

Cours 1 : INTRODUCTION AU GÉOGRAPHIE DU TOURISME L'ESPACE TOURISTIQUE

I- POURQUOI UNE GÉOGRAPHE DU TOURISME?

Au 20^{ème} siècle le tourisme est devenu un phénomène de masse, les touristes sont chaque année de plus en plus.

Depuis la fin de la 2^{ème} guerre mondiale, le tourisme retient l'attention des géographes, tant que les sociologues à cause de ses impacts spatiale, et s'inscrit plus au moins fortement dans les paysages, et débouche sur de multiple aspects géographique; à lui seul, il suffit parfois à caractériser un foyer ou une région touristique

Le tourisme s'insinue à travers des milieux exécréments différente: le désert (oasis, rallye...), les campagnes, les montagnes, les mers. Aucun espaces lointain, répulsif ne s'emble échapper à l'extension géographique du tourisme.

C'est la croissance et le développement des activités touristiques dans l'espace qui justifient une géographie du tourisme.

Quelle que soit la forme du tourisme, la référence géographique est toujours plus au mois évoquée dans la publicité sur les lieux touristique. Le touriste ou le futur touriste, porte en lui-même une certaine image des espaces d'accueil touristique.

L'image touristique est considérée comme une introduction à la géographie touristique, on peut dégager trois types:

- **Image globale:** plus au moins, subjective, parfois cliché que le touriste possède à l'égard du pays, région ou ville.
- **Image culturelle:** qui peut s'imposer seul et servir d'image globale, dont elle n'est qu'une composante devenu prépondérante. ex: Venise symbole de cité artistique.
- **La nouvelle image:** ajoutant aux images précédentes une approche plus industrielle, en évoquant la qualité et le confort de l'accueil et l'animation. Ex: Agadir, Hammamet.

Le tourisme, aujourd'hui offre donc une image variable selon les paysages ou les hommes.

II- ESPACE TOURISTIQUE :

Les espaces touristiques ; sont révélateurs de nous-même, lorsque nous les visitons, mais ils sont également révélateurs de ceux qui les habitent, comme de ceux qui les aménagent, et les exploitent pour accueillir les touristes. Car malgré les inévitables redondances d'un site touristique à l'autre, chacun est marqué par une géographie et des attraits qui lui sont particuliers, et qui déterminent sa vocation.

1- Définition :

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.

2- 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.

3- Types d'espaces touristiques :

Il y a 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.

- Par ressources : naturelles, historiques, culturelles...
- Par rapport à leur offre

III- LES CARACTERISTIQUES DE L'ESPACE TOURISTIQUE :

L'espace touristique est reconnu comme :

1- Un espace mental :

L'espace touristique est d'abord un espace mental, pour qu'il y ait déplacement, il faut que l'ailleurs existe déjà dans l'esprit et dans l'imagination. Dans l'esprit, parce qu'il est un concept qui évoquera, selon les préférences de chacun, la différence, l'éloignement, le dépaysement, l'évasion, la détente, le confort, le farniente, l'aventure....

Autre part, un espace est susceptible d'y correspondre presque toujours, l'ailleurs se dessine autour d'un paysage.

2- Un espace de désir :

Tout espace touristique préexiste donc comme une idée, et représentation dans l'esprit de l'éventuel voyageur. Là réside précisément l'incitation, la motivation au départ, qu'il s'agisse d'un lieu aussi circonscrit qu'une cabane de pêcheur en Acadie, ou immense que la Chine. L'espace touristique est également un espace de désir, l'idée ne suffit pas, il faut qu'il y ait pulsion.

Cet espace de désir s'alimente aux expériences et sources les plus divers : récit de voyage, un roman, album photographique, publicités de toutes sortes, actualité télévisées, bouche à oreille. Il se nourrit tout autant de l'assitude de l'espace quotidien, du goût de connaître autre chose, ne serait-ce qu'une fois, que lors de brefs instants. Du désir de repousser l'horizon, de changer l'air, participer à des événements ou exercer des activités et pour apprécier les paysages.

3- Un espace de service :

Espace mental, espace de désir, un espace touristique est finalement un espace de services. Hors chez lui le touriste quel que soit son motif de déplacement, a besoin que d'autres s'occupent de lui, satisfassent ses besoins et ses attentes. Ou ils les servent.

Ainsi, les différents types d'espaces, qu'ils soient urbains ou ruraux, résidentiels, commerciaux ou industriels, sont caractérisés par des équipements, des utilisations du sol, et conséquemment, des paysages qui transcrivent une fonction dominante immédiatement reliée aux activités de base : s'abriter, se nourrir, produire, transformer, échanger, circuler, etc.

Le touriste consomme ailleurs et sous autre forme des services : hébergement, restauration, divertissement, transport, etc. ordinairement disponibles chez lui. Les équipements satisfont ses représentations mentales et ses désirs et reproduire en grande mesure, les équipements et aussi les paysages et habitudes qui ont été laissés derrière.

IV- LA GÉOGRAPHIE DE L'ESPACE TOURISTIQUE

1- La notion d'échelle :

La notion d'échelle est indissociable de celle d'espace. Tout espace à la surface du globe est, en soi, élastique, sans contours immuablement définis : où commence-t-il, où se termine-t-il ? Certes, des éléments naturels (fleuves, littoraux, montagnes, forêts) ou édifiés par l'homme (routes, clôtures, frontières, zonage) peuvent lui donner certaines limites ou le compartimenter. On identifiera des îles, des rives, des déserts, des plaines, des villes et des continents qui auront, individuellement, des bornes pouvant elles-mêmes changer ou disparaître. C'est pourquoi, tant pour appréhender que pour analyser l'espace touristique, il faut recourir aux échelles.

Les cartes illustrant l'espace touristique obéissent aux mêmes règles et se répartissent en diverses échelles. On en retrouvera ainsi une vaste gamme :

- Ponctuelles, elles représentent de façon détaillée des lieux touristiques d'une superficie relativement limitée.
- Locales, elles sont ordinairement utilisées pour représenter le territoire d'une municipalité, son réseau de rues et ses principaux équipements, services et attraits touristiques.
- Régionales, elles correspondent à des territoires englobant plusieurs municipalités, comme le font les cartes des associations touristiques régionales, ou de vastes portions d'un pays, voire d'un continent.
- Nationales et internationales, elles sont aptes, par exemple, à indiquer la distribution et la localisation des principaux foyers d'activité touristique et des grandes attractions susceptibles d'intéresser les voyageurs étrangers ou ceux appelés à franchir de fortes distances.

Indépendamment de son échelle, une carte peut être générale ou thématique. Parmi ces dernières, les cartes touristiques se subdivisent elles-mêmes en cartes illustrant des thèmes encore plus spécifiques : cartes routières à l'intention des automobilistes, cartes répertoriant et localisant l'ensemble des pistes de ski de randonnée sur un territoire, des terrains de camping, des parcs de récréation, etc.

2- Terminologie géographique:

Les termes géographiques couramment utilisés pour désigner les espaces de différentes tailles s'appliquent à l'espace touristique.

a) Le site touristique : Tout paysage ou lieu présentant un attrait touristique par son aspect pittoresque, ses curiosités, ses particularités naturelles où constructions ayant un intérêt historique, artistique, légendaire ou culturel, et qui doit être entretenu ou mis en valeur dans son originalité et préservé tant de l'érosion naturelle que des dégradations du fait de l'homme.

En fonction de leur rôle touristique, il est possible de classer les sites en 05 catégories :

- Les sites-décors naturels et non aménagés justifiant par eux-mêmes la fréquentation touristique (chutes de Niagara, canyon du Colorado...)
- Les sites-décors naturels et en partie aménagés appartenant à un lieu à fondement historique et culturel (site précolombiens d'Amérique Latine, Mont Saint Michel, Val-de-Loir, Vignoble ou grotte ou crypto-sites) ou à caractère sportif (station de sport d'hiver, complexe balnéaire...).
- Les sites-écrins, variante résidentielle d'un espace dominé par le tourisme où le décor est en partie fabriqué par l'homme d'après les coutumes locales ou régionales (le site de Deauville).
- Les sites-décors urbains, représentés par les célèbres lieux touristiques tel que les bords de Seine à Paris ou les canaux et la place de Saint-Marque à Venise, offrant à l'œil et à l'esprit un paysage et un héritage historique immuable.
- Les sites-postiches nés d'une action d'aménagement uniquement tournée vers les activités touristiques et modifiant en partie ou totalement le site naturel d'accueil (les marinas de la Baie des Anges à l'est d'Antibes ou sur la Côte d'Azurs, et les murs de béton formés par les chapelets d'ensemble immobiliers sur la Costa del Sol...).

b) Station touristique : Une portion déterminée de l'espace accueillant un aménagement touristique, ou sur le point de le faire, en raison de qualités distinctives.

C'est un espace spécifiquement planifié et aménagé à des fins touristiques.

Est un lieu touristique qui se caractérise par la prédominance l'activité touristique et récréative (mono fonctionnalité), créatrice du lieu (création ex nihilo), d'une capacité d'hébergement d'une population non permanente conséquente et de la présence d'une population permanente. (Capacité d'accueil, pop locale, fonctions urbaines. Ex : station de ski).

c) Territoire touristique : peut être défini comme « Une partie d'espace appropriée par des groupes sociaux (producteurs et consommateurs) dans le but d'y exercer des activités liées au tourisme et aux loisirs. ». le territoire touristique se caractérise aussi par une affluence d'enjeux. En effet, de nombreux acteurs sont présents sur ce territoire et ont des convictions et ambitions très différentes.

Dans l'Encyclopédie de Géographie, cette notion a été définie et peut être appréhendée selon quatre angles :

- Le tourisme à *la conquête du territoire*. Sa mise en tourisme ferait que le territoire soit entièrement dépendant de cette activité
- Le tourisme à *l'origine du territoire*. La mise en tourisme est impulsée par la demande touristique. Dans cette situation, la demande touristique est à l'origine de la création du territoire touristique ;
- Le territoire *opposé à la conquête du territoire*. Dans ce cas, le tourisme n'est pas accepté par la population locale dans un but de préserver la dominance territoriale de la population ;
- Le tourisme comme *révélation du territoire* grâce à sa fonction de revalorisation du territoire.

d) *Pôle touristique :*

Quant au **pôle**, il désigne un centre de population, d'activités et de services de taille variable, dont les besoins, les fonctions et le rayonnement influencent et structurent les activités, la nature des relations et l'organisation de l'espace qui l'environne. Les pôles exercent entre eux des influences réciproques qui les hiérarchisent selon leur importance respective.

Ils peuvent être internationaux, nationaux, régionaux ou locaux. Ils peuvent aussi être multifonctionnels, comme Montréal, ou univalents, spécialisés, c'est-à-dire industriels, touristiques, etc.

Les pôles touristiques, eux-mêmes hiérarchisés, s'identifient habituellement à des lieux dotés d'équipements variés, d'attraits potentiels ou reconnus et reliés à un réseau de circulation facilitant les déplacements.

e) *Région touristique:*

On trouve également des entités spatiales s'étendant autour d'un ou de quelques pôles. Ce sont les régions, sous-régions et super-régions touristiques.

La **région** fait l'objet de la définition suivante dans le *Robert* « territoire relativement étendu, possédant des caractères physiques et humains particuliers qui en font une unité distincte au sein d'un ensemble qui l'englobe ».

Est une division territoriale établie à des fins de développement et de mise en valeur des produits **touristiques** régionaux

Ainsi, l'espace touristique n'est pas seulement regardé; il est aménagé (remodelé, restructuré), et même consommé (la pollution et la dégradation des sites par une fréquentation touristique parfois mal contrôlée). Il sera toujours de deux ordres : d'un ordre évolutif, caractérisant un espace où le tourisme devient progressivement une fonction dominante; et d'un ordre conceptuel caractérisant un espace planifié et aménagé à cette fin.

Les Basses-Laurentides de Montréal, la côte du sud-est du Maine, la Riviera française ou italienne sont représentatives du premier cas; en allongeant la durée des séjours, la villégiature, remarquons-le, a joué en tous ces lieux un rôle prépondérant. Disney World, le littoral du Languedoc-Roussillon, l'ensemble des Clubs Med disséminés sur la planète, les zones de glacier des stations de ski des Alpes ou la station du Mont-Sainte-Anne, près de Québec, relèvent du second cas.

Cours 2 : LES ESPACES TOURISTIQUES

1. LA MONTAGNE

1. Les montagnes :

Les montagnes ont longtemps été considérées comme un milieu hostile où les conditions de vie sont difficiles et où les risques naturels sont nombreux (avalanche, glissements de terrains). En réalité, l'altitude génère des handicaps significatifs (difficulté d'accès, climat rigoureux...) qui influent sur les conditions de vie.

On distingue les hautes montagnes et les moyennes montagnes:

a. Les hautes montagnes: altitudes supérieures à 1600m, zones tempérées comme les Alpes, l'altitude plus élevée offre un meilleur enneigement, l'été il est possible de faire le tourisme vert et sportif. Dans les pays tropicaux comme la Cordillère des Andes ou l'Himalaya sont peu fréquentées et seulement de manière ponctuelle (escalade notamment) en effet les états concernés sont souvent trop pauvres pour aménager ces espaces.

b. Les moyennes montagnes: altitude inférieure à 1600m, zones tempérées comme le Jura, les Vosges, les Apennins ou les montagnes du pays de Galles permettent de faire du tourisme vert l'été et du ski à l'hiver

2. Aux origines du tourisme de montagne :

C'est dans la moitié du 19^{ème} siècle que le tourisme commence à réellement se développer. Il va rester, pendant très longtemps, une activité spécifique aux classes aisées et bourgeoises.

a. Émergence de nouvelles pratiques aristocratiques au XVIII^e siècle: les anglais sont à l'origine du développement du tourisme dans les régions montagneuses. Ils se lancent à la conquête des sommets alpins et en 1857 est créé le British Alpine Club, avant le Club Alpin Français qui sera créé en 1874. pour se soigner le corps et l'esprit (Thermalisme sur les littoraux ... comme en montagne), faire des activités sportives (Alpinisme), et Découvrir, observer, comprendre le monde (la découverte des paysages spectaculaires de la montagne)

b. L'émergence de Chamonix : Ce sont donc les Anglais qui feront de Chamonix en Haute Savoie la capitale de l'alpinisme, et permettront un développement très rapide de l'hôtellerie par les populations locales pour répondre à l'afflux de touristes. La montagne Blanc devient un objet d'émerveillement et d'exploration scientifique, ce qui a développé la fréquentation touristique dans la région (1.700 visiteurs en 1786, Création des premières auberges qui se transforment en hôtel, Paysans qui se transforment en guides)

3. Les stations touristiques dans la montagne

Au 19^{ème} siècle, le tourisme montagnard s'est développé d'abord en été, en particulier pour des raisons de santé. Deux types de stations ont été aménagés :

- ↳ Des stations climatiques permettant de profiter de l'air pur ont été construites à hautes altitudes (1700m pour Front-Romeu dans les Pyrénées).
- ↳ Des stations thermales (Evian, Thonon, Bled) qui sont situées dans les fonds de vallée à altitudes modérées (environ 1000m) face au front de montagne. Elles possèdent des aménagements luxueux (palace, casino).

Puis il a eu une évolution de ces stations marquée par quatre générations :

a. Première génération, le village-station (le modèle de leurs aînées de la Belle-Époque): elles se sont développées à la fin du 19^{ème} siècle à partir des stations construites pour la saison estivale à basse altitude. Les champs de neige sont mis en valeur à partir des fonds de vallée et les funiculaires (est une remontée mécanique équipée de véhicules circulant sur des rails) utilisés l'été emmènent les touristes vers les pistes avant d'être remplacés par de véritables remontées mécaniques.

Ces stations ont été développées autour de villages existants, et implantés en fond de vallée ou sur un col, au centre d'un domaine skiable la plupart du temps morcelé, d'où partent les remontées mécaniques et où aboutissent

les pistes. (Station de Megève France, Saint Moritz Suisses). Leur développement était spontané par l'initiative du privé.

Après la 1ère guerre mondiale Le chalet du skieur s'est imposé comme nouveau programme (mode d'habiter urbain et bourgeois à un environnement et un monde rural et montagnard).

b. Deuxième génération, des nouveaux usages de la montagne : édifiées à partir des années 1920, ce sont les premières stations créées spécifiquement pour les sports d'hiver. Elles sont aménagées entre 1600 et 1800 m d'altitude au niveau des alpages sur l'ubac (ombrée) pour bénéficier du meilleur enneigement. Elles sont le plus souvent construites ex nihilo mais à proximité d'un noyau villageois. Les plus connues sont St Gervais, Megève ou Courchevel dans les Alpes françaises, Davos en Suisse, Lake Placid dans les Adirondacks aux États-Unis.

L'idée de faire naître de nouvelles stations sur des terrains vierges découle de plusieurs volontés, trois en particulier: aménager la montagne, en planifiant et contrôlant l'urbanisation, développer la pratique des sports d'hiver comme nouvelle économie pour des régions confrontées à l'exode rural, et ne plus laisser le développement des stations entre les seules mains de l'initiative privée.

c. Troisième génération, les stations intégrées : pour faire face à la massification du tourisme pendant les trente Glorieuses (entre 1945 et 1973, le monde connaît une croissance forte, et amélioration des conditions de vie), les États ont lancé des programmes de constructions suivant des modèles différents.

En France, le Plan Neige (Plan Blanc) de 1963 a créé le modèle de stations intégrées où les promoteurs décident de l'ensemble des aménagements. Les réseaux autoroutiers ont été prolongés jusqu'au cœur du massif alpin et des routes en lacet permettent d'accéder facilement à la station. Les parkings, les commerces et les hébergements sont minimum situés à 1800m face au front de montagne. Au pied des immeubles, les remontées mécaniques donnent accès aux pistes qui peuvent monter au-delà de 3000m. véritables enclaves touristiques la Plagne, Tignes ou Isola 2000 sont les plus connues, quelques-unes comme San Gervasio sont présentes en Italie.

A l'opposé, le modèle autrichien repose sur des initiatives de développement locales avec des stations plus petites et plus nombreuses qu'en France. Elles sont édifiées à partir de noyaux villageois. Les agriculteurs qui ne peuvent pas vendre leurs terres à des résidents secondaires, assurent une partie de l'accueil. Les revenus générés par ce système limitent l'exode rural et le phénomène d'enclavement touristique. Les activités sont plus diversifiées et moins tributaires de l'enneigement qu'en France. La Suisse et l'Italie ont adopté ce modèle dans les années 1970. Ces stations sont plus appréciées des touristes que le modèle français.

d. Quatrième génération, la station-village : elles sont développées à partir des années 1975 autour d'un noyau villageois ou d'une reconstitution de village montagnard et sont intégrées à l'environnement local. Le nombre de lits étant limité, elles restent à la taille humaine et proposent un cadre plus familial comme Avoriaz ou Valmorel en Savoie. Elles proposent des activités variées (sports de glisse, ski de fond, randonnée en raquettes, VTT...) et sont moins tributaires de l'enneigement que les stations de troisième génération.

4. Paradoxes de l'aménagement touristique du domaine montagnard

Aménagements et infrastructure coûteuse dans le domaine montagnard pour les pays et les usagers, et connaît une longue et lente déprise économique et humaine, leur développement c'est fait dans les pays riches. Car les montagnes sont considérées comme des milieux difficile à aménager (enclavement, topographie, conditions climatiques), et très vulnérable (équilibre biogéographique : ressources en eau, manteau forestier, érosion, ...)

Pour les pays européens, américains et asiatiques riches le schéma est le même que la France, un potentiel touristique important réside dans le Klodosko polonais, les Appalaches américaines le Fuji-San japonais avec des aménagements modernes ponctuels de différents manière selon l'altitude permettant de diversifier la clientèle.

Dans pays en voie de développement seuls le Pérou, l'Argentine et le Chili arrivent à tirer profit des activités d'altitude, exemple Sain Martin de los Andes en Patagonie (Argentine).

Cours 3 : LES ESPACES TOURISTIQUES

2. LE LITTORAL

Un littoral est une interface, un espace linéaire marquant le contact entre deux espaces de nature différente l'espace terrestre et le domaine maritime. Cette originalité confère aux régions côtières une attractivité touristique réelle.

Principal espace touristique au monde, le littoral concentre la majorité des pratiques touristiques. L'invention du séjour, des notions de station et de "côte" y a largement contribué

1. Les origines du tourisme dans le littoral :

a. *Le tourisme balnéaire :*

La pratique des bains de mer est apparue au 19^{ème} siècle, elle était réservée à une population riche disposant de longues périodes de vacances d'hiver ou d'été. Ce n'est qu'après la Seconde Guerre mondiale que le bronzage devient à la mode, et quête des eaux de baignade aux températures agréables et de peaux dorées modifiera les pratiques, rythmes et flux. En effet, « les congés payés, et la Civilisation de consommation aboutissent au milieu du 20^{ème} siècle, pour les pays riches à une entrée dans l'ère du tourisme et des loisirs de masse. Avant la Seconde Guerre mondiale, des stations se développent tout de même en Grande-Bretagne et en France, puis dans les années 1950 aux États Unis et ailleurs dans le monde. L'industrie du tourisme prend alors un nouvel envol et l'internationalisation des destinations amorce sa fulgurante progression. L'avion emmène désormais facilement les vacanciers loin de chez eux.

b. *Le tourisme lacustre :*

Les lacs naturels jouent un rôle touristique important et jouissent généralement d'une bonne image de marque liée à tous les mythes qui sont nés. Milieux de repos, de récréation, teinté d'aura écologique, les espaces lacustres (le lac et ses rives immédiates) ont toujours attiré les voyageurs et les touristes, de l'antiquité à nos jours. Lieux de méditation solitaire les lacs apparaissent souvent comme d'importantes localisations touristiques selon leur situation géographique.

Les sites lacustres forment de véritables écrans touristiques autour d'un plan d'eau pouvant couvrir plusieurs milliers de kilomètres carrés (lacs Alpin, lacs Nord-Américains, lac Biwa au Japon) et sur les rives duquel sont installés selon les lacs des plages, des camping-caravaning, des hôtels, des résidences touristiques.

L'utilisation touristique des lacs naturels sont liée d'abord à la fréquentation d'origine aristocratique, dès le 18^{ème} siècle en Europe, des stations privilégiées. Le développement touristique contemporain, notamment le tourisme de masse est marqué par l'évolution des grands hôtels palace et les résidences secondaires pour la classe aisée

2. Les stations touristiques balnéaires :

a. *Stations anciennes :*

Elles se sont développées au 19^{ème} siècle à la redécouverte du littoral et à la construction de lignes de chemin de fer à partir des grandes villes émettrices. Sopot en Pologne en 1823 ou Dieppe en 1824 furent parmi les premières à se développer. On peut distinguer deux types de station :

- *Les stations greffées dans des villes anciennes* comme Nice ou Cannes. Les fonctions touristiques s'ajoutent à des fonctions préexistantes. Les touristes s'isolent du reste de la population ;
- *Les stations planifiées* construites par des promoteurs sur des littoraux vierges proches des grandes villes.

Elles ont des plans radio-concentriques (Cabourg) ou en damier (Deauville, le Touquet).

Toutes ces stations ont un urbanisme en forme de T : une avenue relie la gare à la plage tandis que l'autre est parallèle au front de mer où sont construits les grands hôtels et le casino. Elle est longée par une promenade donnant accès à des jetées regroupant des lieux de détente (piers de Brighton).

La clientèle, très fortunée, faisait construire de luxueuses villas face à la mer ou à quelque distance de la côte pour profiter de la douceur du climat en hiver.

Dans la première moitié du 20^{ème} siècle, le balnéarisme se développe, l'été devient la saison principale et le tourisme se démocratise. De fait, les stations s'étendent (extension de la promenade des anglais à Nice) et les fronts de mer sont totalement bâtis, ce qui entraîne la disparition des jetées et des promenades (Ostende). De plus, les grands hôtels et certaines villas sont démolis ou divisés en appartement pour accueillir une clientèle moins fortunée. De nouvelles stations sont également construites (Miami Beach par exemple). Toutefois, les destinations les plus anciennes restent plus élitistes avec le maintien d'une saison d'hiver (Biarritz, San Remo, Brighton, Ostende...).

b. Stations nouvelles :

Les Trente Glorieuses et la massification du tourisme imposent la construction de nouvelles stations pour accueillir une clientèle nombreuse et diversifiée. Les initiatives sont le plus souvent privées mais les Etats ont aussi lancé des plans d'aménagement comme celui du Roussillon en France en 1963 (La Grande Motte, Le Cap d'Agde...). Celui de la Mer Noire en Roumanie ou de Cancun au Mexique.

Ces zones littorales sont victimes d'une urbanisation effrénée, continue et destructrice pour l'environnement qui juxtapose de façon anarchique hôtels et grands ensembles. Le principe de la marina a été développé à cette époque. Les hébergements sont très variés et adaptés à tous les budgets et les activités très diversifiées (sports nautiques, plaisance randonnées...). Ce modèle d'aménagement a été repris dans le monde entier.

c. Vers des modèles de stations spécifiques :

Certains pays misent sur le tourisme de luxe et mettent en place des infrastructures spécifiques comme Dubaï avec l'île palmier, une marina artificielle destinée à des touristes très fortunés.

Dans les îles de l'Océan indien le tourisme dépend de la préservation du milieu naturel : les îles-hôtels des Maldives ont été développées dans cet esprit et le maintien d'une fréquentation limitée passe par des prix élevés.

Enfin, depuis le début des années 1980, les touristes européens recherchent des stations mieux intégrées à l'environnement local et de plus petite taille. Elles se développent à partir de noyaux villageois reconstitués dans le style de chaque région (port la forêt en Bretagne ou Belle Dune sur la côte picarde)

3. La plaisance :

Le développement des stations touristiques s'est accompagné de celui des ports de plaisances. « Marina pieds dans la mer » ont lancé la mode de l'appartement avec bateau au bas de l'immeuble. Venise devenait la référence et les imitations se sont succédées, dont Port-Grimaud est un des meilleurs exemples. Le Boom de la construction touristique s'est donc accompagné d'un Boom des ports de plaisance.

4. Les enjeux :

Les enjeux qui pèsent sur les littoraux, sont donc à la fois d'ordre environnemental et humain :

a. L'urbanisation du littoral:

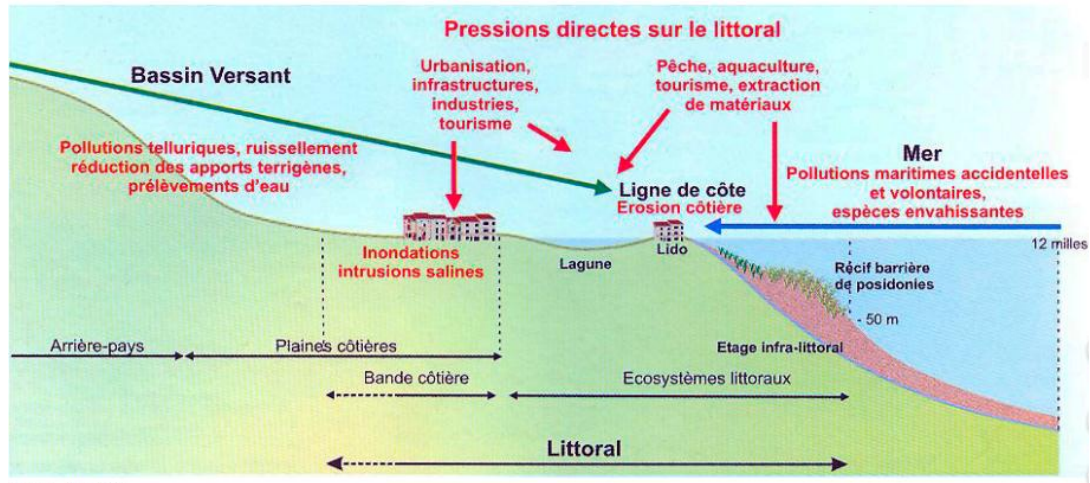
Plus de 60 % de la population mondiale vit sur les espaces littoraux, c'est-à-dire les espaces qui subissent directement ou indirectement les actions de la mer. Ces espaces de contact entre la terre et la mer sont soumis à de très fortes pressions : urbanisation croissante, développement des activités portuaires et industrielles, essor du tourisme... Ces occupations entrent parfois en concurrence, s'opposent pour défendre leurs intérêts ce qui suscite une grande tension entre utilisateurs.

b. La dégradation des écosystèmes côtiers et marins

c. Le changement climatique :

En particulier celles inhérentes à l'élévation du niveau de la mer qui aura probablement pour effet d'amputer les activités humaines de portions d'espace terrestre (submersions permanentes ou régulières, salinisation des sols...). Si les enjeux concernent globalement la, d'une part, et l'exacerbation des écarts de développement

Croquis schématique des sources de pressions sur le littoral



Source : Plan Bleu

Cours 4 : LES ESPACES TOURISTIQUES

3. LA COMPAGNE

La compagne est marquée par l’empreinte de l’agriculture, des milieux restés naturels ou protégés en tant que tels. Aujourd’hui, en matière de vacance et de loisirs, la compagne concurrence la mer, la montagne et la ville. Elle a ses propres hébergements, fonctionnement et ses modes de commercialisation. En un mot, c’est bien un espace touristique à part entière.

1. Le retour à la compagne :

L’image de la compagne comme lieu de vacance s’est considérablement modifiée au cours des siècles, la migration d’été des villes vers les compagnes n’est pas nouvelle. Dès l’Ancien régime, les propriétaires terriens retournaient sur leur domaine au moment des collectes. La villégiature (étymologiquement : aller à la campagne) rythmera la vie de ces propriétaires fonciers jusqu’à la fin du 20^{ème} siècle.

A la migration estivale déjà pratiquée, vient s’ajouter la migration hebdomadaire de fin de semaine, le départ en « week-end ». Progressivement, d’autres catégories sociales fréquentent la compagne. Ainsi grâce aux congés payés de 1936, toute une population d’ouvriers, employés, fonctionnaires prend l’habitude d’aller à la compagne le temps des vacances, de retourner au pays voir leurs parents et les aider aux travaux des champs.

2. La compagne espace de repos des citadins :

Pour ces néo-citadins, c’est non seulement l’occasion de rattacher avec leurs milieu d’origine, de respirer un autre air, rechercher du calme, de tranquillité et de convivialité avec la famille ou les amis, mais aussi séjourner hors chez soi à un moindre coût. La compagne quittée depuis peu est investie d’une nouvelle identité et devient l’espace de vacance des familles dont les faibles revenus limitent le choix du lieu où partir en congé. Bien que les attaches avec le monde rural soient devenues ténues au fil des ans, la compagne garde son pouvoir attractif par rapport aux autres lieux.

3. Le tourisme rural :

Tourisme des familles en famille, de retour chez soi, de vacances bon marché et de vacances ennuyeuses... telles pouvait être l’image répandue du tourisme à la campagne.

Le tourisme rural « l’agritourisme » est une activité touristique ayant lieu en milieu rural, mettant en avant la qualité de la vie à la campagne et les bienfaits des produits locaux. Aller à la campagne, c’est avant tout bénéficier du calme de la nature, mais aussi profiter des loisirs et des sports liés à cette nature : la randonnée pédestre, équestre, vélo(VTT), canoë-kayak, activités aérienne, pêche et chasse, autant d’occupations associées aux séjours traditionnels à la campagne.

Ce type de tourisme englobe des prestations d’hébergement (gîtes ruraux, chambres d’hôtes, ...), de restauration (table d’hôtes, dégustation de vins, de produits du terroir, ...) et des activités de loisirs (tourisme de randonnée, activités de pleine nature, cours de cuisine, etc.). «Le tourisme rural désigne un tourisme local, voulu et maîtrisé par les gens du pays, un tourisme de rencontre et de partage, puisant ses arguments dans la richesse des terroirs et la convivialité des habitants.»

a. Un nouveau débouché : L’agritourisme est un des aspects du tourisme vert associant les agriculteurs et les ruraux en général à la fonction d’accueil et parfois même à l’animation. Ce nouveau type de relation entre citadins et agriculteurs, déjà ancien en Europe du nord, est souvent encouragé par les pouvoirs publics par le biais des subventions nécessaires à la modernisation ou à la création des structures d’accueil.

b. Des bases géographiques importantes et diversifiées : Sur le plan géographique le tourisme rural offre des milieux naturels diversifiés ; plaine et bassins, plateaux et montagnes, vallées fluviales majestueuses et gorges torrentielles, milieu continental ou maritime. Les touristes peuvent donc choisir un type de milieu naturel en fonction de leurs goûts et des coûts de séjours. On constate que si l’immigration s’appuie

essentiellement sur les nationaux la fréquentation s'internationalise (Hollandais, Belges, Allemands en France, en Italie, en Autriche, européens continentaux dans les campagnes britanniques). L'organisation spatiale de l'agritourisme est caractérisée par la dualité concentration et dispersion :

A la différence des grands foyers touristiques traditionnels le nombre de touristes à l'hectare est encore faible dans les milieux ruraux. Et les touristes sont répartis soit de façon ponctuelle (villages, stations) soit de façon linéaire (chemin, voies d'eau). La sauvegarde des forêts, de la flore et de la faune, par le biais des parcs régionaux et nationaux, dans la plupart des pays développés, écarte les formes de concentration touristiques massive.

Cours 5 : LES ESPACES TOURISTIQUES

4. LA VILLE

La ville et le déplacement touristique ont des rapports historiques et dynamiques. Ainsi, si l'on observe un mouvement fait d'attraction-retrait- redécouverte de la ville, on constate que cette dernière tient un rôle structurant dans le processus d'invention du phénomène touristique.

1. La ville et le tourisme des liens historiques anciens :

C'est en Europe que l'invention du tourisme (pratiques, équipements et organisation) prend toute sa signification à travers la transformation des sociétés et des économies (révolutions industrielle et technique, politique, financière) au cours des 15^{ème} - 20^{ème} siècles. Ainsi, La Renaissance et l'Âge classique montrent une double anticipation dans l'invention touristique

Dès les 16^{ème} et 17^{ème} siècles, les guides fixent ce qui doit être vu : par exemple les villes d'Italie et leurs attraits (Rome Florence, Venise) et aussi celles de France, réputées pour leurs institutions du savoir (Montpellier, Poitiers). La période des 18^{ème} - 19^{ème} siècles est celle des grandes inventions touristiques : le Grand Tour anglais (début du 18^{ème}), avec la visite des attraits des villes d'Europe par les jeunes aristocrates anglais et l'approvisionnement des territoires limites à la ville (la mer, la campagne, la forêt, la montagne) qui voient l'émergence en Angleterre de la ville d'eau (ex : Bath) et de la station balnéaire (ex : Brighton).

Au 19^{ème} siècle, la ville industrielle et trop enfumée peut être quittée par les élites urbaines qui investissent « les villes de l'évasion » (villes d'eau, villes côtières). La ville inquiète, on la quitte, mais elle montre une image double : elle stimule une perception inquiétante par le développement et la démesure, l'apparition de problèmes sociaux, mais elle fascine aussi comme reflet d'un monde plus moderne. Ainsi la ville de la fin du 19^{ème} siècle prépare l'attractivité de la ville de la fin du 20^{ème}. Déjà, la ville de la fin du 19^{ème} se transforme et introduit un urbanisme souvent monumental, exprimant ainsi sa puissance : Londres innove avec l'Exposition universelle en 1851 et développe la visite urbaine, prélude aux courts séjours urbains du 20^{ème}, alors que Paris est le laboratoire du loisir de masse. Au Canada, Montréal cherche à innover pour attirer davantage de touristes, notamment durant la saison d'hiver (par ex. : le Carnaval d'hiver).

Au 20^{ème} siècle, le développement des stations au bord de la mer se poursuit et attire les plus fortunés : en France, Cannes et Juan les Pins sont vantées par les Américains et les riches urbains dans la période 1910-1930. L'accès au loisir reste encore réservé à des élites et sa diffusion sociale attendra les années 1950. Mais la ville reste encore un pôle émetteur de touristes recherchant la mer et le soleil, et aussi une autre façon de passer des vacances (par ex. : Le Club Med).

À partir des années 1980, la ville et la métropole (re)deviennent une attraction touristique. Cet intérêt renouvelé s'inscrit dans un contexte double :

- ↳ *Démographique* : une grande majorité des personnes (plus de 70 %) en Europe et en Amérique du Nord habitent les villes, aujourd'hui, et ce phénomène se généralise dans le monde (50 %) ;
- ↳ *Economique* : la crise économique industrielle des années 1970 a créé d'importantes difficultés à la ville (pertes d'emplois, disparition des bases industrielles fonctionnelles, apparition de friches industrielles importantes). Le tourisme contribuera à cette sortie de crise par une régénération de la ville (transformation d'anciens espaces industriels) et la reconstruction d'une nouvelle image.

Cette nouvelle attractivité est soutenue par un ensemble de tendances qui favorisent la pratique du tourisme urbain (par ex. : l'intérêt pour la culture et le patrimoine et l'émergence de grands équipements de divertissement).

2. Ville touristique :

La ville touristique est une appellation générique qui traduit plusieurs modalités de la mise en tourisme ou différents processus d'évolution des lieux touristiques : ville à fonction touristique, ville-étape, ville-station, ville "touristifiée".

a. La ville à fonction touristique : est un lieu investi par le tourisme par insertion d'une fonction touristique dans l'espace. Ce qui aboutit à la territorialisation touristique de certains secteurs de la ville mais sans modifier la structure urbaine dans son ensemble. Toutes les grandes capitales et villes du Monde en relèvent peu ou prou (Paris, Londres, Rome, etc.).

b. La ville-étape : constitue une variante du type. En général, il s'agit d'une ville de plus petite dimension qui présente une fonction d'hébergement hypertrophiée mais qui est peu ou pas visitée par les touristes. La ville-étape doit beaucoup à sa position relative au sein du système de circulation ou par rapport à une région touristique. Tours est ainsi située au centre de la région constituée par les pratiques itinérantes des touristes découvrant les châteaux de la Loire.

c. La ville-station : est un lieu urbain investi et divertit par le tourisme à ses marges, qui aboutit à la juxtaposition d'un quartier touristique de type station (créé par et pour le tourisme) à un noyau ancien avec une agglomération déjà en place.

d. ville touristifiée : le lieu urbain préexistant est subverti par le tourisme, au point que le tourisme domine dans l'espace comme dans l'économie et qu'il ne subsiste guère de fonctions autres que banales, dévolues au service des habitants permanents (Venise, Saint-Tropez, etc.).

3. La révolution urbaine du tourisme :

Le tourisme se présente comme un élément moteur de l'aménagement et le stimulateur d'une nouvelle urbanité dans les villes et les métropoles d'aujourd'hui, favorisant l'émergence d'une réalité complexe qui questionne et bouscule la dimension conceptuelle du tourisme urbain.

a. Le développement des stations touristiques dans le monde : La première révolution urbaine au début du 19^{ème} siècle a permis l'émergence des stations touristiques. Qui sont des créations ex nihilo et qui connaîtront une accélération à compter de 1850. Ces stations touristiques ont été créées le plus souvent de toutes pièces, parfois à partir de villages existants mais ceux-ci ont été bouleversés rapidement. Ils sont en fait des lieux urbains, avec des architectures qui étaient urbaines et qui sont venues troubler profondément l'environnement dans lequel elles étaient construites.

b. le développement du tourisme va vers les villes : La deuxième révolution urbaine est en relation directe avec le tourisme, que nous vivons encore à l'heure actuelle ; elle se fait à partir de la deuxième moitié du 20^{ème} siècle. Il s'agit d'une transformation de l'urbanité des villes avec et par le tourisme. Cette révolution-là, cette transformation de l'urbanité des villes, est accompagnée aussi de la diffusion du tourisme en ville puisque au 19^{ème} siècle, il y avait déjà quelques villes en Europe qui avaient une fonction touristique importante, Londres et Paris en premier lieu. Aujourd'hui on est dans un phénomène de diffusion tout à fait général et même quasi-universel du tourisme en milieu urbain, même dans des métropoles qui n'ont guère d'attrait au sens traditionnel du terme touristique (ex : São Paulo au Brésil). Cette transformation-là a été rapide, sur une courte période du 20^{ème} siècle.

Cours 6 : LE POIDS DES FACTEURS GEOGRAPHIQUES DANS LA LOCALISATION TOURISTIQUE

L'espace peut être considéré comme la matière première du tourisme et sans mésestimer les autres facteurs, les conditions géographiques jouent un rôle essentiel dans l'attraction d'un lieu touristique. Les conditions naturelles, le patrimoine naturel et historique, le potentiel technique et l'environnement économique sont autant de critères géographiques qui interviennent soit seul soit en combinaison, dans les différents types de localisations touristiques.

1. Les facteurs naturels :

a) Les paysages touristiques : le paysage peut jouer un rôle plus actif dans la mesure où il est un des facteurs de l'activité touristique (les montagnes enneigées font partie du décor et elles sont nécessaires à la pratique du sport d'hiver ; l'alpinisme la randonnée), qu'il soit à l'état naturel ou aménagé, regardé ou peu regardé est un élément géographique jouant un rôle touristique plus au moins actif au sein du milieu d'accueil.

b) Le site touristique : un site naturel est une entité spatiale composée de plusieurs éléments : le relief, la nature, et la couleur des roches, la végétation et les cours d'eaux. Selon le lieu il y a plus ou moins de facteurs naturels contenus dans un site. Quelques que soient les composantes d'un site naturel une image fondamentale, globale, le caractérise toujours au niveau de sa vision touristique.

Le site est toujours évocateur d'une image raccourcie du milieu d'accueil pour le touriste même si cela ne correspond pas toujours à la réalité. La publicité touristique utilise des site-images idyllique à destination des marchés émetteurs, notamment citadins.

c) Le climat : est un facteur d'attrait touristique souvent capital, ensoleillement et enneigement sont indispensables aussi bien au tourisme balnéaire qu'aux sports d'hiver. C'est aussi un facteur géographique de premier ordre justifiant à lui seul, de nombreux flux et foyers touristique. Dans bien des cas c'est un facteur impératif ou limitatif. L'influence des agents climatiques sur le tourisme est donc toujours importante aussi bien au niveau de l'image climatique qu'au niveau de l'organisation des formes d'accueil et de séjours :

- Les différences saisonnières pluviométriques entre hémisphère nord et hémisphère sud (les saisons étant inversées) ou entre régions des latitudes tempérées sèche et humide (pas de tourisme balnéaire sur les côtes de l'Asie des moussons ou dans certaines îles de l'océan indien) doivent guider les flux touristique balnéaire vers les régions exotiques.
- Les variations thermiques régionales ne doivent pas être négligées quand on part à la découverte de l'Egypte pharaonique du Haut Nil en plein été ou quand en pratique le tourisme de découverte dans les régions froides pendant l'hiver austral. Il est du devoir de tous les organisateurs de voyage de tenir compte de tous les éléments climatiques avant de commercialiser le produit.
- Les vents, s'il n'est qu'un agent climatique complémentaire, contribue à modifier les conditions pluviométrique ou thermique.

c) Le facteur végétal : la végétation et plus au moins un facteur d'attrait touristiques selon de nombreux critères ; elle peut être un objet touristique décor ou complément touristique, peut être aussi un obstacle aux activités touristiques et rend difficile le séjour.

e) Eaux thermales et eaux marine : les sources d'eau minérale naturelle (le thermalisme), les eaux de mer (la thalassothérapie) et les océans et les mers (la croisière maritime) ont toujours un rôle important dans le tourisme.

2. Les facteurs humains et techniques :

a) Faits de la civilisation : aujourd'hui le plus important fait de civilisation c'est la course vers le soleil et les plages, puis le besoin de découvrir les civilisations d'hier, et la connaissance des modes de vie des populations d'accueils (le tourisme culturel), l'héritage religieux (pèlerinage), le sports, affaires et congrès, et d'autre forme d'attraction (les parcs d'animation, les réserves animales)...

b) Les facteurs techniques : le développement continu des techniques de transports dans le monde a facilité le déplacement et l'accès à des nouveaux espaces, et en réduit les couts. Les moyens d'accueil répondent aux nécessités du tourisme de masse (l'aspect quantitatif) et aux exigences des touristes (l'aspect qualitatif).

c) Les facteurs socio-économiques : il y a un impact de certains facteurs économiques sur la localisation touristique :

- Le niveau de vie des familles demeure un facteur primordial qui définit le tourisme de masse.
- L'espace-prix ou la portée limité des services touristiques qui dépend de la clientèle visée et produit offert.
- La crise économique et l'inflation atténuent l'influence des monnaies sur la géographie du tourisme mondial qui dépend beaucoup plus des motivations touristiques prioritaires et des capacités financières de la majorité des touristes.
- Les facteurs socio-économique est capitale pour expliquer la localisation des foyers et flux émetteurs dans le monde, plus les revenu moyen augmente, plus le taux de départ en vacance est élevé. Par ailleurs, le facteur socio-professionnel des touristes montre presque toujours que les plus aisés et les plus disponibles partent plus en vacance.

Cours 7 : TYPES ET FORMES D'ESPACES TOURISTIQUES

La typologie des espaces touristiques peut être abordée de plusieurs manières et aboutir à de nombreuses variantes, l'un des critères utilisé dans cette classification est l'intensité géographique des phénomènes touristique par la combinaison de deux grandes catégories de facteurs géographique:

- La présence spatiale du tourisme, c'est à dire l'intensité des flux de fréquentation et le partage de l'espace par rapport à d'autres formes d'occupation avec lesquelles il peut cohabiter.
- Les formes spatiales des divers aménagements touristiques.

1. Les espaces touristiques polyvalents et ouverts :

On peut distinguer des types d'espaces touristiques partagés ou coexistant avec d'autre types d'activités dont la complémentarité est souvent indispensable à la production et à la consommation touristique. Dans ce cas le tourisme, même s'il ne représente pas les principales activités et formes d'occupation de l'espace, est créateur d'espaces touristiques polyvalents et ouverts. il s'agit essentiellement d'espaces touristique littoraux, urbains et dans un moindre mesure ruraux :

a) Les types balnéaires et lacustres : Depuis le 19^{ème} siècle il y a des espaces touristiques littoraux qui se sont développés d'une petite station balnéaire de type benucléaire (vielle ville et quartier résidentiel touristique), à une grande ville touristique littorale polynucléaire à cause de la diversification des activités et la clientèle touristique, et aussi des activités non touristiques (la ville de Nice est considérée comme une belle illustration d'espace touristique urbain littoral polyvalent et ouvert). D'autres espaces qui représente des petites et moyennes stations balnéaires, qui sont nombreuses sont considérés comme des espaces ouverts, à cause de leurs fréquentation touristique importante.

Par contre les espaces lacustre seul le type riveras lacustre qui est considéré comme des espaces ouverts et polyvalents, le tourisme de masse a eu un impact spatial considérable sur les rives de nombreux lacs, et l'occupation humaine y est pratiquement continue sur plusieurs dizaines et même centaine de kilomètre. Le tourisme de passage est plus important que le tourisme de séjours, grâce à la diversification des réseaux de communication, la rapidité et le confort des moyen de transport, les riveras lacustres sont devenus d'importants foyers touristiques internationaux (extension linéaire sur le long des rives en comblant les espaces vides intermédiaire).

b) Les types urbains non balnéaire : en fonction des critères géographique mais aussi économiques, sociaux et politiques, il est possible de distinguer deux types d'espaces urbains touristiques polyvalentes et ouverts :

- Polynucléaires ; les grandes villes touristiques tel que Paris, Londres....
- Mononucléaire ; les petites et moyenne villes qui bénéficié de leurs héritage historique (ce sont des étapes touristiques), les touristes accourent pour admiré le Duomo et le palais Pitti à florence, la tour de Pise et canaux de Bruges à Venise. Plus il y a les villes-pèlerinages ; lourde, El Couds et Mecca comme exemple, qui sont d'important foyers touristiques qui se distinguent par la localisation des grandes sanctuaires religieux.

c) Les types verts : Le tourisme vert est par nature polyvalent et ouvert. Moins sollicité, moins consommé, seul l'espace rural des pays développés est considéré comme espace touristique.

2- Les espaces touristiques spécialisés (plus au moins ouverts) :

Alors que dans les types d'espaces touristiques polyvalents on retrouve une grande diversité d'activités touristiques et non touristiques, ce n'est plus que très rarement le cas dans les espaces touristiques spécialisés. Au contraire, le tourisme est souvent l'activité principale et la plus importante occupation de l'espace :

a) Les types ouverts : ce sont des espaces structurés, planifiés et aménagés sur le milieu d'accueil tel que les différentes stations balnéaires, du sport d'hiver et thermal, et les grands foyers touristiques culturels.

b) Les types enclavés : Certains espaces spécialisés se développent de manière autonome, tout en restant ouverts ou fermés sur le milieu d'accueil : ce sont des espaces enclavés.

Ce qui caractérise ces espaces touristiques c'est tout d'abord un taux de fonction touristique proche ou supérieur à 100, ensuite, ce sont les formes d'occupation de l'espace qui font des lieux et des paysages spécifiques par rapport au milieu d'accueil.

Exemple : les stations de sports d'hiver intégrées et les stations balnéaires nouvelles intégrées (sur le littoral du Languedoc-Roussillon), qui sont des espaces plus ou moins ouverts. Mais les marinas, les villages-clubs, les complexes touristiques et les parcs et les réserves naturelles sont des espaces enclavés plus ou moins fermés réservés aux touristes seulement.

3- Les espaces touristiques régionaux :

Une région touristique semble se définir à partir du moment où l'organisation des transports, des services et de l'économie générale est en partie ou totalement due à l'impact des flux de la fréquentation et des foyers d'accueil propres à la fonction touristique. On peut distinguer trois types :

a) Les espaces touristiques régionaux fortement polarisés : tel que :

- Les régions littorales ; la côte d'Azur (la plus ancienne et importante région touristique balnéaire), l'Andalousie représente avec la Catalogne le premier et la plus récente région touristique espagnole, la Costa Del Sol (entre Malaga au nord et Estepona au sud), la Costa Brava entre les frontières françaises et Barcelone.
- Presque toutes les grandes capitales touristiques sont à la tête d'espace touristique régionaux qu'elles dominent (ex l'île de France ou la région parisienne, la Toscane en Italie repose sur quelques pôles urbains célèbres ; Florence, Sienne, Lucques et Pise)
- La ruée vers l'Or Blanc dans le massif montagneux situé dans les pays développés.

b) Les espaces touristiques régionaux peu ou pas polarisés : sans foyer capable de jouer un rôle touristique au niveau régional : la basse et la haute Égypte, les réserves naturelles africaines et du centre et de l'ouest de Canada, le Middle-west des États-Unis.

c) Les types de périphérie touristiques : il est possible de déterminer deux types :

- Proche périphérie comme les côtes méditerranéennes avec un accès direct par automobile, de l'intense relation maritime et aérienne.
- Lointaines périphérie comme les États-Unis, Canada, Colombie, Brésil et URSS c'est le temps perdu en voyage qui soit le principal handicap.