

Les espaces du tourisme

I- Problèmes de définition

A) Tourisme

Tourisme : ensemble d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la « récréation » des individus par le **déplacement** et l'**habitation temporaire** hors des lieux du quotidien.

La pratique touristique est donc constituée par un déplacement, une inscription dans le non-quotidien. Tout touriste n'est pas vacancier.

Le tourisme est donc une activité de rupture qui suscite l'apparition et le **maintien d'espaces spécifiques**, l'émergence d'un secteur marchand, des rapports aux populations visitées.

B) Espace ou zone touristique

Espace touristique : espace aménagé par et pour le tourisme, concentrant un certain nombre de lieux touristiques et possédant une image globale profondément liée au tourisme.

Il est aujourd'hui encore très difficile de déterminer un espace touristique.

Caractérisation et délimitation d'un espace touristique :

- le **tourisme est partout**, l'activité touristique par définition mobile.
- le tourisme n'est pas la seule activité des espaces touristiques.
- **grande diversité des espaces** touristiques : territoires continus (littoraux), espace en forme de réseau (circuits de voyages organisés).
- **impact inégal du tourisme** sur les espaces : comment mesurer l'impact ? Paysages, aménagements, répercussions économiques...

Tourisme (activité économique) # espace touristique (espace dans lequel s'inscrit l'activité).

En géographie, on parle d'espace de tourisme ou touristique plutôt que zone touristique.

C) Approche géographique du tourisme

Exploration des thèmes fondamentaux de la géographie actuelle :

- aménagement des espaces par l'homme, **relations hommes-espaces**, impact de l'activité sur les espaces en terme de paysage et de société.
- **étude des acteurs** (locaux, investisseurs, Etat, UE, touristes...) car les espaces sont une construction collective et volontaire.
- le regard porté, **les représentations** par l'homme sur les espaces, qui évolue en fonction des générations : géographie culturelle.
- problème de l'image négative du tourisme, dénonciation du tourisme de masse avec l'argument écologique et culturel.

>>>**thème du DD** : comment concilier le droit aux vacances et au tourisme pour tous, le développement du tourisme en termes économiques, l'intérêt des régions d'accueil et des populations locales et la protection du patrimoine naturel et culturel ?

Comment maintenir une activité touristique rentable tout en préservant l'environnement et le sort des populations locales ?

D) Des espaces variés aux logiques particulières

Plusieurs types de classification :

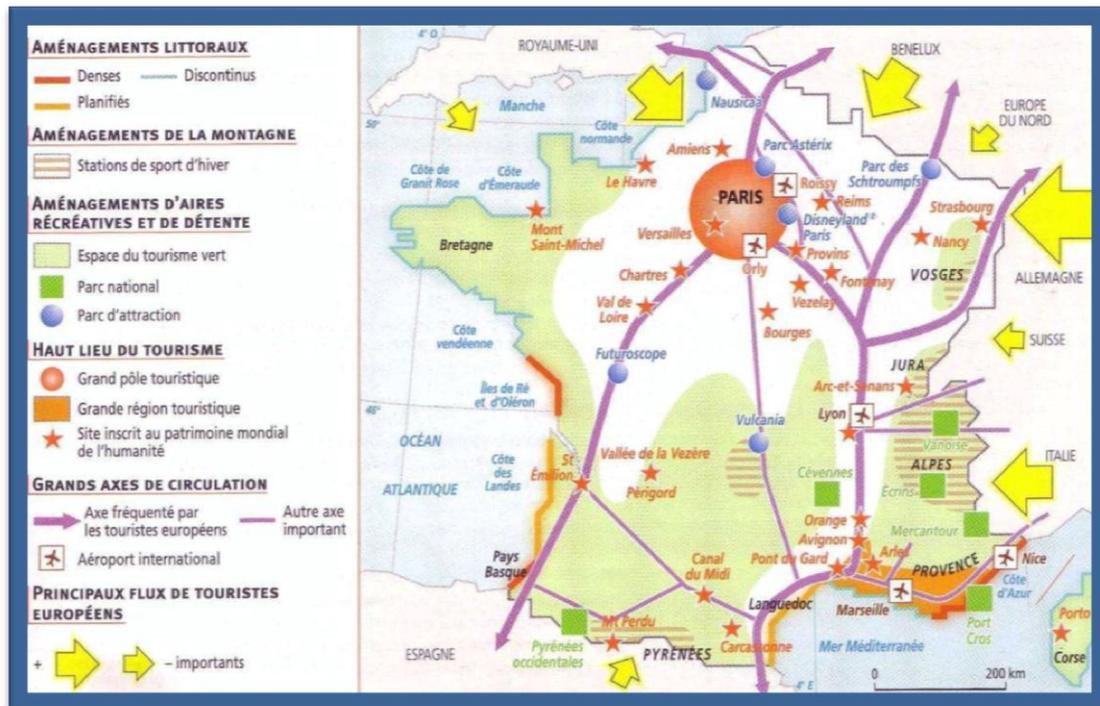
- par espaces : tourisme balnéaire, montagnard, vert, urbain...
- par motivations : se divertir, se reposer, faire du sport, s'instruire, se retrouver...
- par attractivités régionales (IDF, PACA...).
- par ressources : naturelles, historiques, culturelles...

Mais les risques de chevauchement entre ces classements sont nombreux.

Par **rapport à leur offre**, par les géographes Jacques Lévy et Michel Lussault :

- **site touristique** : pas de capacité d'accueil, absence de pop locale, pas de fonctions urbaines (ex musée).
- **comptoir touristique** : capacité d'accueil faible, peu de pop locale, qq fonctions urbaines (Mont Saint Michel).
- **station touristique** : capacité d'accueil, pop locale, fonctions urbaines (station de ski).
- **ville touristique** : capacité d'accueil, pop locale, fonctions urbaines diversifiées (ville).

E) Classification selon une carte



✚ Espaces fortement marqués par le tourisme

Paris

La ville reçoit chaque année plus de 28 millions de touristes étrangers : le tourisme est le premier pilier économique de la ville.

Le **patrimoine culturel et l'image de la ville** constituent les ressources principales de l'activité touristique.

Modèle touristique parisien : patrimoine culturel, équipement hôtelier, réseau de communication fonctionnent en interaction. Ce système devient facteur de son propre développement : constructions de la pyramide du Louvre, Parc Disney, musée du quai Branly...

Malgré les efforts pour donner une image conviviale et multiculturelle, **image très classique** avec des sites prestigieux comme les musées (Louvre, quai Branly), patrimoine architectural ou industriel (Tour Eiffel, notre Dame), panoramas (Montparnasse, sacré cœur), quartiers (Champs Elysées, saint germain des près).

Le tourisme est aussi le fait de nombreux congrès, salons, foires qui animent la capitale.

Paris est la capitale mondiale du tourisme et doit renforcer sa logique touristique, mais son économie ne peut dépendre uniquement de cette activité.

Or, aujourd'hui, tous les dirigeants tentent de conserver cette image de ville musée qui risque de nuire à la ville.

Le littoral méditerranéen

Côte languedocienne : est la plus fréquentée de France. En 60, l'Etat a planifié des aménagements et voulu favoriser le littoral méditerranéen délaissé, diversifier les activités, capter des touristes européens en transit vers l'Espagne.

D'abord assainissement du littoral sableux, côtes démoustiquées et dotées de grandes infrastructures de transport, création de lieux très fonctionnels avec un urbanisme caractéristique : pages aménagées, ports de plaisance, logements, zones commerciales, zones récréatives.

7 stations balnéaires Grande Motte, Saint Cyprien, port Barcarès, port Leucate, Cap d'Agde, port Camargue, Gruissan
Cet espace reçoit plus de 1 million de visiteurs chaque année.

Côte d'Azur : et sa valeur balnéaire a été mise en valeur fin du 19^{ème}. Au départ, c'était du tourisme aristocratique et hivernal ; aujourd'hui, le tourisme s'est démocratisé et est surtout estival. (35 millions de tourisme par an). Image mythique de la région : chaleur, farniente, luxe (promenade des Anglais, Saint Tropez)

Sur ces deux côtes, les aménagements touristiques sont très nombreux et les **conséquences environnementales** sont pointées du doigt comme l'extrême urbanisation du littoral, saturation, hausse des prix.

Le littoral de la Manche et de l'Atlantique

Côte normande : surtout des touristes franciliens. Vieilles stations attirent toujours (Deauville, Trouville), succès du Mont saint Michel mais gravement menacé par l'afflux humain, il doit se tourner vers le tourisme durable.

Côte atlantique : tourisme soucieux d'un **cadre de vie agréable misant sur la diversité** : longues plages au nord (La Baule), côtes découpées au centre (côte de Jade), Vendée. Plus haut, l'espace est assimilable à celui de la côte d'azur (d'abord élitiste puis démocratisé).

Côte aquitaine : immenses espaces littoraux sableux, stations balnéaires développées regroupées autour de 2 pôles principaux : le bassin d'Arcachon et la côte d'argent (Hossegor à Hendaye).

Les aménageurs et conservateurs du littoral ont réussi à **conserver la biodiversité** de la région.

La côte landaise a vu se développer le tourisme balnéaire puis a été aménagée dans les années 70 sur le modèle du Languedoc par l'Etat.

Espaces où activité touristique diffuse

Le tourisme de montagne

Les montagnes sont fréquentées été et hiver.

Alpes du Nord (Savoie, Haute Savoie, Isère) : destination touristique majeure car de nombreuses ressources : enneigement fort, pentes fortes, diversité des paysages, grands axes de pénétration par des tunnels.

Fin 19^{ème}, développement d'un tourisme international dans la vallée du Mont Blanc : tourisme d'été puis d'hiver, alpinisme et sports divers, stations célèbres (Villard-de-Lans, Courchevel, Chamonix)

Quatre générations de stations de ski :

- **1920-30** : création à partir de villages déjà existants par des acteurs locaux, présence de petits châteaux (Megève, Chamonix...).
- **1960** : **Tourisme de masse dans les années 60 avec le lancement par l'Etat du plan Neige** pour mettre en valeur des territoires alpins considérés comme impossibles à occuper : grands travaux d'équipements et infrastructures pour aménager.

Stations créées à partir de rien, à plus haute altitude permettant un maximum d'enneigement (Courchevel, Alpe d'Huez).

- **1960** : créations de stations à très haute altitude **ex nihilo**, ce sont **les stations intégrées ou usines à skis**.

La Plagne : station type, archi sans caractère mais fonctionnelle : barres d'immeuble, au pied parkings pour se garer facilement le temps du séjour, en face le front de neige où sont concentrés les équipements.

Le développement des stations intégrées a modifié l'économie alpine en la tertiarisant. Mais **surenchère technique** très coûteuse : neige artificielle, remontées mécaniques, regroupement de stations pour agrandir le domaine skiable (Courchevel, Méribel, La Plagne) > forte augmentation des prix.

- **1975** : modèle remis en cause : urbanisme trop impersonnel, dégradation des paysages et milieux naturels. Création de station artificielle mais **amélioration architecturale**.

Opérations de protection et d'aménagement : 2 parcs naturels, 6 parcs régionaux, loi de montagne de 1985, loi paysage de 1993.

Alpes et Pyrénées : sports d'hiver, tourisme d'été, tourisme thermal.

Le tourisme rural dit vert

Il est **diffus à l'intérieur du territoire** : Alsace, Périgord, Quercy, Provence, Ardèche...

Il se développe dans les **régions rurales en difficulté** qui mettent en valeur certains atouts : tranquillité, prix attractifs, espaces naturels protégés.

Le tourisme apparaît dans ces régions comme un **revenu d'appoint pour les petits agriculteurs** (gîtes, chambres d'hôtes) et est encouragé par les collectivités territoriales.

Espaces polarisés

Régions où les espaces touristiques sont plus circonscrits voire isolés.

- les **villes** accueillent le tourisme culturel : patrimoine architectural, musées, festivals.
- les **pôles touristiques** culturels : tourisme religieux (Lourdes), industriel (écomusée, centre minier), lieux de mémoire (Verdun, chemin des Dames, plages du débarquement, mémorial de la shoah, mémorial à péronne), culturel (Mont Saint Michel).

- les **pôles touristiques de loisirs**, parcs de loisirs : Futuroscope, Disneyland, Astérix... développement depuis 30 ans. Disney depuis 1992 : sa puissance publique a joué un rôle dans le rééquilibrage des territoires à l'est de la capitale car 1^{ère} destination touristique d'Europe et les infrastructures qui la desservent participent à l'organisation de tout l'espace francilien (autoroute, tgv, avion).

Astérix dans l'Oise : 1,6 millions de visiteurs par an.

II- Nouveau regard porté : vers un tourisme durable ?

Depuis les années 70, remise en cause du modèle touristique de masse : les espaces touristiques sont profondément dépendants d'une image de marque avec la publicité.

A) Impact spatial de l'activité touristique

- l'activité touristique est très concentrée dans le temps (vacances scolaires) et dans l'espace. Les régions fortement touristiques sont bien délimitées : littoraux, zones de montagne.

C'est une **activité irrégulière** qui affecte fortement certains espaces à certaines périodes : saturation des axes de circulation en période de migrations.

- les **équipements nécessaires sont nombreux** : axes de transport, logements, zones de loisirs...L'impact sur les paysages et sur l'organisation de l'espace est donc très fort : bétonisation, uniformisation voire aménagements excessifs des Alpes du Nord.
- **atteintes à la flore et à la faune** dans les zones très aménagées.
- **nuisances, pollutions et risques** : forte consommation d'eau (Languedoc sécheresse estivale), sur fréquentation des espaces aggrave les risques (incendies de forêt, avalanches), pollutions diverses liées à une forte concentration des activités humaines (pollution maritime, atmosphérique), gestion des déchets

B) Recherche de solutions pour un tourisme durable

Tourisme et développement durable sont indissociables : l'activité touristique ne se conçoit pas sans son environnement, dont elle dépend pour son existence.

Définitions

- tourisme **alternatif** : repose sur le refus d'être simplement un élément de l'économie de marché.
- tourisme **équitable** : l'activité est envisagée en termes de réciprocité, les touristes dépensent sur place et aident par celles-ci les populations locales.
- tourisme **solidaire** : s'insère dans des activités pas forcément touristiques (aide à la santé, atelier textile). Les touristes consacrent une partie de leurs dépenses au soutien de l'économie locale.
- **écotourisme** : à la recherche d'un tourisme équilibré et voit dans l'environnement la matière première du tourisme.

Ces formes de tourisme ont un point commun : respect de l'environnement tout en étant un tourisme au service d'un objectif.

Le tourisme durable est né du développement durable. Cette notion est née du sommet de Rio et se développe.

Il a trois grands objectifs :

- volet environnemental : exploiter les ressources de l'environnement tout en assurant leur protection.
- volet social : respecter les équilibres sociaux et culturels des régions d'accueil.
- volet économique : faire du tourisme une activité viable toute l'année.

Rôle des acteurs institutionnels

A l'échelle européenne

Nombreuses initiatives de la Commission européenne pour un tourisme durable dans l'espace européen :

- **1998** : charte européenne du tourisme durable.
- **Agenda 21** européen du tourisme : 21 actions de la commission européenne.
- **2001 : Observation Développement Ingénierie Touristique** Odit France, réseau européen de territoires volontaires pour mettre en place un tourisme durable.
- journée européenne du tourisme le 27 septembre.
- **2010** : déclaration de Madrid.
- prix européen EDEN « destinations européennes d'excellence (en France en 2010, Marais Poitevin, Pays de Langres et des 4 lacs, Dunes de Flandre, Mayotte).

Toutes ces initiatives restent au stade des encouragements et des déclarations d'intentions.

*A l'échelle de la France***L'Etat**

Depuis les années 60, Etat a mis en place une série de réglementations pour préserver l'environnement :

- création des parcs nationaux 1960 (Cévennes, Mercantour).
- création de la première réserve naturelle 1961.
- création des parcs nationaux régionaux 1967.
- conservatoire du littoral 1975.
- loi montagne, loi littoral, loi paysage.

Le **Grenelle Environnement de 2007** promeut à toutes les échelles, le tourisme durable par le biais des agendas 21 locaux ou par le biais d'aides accordées à des projets locaux (tourisme et handicap, développement des voies vertes, aides à l'amélioration de l'hébergement touristique...).

L'Etat travaille avec des **partenaires institutionnels** : Odit France –devenu Atout France – agence d'Etat chargé de la compétitivité du tourisme et qui accompagne les acteurs du tourisme dans leurs projets ; ADEME ...pour permettre compétitivité et durabilité.

L'Etat a organisé des opérations de promotion ou de **labels** en faveur des grands sites classés (dune du Pilat, gorges du Verdon, point du Gard...)

Les autres acteurs français

- **associations** : militants écologistes « coalition internationale pour un tourisme durable », association ATR (Agir Pour un Tourisme Responsable), UNAT (Union Nationale des Assocs du Tourisme).
- **professionnels du tourisme** proposent des offres davantage tournées vers la nature : tourisme vert, écotourisme, tourisme « propre », apparition d'une clientèle plus soucieuse d'un tourisme « authentique ».

La SNCF attribue des trophées du tourisme responsable posant le problème de l'instrumentalisation de la notion de développement durable et de son exploitation comme objet marketing.

- **collectivités locales** agissent avec le biais d'Agendas 21 et des subventions de l'Etat pour donner une image positive de la région (plages aménagées pour handicapés, bâtiments HQE, mise en valeur de l'économie locale, pistes cyclables...).

Multipliation des initiatives pour répondre à une demande sociale croissante mais :

Pas de cadre législatif strict, ni d'harmonisation des pratiques à l'échelle nationale ou européenne.

Pas d'indicateurs pertinents pour évaluer l'impact du tourisme sur un espace, ni pour mesurer les progrès accomplis.

- les situations sont trop diverses et les acteurs donc conflits d'intérêts sont trop nombreux pour trouver un consensus ou imposer une loi unique à tous les espaces.
- les solutions ne peuvent être que locales pouvant être une chance pour le maintien d'une diversité des espaces touristiques
- L'étude des espaces touristiques permet de mesurer les enjeux géographiques actuels : concilier compétitivité économique et aménagement respectueux des espaces et sociétés locales.

Nécessaire mutation des espaces touristiques comme tous les autres espaces (industriels ou agricoles) pour faire face aux nouveaux défis (mondialisation et développement durable).