

## L'ESPACE TOURISTIQUE FRANÇAIS: FLUX ET POTENTIEL

Rémy KNAFOU\*  
Hubert MAZUREK\*\*

**RÉSUMÉ** Deux cartes permettent de situer l'attraction touristique des régions françaises (1). La carte des flux interrégionaux nous montre une France divisée en deux parties: une émission massive de touristes dans les régions du Nord et de l'Est; une attraction considérable des régions du Sud et de l'Ouest. Une typologie des types d'attraction montre la diversité des activités dans les régions attractives, particulièrement pour les espaces ruraux.

• ATTRACTION TOURISTIQUE • FLUX  
• FRANCE • TOURISME

**ABSTRACT** The attractiveness of French regions from a tourist's point of view is visible on two maps. That of fluxes between regions shows a division into two parts as very large numbers of tourists leave the North and East of the country to go South and West. Moreover the classification of points of attraction shows the variety of activities, especially in rural areas.

• FLUX • FRANCE • TOURISM • TOURIST  
ATTRACTION

**RESUMEN** Dos mapas permiten situar la atracción turística de las regiones francesas. El mapa de los flujos interregionales evidencia una Francia dividida en dos partes: una emisión masiva de turistas en las regiones del norte y del este; una atracción considerable de las regiones del sur y del oeste. Una tipología de los tipos de atracción muestra la diversidad de actividades en las regiones atractivas, especialmente en los espacios rurales.

• ATRACCIÓN TURÍSTICA • FLUJOS • FRAN-  
CIA • TURISMO

La géographie touristique de la France s'est assez sensiblement transformée au cours du dernier quart de siècle, aussi bien dans les destinations que dans les aires de départ.

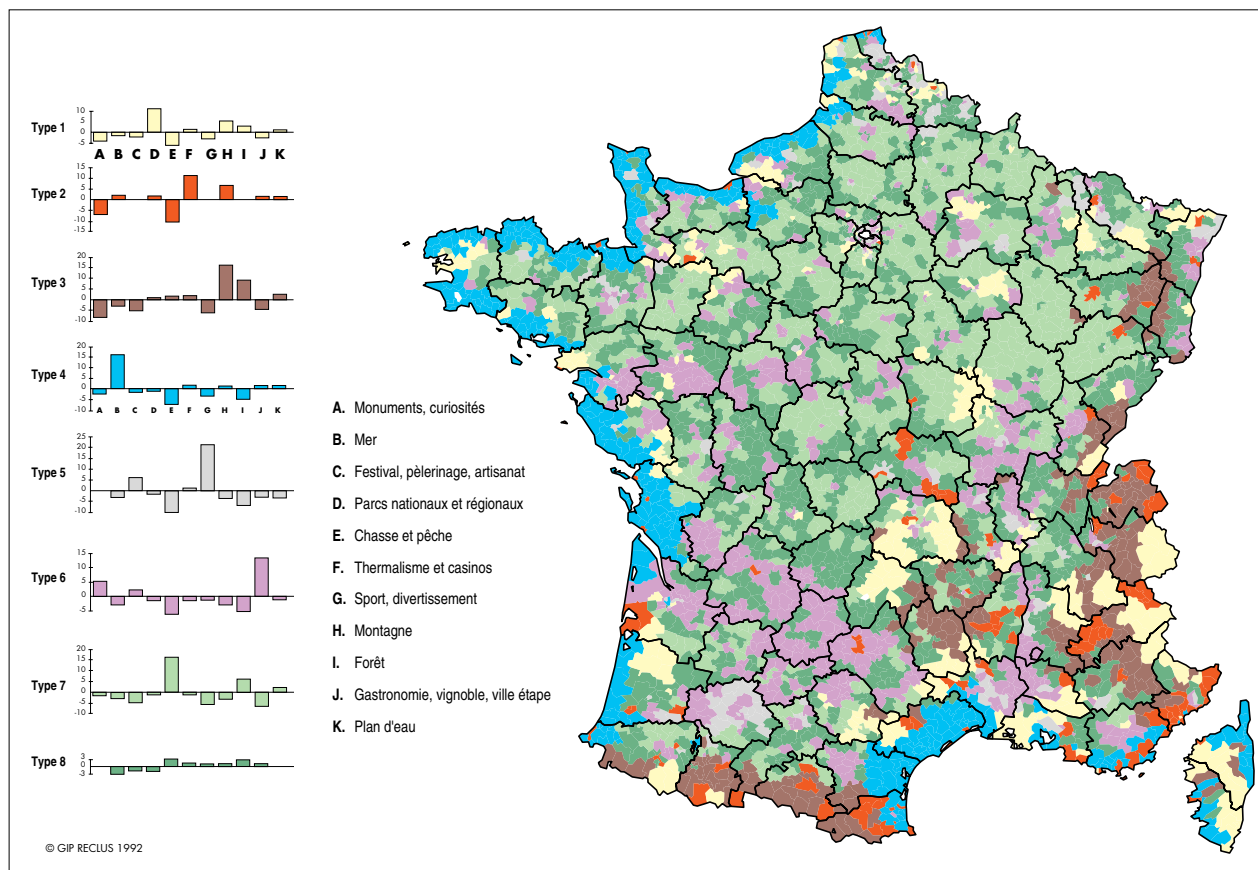
En été, deux France peuvent être schématiquement distinguées, de part et d'autre d'une ligne Le Havre-Genève (fig. 1 b.): au nord de cette ligne, dominant les espaces d'émission des touristes avec essentiellement Paris, le Nord-Pas-de-Calais et la Lorraine; au sud, les régions de réception. Les espaces principaux sont sur la façade maritime, la façade méditerranéenne occupant une position dominante. Cette géographie, née de l'étude des flux de vacanciers, est assez différente de celle du milieu des années 60, lorsque la «campagne» arrivait en tête des destinations de vacances des Français. Depuis, la «mer» l'a nettement emporté (près de la moitié des journées de vacances), la «montagne» devançant à son tour la «campagne». Il en résulte une répartition dans l'espace plus contrastée, en direction de la périphérie, principalement littorale. Le Sud-Est rassemble l'attraction des Alpes et de la côte méditerranéenne, et se trouve être le principal gagnant de cette évolution, largement devant la façade maritime occidentale.

La carte des types d'attraction touristique (fig. 1 a.) vient compléter cette vision en donnant une répartition beaucoup plus hétérogène et diversifiée dans la partie méridionale de la France. Cette carte est réalisée à partir de critères de «causes d'attraction» provenant d'une enquête auprès des communes (Inventaire communal de 1988). Une analyse en composante principale sur les «notes» d'attraction touristique a permis de déboucher sur huit types, représentés par des histogrammes. Pour chaque type sont donnés les écarts en pourcentage de chaque critère par rapport au profil moyen de la France entière. La montagne, liée principalement à la forêt, apparaît surtout dans le type 3 et secondairement dans le type 1, dominé par les parcs (nationaux et régionaux) dont on reconnaît parfaitement la répartition nationale. Les zones de thermalisme et les casinos, souvent liés ensemble, sont aussi parfaitement repérables et perçus comme des foyers d'attraction touristique importants. Le type 4 est uniquement lié à la mer. Il définit un littoral bien net qui offre d'intéressantes variations de largeur selon les secteurs maritimes. Absent de la presqu'île de Crozon, du delta du Rhône, ou d'une grande partie du littoral Corse, il triomphe en

\* Intergéo-CNRS, Paris.

\*\* GIP RECLUS, Maison de la Géographie, Montpellier.

(1) Extraits de la planche «Flux et potentiel touristique», tirée du chapitre «Tourisme et loisirs» de l'*Atlas de France* (à paraître).



## 1. L'attraction touristique

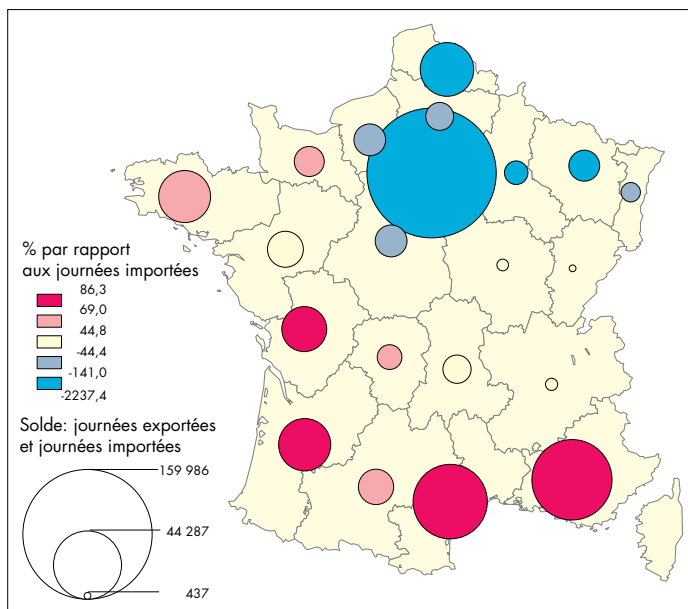
### 1 a. Types d'attraction (ci-dessus)

### 1 b. Flux interrégionaux en été (ci-contre)

Vendée, en Charente-Maritime et en Languedoc, où il englobe une grande partie de l'arrière-pays qui se rattache toujours ainsi à la mer. La Côte d'Azur s'individualise nettement, à la faveur des casinos et de la pluri-activité liée ou induite.

Cette carte est également précieuse pour opérer des distinctions dans l'intérieur du territoire: le type 6 définit une classique combinaison du bien manger, du bien boire, du monument et de la nécessaire étape qu'appellent les éléments précédents. Les axes de la vallée de la Loire et de la Côte d'Or apparaissent nettement, de même que la tache du Bordelais et du Comtat Venaissin. Mais c'est sur le flanc sud-ouest du Massif Central, autour du Périgord étendu, que ce type s'épanouit le plus nettement au pays du bien-vivre incarné pour les touristes.

Le reste du territoire est constitué d'espaces ruraux dont les attractions principales reposent sur la chasse, la pêche et la forêt (type 7 et 8). Quant au type 5, bien qu'ayant un profil caractéristique, il correspond à des activités hybrides et pas



toujours faciles à définir (sport, divertissement, festival, commerces, etc.). Dans sa répartition spatiale, il apparaît bien comme une combinaison de critères correspondant à des espaces à vocation touristique incertaine ou mal affirmée.