

LA MISE EN TOURISME DES LIEUX : UN OUTIL DE DIAGNOSTIC

Équipe MIT *

RÉSUMÉ. Aujourd'hui, où le tourisme paraît le seul espoir de sortie de crise pour certains lieux, les décideurs ont besoin d'outils pour identifier la viabilité des projets qui leur sont soumis. Le modèle proposé vise à répondre à ces préoccupations pratiques, comme à des questionnements théoriques. L'élaboration de variables pertinentes pour connaître la dimension touristique des lieux est une première étape vers la définition d'invariants de la mise en tourisme.

• CRITÈRES • DYNAMIQUES SPATIALES • FRANCE • MISE EN TOURISME

ABSTRACT. At a time when tourism appears to be the only way out of economic crisis for some places, decision makers need appropriate tools to identify the viability of the proposals submitted to them. The model proposed in this paper aims to respond to these practical concerns, and also to theoretical questions. Establishing relevant variables to ascertain the tourism dimension of a place is a first step towards defining the invariants of tourism development.

• CRITERIA • FRANCE • SPATIAL DYNAMICS • TOURISM DEVELOPMENT

RESUMEN. Actualmente, cuando el turismo parece ofrecer la única salida a la crisis en algunos lugares, los responsables necesitan de herramientas para identificar la viabilidad de los proyectos presentados. El modelo propuesto trata contestar a preocupaciones prácticas como a preguntas teóricas. La elaboración de variables pertinentes para conocer el tamaño turístico de los lugares corresponde a una primera etapa hacia la definición de datos invariantes en la « puesta en turismo ».

• « PUESTA EN TURISMO » • CRITERIOS • DINÁMICAS ESPACIALES • FRANCIA

La DATAR, souvent sollicitée par des projets de développement touristique, a souhaité disposer d'analyses pour la définition de politiques publiques efficaces. La réponse de notre équipe à son appel d'offre proposait d'identifier les différents processus de production des espaces touristiques, replacés dans une évolution historique (1).

La définition d'évolutions-types et de phases caractéristiques, élaborée au cours d'une recherche-action à Saint-Gervais-les-Bains (2), a permis d'aboutir à la construction d'une grille à valeur méthodologique, heuristique et pratique. Étudiant les sources de production des lieux touristiques, touristes, marchés, développeurs territoriaux et État, nous avons pu définir les éléments constitutifs des espaces déjà touristiques : l'espace, le site, le lieu et le territoire touristiques (3). Mais la finalité de l'étude était l'identification

d'invariants, c'est-à-dire d'indicateurs universels, transférables et reproductibles en d'autres lieux, en vue de déterminer les conditions susceptibles de déboucher sur la réussite de la mise en tourisme d'un espace jusque-là non touristique.

Ces travaux sur les lieux touristiques nous ont permis de faire un double constat. D'une part, le tourisme s'installe rarement dans des espaces ou des lieux vierges de tout usage, de toute pratique ; il apparaît plus souvent comme un usage supplémentaire ; il peut alors entrer en conflit avec les pratiques préexistantes. D'autre part, l'activité touristique s'accommode mal d'un usage unique de l'espace, sauf par elle-même : les lieux qui seraient dévolus à la seule activité industrielle ou agricole, à la seule résidence principale ou secondaire (4), voire à la seule activité de loisirs, ne présentent pas des situations

* Équipe MIT 3 (Mobilité, Itinéraire et Territoires), UPR MIT, Université Paris 7 Denis Diderot, Tour 34-44, case 7001, 2 place Jussieu, 75251 Paris cedex 05.

favorables au développement touristique. Aujourd'hui, pour qu'un lieu ait des chances de devenir touristique, il faut que l'usage de l'espace y soit polyvalent.

1. Des variables pour mesurer la mise en tourisme

Encore faut-il distinguer entre les différents lieux et évaluer leurs aptitudes respectives à être « mis en tourisme », en s'appuyant sur les caractéristiques propres des lieux : nous devons intégrer des critères sur leur situation économique, l'espace de vie qu'ils représentent, leur géographie. Dans un premier temps, nous avons retenu trois variables principales.

- *Le taux de fonction touristique* est un indice mis au point en 1967 par P. Defert. Il correspond au rapport entre la capacité totale de l'hébergement touristique (lits commercialisés et lits en résidences secondaires) et la population totale du lieu (habitants permanents) (5). Un taux de fonction touristique égal à 100 signifie que le lieu considéré peut accueillir autant de touristes que d'habitants permanents ; en gros, il double donc sa population en pleine saison. C'est pourquoi nous avons retenu ce taux comme seuil significatif. Les deux autres niveaux évoquent des situations de faible ou très faible « touristicité » du lieu.

- *La fréquentation touristique* n'est pas une variable redondante par rapport au taux de fonction touristique, car la présence de touristes n'est pas liée nécessairement à une fonction d'hébergement. Par ailleurs, des lits déclarés touristiques peuvent rester vides. Enfin, et surtout, un lieu ne peut être touristique sans touristes. On doit donc déceler si un lieu connaît déjà des formes de fréquentation, et identifier la nature de celles-ci. En effet, toute fréquentation n'est pas nécessairement touristique. Nous parlons de tourisme lorsque la personne opère un déplacement hors de son lieu de résidence habituel qui excède 24 heures. De plus, la fréquentation touristique implique que les zones de départ des visiteurs dépassent les simples limites de la zone d'accueil du site. Ainsi, la plupart des cas étudiés nous ont montré que, lorsque la fréquentation était inférieure à 10 000 personnes par an, les sites n'accueillaient principalement que des visites de population locale. Entre 10 000 et 50 000 visiteurs, la part de la fréquentation touristique devient significative. Au-delà de 50 000 visiteurs par an, le site peut être considéré comme touristique.

- *La présence de résidences secondaires* compte dans l'appréhension des espaces touristiques. Les espaces déjà

touristiques ont généralement plus de 50 % de résidences secondaires dans le parc total de logements. Aussi, deux seuils ont été définis pour caractériser les espaces non touristiques : quand les résidences secondaires représentent moins de 25 % du total, cela signifie que l'on se situe vraiment dans des espaces de vie ; quand les résidences secondaires représentent de 25 à 50 % du total, nous sommes dans des espaces de transition entre des lieux de vie permanente et des lieux touristiques à proprement parler ; si les résidences secondaires représentent plus de 50 % du total, il s'agit de lieux touristiques, comprenant des maisons de vacances et pas uniquement de week-end.

Ensuite, pour estimer la possible mise en tourisme d'un lieu, il convient de connaître sa situation en tant que lieu de vie.

- *La dynamique économique* : le tourisme a peu de chance de se développer dans des espaces qui n'en ont pas économiquement besoin. Là où l'agriculture ou l'industrie sont prospères, se lancer dans un développement touristique peut aller contre les logiques en place. Au contraire, si le secteur dominant s'essouffle, une mise en tourisme devient possible, et peut accélérer le déclin de l'ancienne activité. Parfois même, on se sert de l'ancienne activité pour faire du tourisme grâce au « patrimoine ». Si le secteur dominant est en crise, le tourisme devient l'activité de la dernière chance, ce qui, dans certaines conditions, peut éviter le départ des populations.

- *L'évolution de la population active tertiaire* entre les deux derniers recensements de population (1982-1990) est un autre critère pertinent (6), le tourisme impliquant un fort développement du secteur des services. Trois scénarios ont été retenus : 1) la part de cette population est restée ou devenue inférieure à 50 % du total ; comme la population employée dans le tertiaire représente 65 % des actifs en France, cela signifie que l'agriculture ou l'industrie sont les principaux porteurs d'emplois ; la situation n'est *a priori* pas favorable au développement rapide du tourisme ; 2) la part de la population tertiaire est devenue supérieure à 50 % du total : cela peut signifier que l'activité jusqu'alors dominante connaît un recul ; 3) la part de la population active tertiaire a été et reste supérieure à 50 % : il s'agit, au sens large, d'espaces urbanisés ou en contact avec des villes ou des lieux touristiques.

Enfin, l'histoire des lieux touristiques a permis de constater que le développement du tourisme correspond à un

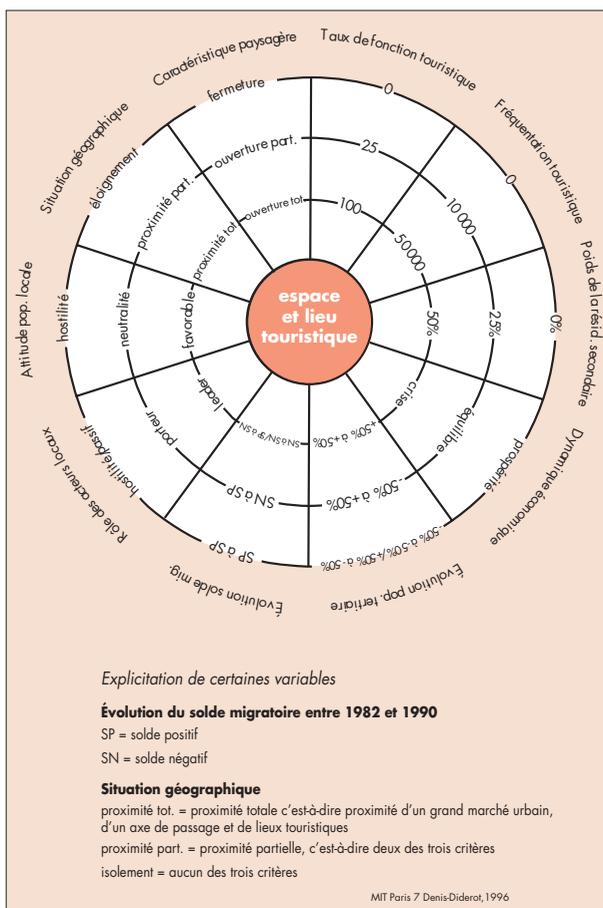
changement d'usage majeur du lieu. Pour que ce changement soit possible, il faut que les anciens usages soient en perte de vitesse, la population quittant le lieu, ou que s'installe une nouvelle population liée au tourisme. L'évolution du solde migratoire apparaît ici comme un critère pertinent. Une hypothèse est que, lorsqu'un lieu perd des habitants, il traverse une période de crise, ce qui offre les possibilités d'un changement d'usage, la population restante cherchant des solutions afin que ce lieu perdure et s'ouvre à des innovations ; mais à l'inverse le déclin d'un lieu peut correspondre à une radicalisation des habitants restants, rejetant un extérieur considéré comme l'auteur de ce déclin.

Trois scénarios peuvent être ici retenus selon la variation entre deux recensements : 1) le solde migratoire est resté négatif, ou un solde positif est devenu négatif : le lieu se vide ou s'est vidé, l'espace est en transformation ; 2) le solde, jusqu'alors négatif, est devenu positif ; ce renversement peut signifier au moins trois possibilités : soit un certain nombre d'actions touristiques ont déjà été lancées et elles commencent à avoir des effets sur l'installation de population permanente ; soit l'implantation d'une entreprise quelconque relance l'activité économique du lieu et donc l'installation de personnes ; soit le lieu est touché par la redistribution de la population qui s'opère en France à une certaine distance des villes ; dans tous les cas, le lieu en question devient ou redevient un lieu de vie ; mais on doit alors se demander s'il est pertinent d'investir pour développer le tourisme dans un lieu où la dynamique touristique est déjà enclenchée ou dans un lieu où un nouvel usage se met en place ; 3) le solde reste positif, le lieu continue d'attirer.

Ces trois variables offrent des critères objectifs pour apprécier l'évolution d'un lieu dans les dynamiques récentes. On doit y ajouter un double critère de comportement. Le rôle des élus peut se décliner en trois grandes familles de comportements face à un projet de développement touristique : hostilité ou passivité ; projet porté par des élus ; intervention d'un leader de haut niveau, c'est-à-dire la personnalité politique qui, par un réseau de connaissances et de relations provoquant l'arrivée de subventions, est en mesure d'assurer le développement touristique du lieu ou de l'espace dont il est l'élu. L'attitude de la population locale peut être définie comme hostile, indifférente ou favorable. La combinaison de ces deux variables rend compte des dynamiques à l'œuvre ; notons que, dans le cas

de l'existence d'un leader de haut niveau, l'opposition de la population locale est très souvent réduite au minimum.

Enfin, les caractéristiques géographiques du lieu interviennent dans sa mise en tourisme. Tout d'abord, il s'agit d'apprécier sa situation géographique en mesurant sa distance à un marché potentiel. Trois possibilités ont été envisagées : la situation par rapport au marché urbain, à un grand axe de passage, à d'autres lieux touristiques. Les trois critères peuvent être réunis (proximité totale), ou seulement un ou deux (proximité partielle), ou aucun (éloignement). Cette dernière situation peut ne pas être définitive et même, dans certains cas, se révéler un atout : la relative inaccessibilité et l'isolement sont autant de qualités pour certaines populations touristiques. Ensuite, il faut prendre en compte l'ouverture paysagère du lieu. Il ne s'agit pas du sens et de la symbolique d'un paysage ni même de sa dimension pittoresque, mais plutôt de son aptitude à être



1. La cible des conditions de réussite de la « mise en tourisme » des lieux

parcouru : ou il est entretenu, largement ou totalement accessible ; ou il est semi-ouvert, associant des espaces accessibles et d'autres qui ne le sont pas, comme les champs ou les pâtures clôturées, par exemple ; ou encore il est fermé, du fait d'une activité exclusive.

2. Élaboration et apport de la cible

À partir des dix critères retenus et de leur division interne en trois classes, nous avons élaboré une figure s'apparentant à une cible (fig. 1). Au cœur se trouvent les espaces et les lieux touristiques. Plus les valeurs pour un lieu donné se rapprochent du centre, plus les conditions de mise en tourisme sont favorables. Pour la plupart des critères, on remarquera une progression quantitative ou qualitative de la périphérie vers le centre. Seuls les soldes migratoires et la dynamique économique proposent une logique inverse. En effet, les conditions les plus favorables pour une mise en tourisme sont une crise économique du lieu, se traduisant par un abandon partiel qui permet à un nouvel usage de s'exprimer. C'est, par exemple, ce que confirme l'observation des dossiers des collectivités locales candidates au prix du Développement local du Centre de rencontres et d'initiatives pour le développement local, présentant des projets touristiques touchant, dans le plus grand nombre de cas, des espaces ruraux ou industriels en déclin.

Aucun des critères n'est à lui seul décisif dans la mise en tourisme d'un lieu. Dès lors que sont rassemblés plusieurs éléments favorables, un élément de poids peut venir à manquer sans que pour autant l'opération soit compromise. Finalement, c'est la combinaison de l'ensemble qui permet d'appréhender les conditions de la mise en tourisme du lieu et de sa possible réussite. Pour apprécier l'efficacité de la démarche, nous avons travaillé sur une vingtaine de lieux et retenu six territoires-tests. Ils offrent de grandes similitudes : aucun d'eux n'est déjà un lieu touristique et aucun ne se définit par un mono-usage. Il s'agit dans tous les cas de lieux de vie qui possèdent des usages qui se rapprochent du tourisme. Les éléments nécessaires à la compréhension de ces territoires (fig. 2) en soutiennent le diagnostic (fig. 3).

La combinaison des différentes variables prouve leur caractère opératoire, et offre une première étape vers la constitution d'invariants de la mise en tourisme des lieux. En effet, nous pouvons dorénavant identifier leur « dimension touristique », juger leur capacité à être mis en tourisme. Ils peuvent être classés selon les situations suivantes :

1. Proximité totale + forte fréquentation + faible taux de fonction touristique et place de la résidence secondaire (3^e anneau) = site touristique.

1bis. *Idem* + dynamique économique prospère ou solde migratoire positif = espace ayant une logique propre indépendante du site, deux logiques dynamiques sur le même lieu.

2. Isolement + forte fréquentation = espace de pratiques touristiques.

3. Place des résidences secondaires + taux de fonction touristique de même niveau = l'hébergement touristique correspond à des lits en résidences principales, essentiellement. Donc il y a peu de touristes au sens du marché.

3bis. Place des résidences secondaires < taux de fonction touristique = la place des lits banalisés dans l'ensemble des places touristiques est forte ; donc il y a des touristes au sens du marché.

4. Variables touristiques moyennes ou fortes (1^{er} et 2^e anneaux) + autres variables fortes (3^e anneau) = contradiction entre l'existence d'un espace touristique, de pratiques et de séjour et un espace dont les logiques sont tout autres, d'où conflit pour l'usage de l'espace, donc possible mise en tourisme.

5. Taux de fonction touristique fort + place des résidences secondaires moins forte + proximité totale = espace-étape.

• **Pierrefonds**, espace considéré : une commune à l'est du département de l'Oise. Ancien haut lieu de villégiature thermale qui a raté l'ère du tourisme, avec le déclin du romantisme et du thermalisme après 1914, mais qui conserve des traces de cette époque, comme le château reconstruit par Viollet-le-Duc. Actuellement dans l'aire d'attraction de Paris, d'où une primarisation de la résidence secondaire depuis 1975. Comporte tous les éléments d'une aire de loisirs, même si l'activité économique est une agriculture prospère, dynamique et riche (grande culture céréalière et betteravière sur le plateau).

• **La vallée du Loing**, espace considéré : six communes le long du Loing entre Dordives et Montargis. Aire d'expansion et de loisirs de Paris. Une activité céréalière dominante, malgré le recul des exploitations. Une augmentation de la place de la population active tertiaire. Le taux de fonction touristique est fort, la part des résidences secondaires moyenne et les campings nombreux. Étape pour les Européens du Nord pour visiter Paris et/ou descendre vers le Sud.

• **L'Isle-Crémiou**, espace considéré : une commune dans la périphérie lyonnaise. Commune riche par son agriculture et les prébendes d'une centrale électro-nucléaire. Présence d'un plateau où a été aménagé un site archéologique, avec un petit musée au village. Inscription de ce site dans les circuits touristiques. Le bourg accueille des retraités de la région lyonnaise. Les résidents sont peu enclins au développement touristique. Les éleveurs, minoritaires, en conflit avec les archéologues. Aire de loisirs de l'agglomération lyonnaise depuis l'après-guerre.

2. Éléments de compréhension de trois des territoires-tests (à titre d'exemples)

6. Taux de fonction touristique faible + place de la résidence secondaire faible + forte fréquentation + proximité partielle = ville à fonction touristique.

Au-delà de ces éléments factuels qui incitent à poursuivre la recherche des invariants, il conviendrait d'analyser les impondérables de la mise en tourisme; par exemple, d'appréhender la destinée des lieux devenant brutalement touristiques, d'analyser les conditions de cette bifurcation. C'est un champ encore mal connu, qui pose de multiples questions théoriques et pratiques, et donc une piste de recherche ouverte.

(1) Cet article est tiré d'un travail réalisé par la Jeune Équipe MIT de l'Université Paris 7-Denis Diderot, pour le compte de la DATAR, *Mise en tourisme des territoires. Détermination d'indicateurs des espaces touristiques en France*, par M. Bruston, F. Deprest, Ph. Duhamel, E. Flament, J.-C. Gay, R. Knafou, O. Lazzarotti, et I. Sacareau avec la participation de C. Hélon, H. Buller et J. de Félice, 1996, 64 p., non diffusé.

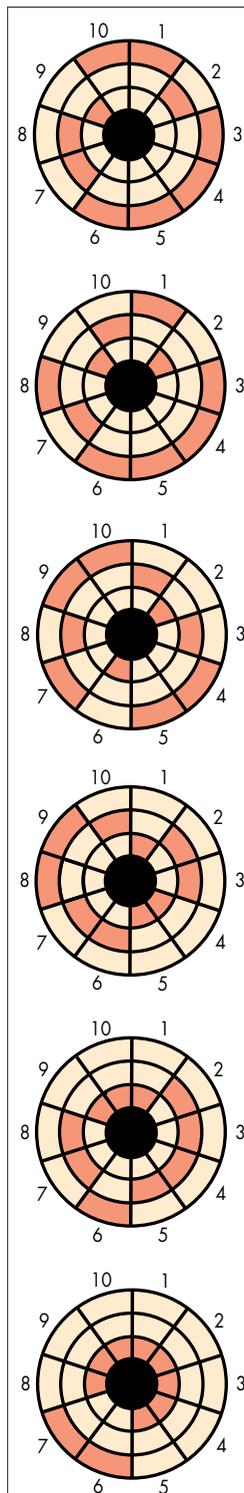
(2) R. KNAFOU (dir.), 1997, *L'Institut de Saint-Gervais, recherche-action dans la montagne touristique*, Paris : Belin, coll. Mappemonde, 264 p.

(3) M. BRUSTON, F. DEPREST, PH. DUHAMEL, J.-C. GAY, R. KNAFOU, I. SACAREAU, 1997, « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, n° 3, p. 193-204

(4) Lorsque domine fortement la résidence secondaire, les projets touristiques ne sont jamais vus d'un bon œil par la population qui est venue y rechercher la tranquillité.

(5) $T(f) = N \times 100/P$, où N = nombre de lits et P = population permanente.

(6) Tous les critères diachroniques sont fondés sur ces sources.



Les variables

- 1 - Taux de fonction touristique
- 2 - Fréquentation touristique
- 3 - Poids de la résid. secondaire
- 4 - Dynamique économique
- 5 - Évolution pop. active tertiaire
- 6 - Évolution solde migratoire
- 7 - Rôle des acteurs locaux
- 8 - Attitude population locale
- 9 - Situation géographique
- 10 - Caractéristique paysagère

L'Isle-Crémieu

Six variables sur dix sont peu en phase avec l'idée d'une « mise en tourisme ». Il s'agit d'un lieu tourné vers des activités agricoles qui se portent bien. Il accueille de la population permanente et la population active tertiaire n'est pas majoritaire. Même si les élus locaux sont porteurs de projet, la population est passive. L'Isle-Crémieu se situe dans l'aire de loisirs de Lyon où son site archéologique est un site touristique, inclus dans des itinéraires de visite à la journée.

Pierrefonds

Entreprendre un développement touristique plus intense impliquerait plus d'emprise sur l'espace. Or l'essentiel de l'espace n'est pas disponible : forêts domaniales prestigieuses, espace de protection d'un château classé et terres dévolues à une grande culture très profitable. On pourrait aussi concevoir une transformation du village et de ses alentours, mais ceux-ci se transforment actuellement en lieux de vie pour des populations aisées travaillant à Paris. Considérant la dynamique actuelle du lieu, une mise en tourisme de Pierrefonds ne pourrait consister qu'en une action sur le château : l'intégrer à un itinéraire touristique (mise en connexion avec d'autres sites, Compiègne en particulier, peu mis en valeur à l'heure actuelle).

Les monts de Lacaune

Deux dynamiques coexistent, correspondant à deux logiques : un flux de touristes et un espace de vie prospère où l'activité dominante emploie plus de 50% des actifs. Ces deux dynamiques sont contradictoires et pourront poser le problème de l'usage de l'espace : une mutation d'usage peut advenir. On peut penser qu'il pourrait y avoir un basculement si un opérateur externe mise sur le développement touristique, car toute cette activité reste très régionale.

La vallée du Buech

L'exemple du Buech permet de montrer comment des éléments permanents (la topographie des lieux, le vent...) sont nouvellement valorisés au point de produire un espace de pratiques spécifiques. Ces pratiques de sports aériens et de plein air (escalade, randonnée) demandent de l'espace vide et qui doit le rester si l'on veut les perpétuer. Si un développement s'opère, les lieux touristiques développés dans le Buech devront se localiser aux abords ou aux points d'entrée de cet espace.

La vallée du Loing

La vallée du Loing est un espace porté par plusieurs dynamiques : agricoles et industrielles, mais c'est aussi une aire de loisirs des Parisiens et un espace-étape pour des touristes pouvant rayonner sur Paris ou la vallée de la Loire. Comme tout espace-étape, il est éphémère : l'évolution des pratiques et des déplacements influe considérablement sur la localisation des lieux d'étapes.

La vallée de la Roya

La vallée de la Roya est un des points d'accès majeurs du parc du Mercantour. Les seules pratiques « touristiques » concernant cet espace sont celles du canyoning dont la vallée est un des hauts-lieux français. Mais quelle que soit la pratique, on ne séjourne pas dans la vallée. C'est un lieu de passage sur un itinéraire allant de Nice au parc du Mercantour, et principalement à la vallée des Merveilles. L'idée de capter une partie du flux international (de l'Italie du Nord vers la Côte d'Azur) qui, désormais, emprunte la vallée sans s'y arrêter, anime les élus locaux. Mais il pose l'éternel problème de la captation d'un flux touristique, dont on sait qu'il s'avère rarement efficace.

3. Cible des conditions de réussite de la « mise en tourisme » : confrontation à six lieux et diagnostic