

Approche régionale du tourisme en France

Dans les approches régionales du fait touristique par les sciences sociales et la géographie en particulier, deux postures prévalent. D'une part, des auteurs respectent le découpage administratif. Dans le premier ouvrage consacré à la géographie touristique de la France, Jean Ginier (1974) produit une carte calquée sur celle des départements, tout en l'inscrivant dans le cadre structuraliste classique des types d'espaces (rural, urbain, littoral, montagnard) que nous aborderons plus loin. Parfois, les auteurs retiennent le premier, quitte à admettre à la marge quelques entorses, comme Alain Mesplier (2015) qui, lorsqu'il traite des Hauts-de-France précise que le sud de cette région est plutôt dans l'orbite parisienne. Au-delà de ces deux exemples, on peut légitimement s'interroger sur la pertinence d'imposer le cadre administratif à une réalité économique et sociale. Quel auteur se permet-il cette démarche lorsqu'il s'agit de l'industrie ou de l'agriculture ? Par ailleurs, l'orientation est également décalée par rapport à l'évolution de la discipline. En géographie, classiquement, la région est une étendue dont le découpage se fonde sur le repérage de régularités et de discontinuités. Mais s'est imposée, à partir des années 1970, une conception de la région comme un réseau de lieux (Nonn 2004). Une région touristique serait alors un réseau de lieux produit par les acteurs, les touristes, les habitants, les professionnels, les acteurs légitimes, etc. (Piriou 2018).

D'autre part, lorsque ce cadre administratif n'est pas retenu, les structures spatiales s'imposent : l'espace est urbain ou rural, littoral ou montagnard. Ainsi procède en complément Jean Ginier (1974), cité précédemment. Daniel Clary approfondit cette approche dans son ouvrage édité en 1993, à l'occasion de l'inscription de la question du tourisme aux concours de l'enseignement secondaire. Nacima Baron-Yelles

1. Les cartes de cet ouvrage ont été réalisées avec le logiciel Philcarto.

emboîte le pas en 1999. Or, ce choix est également discutable. En effet, la plage et la montagne ont été inventées et conquises par le tourisme à la même époque et selon les mêmes modalités. Comme les touristes sont des citoyens qui résident dans les métropoles, où ils bénéficient dans leur vie quotidienne de toutes les normes de confort, ils entendent bien les retrouver lorsqu'ils habitent dans les lieux touristiques. Les infrastructures nouvelles, une fois oubliée la période fondatrice pendant laquelle ils logent chez l'habitant, faute de mieux, sont donc implantées aux portes ou à l'écart des localités, dans des stations ou des comptoirs. Inversement, le tourisme va aussi investir les métropoles et leurs marges, car l'ubiquité du tourisme consiste à se déployer autant dans les vides investis de nouveaux regards que dans les espaces transformés par les bienfaits de la révolution industrielle, lesquels sont détournés pour la fête au lieu d'être consacrés à la production. Contraindre le tourisme à intégrer ce cadre des quatre types d'espaces empêche de saisir cette dualité : d'un côté les lieux sont des villes et villages touristiques, de l'autre ce sont des stations et des comptoirs qui vont coloniser les marges territoriales. À une nuance près toutefois : les comptoirs vont aussi permettre au tourisme de se diffuser dans les campagnes peu intégrées à l'économie agricole productiviste, et situées à la périphérie des métropoles, par exemple les établissements de l'entreprise Center Parcs. Notre approche combine donc la régionalisation et la typologie des lieux touristiques (Équipe MIT 2002 ; Duhamel 2018) même si les deux démarches ne se juxtaposent pas totalement, en partie par l'effet du temps car des comptoirs ont pu muter en stations, certaines parmi ces dernières ont pu devenir des villes...

Comment mettre en évidence des régions ? Nous sommes partis des pratiques des touristes, qui ont souvent évolué dans le temps pour un espace donné, en nous fondant donc sur une approche de la région comme espace vécu par les touristes. Le long des littoraux, on est ainsi passé du bain froid et thérapeutique, pour des corps qui doivent rester pâles, à un bain chaud, hédonique et qui inclut le bronzage. De ce fait, les littoraux les plus fréquentés au XIX^e siècle, les côtes de la mer du Nord et de la Manche, ont été déclassées au profit des rivages méditerranéens, à partir des années 1920-1930, pour être reconquis ponctuellement depuis les années 1970. De même la montagne a d'abord été consacrée aux soins du corps et aux excursions, avant d'être dédiée aux jeux, au sens d'activités qui engagent le corps. Mais la découverte et la sociabilité ont perduré. La première d'abord attachée aux villes, s'est diffusée, intégrant partout les combinaisons de pratiques.

Nous avons ensuite retenu le jeu des acteurs à l'origine de la production des lieux. Nous en identifions trois types. Un premier, à dominante libérale, dans lequel individus et organisations interviennent dans le cadre de l'économie capitaliste. Un deuxième, dans lequel l'État exerce un rôle dominant. Les enjeux d'intégration géographique et de compétition économique internationale justifient une intervention qui associe une planification à l'échelle régionale, la construction d'infrastructures

lourdes mais aussi des entrepreneurs privés, à la différence du système d'économie planifiée bulgare ou roumain (Barbaza 1970). Enfin, un dernier se distingue du précédent par l'absence de planification d'échelle régionale. Une opération d'aménagement a bien été menée, mais elle a été ponctuelle et sans plan d'ensemble.

Notre intention est également de mobiliser les structures du territoire français, et notamment la répartition entre les espaces densément occupés, lorsque le tourisme est inventé au XVIII^e et se déploie au XIX^e siècle, et les marges, avec de vastes étendues peu intégrées au territoire comme les littoraux et la haute montagne. Cette approche prend en compte le fait que le tourisme s'est déployé, dans un territoire déjà constitué. Cela signifie que sa diffusion a pu être freinée ici, parce que la place était occupée, et favorisée là, où au contraire peu d'obstacles se dressaient. Cela permet aussi de mesurer le rôle intégrateur du tourisme, qui a pu rendre attractifs des territoires naguère encore répulsifs. Dans un cas, le monde plein, le tourisme s'est insinué dans les villes comme dans les villages et leurs campagnes environnantes, parfois. Dans l'autre, les espaces peu intégrés, la station et le comptoir ont été les modes privilégiés de déploiement du tourisme, même si des villes existaient, à fonction portuaire notamment le long des littoraux, Dieppe par exemple, à but commercial ou d'encadrement territorial dans les massifs montagneux, qui ont pu guider les premiers touristes. Ainsi, les marges seront-elles abordées dans le chapitre 1 et les pleins dans le chapitre 2.

Nous avons enfin souhaité, dans un ouvrage qui traite du tourisme en France, inclure les territoires de la France d'outre-mer, laquelle n'est quasiment pas traitée dans les manuels antérieurs déjà cités. Or, l'état de leur mise en tourisme doit beaucoup à leur situation de dépendance vis-à-vis de l'hexagone. Mais, le cadre colonial dans lequel le tourisme est apparu, leur éloignement et les conditions données qui y prévalent justifient de les traiter à part. Nous y consacrerons donc une partie spécifique, la seconde de ce volume. Il nous a semblé très utile de longuement expliquer l'histoire du tourisme en outre-mer, très spécifique et très différente de celle de l'hexagone, à partir spécialement de matériaux de première main provenant de recherches menées aux Archives nationales d'outre-mer (ANOM), à Aix-en-Provence. Il a été aussi nécessaire de comparer les destinations ultramarines avec la dynamique touristique des îles intertropicales. Il apparaît à l'évidence, que la France d'outre-mer n'a pas connu le tournant touristique de nombre de destinations dans la Caraïbe, l'océan Indien ou l'océan Pacifique. L'explication des piètres performances du tourisme ultramarin tient dans une situation de dépendance et d'assistanat vis-à-vis de l'hexagone qui se traduit par une non-compétitivité de ces destinations par rapport à leurs voisines. Toutefois, la situation n'est pas homogène, en changeant d'échelle, nous pourrions étudier les quelques îles qui tirent leur épingle du jeu dans cette compétition mondiale, comme Saint-Barthélemy et Bora Bora.