visite du Kulmino n'a pas pu aboutir en raison d'un dysfonctionnement de l'ascenseur. Par ailleurs, les conditions climatiques ont nécessité la réalisation d'une deuxième visite de terrain. La sortie du 7 juillet à Pléneuf-Val-André devait initialement avoir lieu le 23 juin. Cependant, en raison des fortes chaleurs, la visite a été reportée. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, en revanche, une deuxième sortie de terrain a été nécessaire en raison d'une météo peu clémente et pluvieuse, afin de pouvoir observer le coucher de soleil.

Concernant les entretiens, leur organisation a été relativement flexible. Un entretien n'avait pas nécessairement à être réalisé en présentiel lorsqu'un déplacement ou un accueil sur place n'était pas possible. Certains entretiens ont donc été réalisés à distance.

Enfin, les questions destinées aux usagers ont été formulées sous la forme d'un questionnaire conversationnel plutôt que d'un formulaire, en raison du faible nombre de réponses obtenues via le questionnaire Google Docs initialement créé. Ainsi, le nombre de personnes interrogées et de réponses recueillies reste limité, ce qui donne davantage une vision ponctuelle de la perception des couchers de soleil par les usagers qu'une représentation générale de celle-ci.

Partie 3: Réalisation des modèles des brochures

Atlantic Sunset: entre diagnostic territorial et médiation touristique

1. Objectif des offres pour les territoires pilotes

Pour comprendre ce qu'il faut inclure dans les brochures, il est important d'étudier la manière dont les territoires traitent le coucher de soleil comme ressource touristique. Cette façon d'utiliser le coucher de soleil comme ressource territoriale dépend à la fois de la perception locale partagée avec les acteurs, du contexte territorial et touristique et ainsi que de l'offre en elle-même. Sur chaque territoire, une offre liée au coucher de soleil est donc rattachée à une offre territoriale disponible, une perception des acteurs et une demande, liée à la fréquentations des touristes et une généralisation des activités touristiques. Ainsi, en étudiant les offres et demandes sur chaque territoire, il sera donc possible de proposer des offres spécifiques à intégrer dans les brochures.

1.1 Valoriser le coucher de soleil

La valorisation du coucher de soleil dans l'offre touristique constitue une pratique qui s'intensifie. Il est important de constater que d'un point de vue général, le coucher de soleil est une tendance que toutes destinations touristiques côtières met en avant. D'un point de vue paysager, le coucher de soleil peut être considéré comme complémentaire au paysage (Aubry, 2022). Par conséquent, il est tout aussi concevable d'établir le lien entre le coucher de soleil et le territoire, car le paysage correspond à une perception socialement construite par les populations locales d'une partie d'un territoire (campos franco, 2012). Il apparaît donc pertinent d'étudier comment les acteurs territoriaux intègrent le coucher de soleil dans leur offre touristique. Les entretiens réalisés avec les acteurs ont permis d'identifier trois dimensions : son rôle dans l'identité territoriale, sa contribution en tant que levier d'attractivité et sa relation avec l'offre.

1.1.1 Le coucher de soleil comme atout d'identité territorial

Le coucher de soleil, qui peut être étroitement lié à la notion paysagère, est considéré dans un premier temps par les acteurs comme ayant un rôle dans l'identité du territoire. En effet, pour le Pays de St Jean de Monts, Benjamin Senard définit le coucher de soleil comme étant propre à l'identité du territoire Vendéen, dont le surnom de la côte vendéenne est la Côte de Lumière. Michel Arnaud, community manager de la marque *Pays de St Jean de Monts*, souligne que le coucher de soleil contribue à mettre en avant une identité territoriale liée au paysage et à la douceur de vivre.



Figure 26 : photographie du catalogue « Vendée 2026 », Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Ainsi, le rôle de la géographie et du paysage contribue davantage à la valorisation du coucher de soleil. La topographie relativement plate du territoire, mise en avant dans les entretiens par les acteurs, permet une observation du coucher de soleil autant depuis les plages que depuis les communes rétro-littorales. Il est donc possible d'observer le coucher de soleil sur différents points du territoire, sans devoir s'approcher de la Mer. Benjamin Senard met en avant une rumeur des habitants qui évoquait que le coucher de soleil apparaîtrait tout de même malgré la présence d'un temps pluvieux. Ainsi la succession de paysages, tels que les Dunes, les marais salants, la mer et les forêts de pins offre un cadre paysager propice pour la valorisation du coucher de soleil. Autre point, l'orientation des plages au Sud ouest permet une observation du

coucher. Pour Vincent Lucas, directeur de l'office de tourisme de Pléneuf Val André, la topographie peut contribuer tout autant à la perception du coucher du soleil. Seule la saisonnalité permet en revanche de mettre davantage l'exposition d'un site face au coucher de soleil. Arnaud Dubois lie davantage le coucher à la façade maritime du territoire.

La lumière du coucher permet en revanche de mettre en avant différents attraits d'un territoire. Les acteurs interrogés insistent sur le caractère changeant du coucher de soleil, notamment à travers la lumière, les couleurs et les ambiances paysagères. Benjamin Senard souligne que les lumières du coucher de soleil peuvent mettre en valeur différents aspects du territoire, car les paysages changent en fonction des lieux, des ambiances et des couleurs. Arnaud Dubois associe davantage le coucher de soleil au scintillement des phares, qu'il qualifie de spectacle lumineux transitoire entre deux moments distincts du territoire. En effet, le Pays d'Iroise, connu pour ses paysages de falaises, ses pointes et ses vues sur les îles d'Ouessant, possède comme principaux attraits les phares. Le coucher de soleil constitue donc une première étape de ce spectacle lumineux, avant le scintillement des phares, et possède donc une fonction transitoire.



Figure 27 : photo du coucher de soleil au phare de Kermorvan, site « *tout commence en finistère.com* »

Vincent Lucas, de l'office de tourisme de Pléneuf Val andré, confirme cette vision transitoire de la lumière, en la rattachant notamment au festival des *Minutes Bleues*, dont l'objectif est de découvrir différents lieux du patrimoine culturel et naturel à des temporalités proches du crépuscule et de l'aube matinale. De ce fait, selon Vincent Lucas, mettre en avant ce type

d'événements permet de faire découvrir aux visiteurs un aspect du territoire à un moment inhabituel, afin de transmettre un changement d'ambiances, autant à travers le paysage qu'à travers les sons ambiants du lieu concerné.



Figure 28 : affiche de la 5^e édition 2026 des « minutes bleues », site officiel des côtes d'Armor

C'est en tant qu'atout d'identité territoriale que le coucher de soleil peut servir de levier d'attractivité d'un territoire.

1.1.2 Le coucher de soleil comme levier d'attractivité

Les acteurs rencontrés lors des entretiens considèrent unanimement le coucher de soleil comme un levier d'attractivité. Vincent Lucas justifie la valorisation du coucher de soleil par le simple fait qu'il plaît à tout le monde. Il le qualifie par ailleurs de moment intime, pouvant être vécu seul, à plusieurs, en couple, entre amis ou en famille. Il peut correspondre à un moment de pause, de bien-être, de convivialité et de partage, auquel les touristes peuvent associer leurs propres pratiques, comme des barbecues ou des apéritifs.

Ainsi, le coucher de soleil constitue un moyen de mettre en avant le territoire et de le rendre attractif. L'Office de Tourisme de Pléneuf-Val-André utilise le coucher de soleil principalement comme un outil d'attractivité. De ce fait, bien que la station ne soit pas exclusivement connue pour ce phénomène, son utilisation dans la promotion de la destination permet d'attirer davantage de visiteurs en mettant en avant un moment qui plaît à tous de par son attrait esthétique. Vincent Lucas souligne que l'accent mis sur le coucher de soleil dans la communication fonctionne, car il propose une immersion dans le territoire aux touristes

potentiels à travers les publications de la destination. Pour attirer et faire réagir davantage les internautes, les réseaux sociaux jouent alors un rôle important. Les offices de tourisme de Pléneuf-Val-André et du Pays de Saint-Jean-de-Monts publient régulièrement des contenus, notamment des photographies et des vidéos, liés aux couchers de soleil. Michel Arnaud précise que les publications ayant pour thème le coucher de soleil connaissent un succès important.

La communication autour du coucher de soleil joue donc un rôle clé dans la promotion de la destination, car elle consiste à mettre en valeur le territoire tout en contribuant à promouvoir un moment accessible à tous et considéré comme universel. Michel Arnaud précise que les publications autour du coucher de soleil sont largement diffusées sur les réseaux sociaux, notamment Instagram, afin de donner aux visiteurs la possibilité et l'envie de découvrir ces lieux.

La promotion du coucher de soleil est une pratique qui concerne également les acteurs de la restauration et de l'hébergement. Michel Arnaud précise que l'Office de Tourisme n'a pas besoin d'interférer avec les commerces du bord de mer pour ce type de communication, car ceux-ci communiquent déjà autour des couchers de soleil afin d'attirer leur clientèle. Arnaud Dubois précise que, sur le territoire du Pays d'Iroise, les offres d'hébergement, notamment les campings et les maisons de location, utilisent également le coucher de soleil dans leur communication. Il explique que l'utilisation du coucher de soleil en tant que ressource territoriale et levier d'attractivité peut reposer sur une mise en réseau des acteurs du territoire. Les commerces, les hébergements et les sites peuvent ainsi contribuer à créer une expérience autour de ce phénomène en mettant en avant leurs offres de services.

Si le coucher de soleil constitue un élément d'attractivité autant pour la destination que les offres de restauration et d'hôtellerie, c'est dans cette perspective qu'il peut avoir une certaine place au sein des offres disponibles.

1.1.3 Le rôle du coucher de soleil dans l'offre touristique

La place du coucher de soleil dans l'offre touristique varie selon les territoires. De ce fait, si ce phénomène est considéré simultanément comme un marqueur paysager et un marqueur de l'identité territoriale, il peut faire partie intégrante de l'offre touristique disponible. Les entretiens avec les acteurs montrent que, pour chaque territoire, il existe différents types d'intégration du coucher de soleil dans l'expérience touristique.

Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, le coucher de soleil semble occuper une place importante dans l'identité touristique. Les acteurs interrogés insistent sur le fait que le coucher de soleil est considéré comme un marqueur de l'identité territoriale, notamment à travers l'image de « Côte de Lumière », rattachée à la côte vendéenne dans son ensemble. Cette association entre le coucher de soleil, la lumière et l'identité paysagère constitue un argument permettant d'intégrer ce phénomène comme une partie de l'offre territoriale. Le coucher de soleil est ainsi intégré à des soirées dont il constitue la raison principale, notamment au Kulmino avec les soirées consacrées aux couchers de soleil. Le festival « Réveillons-nous », qui repose cependant sur une programmation de concerts à l'aube, utilise également cette temporalité liée à la lumière.



Figure 29 : photographie affiche du festival « Réveillons-nous », St-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Néanmoins, pour les autres territoires, la place du coucher de soleil dans l'offre peut apparaître davantage comme complémentaire. Au Pays d'Iroise, le coucher de soleil est plutôt considéré comme une temporalité clé du territoire. En effet, Arnaud Dubois précise que le coucher de soleil est associé aux phares et aux visites nocturnes. Bien qu'il n'existe pas d'offres exclusivement consacrées au coucher de soleil, celui-ci reste complémentaire à l'offre disponible sur le territoire. Lors des soirées du phare Saint-Mathieu, les touristes profitent ainsi de la temporalité du coucher de soleil avant d'observer le scintillement du phare. Le coucher de soleil sert donc de cadre immersif à des activités de visite qui ont lieu au même moment.

Par ailleurs, la présence d'activités encadrées liées à ce phénomène permet de proposer une expérience immersive aux touristes. À Pléneuf-Val-André, l'Office de Tourisme propose des balades contées autour des couchers de soleil. Ainsi, les activités liées à la randonnée et aux visites semblent constituer des supports relativement adaptés à l'organisation d'expériences et à la narration territoriale.

Pour comprendre la manière dont les territoires intègrent le coucher de soleil et identifier les offres à mettre en avant dans les brochures, il est donc important d'identifier les publics ciblés ainsi que les expériences qui sont proposées autour de ce phénomène.

1.2 Identifier les public, les expériences à proposer

Pour déterminer l'orientation des brochures Atlantic Sunset en matière d'expérience touristique et de communication, il est nécessaire d'identifier les profils de publics et les pratiques associées aux couchers de soleils sur les territoires. Par conséquent, les expériences à proposer dans les brochures doivent dépendre d'une attente liée à certaines pratiques et à un type de public, pour éviter une uniformité des offres à proposer.

C'est dans cette perspective que les entretiens et la consultation du public démontrent que le coucher de soleil intéresse potentiellement des publics très divers. En effet, le coucher de soleil peut être proposé pour un moment intime, en famille et simplement entre amis. Il est donc pertinent d'étudier les profils types des visiteurs, dans l'objectif d'établir une analyse des offres territoriales.

1.2.1 Les profils de touristes par Territoires

Chacun des territoires ne s'adresse pas au même public. Les clientèles dépendent autant de leur identité et de leur histoire touristique que de leurs stratégies territoriales, de leurs équipements, de leur accessibilité et de leurs ressources paysagères.

Le Pays de Saint-Jean-de-Monts détient une fréquentation principalement nationale, avec 60 % des touristes venant d'autres régions que les Pays de la Loire. La clientèle principale est familiale, avec une présence forte de résidences secondaires durant la saison estivale. La clientèle étrangère est faible et n'est pas quantifiée à l'échelle du territoire. Elle est constituée de visiteurs venant du Royaume-Uni, d'Allemagne, de Belgique et des Pays-Bas. Benjamin

Senard estime en revanche que le nombre de touristes étrangers au Kulmino avoisine les 5 %. Une évolution de la clientèle est constatée, notamment avec une augmentation des séjours plus courts et une fréquentation plus forte les week-ends, motivée par une hausse du nombre d'excursionnistes. Les habitants ne constituent pas une cible principale de l'offre touristique selon Michel Arnaud. Cependant, Benjamin Senard précise que la politique territoriale de l'intercommunalité *Océan et Marais de Monts* cherche à les favoriser par la mise en place d'une offre culturelle et d'équipements accessibles à tous. L'Office de Tourisme cherche également à diversifier sa clientèle en attirant des personnes sans enfants. Avec la volonté d'ancrer le tourisme vert, l'Office de Tourisme cherche également à attirer les randonneurs.

Pour le Pays d'Iroise, le profil principal des touristes est celui des randonneurs, notamment du fait de la présence du GR34. D'autres profils, comme les familles et les festivaliers, font également partie intégrante des visiteurs du territoire. Les séjours sont principalement motivés par des séjours longs. Le territoire accueille également une clientèle étrangère, qui constitue 12 % de la fréquentation territoriale et est représentée par les Britanniques, les Néerlandais, les Belges et les Allemands. La venue des visiteurs est principalement motivée par la présence des phares, la proximité avec la nature et les activités de plein air.

À Pléneuf-Val-André, la fréquentation principale de la station est décrite par Vincent Lucas comme une clientèle mixte, avec une diversité de profils socio-économiques. La clientèle est principalement familiale, mais elle comprend également des couples et des groupes d'amis, qui constituent une partie de la clientèle. La clientèle régionale bretonne représente 20 % de la clientèle nationale, tandis que la majorité provient d'autres régions de France. La clientèle étrangère, qui représente 25 % de la fréquentation totale, est dominée par les Allemands, qui viennent durant la saison estivale. La station détient plus de 50 % de résidences secondaires en été, avec une clientèle habituée au territoire. La période de mars à novembre constitue donc la principale saison touristique de la station.

1.2.2 Les pratiques associées aux couchers de soleil

Les observations de terrain et les entretiens avec les acteurs démontrent que le coucher de soleil repose sur des pratiques simples et reproductibles. La première pratique est celle de la contemplation. En effet, elle figure dans les entretiens comme la pratique logique, qui plaît d'emblée à tout le monde et qui est considérée comme une pratique naturelle. Lors des observations de terrain, sur les territoires d'étude, nous pouvions observer des regroupements de passants, à différents endroits, qui observaient le coucher de soleil. À Pléneuf-Val-André, des touristes observaient le coucher de soleil assis sur des bancs, depuis la digue. À la Pointe

de Corsen, des groupes de promeneurs s’y rendaient en voiture pour contempler la disparition de l’astre lumineux ainsi que le scintillement des phares. À Notre-Dame-de-Monts, les passants, visiteurs comme habitants, se réunissaient depuis le front de mer pour observer ce spectacle lumineux. Ces observations montrent que les espaces publics ouverts, tels que les digues, les jetées, les promontoires ou les belvédères, constituent des lieux d’observation du coucher de soleil.

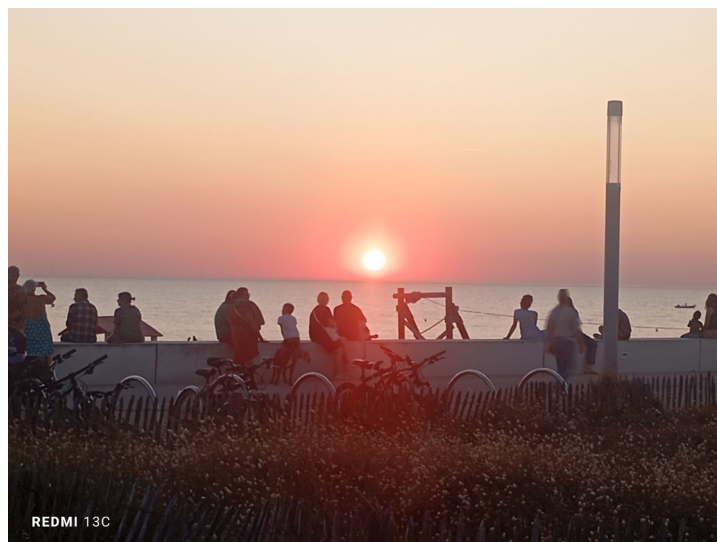


Figure 30 : photographie de passants assistant au coucher de soleil, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

La photographie, associée à la contemplation, représente une pratique répandue auprès des touristes. Vincent Lucas définit la photographie comme une pratique esthétique liée aux couchers de soleil, car elle permet d’immortaliser le paysage au moment du coucher, avec des ambiances et des couleurs qui lui sont propres. En effet, comme le précisent l’ensemble des acteurs interrogés, les publications qui portent sur le coucher de soleil connaissent une appréciation généralisée. Michel Arnaud précise que les publications qui incluent le coucher de soleil sont largement partagées. Les visiteurs cherchent à immortaliser un moment et un lieu afin de garder un souvenir agréable. Vincent Lucas précise l’importance de mettre en avant des aspects du patrimoine, tels que l’oratoire, l’îlot du Verdelet ou le port de Dahouët, car cela véhicule un aspect paysager de la station.

La promenade et la randonnée, qui constituent des activités de déambulation, sont tout autant rattachées à l’observation des couchers de soleil. Différente d’une contemplation fixe, la balade permet de découvrir différents points d’observation et de s’immerger dans une ambiance liée autant à l’observation de ce phénomène céleste qu’à celle de la nature, qui change au rythme de la lumière. À Pléneuf-Val-André, des balades contées sont proposées pour observer le

coucher de soleil. Au Pays d'Iroise, le GR34 et les sentiers côtiers peuvent constituer différents points d'observation. Au Pays de Saint-Jean-de-Monts, certains itinéraires peuvent être prolongés en fin de journée.

La pratique événementielle est répandue au moment du coucher de soleil. L'objectif de cette pratique, qui propose un moment convivial aux touristes et aux visiteurs d'un lieu, est d'inscrire le coucher de soleil comme cadre événementiel. Les soirées consacrées aux couchers de soleil au Kulmino proposent une ambiance musicale avec une dégustation de produits locaux vendéens depuis le belvédère, installé au sommet du château d'eau. Des festivals musicaux, tels que Les Petites Folies à la Pointe de Corsen, ou le Festival à Tout Vent, qui propose notamment une exposition de cerfs-volants sur les plages de Notre-Dame-de-Monts, se déroulent en soirée et commencent autour de la période du coucher de soleil. La pratique événementielle permet également de découvrir des lieux à une autre temporalité, afin d'y découvrir une ambiance différente de celle du jour. C'est dans cette optique que s'inscrit le festival des *Minutes Bleues* à Pléneuf-Val-André, qui permet de découvrir différents lieux du patrimoine à des horaires transitoires, au crépuscule et à l'aube. Dans le Pays de Saint-Jean-de-Monts, des activités nocturnes au Daviaud et à l'espace Biotopia complètent la programmation autour des couchers de soleil. Les soirées du phare au phare Saint-Mathieu, dans le Pays d'Iroise, débutent au coucher de soleil.

Enfin, les activités associées au bien-être et à la convivialité constituent également des pratiques proposées par les offices de tourisme et par d'autres acteurs indépendants. Surfing Iroise, au Pays d'Iroise, propose des cours de surf au moment du coucher de soleil. Le coucher de soleil est aussi vu comme un moment intime. Vincent Lucas souligne qu'il peut être vécu en compagnie ou tout simplement seul.

1.2.3 Les expériences à proposer

Après avoir répertorié les différentes pratiques, il est nécessaire d'identifier et de proposer des expériences. Ces expériences seront adaptées à chaque territoire dans chacune des brochures *Atlantic Sunset*.

Le premier type d'expérience à proposer est celui des expériences de contemplation. Ces expériences seront mentionnées sur une carte de chaque territoire. Ces points de vue correspondent à des lieux identifiés par les acteurs et considérés comme emblématiques pour observer les couchers de soleil. Des points d'observation comme le Pey de la Blet, dans le

Pays de Saint-Jean-de-Monts, la Pointe de Corsen, au Pays d'Iroise, ou le toit du casino à Pléneuf-Val-André figureront ainsi dans les brochures, notamment sur les cartes, en tant que points de vue.

Les expériences de promenade peuvent être proposées sous forme d'itinéraires. En effet, elles s'articulent autour de sentiers, de promenades ou de voies cyclables afin de proposer aux touristes une manière de se déplacer tout en découvrant le territoire. Chaque promenade pourrait proposer une forme d'expérience liée aux différentes thématiques. Au Pays d'Iroise, l'expérience de randonnée s'articule autour du GR34, tandis qu'à Pléneuf-Val-André, elle s'articule autour de la promenade de la digue et peut être reliée à d'autres sentiers. Pour Notre-Dame-de-Monts, un itinéraire à vélo reliant différents points du territoire peut être pertinent.

Les expériences de convivialité apportent une dynamique de partage et de consommation autour du coucher de soleil. Ces expériences peuvent motiver l'organisation de moments spontanés, tels que des apéritifs ou des barbecues au moment du coucher de soleil. Pour Pléneuf-Val-André, qui dispose d'un front de mer à l'activité commerciale limitée à deux restaurants, des apéritifs au coucher de soleil et des pique-niques peuvent être pensés comme des moments de partage entre amis. Par ailleurs, ces moments de convivialité peuvent également encourager une pratique de consommation. Certains acteurs mettent ainsi en avant des adresses situées face au front de mer. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, en particulier dans les stations de Notre-Dame-de-Monts et de Saint-Jean-de-Monts, différentes adresses de bars et de restaurants peuvent être proposées. Ainsi, comme le confirme Michel Arnaud, si certaines adresses mettent en avant le coucher de soleil, les proposer comme lieux de restauration peut être pertinent pour toucher une clientèle intéressée par les couchers de soleil.

Les expériences événementielles peuvent également être davantage mises en avant. Inscrire les dates, les localisations ainsi que les programmes peut être pertinent pour attirer l'attention des visiteurs. Les soirées au Kulmino et le festival des *Minutes Bleues* sont donc des expériences utiles à intégrer dans l'offre.

Cet inventaire des différents types d'expériences que l'on peut trouver sur chaque territoire peut ainsi aider à les réunir autour d'offres adaptées aux spécificités de chacun d'entre eux.

1.3 Adapter l'offre aux spécificités territoriales

La conception de l'offre ne doit pas être conçue de manière uniforme pour les trois territoires pilotes. Si les brochures doivent contenir une structure commune, l'offre territoriale change en fonction des territoires. Les territoires du Pays d'Iroise, Pléneuf Val-André et du Pays de St-Jean-de-Monts présentent des identités territoriales, paysagères et touristiques différentes. Basés sur les points énoncés auparavant (expérience, ressources, types de touristes), les offres territoriales proposées dans les brochures doivent mettre en avant la façon de chaque territoire à valoriser le coucher de soleil en tant que ressource paysagère à travers leur ressources territoriale et leur stratégie de communication.

Tout en liant les identités territoriales au coucher de soleil, les actes du coucher de soleil définis par Guillaume Aubry (2022) sont donc pertinents pour proposer une ambiance et une thématique qui peuvent être liées aux diverses ambiances territoriales. Considérées comme des Actes définies par Guillaume Aubry (2022), nous pouvons les lier aux temporalités du coucher de soleil:

- - L'acte I de "l'éblouissement" à l'heure dorée.
- - L'acte II "dramatique" à la disparition de l'astre.
- - L'acte III de la "petite fin du monde" au crépuscule".

Les thématiques des offres du territoires doivent correspondre aux démarche suivantes, proposer une démarche de slow tourisme et mettre en avant le rapport à la nature pour chaque territoire.

Ainsi, en liant les différentes temporalités du coucher de soleil à l'identité paysagère et touristique de chaque territoire, nous avons pu concevoir un document lié à la conception des brochures. L'objectif, lier les identités territoriales et offres touristiques autour des coucher de soleil

1.3.1 Pointe de Corsen: Une offre fondée sur le bout du monde et les phares

La conception de l'offre touristique liée à la contemplation des couchers de soleil sur la Pointe de Corsen est liée à la position exceptionnelle du site. Si le territoire est considéré comme l'un des derniers endroits de France où il est possible d'observer le dernier coucher de soleil, la Pointe de Corsen peut être associée à la notion de « bout du monde ». Elle

constitue ainsi un élément du récit territorial du Pays d'Iroise, dont les acteurs le qualifient comme étant au bout du monde.

Ainsi, évoquant une forme de fin, l'acte et l'ambiance à employer dans la brochure sont ceux du crépuscule, associés à la notion de « petite fin du monde » développée par Guillaume Aubry (2022). Le slogan envisagé est « Rêver le bout du monde » et les tons de couleur sont liés au crépuscule. Ce choix permet de mettre en évidence la position du territoire comme point le plus occidental de France métropolitaine et de proposer un récit autour des dernières lumières du jour qui s'effacent derrière l'horizon. Le coucher de soleil joue ici le rôle d'une ambiance paysagère qui renforce l'image d'un territoire situé à l'extrémité ouest du territoire métropolitain. La brochure cherche donc à employer les thèmes du crépuscule, du bout du monde, de l'aventure et des phares.

L'offre repose sur un itinéraire axé autour de trois espaces touristiques : la Pointe de Corsen, la presqu'île de Kermorvan avec le port du Conquet et la Pointe Saint-Mathieu. Les phares emblématiques du territoire, comme le phare de Trézien, le phare de Kermorvan et le phare Saint-Mathieu, sont inclus dans l'offre. Le phare de Trézien constitue un site qui nécessite une attention particulière, notamment en raison de la présence d'un point de vue à son sommet et de l'installation d'une caméra panoramique. Les *Nuits du Phare*, organisées au phare Saint-Mathieu, nécessitent également une place dans l'offre, car elles associent la visite d'un monument emblématique du territoire à la contemplation du coucher de soleil.

Le GR34 constitue l'itinéraire de randonnée principal du Pays d'Iroise, dont la Pointe de Corsen constitue une étape. Le GR34 peut donc servir d'axe principal à l'itinéraire, en proposant aux touristes randonneurs une randonnée sur trois jours à travers les trois espaces, aussi variés soient-ils. Le coucher de soleil ne serait ainsi pas présenté uniquement comme un spectacle, mais également comme une expérience intégrée à la randonnée. Cette valorisation du GR34 permet tout autant de promouvoir les mobilités douces comme approche touristique.

Les activités proposées sont liées à la contemplation, à la randonnée, mais aussi à la consommation. Les infrastructures, telles que la table panoramique et la caméra, peuvent également figurer au sein de la médiation touristique.

1.3.2 Pléneuf Val André: Une offre axée nature, patrimoine, bien-être

Pour Pléneuf-Val-André, l'adaptation de l'offre repose sur trois axes : la nature, le bien-être et le patrimoine. Le document de conception propose le titre suivant pour la brochure : «

Méditer le soir à Pléneuf ». Cette approche, qui se veut intimiste, reprend la vision du coucher de soleil de Vincent Lucas, directeur de l'Office de Tourisme de Pléneuf-Val-André.

L'ambiance choisie pour cette offre est celle de la disparition de l'astre, caractérisant le moment de transition entre le jour et la nuit. Elle est liée à l'acte dramatique du coucher de soleil (Aubry, 2022). Les ambiances colorées et lumineuses peuvent ainsi construire une atmosphère particulière dans la brochure, en proposant une expérience méditative. Ce thème lié à l'introspection et à l'intime permet de mettre en avant des activités spontanées ainsi que le festival *Les Minutes Bleues*, qui s'inscrit dans une temporalité située entre le jour et la nuit.

L'offre territoriale est définie à travers trois parcours, correspondant à trois zones différentes :

- un parcours « bien-être » dans l'anse, allant de la digue vers le port de Dahouët ;
- un parcours « patrimoine » sur la digue, dominée par les villas, offrant une vue sur le coucher de soleil depuis le casino ;
- un parcours « nature » allant de la digue jusqu'aux dunes de la Ville Berneuf. Le site à privilégier est le terrain de golf, qui offre une vue sur la baie de Saint-Brieuc et l'îlot du Verdelet.

Les expériences proposées s'articulent autour de balades dans chacun de ces itinéraires. Les expériences à mettre en avant peuvent être des moments de partage, tels que des apéritifs improvisés ou une consommation individuelle ou accompagnée, des balades contées et des pratiques sportives comme le surf et le golf. Ces activités peuvent contribuer à inviter le touriste à prendre le temps.

1.3.3 Pays de St Jean de Monts: Une offre liée à la festivité et à la côte de Lumière

La mise en place d'une offre associée aux couchers de soleil pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts doit reposer sur l'identité du territoire associée à la « Côte de Lumière ». Cette identité peut également être rattachée à la diversité des paysages et à la structuration d'une offre basée sur les couchers de soleil déjà présents. Par conséquent, le document de conception réalisé permet d'associer le coucher de soleil à l'identité territoriale. Le choix de l'heure dorée comme temporalité ambiante du territoire pour les brochures a pour objectif de mettre en avant l'importance de la lumière du soleil au sein du territoire du Pays de Saint-Jean-de-Monts. Associé à l'acte I, consacré à l'éblouissement (Aubry, 2022), l'objectif est de

proposer une offre autour de la diversité paysagère, de l'événementiel et de l'identité balnéaire du territoire.

Se basant sur la diversité des paysages et des lieux, l'offre territoriale s'articule autour de quatre espaces : La Barre-de-Monts-Fromentine, le front de mer de Notre-Dame-de-Monts, le front de mer de Saint-Jean-de-Monts et le Kulmino. La mise en avant du Kulmino en tant qu'espace à part entière permet de valoriser le site comme un lieu phare du projet *Atlantic Sunset*, notamment grâce à l'aménagement d'une caméra et d'une table panoramique.

D'autres sites, comme le Pey de la Blet, la gare maritime de Fromentine, l'esplanade de la mer à Notre-Dame-de-Monts, la roue panoramique et l'estacade de Saint-Jean-de-Monts, sont également emblématiques du territoire. Cette diversité de lieux permet de faire découvrir le territoire sous différents aspects, à travers les paysages qui le caractérisent : dunes, mer, forêts et marais salants.

La dimension conviviale et événementielle occupe également une place importante dans l'offre envisagée. Les événements associés aux couchers de soleil, ainsi que les soirées organisées autour du Kulmino, peuvent être intégrés à la médiation touristique. Le document prévoit également la possibilité de présenter des restaurants situés sur les fronts de mer de Notre-Dame-de-Monts et de Saint-Jean-de-Monts. L'offre peut ainsi associer contemplation, promenade, restauration et événementiel. Cette orientation correspond à un territoire où le coucher de soleil peut être intégré à différentes pratiques touristiques plutôt que de constituer une expérience unique.

Ces expériences identifiées seront intégrées au sein de la médiation touristique. Cependant, les brochures s'inscrivent dans un cadre scientifique et leur mise en forme doit être liée autant au projet *Atlantic Sunset* qu'à la destination. Il serait donc pertinent de proposer une communication permettant de sensibiliser les visiteurs à la dimension scientifique du projet tout en valorisant les spécificités touristiques de chaque destination.

2. La brochure *Atlantic sunset*: entre médiation scientifique et touristique

La brochure a pour but de véhiculer les spécificités de chaque territoire et une communication autour du projet. Son but est de transmettre l'offre disponible sur chaque territoire et de transmettre les connaissances sur les couchers de soleil les plus tardifs d'Europe. Elle lie donc les médiations scientifiques et touristiques en tant que contenu de communication. De ce fait,

le diagnostic territorial précédemment établi permet de proposer une lecture touristique et territoriale pour chaque zone d'étude, en mettant en avant les différents outils de valorisations, les zones d'intérêts et expériences liées à ce phénomène céleste.

La brochure a donc pour vocation de faire le lien entre les connaissances produites par la recherche et les caractéristiques propres aux territoires. La vocation de la brochure est autant informative que immersive. Il est donc cohérent de proposer une structure commune adaptable pour les trois destinations. Les contenus graphiques, le contenu expérientiel doit en revanche être propre à chacune des destinations. Cette démarche permet de garder une cohérence globale à l'échelle de la campagne tout en proposant une expérience unique à chaque territoire.

2.1 Une structure commune adaptable pour chaque territoire

La conception des brochures repose sur une structure commune aux territoires, pour imposer un cadre de communication à l'échelle du projet *Atlantic Sunset*. Cette structure permet de proposer une base commune pour communiquer les informations relatives aux couchers de soleil et la communication touristique de chaque territoire. Elle est organisée au format suivant : une page recto pour la première de couverture et la communication scientifique, une page verso pour la communication touristique. Avec cette structure, les brochures sont déclinées en supports suivants : Z-card, livret/brochure digitale et livret 4 pages.

Par conséquent, la communication se structure en deux parties. La partie communication scientifique propose une communication autour du phénomène des derniers couchers de soleil du continent européen et situe les différents lieux répertoriés à l'échelle européenne. Les périodes d'observation des couchers de soleil les plus tardifs du continent par destination sont mentionnées. La deuxième partie s'articule autour de la communication touristique, qui présente les lieux d'observation, les activités à faire et les expériences à vivre sur le territoire. Cette forme de communication inscrit le coucher de soleil comme un outil expérientiel et touristique.

Au sein des supports de communication, les cartes jouent un rôle important pour les deux types de communication proposés. Effectivement, les parties scientifiques et touristiques sont illustrées chacune d'une carte. La carte pour la communication scientifique vise à localiser l'ensemble des localités en Europe où les derniers couchers de soleil sont observables. La carte pour la communication touristique s'articule autour des spots d'observation identifiés par les

acteurs et lors des sorties de terrain. Cette carte permet de mettre en relation ces lieux identifiés avec des activités afin de cartographier l'expérience qu'on souhaite transmettre.

Carte des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe

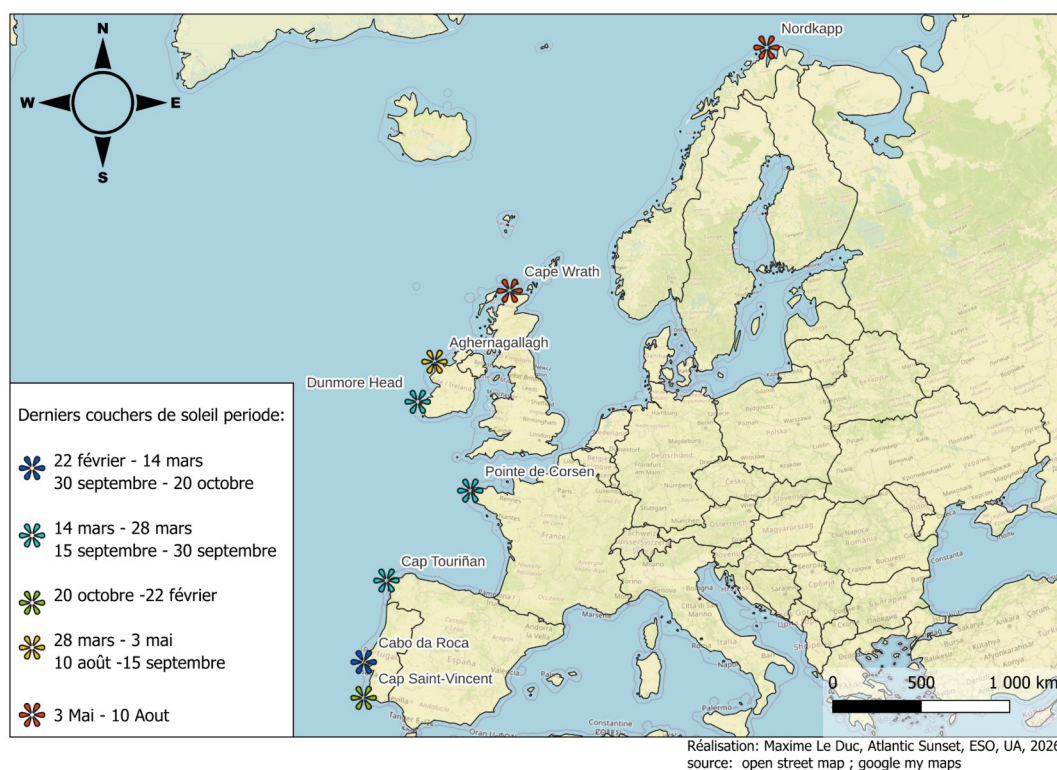


Figure 31 : carte des lieux des derniers couchers de soleil, Maxime Le Duc, Atlantic Sunset

Ces itinéraires s'inscrivent dans une démarche de slow tourisme. Leur vocation est de faire découvrir le territoire en proposant un trajet qui favorise l'utilisation des mobilités douces. Ces itinéraires permettent dans un premier temps de mettre en réseau les lieux d'observation identifiés afin de territorialiser la contemplation. Ils permettent dans un deuxième temps de proposer une expérience de contemplation liée aux formes de déambulation telles que les promenades, les balades et les randonnées. Les itinéraires associent aussi des activités ludiques et de consommation, afin de diversifier et de cartographier l'expérience touristique.

Cette structure reste donc adaptable car les lieux, les expériences proposées, les itinéraires, la tonalité des couleurs et le récit territorialisé dépendent des caractéristiques identifiées lors des sorties de terrain et des entretiens avec les acteurs. Cette configuration commune permet de diversifier l'approche territoriale en différenciant l'expérience par destination, tout en assurant une continuité entre chacune dans un cadre plus large.

2.2 La communication scientifique, au service de l'expérience touristique

La communication scientifique repose sur une mise en forme commune. Elle vise à élargir le cadre conceptuel et communicationnel des brochures touristiques en tant que produit *Atlantic Sunset*. Elle vise à transmettre aux visiteurs des connaissances relatives aux phénomènes des derniers couchers de soleil observables et à compléter la communication touristique en apportant davantage de connaissances vis-à-vis du phénomène observé.

La communication scientifique s'inscrit dans une mise en perspective à l'échelle européenne du phénomène des derniers couchers de soleil. Une carte et un tableau des derniers couchers de soleil par période permettent de localiser ce phénomène et de l'inscrire dans une échelle temporelle. En indiquant les différents endroits et périodes où le coucher de soleil le plus tardif est observable à l'échelle européenne, la communication scientifique cherche à détailler et à localiser le phénomène du dernier coucher de soleil.

Nom	Périodes des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe par Lieux	
São Vicente Caminha (Portugal)	20 octobre - 22 février	
Cabo da roca (Portugal)	22 février - 14 mars	30 septembre - 20 octobre
Cabo Touriñan (Espagne)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Pointe de Corsen (France)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Dunmore Head (Irlande)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Aghernagallagh (Irlande)	28 mars - 3 mai	10 août - 15 septembre
Cape Wrath (Royaume Uni)	3 mai - 10 août	
Nordkapp (Norvège)	3 mai - 10 août	

Tableau 1 : tableau des couchers de soleil par lieux, Jorge Mira Perez, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Des synthèses accompagnant les différents contenus scientifiques produits sont incluses dans la communication. Elles sont consacrées aux lieux où il est possible d'observer le coucher de

soleil le plus tardif d'Europe selon les périodes et aux périodes correspondantes par destination. Ces synthèses reprennent les travaux de Jorge Mira Perez et permettent aux lecteurs de comprendre les dynamiques d'évolution des périodes, qui s'effectuent par rapport à la ligne terminatrice.

Elle permet donc de participer à la cartographie des territoires. En effet, en passant d'une échelle européenne à une échelle locale, la communication scientifique permet de relier les connaissances scientifiques et la théorie à des possibilités concrètes d'observation. Le visiteur prend conscience d'un phénomène plus large en prenant connaissance d'autres lieux à l'échelle européenne, tout en faisant le lien avec le territoire de visite.

C'est dans ce registre que la communication scientifique s'inscrit. En présentant le phénomène du dernier coucher de soleil, elle permet de mettre en avant ce phénomène et de sensibiliser le visiteur à ce sujet. Ainsi, elle permet de conceptualiser la médiation touristique qui va, quant à elle, proposer une expérience en fonction du territoire autour du coucher de soleil.

2.3 La médiation touristique et la construction d'expérience

La médiation touristique constitue la deuxième dimension de ces brochures. Elle consiste à offrir une lecture touristique approfondie par territoire en recueillant les informations recueillies lors des visites de terrain. Elle met en avant les différents lieux d'observation, les pratiques touristiques, les aspects du territoire à valoriser et les expériences touristiques construites.

La première composante du contenu touristique concerne les lieux d'observation. Par destination, un lieu en particulier est sélectionné, car il suscite un intérêt majeur en tant que point d'observation et qu'il accueille également des aménagements, tels qu'une table panoramique et une caméra. Par destination, nous avons la sélection suivante : le Kulmino pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, la Pointe de Corsen pour le Pays d'Iroise et le toit du casino pour Pléneuf-Val-André. D'autres lieux complémentaires sont identifiés par les acteurs afin de diversifier l'expérience sur le territoire.

La deuxième composante repose sur la construction d'itinéraires et de parcours. En effet, ils permettent dans un premier temps de relier les différents lieux d'observation du territoire entre eux et d'inclure d'autres types d'équipements, tels que les loisirs, les offres d'hébergement, les bars et les restaurants sur le territoire. L'itinéraire peut proposer dans son ensemble une ou plusieurs expériences, qui seront ensuite structurées dans la mise en récit territorial. Cependant, il peut servir uniquement de logique pour intégrer des lieux dans un parcours, sans forcément devoir répondre à une logique d'expérience à lui seul. La fonction

de l'itinéraire permet donc d'articuler les pratiques de mobilités douces et de déambulation en tant que pratiques expérientielles liées aux couchers de soleil.

Les brochures peuvent associer le coucher de soleil à différentes pratiques. On peut avoir des pratiques de contemplation, des pratiques sportives et des pratiques de consommation. La mise en avant de ces pratiques repose en effet sur une stratégie touristique des acteurs et sur la réalité territoriale de chacune des destinations. Les événements constituent aussi une forme de pratique, car ils proposent une programmation encadrée (visites, festivals, soirées) lors de la temporalité du coucher de soleil.

La mise en récit territoriale permet de proposer un type d'expérience à l'échelle du territoire, par étapes d'itinéraire ou par parcours. Dans un premier temps, le slogan, qui figure sur la première de couverture, joue un rôle, car il permet d'évoquer auprès des touristes le type d'ambiance qu'ils peuvent trouver. Dans un second temps, le contenu textuel, figurant sur l'interface de communication touristique, permet une mise en récit large en proposant une offre sous différentes formes. L'objectif est de corréliser à la fois les lieux et les différentes pratiques autour d'une expérience type. Les pratiques d'observation, de consommation, de balades et de loisirs permettent d'articuler en détail l'expérience touristique. Cette mise en récit s'accompagne aussi d'une description paysagère liée à l'ambiance de chaque partie des territoires.

Ce type d'adaptation permet de distinguer, par territoire, un certain type de narration. Pour la Pointe de Corsen, sa position géographique comme point le plus occidental de France métropolitaine et les phares seront mis en avant. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, l'identité autour de la Côte de Lumière et la diversité territoriale mêlant forêt et attrait balnéaire figureront en tant que thématiques principales. Enfin, pour Pléneuf-Val-André, la brochure s'oriente autour de la contemplation du coucher de soleil et de l'observation du territoire autour des thématiques du bien-être, de la nature et du patrimoine.

La médiation touristique propose une mise en récit du territoire par rapport à la thématique des couchers de soleil. En proposant une expérience à vivre sur chaque territoire, elle propose une perspective de développement touristique autour de la thématique du coucher de soleil. Ainsi, en suivant la logique du contenu touristique, chaque brochure propose aux territoires une certaine valorisation de celui-ci par le coucher de soleil.

3. La présentation des brochures par territoire

Après avoir défini la structure globale des brochures touristiques *Atlantic Sunset*, la production des brochures constitue l'étape finale. Effectivement, chacune des brochures correspond aux attentes exprimées des acteurs en matière des communications touristiques et scientifiques, de récit territorial, ainsi que des pratiques et offres à valoriser. Le choix du support et de la mise en forme des contenus a été adapté en fonction des résultats recueillis lors des entretiens et des terrains sur les différents territoires.

Les brochures suivent donc la structure commune précédemment adaptée, afin de suivre une certaine cohérence vis-à-vis du projet. Le contenu de chaque brochure dépend, en revanche, de la spécificité de chaque territoire. C'est pourquoi les expériences et les tons associés à chaque territoire ont été formulés en suivant les résultats recueillis. C'est dans ce contexte que nous présentons les différentes brochures des trois destinations.

3.1 Pays d'Iroise

La première brochure a été conçue pour le territoire du Pays d'Iroise, dont le lieu phare est la Pointe de Corsen. La thématique du coucher de soleil associée à cette brochure est l'heure crépusculaire. Le slogan associé au territoire est le suivant : « Rêver le crépuscule au bout du monde ». Le choix de ce slogan vise à mettre en avant la localisation exceptionnelle de la Pointe de Corsen et à souligner cette image du crépuscule, associée au concept de « petite fin du monde » de Guillaume Aubry (2022). C'est autour de cette thématique que reposent les choix de photographies de couverture et de fond. Sur la première de couverture ainsi que sur les pages de médiation touristique et scientifique figurent des images prises depuis la Pointe de Corsen durant la temporalité du crépuscule. La première image a été prise en 2025 par un ancien stagiaire. La seconde image, utilisée comme image de fond, a été prise lors de la visite de terrain à la Pointe de Corsen, le 21 mai 2026.

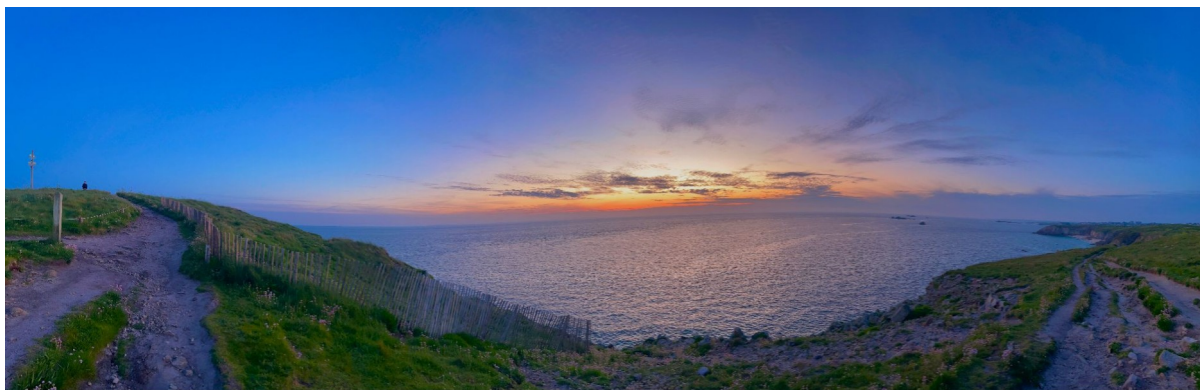


Figure 32 : photographie panoramique depuis la pointe de Corsen, Alan Gema, *Atlantic Sunset*

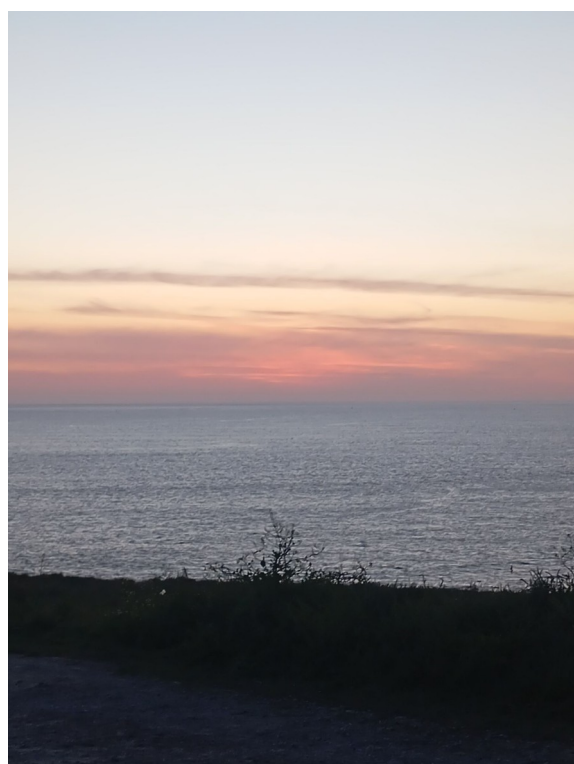


Figure 33 : photographie du Crépuscule, Pointe de Corsen, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le format choisi pour la brochure touristique du Pays d'Iroise est la Z-card. Le choix de ce format a été discuté avec Arnaud Dubois, directeur de l'Office de Tourisme du Pays d'Iroise. L'objectif était de proposer un support qui ne prenne pas beaucoup de place en tant qu'objet et qui, dans sa forme dépliée, permette de proposer un contenu détaillé ainsi qu'un espace cartographique large. Ainsi, elle reprend la structure commune imposée pour l'ensemble des brochures.

La partie recto est consacrée à la communication scientifique autour des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe. La carte des lieux d'observation des derniers couchers de soleil par période ainsi que les périodes par destination sont incluses dans la communication scientifique.

Ces supports sont accompagnés de synthèses : l'une décrit la carte des lieux où les couchers de soleil sont les plus tardifs, tout en présentant l'évolution du terminateur ; la deuxième décrit l'évolution des périodes des derniers couchers de soleil à l'échelle des territoires. Deux pages sont consacrées aux couchers de soleil tardifs à l'échelle du territoire français ainsi qu'à une synthèse liée à la place du coucher de soleil sur la Pointe de Corsen. Cette dernière s'accompagne d'un tableau qui prend en compte les dates de transition, la période du dernier coucher de soleil européen, la localisation et le coucher de soleil le plus tardif sur le site. Ces détails sur la Pointe de Corsen inscrivent ainsi le site comme un lieu identifié par la recherche et permettent de le relier à la thématique des couchers de soleil.

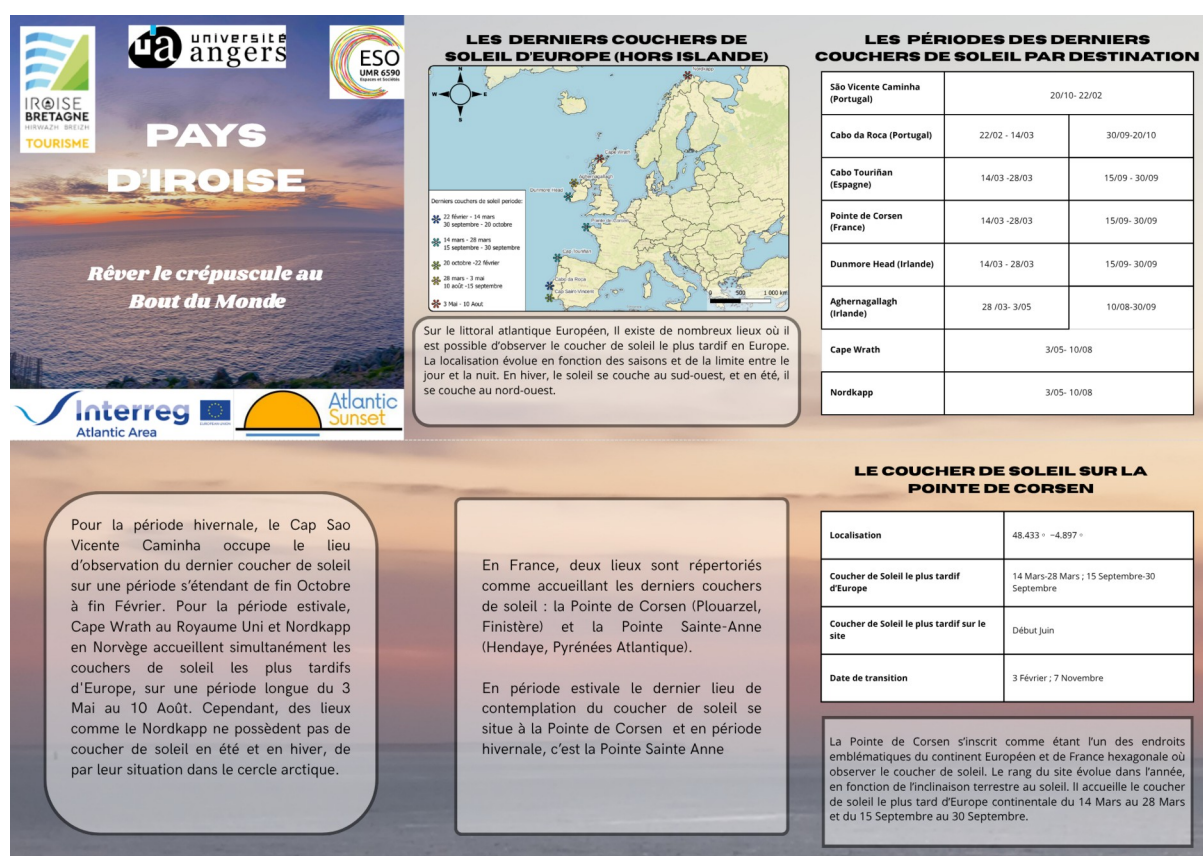


Figure 34 : page recto de la brochure pour le Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

La communication touristique s'articule autour d'un itinéraire réparti sur trois jours. Chacun des jours est associé à un lieu d'observation parmi les suivants : la Pointe Saint-Mathieu, la presqu'île de Kermorvan et la Pointe de Corsen. La Pointe de Corsen figure en dernière position, car elle caractérise le lieu phare et emblématique de la brochure. Les phares de Kermorvan, de Saint-Mathieu et de Trézien sont inclus sur la carte et dans la communication en tant que lieux emblématiques.

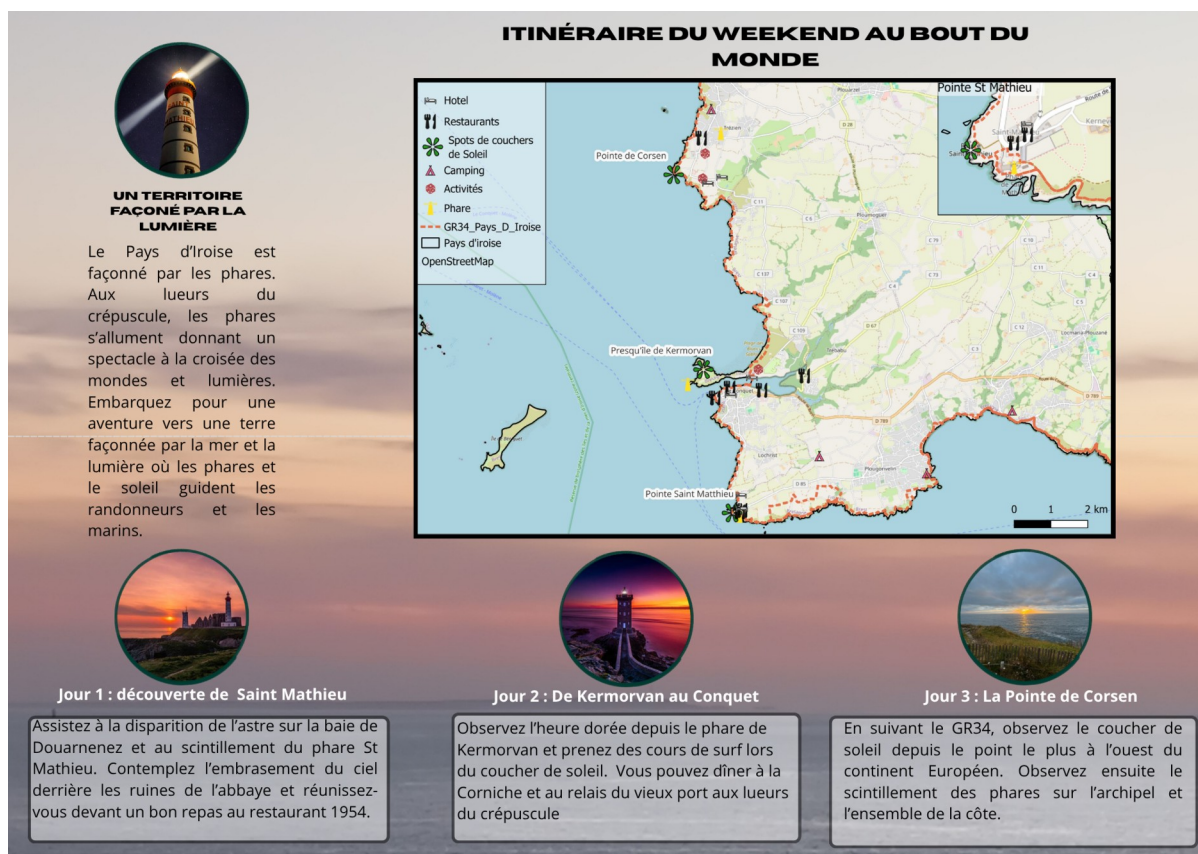


Figure 35 : page verso de la brochure à destination du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le GR34 figure dans la brochure comme le principal support d'itinérance du territoire. En effet, régulièrement fréquenté par les randonneurs, l'itinéraire proposé met en avant la randonnée et les promenades comme principales pratiques de mobilité douce. Cet itinéraire associe ainsi la randonnée à une pratique de contemplation du coucher de soleil. Par ailleurs, les activités liées à la visite ainsi que les activités nautiques, telles que le surf, ont été incluses dans l'itinéraire touristique. Les offres de restauration et d'hébergement proposent aux touristes une expérience de consommation permettant de contempler le coucher de soleil. Des vignettes photographiques permettent enfin d'illustrer en détail chacune des destinations.

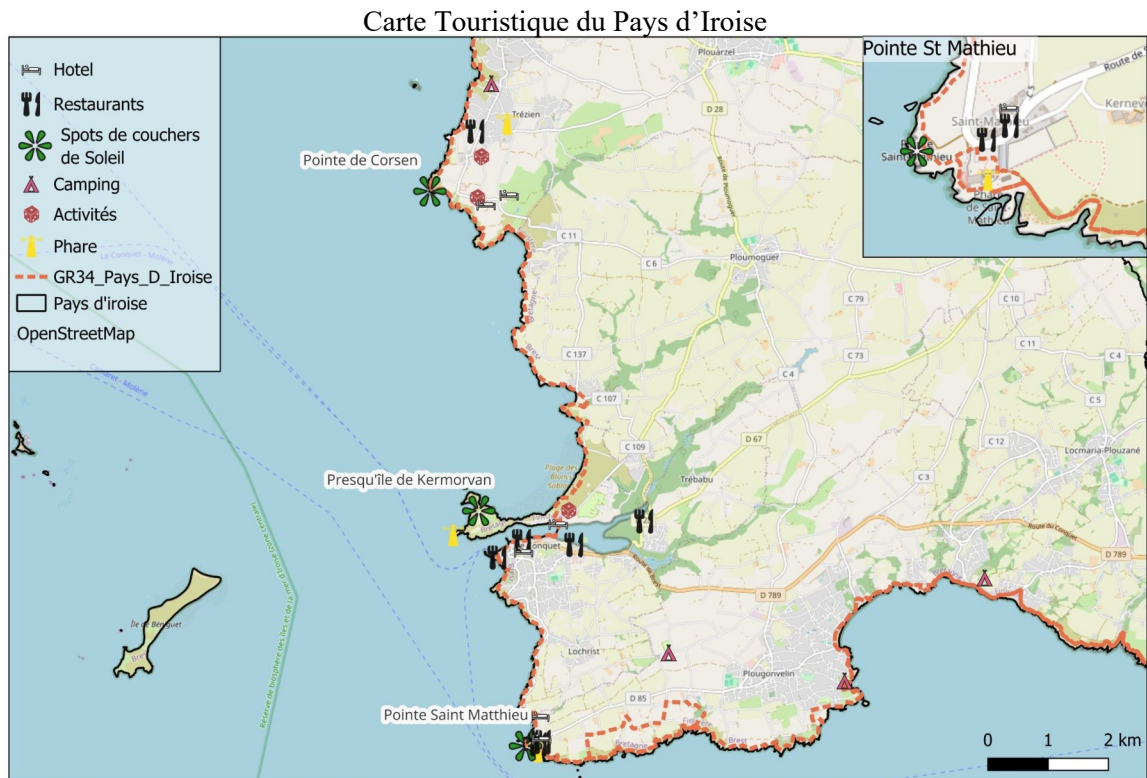


Figure 36 : carte touristique du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

3.2 Pléneuf Val-André

Pour Pléneuf-Val-André, la brochure s'articule autour de la thématique de la disparition de l'astre, apparentée à l'Acte II dramatique défini par Guillaume Aubry (2022). Le slogan associé au territoire de Pléneuf-Val-André est « Méditer le soir à Pléneuf ». Il vise à associer l'expérience touristique du coucher de soleil à Pléneuf-Val-André autour d'une approche méditative. Les images figurant au recto et au verso de la brochure sont des photographies du coucher de soleil prises au-dessus de la mer depuis la digue et le toit du casino.

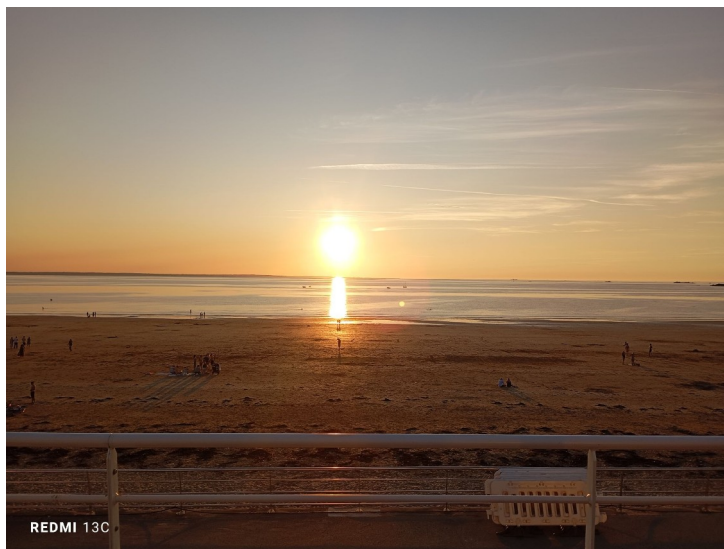


Figure 37 : photographie coucher de soleil, Digue de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

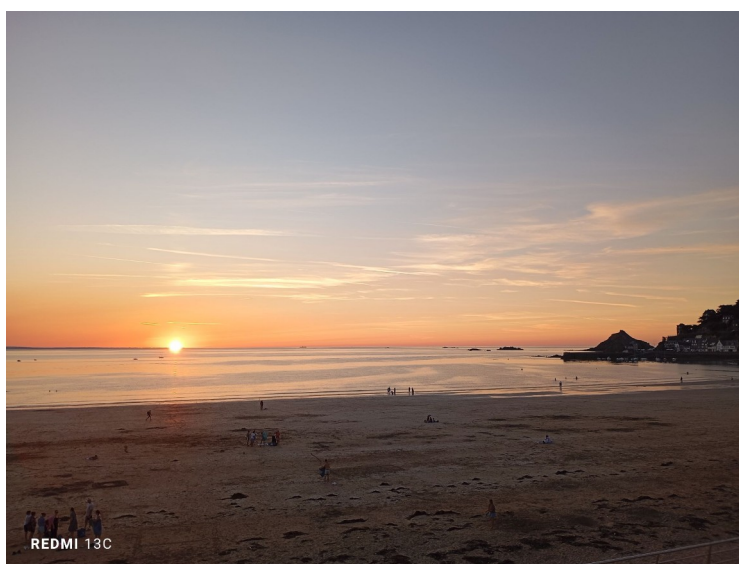


Figure 38 : photographie coucher de soleil, Digue de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Le format choisi pour la brochure consacrée à Pléneuf-Val-André est un livret de quatre pages. Le choix de ce support vise à proposer une communication touristique complète dans la partie intérieure du livret. La partie extérieure est dédiée à la première de couverture et à la synthèse scientifique des lieux d’observation des couchers de soleil.

La communication scientifique a été raccourcie, à la demande du directeur de l’Office de Tourisme, Vincent Lucas, afin de laisser davantage de place à la médiation touristique. Elle

s'articule autour de la localisation géographique des derniers couchers de soleil d'Europe, en mettant en avant la carte des lieux où les derniers couchers de soleil sont observables selon les périodes ainsi qu'une synthèse présentant l'évolution géographique du phénomène et celle de la ligne terminatrice.



Figure 39 : page recto de la brochure pour Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

La médiation touristique s'articule autour de trois parcours : un parcours bien-être, un parcours patrimoine et un parcours nature. Sur ces différents parcours, nous avons inclus les points de vue suivants : le corps de garde de Dahouët, le point de vue de la Guette, le Casino Partouche Val-André, la promenade de Lingouare, le point de vue de la Grève des Vallées et les dunes de la Ville Berneuf. Pour chacun des parcours, une expérience thématique est proposée :

- Pour le parcours bien-être, une balade associée à la contemplation est proposée, avec une étape finale au port de Dahouët.
- Pour le parcours patrimoine, l'attrait historique des villas est mis en avant. Une expérience de consommation est proposée depuis les deux restaurants de la digue, tout en permettant d'observer le coucher de soleil.

- Pour le parcours nature, une longue balade depuis la digue jusqu'aux dunes de la Ville Berneuf est proposée. Elle associe une pratique de randonnée à d'autres pratiques sportives, telles que le golf et le surf.

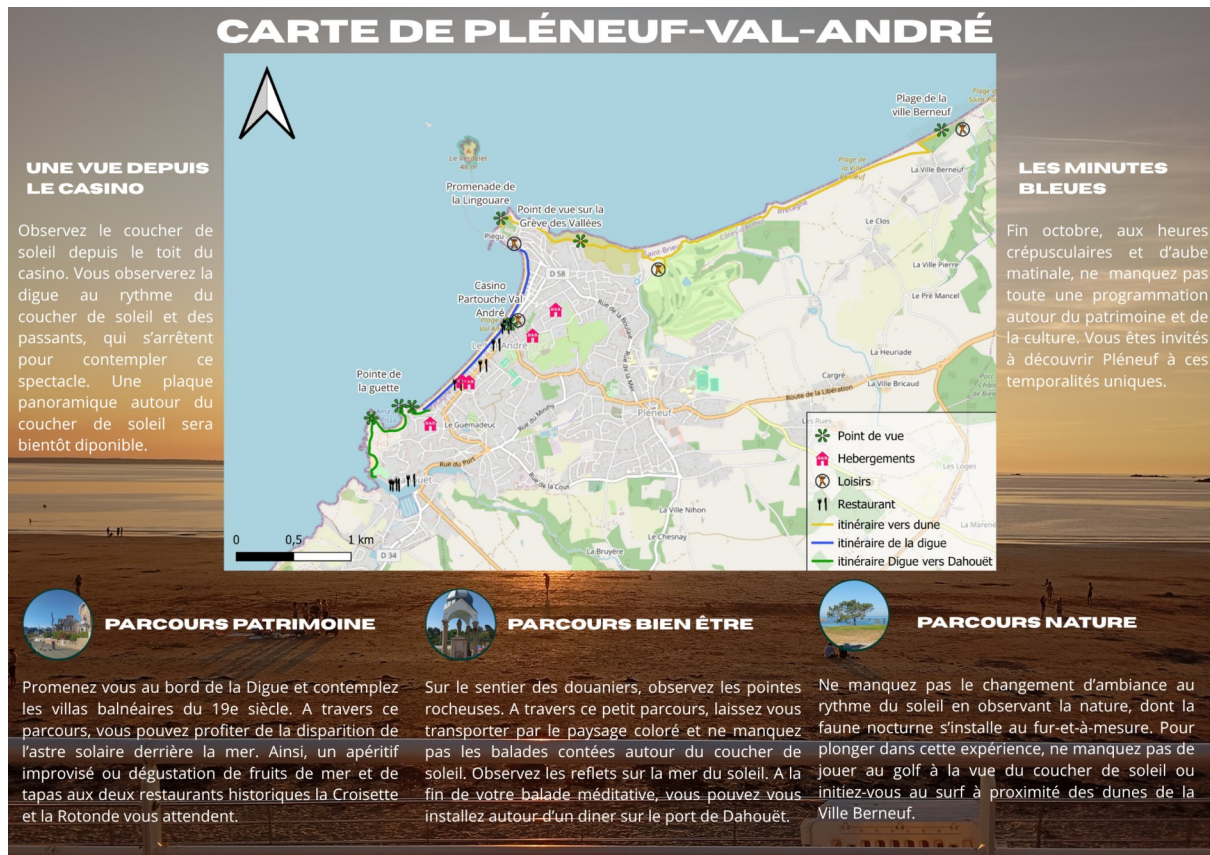


Figure 40 : page verso de la brochure pour Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Par ailleurs, les aménagements relatifs au projet sont mentionnés. Il est précisé qu'un aménagement futur comprenant une plaque panoramique est prévu sur le toit du casino, ainsi que la présence d'une webcam. Le festival *Les Minutes Bleues* figure également dans la brochure afin de l'intégrer comme une offre touristique liée aux temporalités du coucher de soleil.

Carte Touristique de Pléneuf Val-André

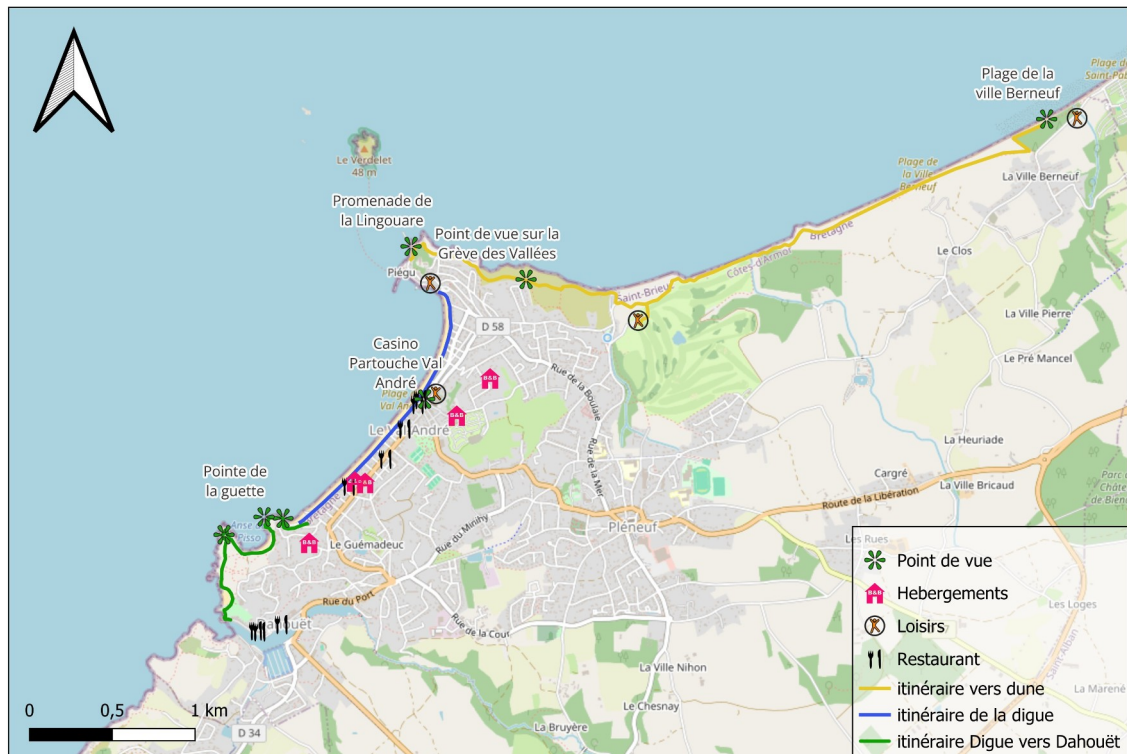


Figure 41 : proposition carte touristique Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

3.3 Pays de St Jean de Monts

La brochure pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts est conçue pour proposer une offre touristique à un public familial. Elle s'articule principalement autour de la thématique de l'heure dorée, qui s'apparente au premier acte de la contemplation défini par Guillaume Aubry (2022). Le slogan qui figure sur la première de couverture est le suivant : « Célébrer la Côte de Lumière ». Le choix de ce slogan fait référence à l'aspect festif et balnéaire du territoire, ainsi qu'à l'identité de la Côte de Lumière, qui fait partie de l'offre touristique et territoriale. Pour rester dans cette thématique, les deux images utilisées pour la première de couverture et comme image de fond représentent des couchers de soleil depuis la plage de Notre-Dame-de-Monts au moment de l'heure dorée.



Figure 42 : photographie plage de Notre-Dame-de-Monts, Alan Gema, *Atlantic Sunset*



Figure 43 : photographie Plage Notre Dame de Monts, Alan Gema, *Atlantic Sunset*

Le support de la brochure est un dépliant de trois pages. En concertation avec les acteurs, Michel Arnaud et Benjamin Senard, le choix de ce support peut être intéressant s'il est digitalisé. Cette proposition fait référence au fait que l'Office de Tourisme et les lieux de visite impriment une quantité importante de brochures et qu'une communication digitale peut être intéressante pour éviter une quantité trop importante d'impressions, tout en proposant une méthode de communication plus directe et nouvelle.

La communication scientifique met en avant la carte des lieux d'observation des derniers couchers de soleil ainsi que le tableau des périodes des derniers couchers de soleil par destination, accompagnés des synthèses. Les acteurs étaient favorables à la communication

scientifique, car elle permet de relier l'identité du territoire autour de la lumière solaire à un sujet de recherche scientifique.



Figure 44 : page recto de la brochure pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

La communication touristique est présentée comme un catalogue. En effet, quatre zones du territoire sont présentées, proposant chacune une expérience :

- Le Kulmino, qui propose une expérience autour des soirées consacrées aux couchers de soleil.
- La Barre-de-Monts-Fromentine, avec une expérience de contemplation du coucher de soleil depuis la gare maritime de Fromentine et une expérience de randonnée dans la forêt domaniale.
- L'esplanade de la mer à Notre-Dame-de-Monts, avec une expérience de balade et de consommation face au coucher de soleil.
- Le front de mer de Saint-Jean-de-Monts, avec une expérience de restauration face au coucher de soleil.

Des noms de restaurants sont également mentionnés afin de proposer un petit annuaire d'adresses.

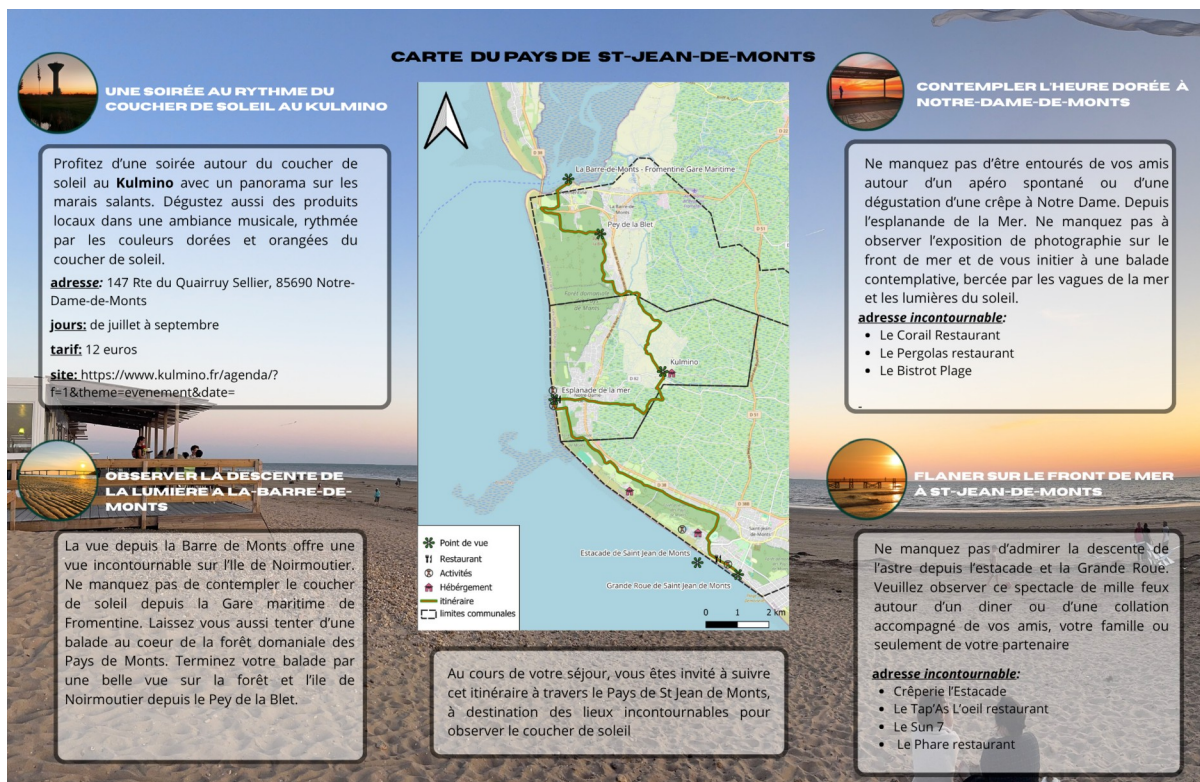


Figure 45 : page verso de la brochure pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Un itinéraire, s'articulant autour des voies cyclables, est proposé. Il relie les différents points de vue suivants : la gare maritime de Fromentine, le Pey de la Blet, le Kulmino, l'esplanade de la mer de Notre-Dame-de-Monts, l'estacade et la grande roue de Saint-Jean-de-Monts. Cet itinéraire propose de relier les différentes étapes du territoire afin d'associer le vélo à une pratique de contemplation du coucher de soleil et à la découverte des différents aspects du territoire.

Carte Touristique du Pays de Saint-Jean de Monts

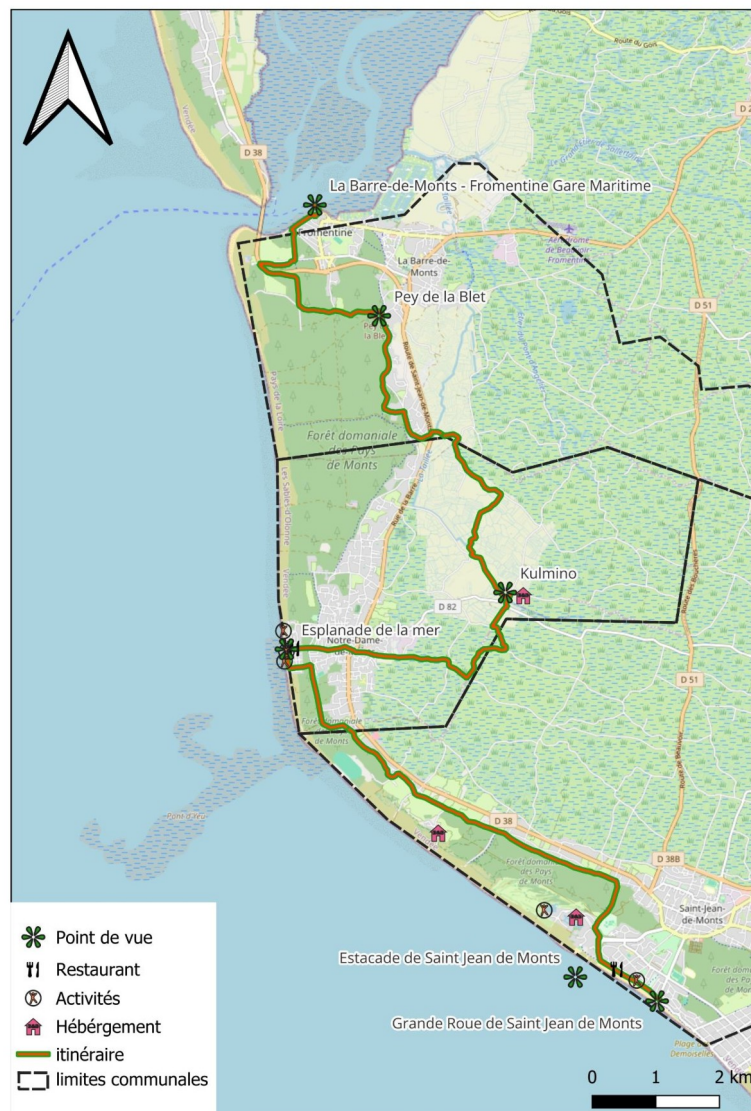


Figure 46 : proposition de carte touristique pour le Pays de Saint Jean de Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

3.4 Limites des résultats

La production de ces brochures comportent néanmoins certaines limites. Dans un premier temps, elles n'ont été que le résultat de relevés de terrains, de propositions recueillies lors des entretiens et du diagnostic territorial. Bien que les lieux d'observations soient utilisés déjà par les touristes et reconnus par les acteurs, les itinéraires tracés ne sont qu'une proposition, qui n'a donc pas été testé auprès des touristes.

La deuxième limite est qu'elles ont été conçues directement après le recueil des données nécessaires. Elles constituent seulement des éléments prospectifs, de propositions à soumettre aux acteurs. Elles n'ont pas encore eu un accord provenant des acteurs afin de mesurer un impact réel à l'échelle des touristes et du territoire. Enfin, elles ne constituent donc pas la forme finale à présenter auprès des touristes. Ils restent donc susceptibles d'évoluer en fonction du graphisme, de la production de nouvelles cartes et des nouvelles infrastructures à inclure. Les éléments constitutifs de l'offre, tels que les événements, les lieux d'observations, peuvent évoluer en fonction du renouvellement des offres.

La conception de ces brochures permet ainsi de proposer une déclinaison territorialisée de l'offre *Atlantic Sunset*. Chaque support s'adapte aux caractéristiques et aux pratiques touristiques propres à son territoire. Il convient désormais d'analyser la manière dont le coucher de soleil peut s'inscrire plus largement dans les stratégies touristiques et contribuer au renouvellement de l'offre.

Partie 4: Les stratégies territoriales et promotionnelles mises en place dans la valorisation des coucher de soleil

1. Le coucher de soleil, une ressource mobilisée dans la communication territoriale

La production des brochures dans le cadre de la campagne *Atlantic Sunset* permet de souligner que le coucher de soleil reste une ressource paysagère pouvant être utilisée dans la communication touristique et territoriale. En effet, si les brochures permettent de mettre en avant la place que peut occuper le phénomène solaire dans l'offre touristique des territoires pilotes, elles reprennent également des formes de communication déjà utilisées sur les destinations du littoral Atlantique. Le coucher de soleil devient un support de communication, qui permet de mettre en récit le territoire et de renforcer l'attractivité en donnant une identité paysagère distinguée. La construction de cette image de la destination avec le coucher de soleil permet de mettre en valeur chaque territoire, en utilisant des outils de communication numérique et en promouvant une communication entre les acteurs.

1.1 Une ressource paysagère intégrée au récit des destinations

La production des brochures *Atlantic Sunset* et les entretiens montrent dans un premier temps que le coucher de soleil devient une ressource paysagère. La littérature met déjà en évidence cette notion, avec Guillaume Aubry (2022), qui rapproche le coucher de soleil de la notion de paysage. Suley Campos Franco (2012) définit le paysage comme une construction de représentations et de pratiques. C'est à partir de ces notions que les entretiens montrent que, pour les acteurs du territoire, le coucher de soleil constitue un élément permettant de proposer un récit et de mettre en scène un territoire.

Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, l'association de l'identité territoriale au qualificatif « Côte de Lumière » par Benjamin Senard et Michel Arnaud démontre que le soleil, en tant qu'objet du paysage, est représenté par les habitants et les acteurs comme un élément important de l'identité territoriale. Ainsi, cette interprétation s'inscrit dans le paysage-représentation introduit par Campos Franco (2012), où le coucher de soleil est associé au paysage de la côte vendéenne, représenté par la mer, l'horizon, les plages et la luminosité. Cette association contribue à représenter le littoral vendéen comme étant lumineux.

Pour le Pays d'Iroise, le rôle du coucher de soleil dans le paysage-représentation (Campos Franco, 2012) apparaît également dans l'image du « bout du monde », avec la Pointe de Corsen comme point le plus occidental de France métropolitaine, ainsi que dans l'identité maritime du territoire, représentée par la présence des phares. Arnaud Dubois définit le coucher de soleil comme une temporalité clé du territoire, car il précède directement le scintillement et l'allumage des phares. Le coucher de soleil participe donc à une image du Pays d'Iroise fondée sur sa position géographique et son identité maritime.

Cependant, pour Pléneuf-Val-André, le rôle du coucher de soleil dépend davantage du paysage-spectacle (Campos Franco, 2012), principalement associé aux pratiques qui lui sont liées. Pour Vincent Lucas, le coucher de soleil ne fait pas partie de l'identité paysagère territoriale. Son usage en tant que ressource paysagère repose sur les pratiques exercées, notamment la photographie, les apéritifs entre amis ou les moments intimes en couple. Vincent Lucas précise également que le coucher de soleil plaît et permet des moments de convivialité et d'intimité entre amis, en famille ou en couple. La valorisation du coucher de soleil s'inscrit ainsi dans une démarche qui vise à attirer davantage de visiteurs.



Figure 47 : coucher de soleil depuis la plage de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Dans ce cas, le coucher de soleil est principalement mobilisé en tant que paysage-spectacle, car il est rattaché à l'observation et aux pratiques qui lui sont associées. Toutefois, sa mise en

spectacle permet de contribuer progressivement à la création d'une identité paysagère liée à la contemplation, à la convivialité, à l'intimité et à l'expérience du littoral. À l'inverse, pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, la représentation du coucher de soleil dans l'identité paysagère permet ainsi sa mise en spectacle, notamment à travers l'organisation des soirées consacrées aux couchers de soleil au Kulmino et la communication développée autour de celui-ci.

À une plus petite échelle, les spots d'observation des couchers de soleil, identifiés par les acteurs, contribuent également à renforcer ce rôle du coucher de soleil en tant que paysage-spectacle, et participent à la création et à la perpétuation de son rôle dans la construction du paysage-représentation des destinations. Par exemple, pour le Pays d'Iroise, les lieux d'observation principalement associés aux phares, dont la presqu'île de Kermorvan et la Pointe Saint-Mathieu, ainsi que la Pointe de Corsen, sont des lieux emblématiques. Leur identification comme spots d'observation des couchers de soleil permet ainsi d'associer un phénomène naturel à des éléments patrimoniaux et paysagers caractéristiques du territoire. Le coucher de soleil s'inscrit alors davantage dans une expérience touristique de découverte du territoire que seulement en tant que phénomène naturel.

En fonction du contexte territorial et de l'identité paysagère, le coucher de soleil est à la fois associé à une représentation paysagère d'un territoire et à un élément de mise en scène du territoire. En effet, bien que ces rôles soient distincts selon les territoires, les notions de représentations et de pratiques restent cependant liées entre elles, contribuant à valoriser le coucher de soleil en tant que ressource complémentaire aux spécificités de chaque territoire. C'est dans ce registre que s'inscrit la communication marketing, qui va interpréter ces représentations et ces pratiques en expériences proposées aux visiteurs.

1.2 Un usage marketing différencié en fonction des destinations

La communication des acteurs des territoires autour du coucher de soleil contribue à sa valorisation en tant que ressource paysagère. Si nous avons pu étudier précédemment les différents rôles que le coucher de soleil peut exercer dans la valorisation de l'image d'une destination, les différentes formes de supports, tels que les brochures, les réseaux sociaux et la photographie, participent à la représentation et à la mise en scène du territoire par le coucher de soleil.

En expliquant la manière dont les cartes postales façonnent l'image d'une destination, Benjamin Caillaud (2021) explique que le rôle des supports de communication est de représenter un territoire à travers les caractéristiques et les pratiques qui lui sont associées.

Cette approche se rapproche des notions de paysage-représentation et de paysage-spectacle de Campos Franco (2012), dans la mesure où les supports de communication sélectionnent certains éléments des territoires pour les représenter et les mettre en scène auprès des visiteurs. Les stratégies de communication des offices de tourisme suivent ainsi une logique consistant à représenter une destination en la mettant en scène dans leur communication.

Ainsi, afin d'intégrer la mise en récit propre à chaque territoire au sein des brochures *Atlantic Sunset*, il apparaît nécessaire d'identifier la manière dont les acteurs communiquent autour des couchers de soleil. L'analyse des pratiques de communication de chaque territoire permet de comprendre les formes de valorisation existantes et la manière dont celles-ci seront interprétées dans les brochures.

1.2.1 Une communication présente utilisée par les acteurs du territoire

La communication joue un rôle important en tant qu'outil de représentation d'une destination touristique. En effet, les entretiens réalisés auprès des acteurs des trois territoires montrent que le coucher de soleil est déjà utilisé dans la communication touristique et territoriale. D'un point de vue global, cette communication repose essentiellement sur la diffusion de photographies et de vidéos, les publications sur les réseaux sociaux et une mise en réseau avec les offres d'hébergement et de restauration.

À Pléneuf-Val-André, Vincent Lucas souligne l'importance des photographies et des vidéos mettant en valeur le coucher de soleil. Il explique que cette tendance fonctionne car le coucher de soleil plaît en général et qu'elle suscite un retour globalement positif auprès des internautes. L'utilisation du coucher de soleil au sein de la communication permet toutefois de renforcer l'attractivité du territoire. Ainsi, en mettant en avant le territoire à travers le paysage, les pratiques et le coucher de soleil, Vincent Lucas précise que cette méthode permet de donner une forme d'immersion à ceux qui souhaiteraient visiter la station.

On constate donc que cette communication autour du coucher de soleil repose sur deux notions définies par Guillaume Aubry (2022) : le *Stimmung* paysager et l'universalité de la beauté du coucher de soleil. Michel Arnaud, de l'Office de Tourisme du Pays de Saint-Jean-de-Monts, affirme que les publications avec des couchers de soleil sont celles qui sont les plus appréciées. Pour qu'une publication soit davantage appréciée des visiteurs, des éléments paysagers doivent apparaître. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, des photographies de l'estacade de Saint-Jean-de-Monts sont ainsi utilisées. Vincent Lucas précise que le coucher de soleil doit être impérativement associé au paysage.



Figure 48 : photographie du coucher de soleil à l’espacade de Saint-Jean-de-Monts, site de l’office de Tourisme du Pays de de Saint Jean de Monts

C’est à travers ce registre que les offices de tourisme ne communiquent pas seulement sur les réseaux sociaux. En effet, sur les sites des offices de tourisme, nous pouvons retrouver des pages dédiées aux meilleurs spots d’observation des couchers de soleil. Michel Arnaud souligne que, sur le site de l’Office de Tourisme, une page dédiée aux plus beaux couchers de soleil est publiée. Elle met en avant différents éléments paysagers, tels que la grande roue, la pergola de Notre-Dame-de-Monts et les pêcheries du Porteau, tout en proposant un récit autour de ces différents spots identifiés. Sur ces pages, la photographie permet de donner une image directe du territoire, accompagnée d’un récit textuel qui propose une mise en récit fondée sur les tonalités, les couleurs et les ambiances.

Les supports papier représentent également des formats utilisés par les acteurs. Sur le territoire du Pays de Saint-Jean-de-Monts, une communication par support papier autour des soirées consacrées aux couchers de soleil au Kulmino existe. Cependant, la communication papier reste peu appréciée des touristes. Benjamin Senard et Michel Arnaud précisent ainsi que les touristes sont « bombardés » de communications par brochure et qu’ils préfèrent un format plutôt digital, notamment par QR code.

Les acteurs du territoire ne sont pas les seuls à communiquer autour des couchers de soleil. En effet, les offres d’hébergement et de restauration utilisent également le coucher de soleil comme outil de valorisation. Michel Arnaud mentionne le fait que l’Office de Tourisme n’a

pas besoin d'interférer avec les acteurs privés, car ils valorisent déjà leurs offres en mettant le coucher de soleil en arrière-plan. Arnaud Dubois précise également que les offres d'hébergement, notamment les campings et les locations de vacances, mettent en avant leur offre en incluant le coucher de soleil. Ainsi, les sites d'hébergement comme *Booking.com* ou *Tripadvisor* contribuent à intensifier cette tendance.

Par conséquent, la communication permet également une mise en réseau des sites patrimoniaux avec les offres de restauration et d'hébergement. Arnaud Dubois précise que les offres de restauration et d'hébergement situées à proximité d'un site ou d'un point de vue emblématique peuvent communiquer autour de cette proximité et bénéficier des visiteurs et de la clientèle venus voir ces sites. De ce fait, nous pouvons constater qu'une communication autour des couchers de soleil existe déjà et qu'elle est portée autant par les acteurs du tourisme que par les acteurs privés. On constate également que chacun profite de la beauté universelle que dégage le coucher de soleil et que tant la destination que les offres de restauration et d'hébergement tentent de capitaliser dessus. Toutefois, les objectifs restent différenciés en fonction des territoires.

1.2.2 Des stratégies de communication différenciées selon les territoires

L'analyse des entretiens met en évidence que les stratégies de communications des territoires reposent sur chacune des spécificités territoriales et répondent à des besoins spécifiques aux territoires. De ce fait, si le coucher de soleil apparaît comme un phénomène générique et commun aux trois territoires, son rôle dans la représentation et la mise en scène du territoire repose donc sur les aspects paysagers, la présence de pratiques et les offres à mettre en avant. Ces trois dimensions articulent ainsi les stratégies de chaque territoire.

On peut voir dans un premier temps, que la communication met en avant l'identité du territoire afin de mettre en avant et diversifier ses pratiques. Pour le Pays de St Jean de Monts, le coucher de soleil est apparenté aux acteurs interrogés et dans les publications à la plage, l'horizon, et la mer. Différents points de vue emblématique proches de la mer, tels que la pergolas de Notre Dame de Monts et l'estacade de St Jean de Monts seront mis davantage en avant. Cependant, on peut constater que l'horizon est le terme le plus polyvalent. En effet, d'autres attraits du territoire, tels que les Marais, les forêts ou les pêcheries seront mises en avant, permettant de diversifier à la destination l'image balnéaire qui lui a été tant attribué, tout en mettant en avant d'autres aspects du territoire. Lors des entretiens, Benjamin Senard et Michel Arnaud précisent que l'identité du territoire s'apparente autant à l'attrait balnéaire

que à son arrière pays, façonné par la culture maraîchine. Ainsi, en mettant en avant des lieux plus accessibles, et des lieux plus reculés, l'office de tourisme choisit donc de diversifier son image.

Pour le Pays d'Iroise, la communication autour du coucher de soleil peut sembler similaire. Sur le site, une page dédiée, qui met en avant les plus beaux spots d'observations du couchers de soleil s'intitule "Au pays du soleil couchant". Ce qualificatif met en avant la position géographique occidentale de la destination et rappelle qu'elle constitue l'un des derniers lieux où le coucher de soleil peut s'observer depuis la terre ferme. Cependant, contrairement au Pays de St Jean de Mont, la communication met en avant surtout l'identité maritime du territoire. On observe donc sur les photographies les phares, les pointes rocheuses ainsi que les reflets de la mer. Ici, le coucher de soleil est utilisé pour mettre en avant l'aspect maritime du territoire, représenté par les phares. Ainsi, il est utilisé afin de compléter une identité territoriale bien fondée.



Figure 49 : page coucher de soleil sur la mer, site Iroise Bretagne tourisme

On observe toutefois que la promotion du territoire par le coucher de soleil n'est pas affilié seulement à la place de ce phénomène dans l'identité territoriale. Vincent Lucas précise que le coucher de soleil est utilisé à des fins d'attractivités. Bien que la communication s'apparente aussi à la mise en avant des paysages par le coucher de soleil, elle se caractérise surtout par l'aspect contemplatif. Ainsi, le coucher de soleil est mis en scène à travers différents éléments du patrimoine, tels que l'observatoire depuis le port de Dahouët, la digue et le terrain de golf. Comme nous précise Vincent Lucas, cette mise en scène est davantage

mise en avant par l'aspect nuageux du ciel, se mélangeant au reflet du coucher de soleil. Cette mise en scène se définit aussi par la présence de personnes, observant le paysage, ou de lieux, comme le casino et les villas de la Digue, mettant en avant l'attrait balnéaire historique de la station. La stratégie préfère se construire autour d'une mise en scène contemplative basée autour des paysages et d'une mise en avant de pratiques tels que les apéritifs entre amis, les séances au terrain de golf, dans l'objectif de créer une image de la destination.

Ainsi, en analysant la communication ainsi que les entretiens, on constate que le coucher de soleil constitue un élément complémentaire de l'identité touristique des destinations. Il peut renforcer une image existante du territoire sans nécessairement devenir son principal marqueur. La ressource est ainsi mobilisée en fonction des caractéristiques locales et des objectifs des acteurs : prolonger et diversifier l'identité lumineuse du pays de St Jean de Monts, mettre en avant l'identité maritime du Pays d'Iroise et créer une identité contemplative et conviviale pour Pléneuf Val-André.

La mise en communication du coucher de soleil apparaît donc comme une démarche principalement fondée sur l'association entre un phénomène universel et des caractéristiques territoriales particulières. Cette articulation entre le phénomène, le paysage et les pratiques permet ensuite de construire un récit touristique propre à chaque destination. C'est précisément cette mise en récit qui est reprise et adaptée dans les brochures réalisées dans le cadre d'*Atlantic Sunset*.

1.3 La mise en récit du coucher de soleil dans la communication touristique: le cas des brochure

Ces différentes stratégies de communication constituent également un point d'ancrage dans le cadre de la conception des brochures. En s'appuyant sur les différentes conceptions du paysage introduites par Campos Franco (2012), elles permettent ainsi d'articuler la mise en récit du coucher de soleil au sein des brochures. Ainsi, les brochures permettent de traduire les spécificités de chaque territoire dans un récit touristique adapté.

Les slogans, choisis pour chaque brochure, s'inscrivent dans ce registre. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, « Célébrer la Côte de Lumière » permet de lier l'image de la côte vendéenne à l'identité balnéaire du territoire. Pour le Pays d'Iroise, « Rêver le crépuscule au bout du monde » permet de mettre en avant la Pointe de Corsen comme le lieu phare du territoire et le crépuscule comme la temporalité à partir de laquelle le territoire se révèle, en faisant notamment allusion au début du scintillement des phares. Ces deux slogans permettent

ainsi de lier une action à une image ou à un lieu emblématique, afin de faire de ces territoires des lieux de pratiques associés aux couchers de soleil. Ils contribuent à transformer une représentation paysagère en proposition d'expérience, associée à des pratiques. Pour Pléneuf-Val-André, le slogan « Méditer le soir à Pléneuf » vise à associer les pratiques intimes, de contemplation et de convivialité autour d'une expérience plus large, associable à la destination. Ainsi, ce slogan propose d'associer une expérience à l'image de la destination.

Le choix des slogans se rapproche d'une esthétique définie par les actes proposés par Guillaume Aubry (2022), en les liant à une temporalité du coucher de soleil et aux spécificités territoriales. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, le choix de l'acte de l'éblouissement, lié à l'heure dorée, se rapproche de l'identité du territoire autour de la Côte de Lumière ainsi que de son identité balnéaire. Guillaume Aubry définit l'acte de l'éblouissement comme un moment où les individus défient le soleil en le regardant. Le mot « célébrer » revient à exprimer une action et un moment où le soleil, qui commence à se coucher, est à une hauteur suffisante pour dégager sa lumière. Ainsi, le lien entre l'heure dorée et la lumière encore vive rapproche le choix esthétique du qualificatif « Côte de Lumière ».

Pour Pléneuf-Val-André, la temporalité qui lui est associée est la disparition de l'astre, rattachée à l'acte dramatique (Aubry, 2022). « Méditer renvoie à l'évocation du moment où le coucher de soleil prend sa dimension contemplative, au moment du « soir », moment d'introspection du passé et d'anxiété pour l'avenir (Ribet, 2007 ; Aubry, 2022). Ainsi, le choix de la disparition de l'astre et de ce slogan renvoie à la volonté des acteurs de faire de Pléneuf une expérience contemplative. Enfin, le Pays d'Iroise est associé à l'acte de la petite fin du monde, rattaché au crépuscule. « Rêver le crépuscule au bout du monde » vise à montrer que, par sa position géographique, le Pays d'Iroise constitue le dernier territoire de France métropolitaine et d'Europe continentale où il est possible d'observer les dernières lueurs du soleil.

Ainsi, par ce choix esthétique, la communication des brochures s'exerce également à travers la présence de couleurs et d'images. Les images de couverture et de fond s'apparentent ainsi à chacune des esthétiques précédemment définies. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, les tonalités, les couleurs et les images de fond correspondent à des photographies prises à l'heure dorée. Pour Pléneuf-Val-André, les images de couverture et de fond ont été prises lors de la disparition de l'astre, depuis la digue de Pléneuf. Enfin, pour la Pointe de Corsen, les images de couverture et de fond ont été prises aux lueurs du crépuscule.

Par ailleurs, des vignettes mettant en avant chaque territoire à travers différents éléments paysagers sont présentes. Elles permettent ainsi aux brochures d'identifier chaque territoire. Chaque expérience proposée est également accompagnée d'une mise en récit.

En proposant une représentation et une mise en scène de la destination, les acteurs cherchent à transmettre une expérience du territoire. C'est dans le cadre de cette expérience que les touristes seront incités à exercer différentes pratiques. Ces pratiques sont articulées au sein d'une offre dans laquelle l'intégration du coucher de soleil propose une expérience liée au tourisme paysager.

2. Du paysage à l'expérience: l'intégration des couchers de soleil dans l'offre

Le coucher de soleil, en tant que ressource paysagère, représente pour les territoires une manière de proposer une expérience touristique. Celle-ci se définit autour des pratiques associées à un lieu, aux ressources et à une ambiance. L'intégration des couchers de soleil repose sur une manière de concevoir le tourisme paysager et présente de fortes similitudes avec l'astro tourisme (Abellan, 2021 ; Charlier, 2022).

Comme le montrent les travaux de Caillaud (2021), ainsi que les résultats obtenus sur les stratégies de communication portées par les acteurs, le coucher de soleil contribue à l'image des communes littorales en l'associant à un imaginaire basé sur le paysage, la contemplation, le dépaysement et l'évasion. Ainsi, au-delà de sa dimension esthétique et paysagère, il devient un élément susceptible d'être valorisé dans le développement touristique d'un territoire.

Comme le montrent les travaux de Ludovic Falaix (2012), une ressource territoriale ou territorialisée peut contribuer à renouveler l'offre d'un territoire en lui permettant d'apporter de nouvelles propositions à partir de ressources déjà présentes. Pour les territoires partenaires d'*Atlantic Sunset*, le coucher de soleil constitue une ressource déjà connue des acteurs, faisant l'objet d'une nouvelle mise en valeur touristique.

Les brochures et les observations de terrain montrent que cette mise en valeur touristique n'est toutefois pas appliquée de façon homogène dans les trois territoires. Si le coucher de soleil peut être utilisé comme outil d'attractivité, il reste aussi associé à des pratiques, à des lieux et à différentes manières de contempler le paysage. Il peut donc être valorisé selon plusieurs approches, allant du simple point de vue à l'expérience touristique articulée autour d'une offre déjà présente.

2.1 Du lieu d'observation à la pratique touristique

2.1.1 La contemplation comme pratique première

Les entretiens démontrent que les acteurs associent systématiquement les couchers de soleil à la contemplation, en définissant, sur chacun de leurs territoires, des points d'observation du coucher de soleil. Ces spots sont considérés comme tels par les acteurs car ils présentent plusieurs critères : une vue ouverte, un espace aménagé et un paysage propice à l'observation. Leur nature se différencie. Les observations de terrain démontrent ainsi que des digues, des fronts de mer, des belvédères, des points de vue élevés sur des sites ou des toits, ainsi que différents aménagements, peuvent être identifiés parmi les plus beaux points de vue des destinations.

Dans ces catégories, différents sites ont été répertoriés par territoire comme étant les plus beaux points d'observation des couchers de soleil. Nous les avons répartis de la façon suivante :

- **Pays de Saint-Jean-de-Monts** : gare maritime de Fromentine, Pey de la Blet, Kulmino, front de mer de Notre-Dame-de-Monts, grande roue et estacade de Saint-Jean-de-Monts ;
- **Pléneuf-Val-André** : digue de Pléneuf, observatoire de Dahouët, dunes de la Ville Berneuf et golf ;
- **Pointe de Corsen** : Pointe Saint-Mathieu, presqu'île de Kermorvan et Pointe de Corsen.



Figure 50 : photographie du Pey de la Blet, La Barre-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*



Figure 51 : photographie de la Pergola, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Néanmoins, l'identification de ces lieux ne repose pas uniquement sur leur beauté et leur qualité paysagère. Elle repose également sur la mise en place de pratiques associées au cadre paysager et territorial. Les observations de terrain et les entretiens montrent que ces pratiques sont, pour la plupart, associées à la contemplation, dans le cadre de laquelle la représentation du paysage comme mise en scène territoriale s'établit (Campos Franco, 2012).

Les spots d'observation représentent des lieux où la contemplation, en tant que pratique, existe déjà. Abellan montre, à travers son exemple de l'astro tourisme au Pic du Midi de Bigorre (2021), que, pour qu'une pratique de contemplation soit territorialisée, elle doit reposer sur une configuration et des aménagements prévus à cet effet. Les fronts de mer et les promenades sont considérés comme tels car leur configuration, orientée vers l'observation du paysage, s'accompagne d'aménagements tels que des rambardes et des bancs. Certains sites, comme la Pointe de Corsen, le phare de Trézien au Pays d'iroise, le toit du casino *la Partouche* à Pléneuf, et le Kulmino à Notre-Dame-de-Monts, disposent également d'aménagements spécifiques, notamment des caméras et des plaques panoramiques dédiées à l'observation des couchers de soleil.

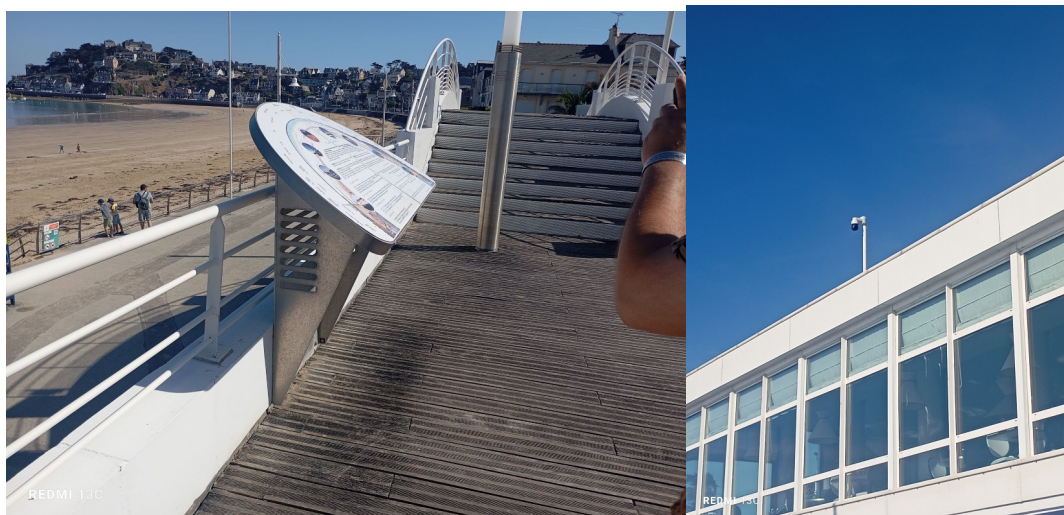


figure 52a et 52b: photographies de la table panoramique et de la caméra installées par l'office de tourisme de Pléneuf Val André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

La contemplation est accompagnée par un autre type de pratique : la déambulation. Elle rassemble des pratiques comme les balades à vélo, les promenades à pied et les randonnées. Lors des observations de terrain, certains sentiers ont été identifiés comme des supports permettant de proposer une expérience fondée sur le rapport à la nature et la thématique du slow tourisme. La promenade articule ainsi la mise en scène paysagère et l'immersion territoriale. Les travaux de Razafindrabe démontrent que les pratiques d'itinérance renforcent la découverte du territoire, car elles associent la contemplation à une continuité, renforcée par les efforts que peuvent procurer les mobilités douces. Ainsi, pour chaque destination, des parcours ont été proposés dans l'objectif de faire découvrir aux visiteurs différents aspects des territoires.

2.1.2 L'itinérisation comme découverte du territoire

Les pratiques de déambulation et de déplacement, représentées par les mobilités douces, contribuent à développer une pratique de découverte du territoire et de contemplation. Abellan (2022) et Charlier (2023) montrent dans leurs travaux que les pratiques de déambulation s'accompagnent de déplacements. La contemplation de phénomènes célestes, inscrits dans un ancrage autour d'un lieu, nécessite des déplacements des publics et des visiteurs, car leur observation repose sur un cadre d'observation et s'inscrit dans une démarche de découverte du territoire. Razafindrabe démontre que les pratiques de déambulation et sportives proposent une pratique d'immersion au sein d'un cadre paysager favorable (2024). Ainsi, dans le cadre des brochures, les lieux d'observation s'inscrivent dans un registre de découverte du territoire.

En effet, cette articulation permise par les déplacements nécessite des trajets, des chemins et des routes. Les itinéraires proposés dans le cadre des brochures ont comme supports des routes et des chemins qui existent déjà. Leur utilisation relève donc d'une logique territoriale déjà implantée. Cependant, le tracé de chaque itinéraire reste adapté aux pratiques de mobilités douces identifiées sur chacun des territoires.

Les itinéraires s'établissent en fonction des axes identifiés sur les territoires et de leur contexte territorial. Pour le Pays d'Iroise, l'itinéraire est structuré autour du GR34, qui représente un axe de randonnée majeur sur le territoire. Les principaux lieux d'observation identifiés sont tournés vers la mer, tandis que le GR34 suit l'ensemble des côtes de la région Bretagne.

Pour Pléneuf-Val-André, nous avons une diversité de parcours, entre promenades aménagées et sentiers de randonnée. Ces trois parcours définis, bien-être, patrimoine et nature, permettent aux visiteurs de découvrir trois aspects différents du territoire et de proposer différents types d'ambiances pour l'observation des couchers de soleil.

Enfin, pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, un itinéraire à vélo reliant chaque point d'observation du territoire a été défini à travers différents trajets cyclables qui traversent le territoire, à partir d'itinéraires existants et de données OpenStreetMap. Ainsi, cette approche permet de s'appuyer sur des infrastructures déjà présentes afin de proposer un itinéraire sur un territoire à faible relief et présentant une forte diversité paysagère. Il s'inscrit ainsi dans un processus de découverte plus large du territoire.

Les itinéraires articulent contemplation et découverte paysagère du territoire à partir d'infrastructures déjà disponibles. En effet, si les lieux d'observation proposent déjà un cadre d'observation, les itinéraires permettent de proposer un cadre d'ambiance territorial plus large. Par ailleurs, si les itinéraires permettent de relier chaque point d'observation autour d'un parcours de découverte territoriale, ils participent également à la mise en réseau. On constate ainsi que chaque itinéraire un parcours relie et met en avant différentes zones du territoire autour de la contemplation du coucher de soleil. Cependant, chaque zone se différencie par la présence de pratiques et d'établissements. Ainsi, les itinéraires s'accompagnent d'une certaine territorialisation des pratiques.

2.2 La construction d'expériences touristiques autour du coucher de soleil

2.2.1 La territorialisation des pratiques autour des couchers de soleil

Si nous avons vu que les itinéraires construits permettent de proposer une pratique de déplacement et de mettre en réseau les différents spots d'observation définis, on constate également une certaine territorialisation de la pratique de contemplation. En effet, différentes zones se définissent à partir de la construction des itinéraires. La définition de ces zones territorialisées est établie en fonction de la présence de spots d'observation et de leur proximité avec des offres de loisirs, de restauration et d'hébergement.

Cette territorialisation des pratiques et de l'offre rejoint la définition de la mise en réseau développée par Arnaud Dubois, dans laquelle différentes pratiques et offres du territoire peuvent être articulées à l'échelle d'un territoire. Dans le cadre des brochures, le coucher de soleil constitue ainsi un élément d'articulation entre ces différentes pratiques.

Pour chaque destination, différents types de pratiques structurées par les offres sont mis en avant sur les cartes. Les pratiques de loisirs, notamment à travers l'initiation à des pratiques sportives telles que l'équitation, le golf ou le surf, font partie des offres proposées. Comme le mentionnent Razafindrabe et Falaix, les pratiques sportives permettent de lier la pratique sportive à une ressource territorialisée. Par exemple, sur le territoire du Pays d'Iroise, les cours de l'école « Surfing Iroise » organisés aux horaires du coucher de soleil permettent d'exploiter la mer comme cadre de découverte et le coucher de soleil comme cadre temporel. Ainsi, la découverte de pratiques sportives permet une immersion dans le territoire en proposant d'en explorer différents aspects.

Les pratiques de consommation, représentées par les offres de restaurants, de bars et d'hébergement, sont également associées par les acteurs aux pratiques liées à la contemplation des couchers de soleil. La mobilisation de ces pratiques, à travers des offres de restauration et d'hébergement, permet d'insérer le coucher de soleil comme un moment de plaisir, de partage et de convivialité, comme le souligne Vincent Lucas. Les offres de restauration et de bars sont principalement situées sur les fronts de mer, les digues et les ports. Pour le territoire de Saint-Jean-de-Monts, les fronts de mer de Notre-Dame-de-Monts et de Saint-Jean-de-Monts présentent une offre de restauration en terrasse, permettant aux touristes de consommer tout en observant le coucher de soleil. À Pléneuf-Val-André, l'offre de restauration et de bars est limitée à deux restaurants sur la digue, en raison d'une limitation des activités commerciales. Néanmoins, la mention de ces seules offres de consommation permet de donner une importance touristique à ces deux établissements.



Figure 53 : photographie des restaurants « la Rotonde » et « la Croisette » sur la Digue, Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Par ailleurs, bien que les pratiques précédentes soient liées à des offres commerciales, les pratiques spontanées et reproductibles sont également ancrées dans cette territorialisation. Des pratiques comme la photographie peuvent être associées plus étroitement au point de vue, tandis que les pratiques spontanées, comme les apéritifs entre amis, peuvent faire partie d'une mise en récit des différentes zones. Ainsi, par la territorialisation des pratiques et des offres, une nouvelle forme de mise en récit du territoire s'établit : l'expérience touristique. Celle-ci naît de la relation que les touristes entretiennent avec une destination, tout en articulant l'ensemble des pratiques disponibles et des ambiances territoriales.

2.2.2 L'expérience, la construction d'ambiances territoriales autour des couchers de soleil

La territorialisation des pratiques ne naît pas seulement de leur répartition spatiale. Leur distribution autour d'un spot d'observation contribue à créer une ambiance et une expérience. Ainsi, l'expérience s'inscrit dans cette territorialisation des pratiques. On peut voir que, pour les trois territoires, la construction de l'expérience se différencie.

Pour le Pays d'Iroise, l'ambiance territoriale, façonnée par le coucher de soleil, est liée à la proximité avec la mer, à la présence des phares et au GR34. Les pratiques comme les visites, la randonnée et les pratiques sportives contribuent à la construction de l'expérience. L'inclusion du GR34 comme itinéraire permet de proposer une expérience territoriale fondée sur un parcours de randonnée et d'associer celle-ci non seulement à une pratique touristique, mais également à une pratique d'aventure.

Pour Pléneuf-Val-André, les différents attraits territoriaux définis autour de la digue, du port de Dahouët et de la proximité avec la nature proposent une ambiance à la fois balnéaire et contemplative. La proximité avec le centre-ville, la mise en avant des points de vue et des aspects historiques de la station, représentés notamment par les villas, renforcent cet attrait balnéaire. L'expérience à Pléneuf sera ainsi autant basée sur l'aspect contemplatif que sur l'identité balnéaire de la station.

Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, les attraits territoriaux sont diversifiés, entre un littoral balnéaire et un arrière-pays caractérisé par les forêts et les marais. Les pratiques autour des événements, de la consommation et d'activités sportives diversifiées donnent une expérience touristique basée sur la lumière et sur une pratique touristique déjà ancrée. Ainsi, l'ambiance sera balnéaire, festive et sportive. L'expérience proposée est orientée autour d'un territoire balnéaire qui a diversifié son offre vers son arrière-pays.



Figure 54 : panneau photographique des paysages des marais, Esplanade de la Mer, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

2.3 Le coucher de soleil dans l'offre touristique et événementielle

Le coucher de soleil, en tant que support de communication des acteurs du tourisme et des brochures *Atlantic Sunset*, détient une certaine place dans l'offre touristique. Si le récit territorial, l'encadrement des pratiques autour de la contemplation ainsi que la construction de l'expérience donnent une certaine place au coucher de soleil, ils participent tous à son intégration dans l'offre touristique. L'articulation des pratiques autour de la contemplation, récemment évoquée, contribue ainsi à la construction de l'offre territoriale pour chaque destination.

En étant lié à l'expérience, qui articule ambiance et pratiques, le coucher de soleil, en tant qu'outil de valorisation touristique, s'inscrit à la fois dans une logique de renouvellement de l'offre territoriale, comme le montre le cas de Pléneuf-Val-André, et dans une logique de mise en valeur d'un schéma touristique déjà structuré, comme le montre le cas du Pays de Saint-Jean-de-Monts. Le coucher de soleil peut donc être considéré comme un cadre de valorisation plutôt que comme un simple cadre paysager. Ainsi, pour étudier son importance en tant que cadre, l'offre présentée dans les brochures, mise en regard des entretiens et des observations de terrain, montre comment ce cadre peut être à la fois complémentaire et central dans une offre touristique.

2.3.1 Le coucher de soleil comme support d'animation touristique

Le coucher de soleil, en tant que cadre de valorisation, repose dans un premier temps sur la capacité des acteurs à proposer une manière d'interpréter le territoire à travers ce qu'il représente en tant que cadre. Comme nous avons pu l'évoquer avec les ambiances, le coucher de soleil, en tant que cadre de valorisation, représente un cadre paysager singulier. Les couleurs et les ambiances décrites par les acteurs montrent que cet aspect est davantage utilisé dans la communication à travers les photographies. Par ailleurs, comme le montrent les expériences proposées, le coucher de soleil représente également un cadre temporel, car il est observable à un moment précis et peut permettre de véhiculer un autre type d'ambiance.

C'est dans ce registre que certaines animations peuvent s'appuyer sur le coucher de soleil. Dans un premier temps, il y a la visite de certains sites à cette temporalité de la journée. Sarah Abellan démontre dans ses travaux (2021) que le coucher de soleil est utilisé pour certaines animations nocturnes comme une temporalité inclusive, car il offre un cadre transitoire directement lié à la nuit. C'est dans ce registre que certaines animations sur les territoires pilotes

utilisent le coucher de soleil. Sur le territoire du Pays d'Iroise, les soirées du phare, proposant des visites nocturnes au phare Saint-Mathieu, débutent au moment du coucher de soleil, car celui-ci précède le scintillement du phare et donne une ambiance particulière à la visite. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, les nocturnes au Daviaud, écomusée du Marais vendéen à Notre-Dame-de-Monts, commencent également au moment du coucher de soleil. Benjamin Senard caractérise le coucher de soleil comme une temporalité unique, car il permet un changement d'ambiance visuel et sonore à un moment précis de la journée. Ainsi, cette vision des acteurs s'inscrit dans la notion du soir comme temporalité transitoire définie par Nadine Ribet (2007), une temporalité située entre deux phases, qu'elle décrit comme le crépuscule du jour et l'aube de la nuit.

En utilisant cette notion du soir, l'organisation d'événements ayant pour valeur centrale le coucher de soleil l'inscrit ainsi comme un cadre central. Vincent Lucas a rappelé l'importance du festival *Les Minutes Bleues* pour Pléneuf-Val-André, car il met en avant cette temporalité transitoire du coucher de soleil, ainsi que celle de l'aube, pour proposer une animation autour du patrimoine. Ainsi, comme pour le Daviaud ou le phare Saint-Mathieu, le coucher de soleil est utilisé comme une temporalité de découverte d'une offre culturelle et patrimoniale. Néanmoins, le cadre central du festival *Les Minutes Bleues* n'est pas constitué par les lieux, mais plutôt par les heures crépusculaires et l'aube matinale à l'échelle territoriale. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, l'exemple des soirées consacrées aux couchers de soleil au Kulmino montre que le cadre du lieu et le cadre temporel peuvent représenter deux composantes centrales de l'offre.

C'est dans ce registre que s'inscrit la conception des brochures. Pour chacune des destinations, elles mettent en avant le cadre du lieu représenté par la destination, ainsi que le coucher de soleil comme cadre paysager et temporel. En attribuant aux territoires les temporalités de l'heure dorée, de la disparition de l'astre et du crépuscule, les brochures proposent un cadre touristique en territorialisant chacune de ces temporalités autour des destinations. La brochure constitue ainsi un outil d'animation territoriale, en proposant aux touristes une forme d'animation articulée autour de la contemplation, des itinéraires et des pratiques propres à chaque territoire.

Toutefois, si le coucher de soleil peut représenter un cadre pour le renouvellement d'une programmation territoriale, sa place peut être tout aussi complémentaire. Un cadre peut en effet être complémentaire à l'existence d'une offre déjà présente. Il est donc important de voir comment le coucher de soleil, en tant que cadre paysager et temporel, peut être complémentaire à une offre.

2.3.2 Le coucher de soleil comme complément aux offres existantes

La brochure, en tant que support d'animation et de médiation, propose une offre autour des couchers de soleil articulée à plusieurs offres propres à chacun des territoires. Si le coucher de soleil, en tant que cadre, peut être central dans l'offre territoriale de la brochure, il représente, pour certaines offres culturelles, de consommation et sportives, un cadre complémentaire.

Les offres de restauration constituent le premier exemple. Celles qui sont représentées par les acteurs et dans les brochures sont situées à proximité des fronts de mer, des digues et des esplanades. Le coucher de soleil, en tant que cadre, apporte une valeur ajoutée à une offre qui met déjà en avant une pratique de consommation liée au dîner, lequel constitue déjà un cadre temporel. Le coucher de soleil apporte ainsi une dimension esthétique à un moment de pause et de restauration. Les offres d'hébergement, notamment celles du Pays d'Iroise, vont également, de la même manière que les offres de restauration, mettre en avant le coucher de soleil comme un cadre complémentaire au confort qu'elles souhaitent communiquer. Ainsi, cela permet de proposer une expérience conviviale.

Par ailleurs, les éléments du paysage constituent un autre cas dans lequel le coucher de soleil est complémentaire. Comme ces éléments peuvent être observés à différentes temporalités de la journée, les associer à la contemplation du territoire lors du coucher de soleil permet de proposer une autre ambiance. Ainsi, mettre en avant des éléments comme les phares pour le Pays d'Iroise, la digue pour Pléneuf-Val-André, ou encore l'estacade et le Kulmino pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts permet de valoriser ces aspects paysagers, qui font partie de l'offre patrimoniale existante.

Par ailleurs, en complément du cadre paysager du territoire, le coucher de soleil permet d'ajouter une expérience d'immersion à certaines pratiques sportives. À Pléneuf-Val-André, la valorisation du terrain de golf aux horaires du coucher de soleil permet d'ajouter une immersion paysagère, teintée par les couleurs du coucher de soleil, lors de la pratique du golf. Au Pays de Saint-Jean de Monts, le coucher de soleil permet de souligner le cadre marin et balnéaire de la plage.

Le coucher de soleil représente ainsi une valeur ajoutée à l'offre existante. Les visiteurs peuvent choisir cette temporalité pour son cadre, en complément d'une activité déjà valorisée par certains acteurs. Cette articulation du coucher de soleil démontre donc que ce phénomène constitue une opportunité de développement, car elle bénéficie autant au territoire qu'aux

acteurs du tourisme, qui participent au fonctionnement économique de la station. Bien qu'elle constitue une ressource complémentaire au développement, sa pérennité reste cependant fragile.

3. Limites et perspectives

La conception des brochures et la maîtrise des offres touristiques basées autour des couchers de soleil reposent cependant sur des limites. En effet, si elles présentent différentes opportunités liés aux méthodes de valorisations proposées, aux opportunités identifiées autour du coucher de soleil en tant que ressource et des différentes façons de l'intégrer au sein de l'offre, on constate aussi que les limites peuvent être autant liées à l'instabilité et la dépendance des couchers de soleil, les enjeux de valorisation et enfin aux limites identifiables propres aux brochures, en qu'outils de médiation et valorisation.

3.1 Une ressource instable et dépendante de plusieurs conditions

En reprenant les notions définies par Charlier (2023) et Abellan (2022), le coucher de soleil en tant que phénomène céleste repose sur des conditions d'observations. En effet, s'il représente une ressource de valorisation, sa dépendance et sa pérennité va dépendre de plusieurs types de conditions.

Les conditions météorologiques et climatiques constituent la première condition. Lors des entretiens avec les acteurs, les conditions météorologiques représentent la première contrainte évoquée par les acteurs. Le coucher de soleil est observable en fonction du temps. Par exemple, l'observation du coucher de soleil s'effectue lorsque le ciel est dégagé ou relativement dégagé. Souvent associé à des météo plus clémentes, son observation dépendra du nombre de personnes pouvant réellement observer le coucher du phénomène dans de bonnes conditions. La période estivale pourrait paraître plus favorable à articuler une offre basée sur les couchers de soleil en raison de conditions météorologiques plus favorables.

Autre point sur l'observabilité, c'est l'accessibilité des sites. Certains points identifiés peuvent présenter des conditions paysagères optimales. Cependant, la localisation de certains sites peut poser un problème en matière d'accessibilité. Elle peut dépendre de la proximité d'un centre névralgique, de sa distance, des aménagements et des horaires. Pour le Pays de St Jean de Monts, les spots d'observation situés à proximité des stations balnéaires, comme Notre Dame

de Monts et St Jean de Monts, peuvent être accessibles pour une clientèle située à proximité de ces endroits-là. Pour le Pays d'Iroise, les horaires des soirées du phare saint mathieu dépendent en fonction des couchers de soleil.

La temporalité et la saisonnalité constituent une autre condition. L'heure à laquelle le soleil se couche change, en fonction des solstices. Il est donc difficile de calibrer une offre en entier tout en suivant ce changement d'horaire. Pour les périodes hivernales, le coucher de soleil est à une heure plus tôt, et pour les périodes estivales, le phénomène a lieu le plus tard. La saisonnalité est intrinsèquement liée à la temporalité. En effet, les territoires ont la période estivale qui représentent la part la plus importante de leur fréquentation.

Pour lier le coucher de soleil à des offres existantes, il est important de se rappeler que les activités des restaurants et hôtels tournent à plein régime en période estivale. En période hivernale, certaines de ces offres diminuent leurs effectifs ou ferment en raison d'une clientèle plus faible. Ainsi, identifier des adresses présentant des conditions optimales pour se restaurer lors d'un coucher de soleil en hiver peut paraître plus compliqué.

L'ensemble de ces conditions montre ainsi que, malgré son potentiel de valorisation, le coucher de soleil reste une ressource difficilement maîtrisable, dont l'exploitation touristique dépend de plusieurs facteurs. Ces contraintes posent alors la question des limites liées à sa mise en tourisme et aux outils mobilisés pour le valoriser.

3.2 Les limites dans la valorisation touristique: le cas des brochures

La valorisation du coucher de soleil en tant que ressources touristique est lié dans un premier temps à la manifestation du coucher de soleil et à la capacité des acteurs à la mettre en avant. Le cadre de conception des brochures reposent sur une démarche prospective vers les acteurs, plutôt qu'une démarche directive, consistant à communiquer vers les touristes. Ils représentent dans un premier temps un outil permettant de proposer des expériences autour des couchers de soleil. Elles constituent aussi le résultat d'une démarche scientifique, articulée autour d'entretiens. Ainsi, la proposition d'expérience repose ainsi sur une attente venant des acteurs et des méthodes déjà mis en place sur leur territoire plutôt qu'une démarche strictement indépendante.

La brochure fonctionne en tant que proposition d'expérience plutôt que garantie d'expérience. Elle peut proposer un parcours, une ambiance, différents points d'observations, des pratiques à faire, elle reste cependant dépendante des conditions météorologiques, de la temporalité. Les expériences restent donc immatérielles à partir du moment où le coucher de soleil dépend de conditions d'observation. Lors de la première visite à Saint Jean de Monts, en raison de conditions météorologiques, aucune observation du coucher de soleil n'avait été effectuée.

Cette construction d'expérience réunit différentes offres, existant indépendamment de chacune, qui utilisent le coucher de soleil comme complément. Si les brochures proposent une expérience à laquelle le coucher de soleil est central, le fait que le coucher de soleil est complémentaire à des offres, tels que les restaurants, les hébergements, les pratiques sportives, pose une limite pour le centraliser au sein d'une offre. En fin de compte, les brochures proposent plutôt des offres existantes sur le territoire recommander pour contempler un coucher de soleil plutôt qu'une offre construite directement autour de celui-ci.

Les expériences proposées reposent tout autant sur des informations données et sur une expérimentation du territoire. Néanmoins, certaines informations sont à la fois garanties uniquement par les entretiens. On peut mentionner le fait que certains sites, comme par exemple le Kulmino, étaient fermés les jours des visites de terrain. L'expérience sur le terrain était limitée à des contraintes dues au temps, aux conditions météorologiques. Pour le Pays d'Iroise, l'arrivée à la Pointe de Corsen s'est effectuée après la disparition de l'astre, aux lueurs crépusculaires. Au Pays de St Jean de Monts, un temps nuageux a empêché la contemplation du coucher de soleil. Néanmoins, des solutions étaient envisagées afin d'obtenir les résultats nécessaires et d'observer l'intégralité des couchers de soleil sur les 3 territoires.

Ces limites montrent ainsi que la valorisation touristique du coucher de soleil repose encore largement sur des offres et des pratiques préexistantes. Elles n'empêchent toutefois pas d'envisager des pistes permettant de renforcer sa place dans les stratégies touristiques des territoires et de développer davantage son potentiel de valorisation.

3.3 Perspectives

Si de nombreuses limites ont été identifiées dans la conception des brochures et de l'utilisation du coucher de soleil en tant que ressources à part entière, plusieurs perspectives peuvent toutefois être envisagées.

Dans un premier temps, les itinéraires et parcours proposés peuvent être ancrés territorialement dans le but de mettre en réseau les différents points d'observations et les zones. Dans cet ancrage territorial, parallèlement à la mise en place de plaque sur les sites emblématiques et des webcam, il pourrait être intéressant de proposer une lecture territoriale en balisant les itinéraires et accompagnés d'aménagements tels que des plaque d'information, sur chaque lieu et leur relation avec le coucher de soleil. Elle permet surtout d'ancrer territorialement cette offre autour des couchers de soleils et de proposer un cadre plus large identifié par rapport aux sites emblématiques de chaque station.

Un autre aspect est de renforcer le hors saison. Les brochures proposent déjà une communication basée sur le coucher de soleil sans mentionner de saisonnalité. Ainsi, renforcer une offre événementielle autour des couchers de soleil, comme c'est le cas du festival "les minutes bleues" dans les côtes d'Armor, a des périodes non estivales proposerait une expérience différente des destinations et des couchers de soleil. Cette pratique est déjà en cours de développement par Pléneuf Val-André et mérite une extension pour les territoires du Pays d'Iroise et du Pays de St-Jean-de-Monts.

Il est tout aussi important de renforcer le coucher de soleil comme cadre temporel au sein des offres existantes. Si les offres de restauration et d'hébergement, les clubs sportifs ainsi que les lieux patrimoniaux renforcent déjà cet aspect esthétique, étendre l'aspect temporel à plusieurs offres contribuent à augmenter les possibilités de fréquentation. l'organisation d'événements, de menus ou d'une programmation à l'heure du phénomène solaire pourrait contribuer à la diversification de l'offre. Il pourrait donc aussi contribuer à la réflexion par les acteurs autour de la fréquentation et de la durée d'expériences. Des activités et expériences en fin de journée pourraient être proposées afin de pouvoir ancrer le phénomène dans la programmation et aussi prolonger l'expérience.

Conclusion

L'objectif de ce mémoire était de comprendre comment les acteurs touristiques des territoires du Pays d'Iroise, de Pléneuf-Val-André et du Pays de Saint-Jean-de-Monts mobilisent le coucher de soleil comme outil de valorisation dans le cadre d'une campagne promotionnelle. Les résultats obtenus lors des entretiens, des observations de terrain et de la réalisation des brochures prospectives ont permis de mettre en évidence, dans cette recherche, différentes

formes de mobilisation du coucher de soleil en tant qu'outil de valorisation territoriale et touristique sur chacun des territoires.

Le coucher de soleil peut être mobilisé en tant que ressource paysagère et territoriale dans la valorisation des territoires littoraux. La conception des brochures a permis de montrer que le coucher de soleil permet de mettre en avant des paysages et de proposer une lecture territoriale nouvelle, notamment en associant chaque territoire à une temporalité qui façonne l'expérience proposée. Sa valorisation repose sur la capacité des acteurs à associer ce phénomène à une identité territoriale, qui est liée aux paysages, au patrimoine ainsi qu'au contexte touristique. Il ne constitue donc pas une ressource isolée du territoire. Cependant, associé au paysage, le coucher de soleil constitue une ressource permettant d'articuler les lieux, les pratiques, les ambiances et les offres de chaque territoire.

Chaque territoire mobilise différemment le coucher de soleil au sein de son offre touristique. Ainsi, il permet de mettre en avant différentes perceptions territoriales identifiées à travers les différentes stratégies de communication déployées par les acteurs. Pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, le coucher de soleil permet d'assurer la continuité autour de l'identité de la Côte de Lumière, en diversifiant davantage une offre balnéaire déjà présente sur un territoire composé de différents paysages. Pour le Pays d'Iroise, ce phénomène est associé au « bout du monde », notamment en lien avec la position occidentale du territoire et l'identité maritime représentée par les phares. Enfin, pour Pléneuf-Val-André, le coucher de soleil est plutôt mobilisé dans la représentation des pratiques associées à la contemplation et aux différentes zones du territoire, dans l'objectif de construire une image de Pléneuf comme destination méditative.

Le travail de recherche s'est donc articulé autour de plusieurs hypothèses, afin de confirmer ou de nuancer les idées qui avaient été formulées.

La première hypothèse supposait que le coucher de soleil pouvait constituer une ressource potentielle mobilisable pour le développement économique et territorial. L'association de la contemplation de ce phénomène à des pratiques de consommation, sportives et de loisirs, souvent encadrées par des acteurs privés, montre qu'il détient un potentiel de développement. Pour certains acteurs, il constitue une valeur ajoutée associée au paysage, à l'ambiance et à la temporalité, pouvant proposer aux visiteurs une certaine immersion lors de leurs pratiques. Toutefois, son potentiel reste fragile car il repose sur l'imprévisibilité des conditions météorologiques, indispensables à une contemplation optimale.

La seconde hypothèse établissait que le coucher de soleil pouvait constituer un élément paysager esthétique, mobilisable dans le cadre de la promotion et de campagnes promotionnelles. L'utilisation du coucher de soleil dans les différents moyens de communication, tels que les réseaux sociaux, les sites internet et les brochures, confirme cette hypothèse. Il permet de mettre en avant des aspects de chaque territoire en proposant une ambiance distincte. Les acteurs ont recours à son utilisation dans la communication pour différents motifs : mettre en avant une offre existante, proposer une expérience territoriale et surtout l'utiliser dans l'objectif d'attirer davantage de touristes.

Toutefois, l'hypothèse qui présumait qu'il pouvait constituer un outil de valorisation d'une offre structurée et occuper une place centrale et complémentaire nécessite une nuance. En effet, les brochures ont permis de démontrer que le coucher de soleil peut servir à l'articulation de plusieurs offres déjà existantes. L'itinéraire des pratiques et des offres identifiées permet de proposer une expérience autour des couchers de soleil. Cependant, ces offres, pratiques et lieux existent indépendamment des couchers de soleil. Ainsi, le coucher de soleil ne représente donc qu'un complément de ces offres, car ce phénomène est associé à la notion de cadre paysager et temporel. De plus, les expériences proposées par les brochures reposent sur l'imprévisibilité du phénomène et sont uniquement garanties lorsque les conditions leur sont favorables.

Enfin, la dernière hypothèse associait sa mise en tourisme à une demande de déconnexion et de nature. En effet, cette hypothèse fait partie du cadre d'*Atlantic Sunset*, qui propose une démarche de slow tourisme associée au rapport avec la nature. Les entretiens avec les acteurs démontrent que le coucher de soleil est souvent associé à des paysages naturels tels que la mer, les dunes, les falaises et les forêts, et que les pratiques sont associées à ces différents milieux. Cependant, bien que les acteurs associent le coucher de soleil aux pratiques de nature, les touristes peuvent avoir un avis varié sur cette relation au coucher de soleil. Néanmoins, les observations de terrain ont pu montrer que le coucher de soleil fait partie des habitudes des touristes et que certains l'associent à la nature.

Cependant, de nombreuses limites sont à prendre en compte. Le travail de recherche repose surtout sur la perception des acteurs et, bien qu'une consultation des touristes ait été réalisée afin de comprendre leur vision, celle-ci n'a pas participé à la conception des brochures. Les brochures constituent une prospection pour chaque territoire et leur structure ne reflète pas une communication finale. Elles reposent plutôt sur le recueil de résultats à l'issue des entretiens et des observations, plutôt que sur une connaissance plus approfondie des territoires et des pratiques. Néanmoins, elles sont conçues pour proposer aux acteurs des outils afin d'ancrer durablement le coucher de soleil en proposant une territorialisation, par l'intermédiaire des

parcours, et en développant davantage le coucher de soleil comme une ressource plus approfondie.

Ainsi, ce travail de recherche réalisé dans le cadre du stage a permis la mobilisation de connaissances ainsi que l'approfondissement et l'apprentissage de nouvelles compétences. Dans un premier temps, ce travail a permis une mobilité afin de découvrir différents territoires, aux contextes différents. Il a permis de développer une autonomie, notamment en matière d'organisation du travail, de communication auprès des acteurs et de formulation de propositions. Ainsi, sa dimension intégrée à un projet d'envergure internationale a permis d'approfondir mes capacités linguistiques en anglais et de rédiger un document de synthèse proposant des pistes de développement pour les territoires. Il confirme donc une volonté de ma part pour travailler dans le domaine du développement territorial, de la coopération européenne et du tourisme.

Bibliographie:

- **Abellan S, 2022.** L'expérience de nuit dans un haut lieu touristique de montagne : astrotourisme et sensibilisation à l'environnement nocturne au Pic du Midi de Bigorre. Sciences de l'Homme et Société.
- **Aubry G. (2022).** Coucher de soleil : comédie humaine, , drame et tragédie, le coucher de soleil comme spectacle de la petite fin du monde, Thèse de doctorat de l'Université de Caen, 168p.
- **Mira-Pérez J., 2018,** “The last sunset on mainland Europe”, *Cartography and Geographic information Science* ,VOL. 45, NO. 1, p. 56–61
- **Charles E., Thouémen H., 2007,** “Le label territorial, facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne”, *Téoros, Tourisme et attractivité*, p. 26-2
- Bruno Charlier. Astro-tourisme, astrotourisme. Encyclopédie scientifique et technique du tourisme et des loisirs, 2023.
- **Clairay, Vincent J., 2008,”** Le développement balnéaire breton, une histoire originale”, *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest, Anjou. Maine. Poitou-Charente. Touraine*, 115-4
- **Coeffé, et al, 2016,”** Mens sana in corpore turistico, le corps dé-routinisé au prisme des pratiques touristiques”, *L'Information géographique 2016/2* (Vol. 80), p. 32 à 55
- **Falaix, 2012,”** Les sports de nature dans le département des Landes, du développement maîtrisé à la mobilisation d'une ressource territoriale”
- **Liu B., Gwiazdziński L., Hu W..** Le tourisme comme expérience sensible. Teoros. Revue de recherche en tourisme, 2019.
- **Knafou Rémy (dir.),** Tourisimes 1. Lieux communs. Belin, coll. « Mappemonde », 2002
- **Morice J.R, et al, 2008,** “Itinéraires de lieux touristiques du littoral atlantique”, *Noréis Environnement, aménagement, société*, p. 206
- **Andrea Amaya Porras.** Le temps et l'attente dans l'expérience esthétique de l'oeuvre Roden Crater de James Turrell. Art et histoire de l'art. 2013.

- **Portal**, 2013, “Patrimonialiser la nature abiotique ordinaire”, *L'Espace géographique* 2013/3 (Tome 42), p. 213 à 226

- **Pouillaude A., Bonnet A.-S., Chadenas C. et Choblet C.**, “Chapitre 10. Le tourisme littoral”, dans *Mare economicum*, Presses universitaires de Rennes, p. 397-456

- **Ribet N.**, 2007, « Le temps du soir, un lieu hanté », *Actes des congrès nationaux des sociétés historiques et scientifiques*, vol. 129, n°1, « Temps social, temps vécu », actes du 129e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Besançon, 2004, p. 56-67.

- **Rimaud M., Piriou J.**, “ La GIZC et le développement touristique : enjeux d'un principe organisateur pour la durabilité des stations littorales atlantiques”. *VertigO : La revue électronique en sciences de l'environnement*, 2013, Hors-série 18

- **Valognes**, 2013, Corps et imaginaires géographiques, *L'espace des cartes postales régionales érotiques*, *Norois, Environnement, aménagement, société*, p. 229, 2013

- **Weishar C.**, Solstício de Junho na França, Índia e Brasil. **Confins** [Online], 55, 2022b.

Table des figures:

-Figure 1 : « *Paysage du soir avec deux hommes* », Caspar David Friedrich, 1830-1835, Musée de l'Ermitage

Figure 2 : Paysage du coucher de soleil à Oeting, Haute-Moselle, Claire Weishar, [openeditions](#), 2024

Figure 3 : Paysage du coucher de soleil à la pointe de Pen Hir, Finistère, Claire Weishar, [openeditions](#), 2024

Figure 4 : Photographie d'amateurs d'astronomie dans le désert australien, [kkday.com](#)

Figure 5 : image de la campagne promotionnelle de l'éclipse 2026 par l'office de tourisme d'Andalousie, [Andalucia.org](#)

Figure 6 : personnes contemplant l'éclipse le 12 août 2026 près d'Amposta, Catalogne, Espagne, [sevillasecreta.co](#)

Figure 7 : photographie de la page « dormez sous les aurores boréales » du site Visit Finland

Figure 8 : Carte postale du viaduc de l'île d'Oléron au coucher de soleil, éditeur « *Yvon* »

Figure 9 : Un touriste prenant des photos au coucher de soleil, « Une nuit sur le pic du Midi de Bigorre avec un montreur d'étoiles », journal Sud Ouest

Figure 10 : Photographie depuis l'observatoire du Pic du Midi, « *Passer une nuit au Pic du Midi : est-ce que ça vaut le coup ?* », site « *a ticket to ride.com* »

Figure 11 : Photographie des villas sur la Digue, Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 12 : Photographie depuis l'observatoire de Dahouët, Pléneuf-Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 13 : en-tête de la page « les meilleurs spots pour admirer le coucher de soleil », site de Royan Atlantique

Figure 14 : Photographie d'un surfer au coucher de soleil, page instagram Surfing iroise

Figure 15 : Capture du slogan « c'est chez nous que le soleil se couche », site de l'office de tourisme de Bidart

Figure 16 : affiche de l'interreg cooperation day de 2025 organisé par le projet *Atlantic Sunset*, site AtlanticArea.eu

Figure 17 : photo d'un panneau des périodes de coucher de soleil au Cap Tourinan, site AtlanticArea.eu

Figure 18 : carte de localisation des zones d'études, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 19 : carte de localisation du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 20 : carte de localisation de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 21 : carte de localisation du Pays de St Jean de Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 22 : photographie du promontoire, pointe de Corsen, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 23 : Photographie du Phare de Trézien, Maxime Le Duc, *Atlantique Sunset*

Figure 24 : Photographie du coucher de soleil sur l'Esplanade de la Mer de Notre Dame de Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 25 : Photographie coucher de soleil, plage de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 26 : photographie du catalogue « Vendée 2026 », Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 27 : photo du coucher de soleil au phare de Kermorvan, site « [tout commence en finistère.com](http://toutcommenceenfinistere.com) »

Figure 28 : affiche de la 5^e édition 2026 des « *minutes bleues* », site officiel des côtes d'Armor

Figure 29 : Photographie affiche du festival « Réveillons-nous », St-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 30 : Photographie de passants assistant au coucher de soleil, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 31 : Carte des lieux des derniers couchers de soleil, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Tableau 1 : tableau des couchers de soleil par lieux, Jorge Mira Perez, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 32 : photographie panoramique depuis la pointe de Corsen, Alan Gema, *Atlantic Sunset*

Figure 33 : Photographie du Crépuscule, Pointe de Corsen, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 34 : Page recto de la brochure pour le Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 35 : Page verso de la brochure à destination du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 36 : Carte touristique du Pays d'Iroise, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 37 : Photographie coucher de soleil, Digue de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 38 : Photographie coucher de soleil, Digue de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 39 : Page recto de la brochure pour Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 40 : Page verso de la brochure pour Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 41 : proposition carte touristique Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 42 : Photographie plage de Notre-Dame-de-Monts, Alan Gema, *Atlantic Sunset*

Figure 43 : Photographie Plage Notre Dame de Monts, Alan Gema, *Atlantic Sunset*

Figure 44 : page recto de la brochure pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 45 : page verso de la brochure pour le Pays de Saint-Jean-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 46 : Proposition de carte touristique pour le Pays de Saint Jean de Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 47 : Coucher de soleil depuis la plage de Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 48 : photographie du coucher de soleil à l'esplanade de Saint-Jean-de-Monts, site de l'office de Tourisme du Pays de de Saint Jean de Monts

Figure 49 : Page coucher de soleil sur la mer, site Iroise Bretagne tourisme

Figure 50 : Photographie du Pey de la Blet, La Barre-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 51 : Photographie de la Pergola, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

figure 52a et 52b: Photographies de la table panoramique et de la caméra installées par l'office de tourisme de Pléneuf Val André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 53 : Photographie des restaurants « la Rotonde » et « la Croisette » sur la Digue, Pléneuf Val-André, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Figure 54 : Panneau photographique des paysages des marais, Esplanade de la Mer, Notre-Dame-de-Monts, Maxime Le Duc, *Atlantic Sunset*

Table des annexes:

Annexe 1 : Synthèse des derniers couchers de soleil d'Europe

Annexe 2 : Analyse de l'expérience touristique sur les territoires pilotes

Annexe 3: Grille d'entretien des brochures

Annexe 4: document conception brochures

Annexe 1 : Synthèse des derniers couchers de soleil d'Europe

Extreme Sunsets in Europe Synthesis

Objectif: Ce document vise à synthétiser les recherches réalisées par Jorge Mirà Pérez et José Maria Martín–Olalla sur les lieux des derniers couchers de soleil. L'objectif est de proposer une synthèse des temporalités des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe ainsi qu'une synthèse focalisée sur la Pointe de Corsen. Ces éléments seront complémentaires à la communication inscrite sur les brochures.

1) Sites des “derniers” couchers de soleil sur le territoire européen

Sur le littoral Atlantique Européen, de nombreux lieux ont été répertoriés comme des lieux où on peut percevoir le coucher de soleil le plus tardif du territoire européen. La localisation évolue en fonction des saisonnalités et de l'inclinaison de la ligne terminatrice (limite instantanée entre Jour et Nuit). En hiver, le soleil se couche le plus tard au sud-ouest, et en été, il se couche le plus tard au nord-ouest.

Ainsi, une liste avec les lieux des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe a donc été établis et reliés aux périodes suivantes :

Nom	Périodes des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe par Lieux	
São Vicente Caminha (Portugal)	20 octobre - 22 février	
Cabo da roca (Portugal)	22 février - 14 mars	30 septembre - 20 octobre
Cabo Touriñan (Espagne)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Pointe de Corsen (France)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Dunmore Head (Irlande)	14 mars - 28 mars	15 septembre - 30 septembre
Aghernagallagh (Irlande)	28 mars - 3 mai	10 août - 15 septembre
Cape Wrath (Royaume Uni)	3 mai - 10 août	

figure 1 : Tableau des périodes des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe par lieux

Pour la période hivernale, le Cap Sao Vicente Caminha occupe le lieux d'observation du coucher de soleil sur une vaste période, allant de fin Octobre et 22 Février, de par sa localisation au Sud-Ouest du continent Européen. Pour la période estivale, Cape Wrath au Royaume Uni et Nordkapp en Norvège accueillent simultanément les couchers de soleil les plus tardifs d'Europe, sur une période longue du 3 Mai au 10 Août. Il est important de noter que des lieux comme le Nordkapp ne possèdent pas de coucher de soleil en été et en hiver, de par leur situation dans le cercle arctique.

Carte des couchers de soleil les plus tardifs d'Europe

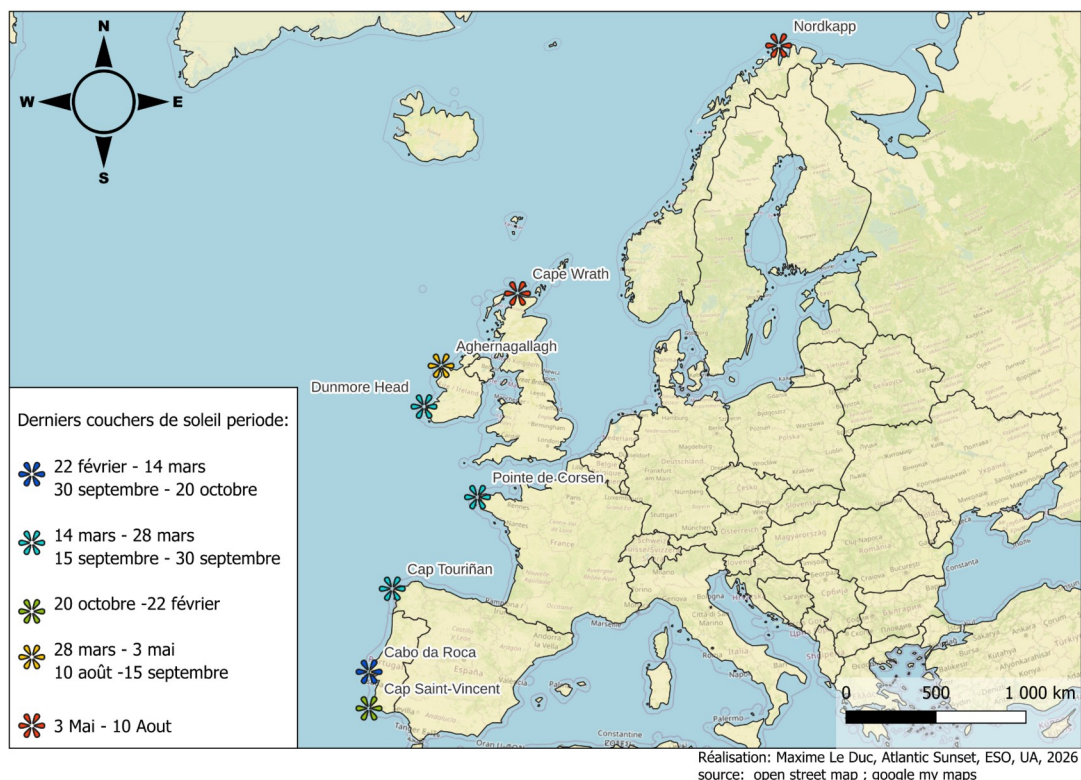


figure 2: Carte des lieux d'observations des couchers de soleil les plus tardif d'Europe

Cette évolution des périodes les plus tardives du nord au sud dépend de l'inclinaison de la ligne terminatrice. Lors du solstice d'été, un axe allant du Nord est au Sud ouest s'effectue et lors du solstice d'hiver un axe du Nord ouest au sud -est s'effectue. En effet, dans les périodes d'équinoxe, la ligne se stabilise sur un axe méridional allant du nord au sud. En fonction des périodes inter solstice, son inclinaison change.

2) Pointe de Corsen:

Localisation	48.433° -4.897°
Coucher de Soleil le plus tardif d'Europe	14 Mars-28 Mars ; 15 Septembre-30 Septembre
Coucher de Soleil le plus tardif sur le site	Début Juin
Date de transition	3 Février ; 7 Novembre

figure 3: Tableau détaillé des couchers de soleil sur la Pointe de Corsen

La Pointe de Corsen s'inscrit comme étant l'un des points emblématiques du Continent Européen où observer le coucher de soleil. En effet, il constitue le dernier point de France hexagonal où le coucher de soleil se couche. Le rang du site évolue dans l'année, en fonction de l'inclinaison terrestre au soleil. A l'échelle européenne, il accueille le coucher de soleil le plus tard d'Europe continentale du 14 Mars au 28 Mars et du 15 Septembre au 30 Septembre, tandis que la période du coucher de soleil le plus tardif sur le territoire s'étend à début juin.

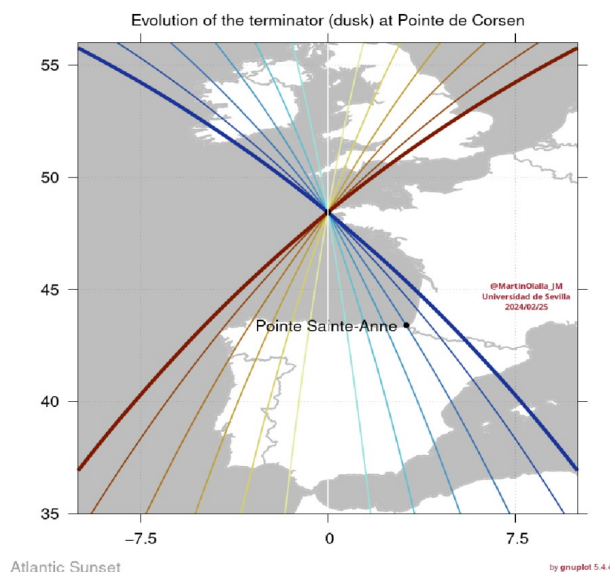


Figure 4: évolution de la ligne terminatrice depuis Pointe de Corsen

Les dates de transition sont les suivantes: Le 3 Février est la date où le coucher de soleil commence à avoir lieu plus tard, et le 7 Novembre équivaut à la date où le soleil commence à se coucher plus tôt. L'évolution de la ligne terminatrice démontre que le coucher de soleil à la pointe de Corsen est aligné avec celui de la pointe Sainte Anne. Ainsi la date de transition équivaut aussi à la date où la ligne terminatrice ajuste son changement.

Annexe 2: Analyse de l'expérience touristique sur les territoires pilotes

Analyse de l'expérience touristique sur les territoires pilotes

Document rédigé par Maxime Le Duc Krivtsova, Projet Atlantic Sunset, Université d'Angers

Ce document reprend les entretiens et comptes rendus produits durant les stages ayant eu lieu en 2024 et 2025. L'objectif de cette synthèse est de restituer l'attrait des territoires décrits dans les comptes rendus et les entretiens réalisés avec les différents acteurs publics des territoires. Il sera nécessaire de relever ces attraits pour mieux appréhender les expériences touristiques que chaque territoire cherche à mettre en place, en vue de la création des brochures.

Pléneuf Val-André:

Caractéristiques	La station de Pléneuf-Val-André est composée d'une digue, de villas datant de la fin du XIX^e siècle et des promenades avec points d'observations. Plusieurs sites permettent d'observer les couchers de soleil : - La plage de Pléneuf - La digue, longue de 2,5 km, entièrement piétonne - L'îlot du Verdelet - La pointe de La Gnette La station constitue une des plus grandes plages de Bretagne Nord, après Saint-Malo et le Sillon-Talbert. Elle est composée d'une plage de 2 kilomètres et d'une digue de 2,5 kilomètres. La commune interdit la construction de zones commerciales sur son territoire et est dépourvue d'industries polluantes.
Types d'expériences proposés et valorisés	La destination est une station balnéaire souhaitant s'inscrire dans une démarche durable s'inscrivant de l'obtention de la labellisation <i>Green Destination</i>. Elle mise sur le développement des mobilités douces (vélo, déplacements piétons) et sur la valorisation du patrimoine local, notamment à travers les villas de la Belle Époque et des années 1930. Elle s'appuie également sur les éléments naturels, notamment les couchers de soleil et les espaces naturels environnants. La station promeut des activités liées au tourisme balnéaire (casinos, activités nautiques) ainsi que des activités de pleine nature (randonnée).
Profil de touristes	La clientèle est nationale, voire régionale, dominée par des jeunes actifs venant de Rennes. La clientèle internationale reste marginale et se compose principalement de touristes allemands, belges, néerlandais et britanniques. La station vise une fréquentation hors saison, mais celle-ci reste principalement limitée à la clientèle régionale. Les séjours courts, de 2 à 3 nuits, sont privilégiés.
Communication existante	La stratégie de communication repose sur un ciblage intergénérationnel : elle mobilise différents réseaux sociaux et s'adresse à la fois à un public jeune (Instagram, TikTok) et à un public d'âge

	intermédiaire et sénior (Facebook). La communication hors saison met également en avant des activités sportives et de loisirs. La valorisation des couchers de soleil s'articule autour des points de vue, du patrimoine local et de la plage, soulignant l'attrait global de la station balnéaire.
Idées pour les brochures	- Réaliser une carte de la digue en identifiant les différents points d'observation - Mettre en avant l'orientation "tourisme durable" de la station - Valoriser les mobilités douces et les déplacements piétons - Mettre en avant l'identité urbaine de la station (Digues, villas, nature)

Pointe de Corsen (Plouarzel) :

Caractéristiques	La Pointe de Corsen est l'un des territoires de France métropolitaine permettant d'observer les derniers couchers de soleil du continent européen. Le site est situé sur la commune de Plouarzel. Son principal attrait réside dans la présence d'espaces naturels le long du littoral ainsi que des phares, éléments paysagers emblématiques de la région. La pointe de Corsen bénéficie d'une proximité avec l'île d'Ouessant et la pointe du Raz.
Types d'expériences proposées et valorisées	De nombreuses activités sont proposées, directement ou indirectement liées aux couchers de soleil. La randonnée constitue l'activité principale pour l'observation des couchers de soleil. Le GR34 constitue un lieu potentiel pour mêler la pratique de la randonnée et l'observation des couchers de soleil. Dans ce cadre, des dispositifs tels que des webcams ou des tables panoramiques ont été envisagés. Des activités commerciales sont également présentes, comme les balades en bateau avec Archipel Excursions, qui mettent en avant les couchers de soleil et l'importance des phares. Le prix est de 35 euros la place. Surfing Iroise propose des cours de surf au coucher du soleil, combinant pratique sportive et contemplation. Pour les restaurants et hébergements, le coucher de soleil n'est pas toujours intégré dans la stratégie de communication, mais il constitue un élément complémentaire important, permettant de valoriser la vue sur le littoral et l'offre globale. L'ajustement des horaires peut également permettre d'allonger l'activité des restaurants et d'augmenter la fréquentation en période estivale.
Profil de touristes	Les touristes présents à la Pointe de Corsen sont principalement des touristes (randonneurs, familles, festivaliers) et des visiteurs de passage. Selon l'office de tourisme, la part des touristes étrangers est estimée à 12 %. Les longs séjours sont davantage privilégiés. La période de mars à novembre constitue la principale saison touristique, marquée par une forte saisonnalité.
Communication	La communication varie selon les acteurs. Les acteurs privés utilisent des sites internet, des

existante	flyers et les réseaux sociaux. L'office de tourisme privilégie son site officiel et ses réseaux sociaux. Les principaux éléments mis en avant pour valoriser les couchers de soleil sont les phares, les falaises, ainsi que les éléments maritimes (bateaux de pêche, plages, points de vue). Les hébergements et restaurants valorisent davantage leurs établissements, tandis que les couchers de soleil apparaissent en arrière-plan comme un élément d'ambiance contribuant à la valorisation du territoire.
Idée pour les brochures	- Mettre en avant le GR34 (indispensable) - Mise en avant des mobilités douces - Mettre davantage en avant les paysages : falaises, phares, villages de pêcheurs - Proposer des itinéraires de randonnée - Valoriser les activités commerciales liées aux couchers de soleil - Intégrer les événements locaux dans la communication

Notre Dame de Monts / St Jean-de-Monts:

Caractéristiques	Les deux stations sont situées en Vendée. Saint-Jean-de-Monts est une station balnéaire avec un front de mer aménagé comprenant restaurants, logements, bancs et grande roue. Notre-Dame-de-Monts dispose également d'un front de mer gardé au naturel et un urbanisme moins dense que à St-Jean-de-Monts. Le paysage s'ouvre sur une plage bordée de cabines. La commune est séparée entre zone du village et zone balnéaire par une forêt. Le village a été davantage préservé, et les extensions touristiques y ont été limitées. Le Kulmino constitue l'un des principaux points d'observation des couchers de soleil du territoire. D'autres points de vue sont également identifiés à l'échelle intercommunale du Pays de Saint-Jean-de-Monts : - L'estacade de Saint-Jean-de-Monts - Le Pey de la Blet - Le point de vue de la Buzelière - Le port du Pont Neuf à la Barre-de-Monts - L'esplanade de la gare maritime de Fromentine
Types d'expériences proposés et valorisés	Les actions de valorisation sont pensées autant pour la population que pour les touristes. Ici, la station accueille de nombreux événements qui accueillent sur les couchers de soleil. Le Festival de tout vent en est un exemple. Il accueille l'exposition de cerf-volants sur la plage et se déroule en majorité au crépuscule. La Communauté de Commune mène une politique culturelle liant cinéma, théâtre, concerts et festivals. La station a aussi une valorisation scientifique et culturelle avec la présence de lieux tels que Biotopia, mettant en avant l'environnement local et le Kulmino, monument emblématique de la région. Le Kulmino organise des soirées autour des couchers de soleil. Une table panoramique et une webcam sont

	mis en place dans le cadre de l'observation des couchers de soleil.
Profil de touristes	La station accueille différents profils touristiques. Les excursions scolaires constituent une part importante de la fréquentation (Kulmino et Biotopia). La clientèle est majoritairement familiale, venant du Grand Ouest ou de la région parisienne. La durée des séjours varie : courts séjours pour les visiteurs de proximité et séjours plus longs pour les visiteurs provenant de régions plus éloignées.
Communication existante	Une webcam est diffusée sur le site de l'office de tourisme du Pays de Saint-Jean-de-Monts, offrant une vue sur la grande roue et l'estacade. Les images des paysages au coucher du soleil sont mises en avant comme éléments identitaires du territoire. Sur Instagram, de nombreux contenus valorisent les couchers de soleil, notamment sur la plage, les marais salants et l'arrière-pays. Les acteurs du territoire valorisent ainsi à la fois son identité littoral et son arrière-pays. Le golf de Saint-Jean-de-Monts met également en avant des publications montrant les parcours au coucher du soleil, combinant vue sur la mer et espaces boisés. L'objectif est de valoriser le cadre naturel et l'identité terre-mer du territoire. L'office de tourisme publie également des articles sur les points d'observation des couchers de soleil et communique via Instagram, TikTok, Pinterest et Facebook. Des lives sont également réalisés autour des couchers de soleil. Les affiches d'événements, comme le Festival de Tout Vent, utilisent fréquemment les teintes du coucher de soleil.
Idée pour les brochures	- Proposer un plan des stations avec les lieux d'intérêt - Présenter une programmation annuelle des événements liés aux couchers de soleil - Valoriser le Kulmino et les principaux points de vue du territoire - Mettre en avant l'identité urbaine de Notre Dame de Monts

Annexe 3: Grille d'entretien des brochures

Grille d'entretien à destination des offices de tourisme

Objectif : comprendre comment les acteurs du tourisme souhaitent mettre en valeur les expériences touristiques propres à leurs territoires aux moments des couchers de dans le cadre d'une campagne promotionnelle et de la conception de brochures ?

Enquêteur:

Enquêté:

Office de Tourisme:

Lieu:

Date:

I) Image et Identité du territoire

Objectif: comprendre l'image que les acteurs souhaitent transmettre comme image de leur territoire notamment à travers un slogan, un ton, une ambiance ou une esthétique

- 1) Comment caractérisez-vous l'identité touristique de votre territoire ?
- 2) Quels sont selon vous les principaux atouts de votre territoire?
- 3) Quels éléments paysagers sont caractéristiques de votre territoire? Par ces caractéristiques, quelle image de votre territoire voulez-vous apporter à un public extérieur ?
- 4) En quoi la thématique autour des couchers de soleil représente-t-elle, selon vous, une opportunité de valorisation territoriale?
- 5) Comment les intégrez vous dans votre stratégie promotionnelle
- 6) Voyez-vous le coucher de soleil comme élément intégrant de votre offre touristique ou plutôt comme un apport significatif ?
- 7) Quelle approche narrative vous semble la plus pertinente pour valoriser les couchers de soleil ?(dépaysement, approche thématique et localisée, mise en avant de l'ambiance et de l'atmosphère du territoire...)
- 8) Par quelle phrase/ slogan définiriez-vous votre territoire, tout en le liant aux couchers de soleil ?

II) Publics cibles et attractivité autour des couchers de soleil

Objectif: identifier les publics visés, la fréquentation touristique et les moyens d'attirer les visiteurs autour des couchers de soleil

- 9) Quelle est la provenance des visiteurs venant sur votre territoire (local, régional, national ou international) ?

- 10) Quel type de public/ activités constitue la base de la fréquentation territoriale ? Quel public souhaitez vous attirer davantage ?
- 11) Est ce que les habitants jouent un rôle dans la valorisation des couchers de soleil sur votre territoire?
- 12) Quels types d'actions ont permis de structurer davantage les couchers de soleil sur le territoire?
- 13) Qu'est ce qui rend ces expériences attractives auprès de ces visiteurs ? Quel retour avez vous pu avoir ?
- 14) Quelle période de l'année est déterminante pour renforcer l'offre autour des couchers de soleil? Quels constats avez vous fait?
- 15) Comment les réseaux sociaux (Tik Tok, Facebook, Instagram) contribuent à renforcer l'attractivité de votre territoire autour des couchers de soleil ?

III) Expériences touristiques valorisés et valorisables

objectif: Établir un état des lieux des activités touristique et expériences touristiques liées aux couchers de soleil afin d'envisager la conception de brochures touristiques

- 16) Le rapport à la Nature est-il important au sein de votre offre touristique ?
- 17) Quels sont les lieux emblématiques que vous souhaitez mettre en avant dans le cadre de l'observation des couchers de soleil ?
- 18) Existe-il d'autres lieux moins connus qui pourraient susciter un certain intérêt?
- 19) Selon vous, ces lieux doivent-ils être présentés comme des points d'intérêt ou intégrés dans des itinéraires touristiques ?
- 20) Quels types d'expériences ou de pratiques souhaitez-vous valoriser autour des couchers de soleil (apéro coucher de soleil, séances photos, balades contées,...) ?
- 21) Sous quels formats les paysages et expériences du territoire sont-elles mises en valeur (réseaux sociaux, vidéos, photographies, événements, brochures, etc.) ?
- 22) Privilégiez-vous des expériences gratuites, accessibles librement ou des offres encadrées et marchandes pour la contemplation des couchers de soleil?

Sinon, envisagez-vous de combiner ces deux types de pratique?
- 23) Existe-t-il des événements autour des couchers de soleil que souhaitez vous mettre en avant ? Quels sont leurs intérêts ?
- 24) Avez-vous déjà développé des supports spécifiques dédiés à la thématique des couchers de soleil tels que des brochures ou autres types de supports ?

IV) Perspectives dans le cadre de la campagne promotionnelle Atlantic Sunset

objectif: Recueillir les attentes des acteurs concernant la campagne promotionnelle Atlantic Sunset et la conception des futures brochures touristiques

- 25) Que pouvez- vous attendre de la campagne promotionnelle ?
- 26) Quels aspects du territoire vous semblent essentiels à valoriser dans les futures brochures touristiques ?
- 27) Comment imaginez-vous une brochure touristique attractive pour votre territoire ?
- 28) Quels éléments devraient impérativement être intégrés dans ces supports de communication ?
- 29) Avez-vous des recommandations particulières concernant la conception des brochures (contenu, visuels, ton, format, etc.) ?
- 30) Auprès de quel public voulez-vous que cette campagne soit orientée ? (Région, Grandes villes, cadres, familles, personnes âgées, etc...)

Annexe 4: document conception brochures

Document de conception des brochures : Comment réaliser des brochures adaptées aux 3 territoires ?

objectif : Ce document vise à structurer la conception des brochures. En prenant en compte l'analyse des relevés terrains établis par les précédents stagiaires, l'intervention du séminaire, les bonnes pratiques du Benchmarking et les futurs relevés terrains et entretiens

L'objectif est de proposer :

- Une structure commune aux brochures
- Une cohérence globale dans leur conception tout en adaptant aux spécificités territoriales de chaque territoire
- Une lecture scientifique accompagnée d'une médiation touristique

Ce document est adaptable en fonction des futurs entretiens. Les territoires de Pléneuf Val-André, de la Pointe de Corsen et de Notre Dame de Monts présentent chacun des paysages uniques, des identités territoriales différentes ainsi que des pratiques et offres touristiques

Ce document s'inscrit donc dans une démarche visant à proposer des orientations adaptées au projet Atlantic Sunset tout en conservant une capacité d'adaptation aux particularités locales et aux futurs entretiens réalisés auprès des acteurs et des touristes

Conception :

I- Éléments transversaux aux 3 territoires

format de la brochure en général:

1) Objectif:

- La production de brochure liée au projet Atlantic Sunset repose sur un double objectif, transmettre une connaissance scientifique documentée, et valoriser le territoire autour de la thématique des couchers de soleil.
- proposer une mise en récit paysagère pour chaque territoire (voir ce que les offices de tourisme promeuvent)

règle: chaque supports créés doivent contenir une carte de localisation des spots à couchers de soleil + une carte à l'échelle de soleil avec les localités où apercevoir le dernier coucher de soleil

mise en avant: - Différents spots d'observations du coucher de soleil

- **Mettre en avant les mobilités douces** (balades à pieds , vélos) -> présenter des itinéraires -> rentrer dans la thématique du slow tourisme
- **Mettre en avant des activités gratuites** et /ou marchandes (dépend de la médiation touristique proposée)
- **Correspondre aux valeurs du new European bauhaus** (durabilité: correspondre aux objectifs climatique ; esthétique: qualité expérience et style ; inclusion: valorisation de la diversité, accessibilité et abordabilité)

2) contenu:

- **ton:** lié chaque brochure de territoire à un acte de Guillaume Aubry - ou à une temporalité du coucher de soleil (**Heure dorée:** contemplation ; **disparition de l'astre:** dramatique; **crépuscule:** apocalyptique)
- **thématique:** propres au territoire
- **Recto:** une carte des couchers de soleil en europe + synthèse écrite et informations sur les couchers de soleil en Europe Atlantique
- **Verso:** une carte des spots de coucher de soleil par territoires + activité et informations de territoires (mettre le type d'activités, le récit territorial promu par les acteurs)

3) **supports:** Z-cards, contenu digital, petite brochure

II- Particularité propres au territoires

1. Pointe de Corsen

Titre: Rêver le crépuscule au Bout du Monde

a) éléments

Mise en avant:

- Mise en avant de la position exceptionnelle de la Pointe de Corsen comme le lieu le plus à l'ouest de France Métropolitaine
- Mise en avant des balades
- Mettre en avant le GR34 comme pilier d'un itinéraire avec différents spots → proposer une randonnée du soir
- différents points de vue dans le pays d'iroise
- Lier le coucher de soleil avec le scintillement des phares -> les phares représentent un attrait paysager du territoire (phares et balises)

Offre: - promouvoir les nuits du phare (proposer les horaires)

- Promouvoir différents spots d'observations: Pointe st Mathieu, phare de kermorvan, pointe de Corsen, phare de Trézien, etc...
- promouvoir l'itinéraire du GR34
- promotions d'activités ludiques (surfs, excursions)
- Mise en avant des aménagements autour de Atlantic Sunset (webcam phare de trézien et table panoramique)

b) contenu

ton: apocalyptique -> petite fin du monde = crépuscule (dégradé de rouge)

thématique: - bout du monde (avec l'attrait de derniers lieux des couchers de soleil et la proximité avec l'île d'ouessant)

- Phare et balises
- Aventure (renforcée par la randonnées, balades en bateau)

recto: - carte de localisation sur le pays d'Iroise avec les spots

- définition d'une sémiologie

- mettre les éléments relatifs au territoire

verso: - carte des couchers de soleil en Europe

-synthèse sur les couchers de soleil les plus tardifs d'europe

-synthèse scientifique sur Pointe de Corsen

c) **supports:** Z-card: avec la carte du pays d'iroise et la carte des couchers de soleil

2. **Notre Dame de Monts**

Titre: Rêver (ou fêter) la Côte de Lumière au Pays de St Jean de Monts

a) **éléments**

Mise en avant:

- Mettre en avant l'identité urbaine de Notre Dames de Monts (présenter le front de Mer, le village, la forêt) -> lier à des thématiques et/ou mettre en avant touristes et habitants
- Mettre en avant les soirées couchers de soleil au Kulmino
- Mettre en avant des lieux culturels, musées

Offre: - promouvoir les événements autours des couchers de soleil

- proposer un annuaire de restaurant sur le front de mer à St Jean de Monts et Notre Dame de Monts
- promouvoir différents spots: Kulmino, Pey de la Blet, fromentine, estacade st Jean de Monts, Pergolas Notre dame de Monts, grande roue St Jean de Monts
- concevoir un itinéraire desservant différents spots d'observations du coucher de soleil

b) **contenu**

ton: Heure dorée -> équivaut au nom côte de lumière

thématique: - Rapport à la nature: inclure les sentiers de randonnées

- lié au slogan "l'horizon pour une seule limite"

recto:- Carte de localisation sur le Pays de St de monts (spots + itinéraire +restaurants)

- éléments relatif au couchers de soleil (côte de lumière) + événements Kulmino

verso: - carte des couchers de soleil en Europe

-synthèse sur les couchers de soleil les plus tardifs d'europe

- synthèse sur Notre Dame de Monts

c) **supports:** road book, accès qr code-> offrir une lecture papier et digitale

3) **Pléneuf Val-André (échelle communale)**

Titre: Méditer le soir à Pléneuf (

a) éléments

Mise en avant:

- Mettre en avant l'importance du festival "les minutes bleues" sur le territoire de Pléneuf + utiliser un contraste de couleur rappelant les minutes bleues
- Proposer une expérience centrée sur la contemplation et le calme (balades contées, apéro) -> proposer le coucher de soleil comme une expérience intime
- Mettre en avant les différents aspects de Pléneuf (Bourg, Digue, Nature, Port)

Offre: - Porter la communication autour de la nature, du bien être et du patrimoine

- Rendre la station attractive par le coucher de soleil
- Promouvoir différents lieux: La digue, l'ilot du verdel, dune de la ville berneuf et le port de Dahouët
- Mettre en avant le festival des minutes bleues

b) contenu

ton: dramatique-> disparition de l'astre / minute bleue ou nuage et dégradés de couleurs

thématique:- communiquer autour de la nature, bien être patrimoine

- Mettre en avant l'identité locale

recto: - Carte de localisation de différents spots des couchers de soleil

- mettre en avant l'identité locale en proposant des activités, en parlant de l'histoire de la station

verso: - Synthèse des couchers de soleil en Europe (la mettre en plus petit)

- Histoire de la station

c) **supports:** livret A5 (4 pages)

Résumé : Ce mémoire traite de la conception de brochures dans le cadre de la campagne promotionnelle du projet Interreg *Atlantic Sunset*. Se basant sur les territoires de Pléneuf Val-André, du Pays d'Iroise et de du Pays de Saint Jean-de_Monts, l'objectif de ce mémoire est de comprendre comment les acteurs locaux, office de tourisme et pouvoirs publics, utilisent le coucher de soleil comme une ressource territoriale.

L'analyse et la recherche entreprises au cours de ce stage s'intéresse à la communication marketing, l'intégration du coucher de soleil dans l'offre et la construction de l'identité touristique territoriale du coucher de soleil. Par conséquent, en prenant compte de ces facteurs, la conception des brochures permet de proposer un outil de communication à destination des touristes, basés sur le thème des couchers de soleil .

Mots clés : coucher de soleil, marketing, tourisme, valorisation touristique, développement territorial, brochures touristique, campagne promotionnelle, géographie