

Table des matières

Préface	1
Philippe VIOLIER	
Avant-propos	3
Introduction	5
Partie 1. La région, un concept complexe appliqué au tourisme	13
Introduction de la partie 1.	15
Chapitre 1. Les lieux touristiques, aux fondements de la région touristique	17
1.1. Le lieu touristique, un lieu choisi dans les pratiques spatiales de tourisme.	17
1.2. Diversité des lieux touristiques selon les pratiques	21
1.3. Lieux touristiques élémentaires à l'échelle locale	23
1.3.1. Lieux dominés par le tourisme	23
1.3.2. Lieux non dominés par le tourisme	27
1.4. Lieu touristique à l'échelle régionale.	28
1.5. Conclusion	31

Chapitre 2. La région touristique, un espace localisé et localisant	33
2.1. Comment définir la région touristique ?	34
2.1.1. La région en géographie	34
2.1.2. La région touristique	36
2.2. Spatialisations régionales du phénomène touristique	38
2.2.1. Les grandes régions touristiques du monde.	38
2.2.2. Les approches régionales du tourisme au sein d'un pays	40
2.2.3. Les espaces régionaux touristiques localisés	43
2.3. Construction d'un espace régional de tourisme.	45
2.4. Conclusion	49
Chapitre 3. Les approches géographiques de la région touristique	51
3.1. Une géographie régionale du tourisme	51
3.1.1. Exemple de l'analyse du phénomène touristique dans la région malouine (France)	52
3.1.2. Exemple de l'analyse du tourisme dans la province du Québec (Canada)	54
3.2. La région fonctionnelle du tourisme	55
3.2.1. L'emploi du modèle centre-périphérie pour expliquer la région touristique dans la littérature francophone	56
3.2.2. L'emploi du modèle centre-périphérie pour expliquer la région touristique dans la littérature anglo-saxonne	61
3.3. La région touristique, un espace vécu	64
3.3.1. La région comme espace vécu	64
3.3.2. Les représentations comme outil pour définir la région touristique comme vécue.	66
3.4. Lieux touristiques et mobilités dans une dimension régionale	67
3.5. Conclusion	71
Partie 2. Logiques d'acteurs dans la pratique d'une destination touristique de dimension régionale.	73
Introduction de la partie 2.	75

Chapitre 4. Les touristes et leurs territoires de pratiques de dimension régionale	77
4.1. Des compétences spatiales liées à la mobilité touristique au sein d'un espace de dimension régionale	78
4.2. Itinéraires et trajets selon les mobilités touristiques à une échelle régionale	83
4.3. Lecture des mobilités touristiques pour comprendre les pratiques spatiales de dimension régionale	86
4.3.1. Un terrain : l'Arc lémanique, une diversité de lieux touristiques dans un paysage lacustre homogène	86
4.3.2. Une méthodologie : le récit de vie spatialisé et la représentation par cartes schématiques	90
4.3.3. Un constat : une insertion de lieux dans des réseaux de dimension spatiale plus ou moins importante selon les mobilités touristiques	91
4.4. Conclusion	97
Chapitre 5. Les investisseurs et leurs structurations de territoires touristiques régionaux	99
5.1. L'investisseur privé et sa création de territoires régionaux de tourisme	99
5.1.1. De la création de l'équipement à la démultiplication de lieux touristiques	99
5.1.2. Organisation d'une offre touristique de dimension régionale	103
5.2. L'investisseur public et son aménagement de l'espace de dimension régionale par le tourisme	104
5.2.1. L'investissement de l'État pour une diffusion du tourisme	104
5.2.2. La planification touristique de dimension régionale par les institutions publiques	107
5.2.3. Intervention des acteurs publics dans la création de lieux touristiques pour une diffusion régionale du tourisme	110
5.3. Conclusion	115
Chapitre 6. Les développeurs et la mobilisation des acteurs locaux pour une valorisation de leurs territoires régionaux	117
6.1. Les acteurs publics et l'intérêt collectif d'un territoire de dimension régionale	117

6.1.1. Cas du développement touristique urbain de Nantes (France) et de son extension régionale	118
6.1.2. Cas des parcs naturels, une création de territoire de dimension régionale en vue d'un développement touristique par un paysage	121
6.2. Les acteurs privés et leurs valorisations de territoires dans l'intérêt de leurs entreprises	122
6.2.1. Cas du vignoble de Cognac (France) dans la mobilisation des acteurs du spiritueux et du tourisme pour valoriser un territoire de dimension régionale	122
6.2.2. Cas de la région du père Noël (Laponie) dans l'exploitation d'un imaginaire pour un développement touristique de dimension régionale	124
6.3. Faire du territoire une marque partagée pour développer une destination touristique de dimension régionale	125
6.3.1. « Loire Valley », une marque qui valorise une destination touristique régionale	126
6.3.2. La Bretagne, entre territoire culturel et territoire administratif, <i>quid</i> d'une marque touristique ?	128
6.4. Conclusion	129
Chapitre 7. Les prescripteurs et l'incitation aux pratiques de dimension régionale	131
7.1. La prescription pour orienter les touristes dans leurs choix de lieux	132
7.2. La prescription des conseillers en séjour pour sélectionner les lieux	136
7.3. La prescription pour une expérience régionale	139
7.4. Conclusion	144
Partie 3. Lecture de la région touristique par une analyse des réseaux de lieux	147
Introduction de la partie 3.	149
Chapitre 8. Diffusion régionale du tourisme en réseaux de lieux	151
8.1. Traduire les mobilités touristiques, selon les récits, en graphes et matrices	152

8.2. Les relations de voisinage pour analyse de la dimension régionale des réseaux	154
8.2.1. Les relations de voisinage de graphe valué comme mesure de l'écart des lieux au sein d'un même réseau	154
8.2.2. Les relations de voisinage de graphe orienté comme mesure du mode de mise en relation des lieux au sein d'un même réseau	158
8.3. Réseaux régionaux multiniveaux de lieux touristiques selon les mobilités	162
8.3.1. Le pôle régional et le pluripôle régional : des nœuds mis en relations à partir de noyau(x)	164
8.3.2. L'agglomérat régional à partir des mobilités en rayonnement et en cheminement	166
8.3.3. Le <i>continuum</i> régional structuré par les mobilités en cheminement	168
8.4. Conclusion	169

Chapitre 9. Définition de fonctions touristiques régionales

des lieux	171
9.1. Les fonctions récréatives des lieux selon les pratiques des touristes	172
9.2. La fonction touristique régionale des lieux selon les fonctions récréatives	175
9.2.1. Types de fonctions touristiques régionales	175
9.2.2. Calcul de l'indice de spécialisation pour mesure de la fonction touristique régionale des lieux	176
9.2.3. Quelques résultats de la fonction touristique régionale des lieux de l'Arc lémanique	177
9.3. Évolution du moment du lieu pour faire évoluer la fonction touristique régionale des lieux	179
9.4. Conclusion	181

Chapitre 10. Positions des lieux dans la région touristique 183

10.1. L'insertion de lieux dans les réseaux de lieux touristiques selon les mobilités	183
10.1.1. L'indice de connexité pour connaître l'insertion des lieux selon la complexité des réseaux	184
10.1.2. Quelques résultats de la connexité des réseaux et l'insertion des lieux de l'Arc lémanique	185
10.1.3. L'indice de connectivité pour connaître la densité de connexion des lieux dans les réseaux	186

10.1.4. Quelques résultats de la connectivité des réseaux et l’insertion des lieux de l’Arc lémanique	187
10.2. Les développeurs participent à positionner les lieux afin d’être intégrés aux pratiques spatiales des touristes	188
10.2.1. Cas d’une coopération transfrontalière franco-suisse pour favoriser la pratique de lieux touristiques autour du lac Léman	188
10.2.2. Cas d’un redécoupage des destinations touristiques régionales pour s’adapter aux pratiques de lieux touristiques en Bretagne	191
10.3. Conclusion	194
Chapitre 11. Connexion des lieux touristiques en réseaux par les mobilités touristiques	195
11.1. Mesure du degré de nodalité des lieux touristiques dans les réseaux	196
11.2. Quelques résultats de la fonction nodale des lieux touristiques de l’Arc lémanique	197
11.3. Suggérer la mise en relation de lieux touristiques et faire évoluer la nodalité	199
11.4. Conclusion	203
Conclusion	205
Bibliographie	211
Index	235