

Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain

Ghislain DUBOIS

Laboratoire Enseignement et Recherche Milieux et Sociétés

(ERMES- IRD Orléans)

16 rue Daumier

13008 Marseille

Tel: + 33 4 91 37 98 15

dubois@orleans.ird.fr

Jean-Paul CERON

Centre de Recherche en Droit de l'Environnement, de l'Aménagement et de l'urbanisme

(CRIDEAU- CNRS Limoges)

34 Rue Duplex

87000 LIMOGES

Tel: + 33 (0) 5 67 70 78 90

ceron@chello.fr

Introduction

Le tourisme a eu en quelques années un effet spectaculaire sur certaines villes françaises. Des investissements conséquents ont permis d'adapter les centres-villes aux besoins d'une fréquentation ludique toujours plus importante, que ce soit quantitativement, par exemple par la création de parkings ou qualitativement, par la réadaptation au rythme du piéton.

Mais ceci constitue-t-il une prise en compte suffisante des nouvelles demandes de loisirs ? Le tourisme urbain attire l'attention sur toute une gamme d'attentes en matière d'usages récréatifs de la ville, mais il se limite pour l'essentiel au centre-ville et a des difficultés à se diffuser dans la périphérie. L'attention portée au centre-ville, la focalisation sur un passé muséifié ne suggèrent-ils pas que tout l'aspect ludique, récréatif, voire identitaire de la ville pourrait être pris en charge par son centre, et que l'on délaisse le périurbain ?

Le développement des villes est animé par des tendances contradictoires. D'une part, on constate un "désir de ville", une valorisation des spécificités locales, de la culture et du patrimoine, la recherche de la socialité et de la centralité, d'une jouissance des aménités dans la ville. D'autre part, l'urbain s'étale à la fois en raison de l'évolution des modes de vie (désirs d'un habitat individuel, généralisation de l'automobile) et de manifestations nouvelles de l'économie de marché (centres commerciaux, logiques d'implantation des entreprises), ce qui produit une ville très différente de celle valorisée par le tourisme. Comment ces deux villes, la "ville active" et la "ville ludique" (BURGEL, 1993) peuvent elles s'articuler ? Quelles parts respectives peuvent prendre, dans la prise en charge des loisirs, d'une part un investissement du périurbain par les pratiques de loisirs et d'autre part une adaptation de la forme urbaine existante à ces nouvelles attentes ? Quels sont les effets environnementaux de ces deux possibilités, notamment dans le domaine des transports ?

I. La « mise en tourisme » des villes françaises depuis le début des années 1980

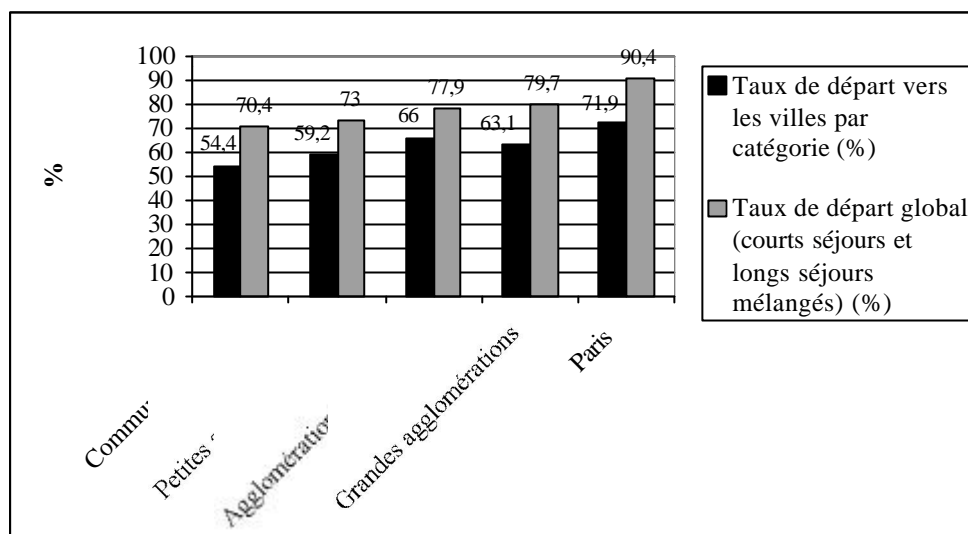
Le tourisme urbain est une notion dont les contours sont mal définis, ce qui reflète les incertitudes des notions de tourisme et d'urbain. Il est cependant acquis qu'il s'agit d'un phénomène en pleine expansion, même s'il est mal décrit par la statistique officielle. Toutefois, ses caractéristiques et ses déterminants essentiels sont bien connus en France depuis la première étude complète sur le sujet (POTIER et CAZES, 1996), de même que son impact marquant sur les politiques urbaines depuis le début des années 1980.

1.1 Le tourisme urbain : problèmes de définition et description des flux

On pourrait décrire le tourisme urbain comme la reproduction, le temps d'un séjour, d'un mode de vie urbain, caractérisé par la recherche d'une densité d'activités, d'une animation importante et par une forte mobilité. Depuis plusieurs décennies, ce phénomène s'inscrit dans un contexte où la grande majorité des Français est acquise à un mode de vie urbain et le reproduit au moins partiellement sur ses lieux de vacances. C'est l'idée qu'exprime J.R. MASSON en détournant un slogan de mai 1968 : « *sous la plage, les pavés* ». Le tourisme a de plus en plus l'urbain à la fois comme point de départ et comme destination. L'abandon de la ville pour la campagne qui a souvent été présenté comme caractérisant le temps des vacances (pour rendre visite à sa famille ou retrouver ses origines) a été supplanté par une mobilité généralisée, dans laquelle la majorité des touristes ne font que quitter un espace urbanisé pour un autre (bord de mer et montagne compris...). L'urbain est devenu notre cadre de vie quotidien et notre référence : « [...] *bon nombre de séjours se font dans des stations qui sont (où qu'elles se situent dans l'espace) des villes. En vérité, 60 à 70% des touristes quittent une ville pour une autre, par mer, montagne, ou campagne interposée, en prétexte, car ce qu'ils recherchent essentiellement, ce sont les commodités de la ville* » (LEVY, 1992).

On ne peut cependant, quand on traite du tourisme, en rester à une vision aussi globale et ne pas différencier les formes urbaines des lieux de départ et surtout d'arrivée. Le terme de ville n'est il pas parfois ambigu, dans la mesure où il renvoie souvent dans l'imaginaire collectif aux formes urbaines anciennes idéalisées (UNWIN, 1980 ; SITTE 1980)? Le dernier recensement général de la population estime à 80% la population urbaine, mais on doit remarquer qu'un bon quart seulement de ce chiffre réside dans des zones caractérisées par la centralité et un habitat dense -les villes d'hier- soit pratiquement la même proportion qu'il y a un siècle (CGP, 1998, p.98). D'ailleurs il n'y a pas de raison de penser que le fait d'habiter en ville prédispose au tourisme urbain, ce que montre la confrontation des taux de départ en ville avec le taux de départ tous espaces confondus : les ruraux partent en même proportion du total de leurs séjours vers la ville que les Parisiens

Figure 1 : Comparaison du taux de départ global et en ville, selon l'agglomération de résidence



Source : Inrets, 1994, direction du Tourisme/ Sofrès, 1994

Les urbains partent plus souvent en ville que les ruraux, mais pas en proportion de leur taux de départ global: la différence entre taux de départ global et taux de départ en ville est semblable pour toutes les catégories.

Bien qu'il ne soit pas souhaitable que chaque analyste propose son corps de définition alternatives, la multiplication des clarifications ne faisant qu'ajouter à la confusion (BRUNET, 1997), il est cependant utile de cerner le champ de l'étude. Le terme de tourisme urbain peut en effet recouvrir des pratiques diverses qu'il faut distinguer pour pouvoir dans un second temps penser leurs relations avec l'espace urbain. On peut utiliser comme point de départ la définition de l'enquête de l'Inrets complétée par les données de l'enquête vacances de l'Insee.

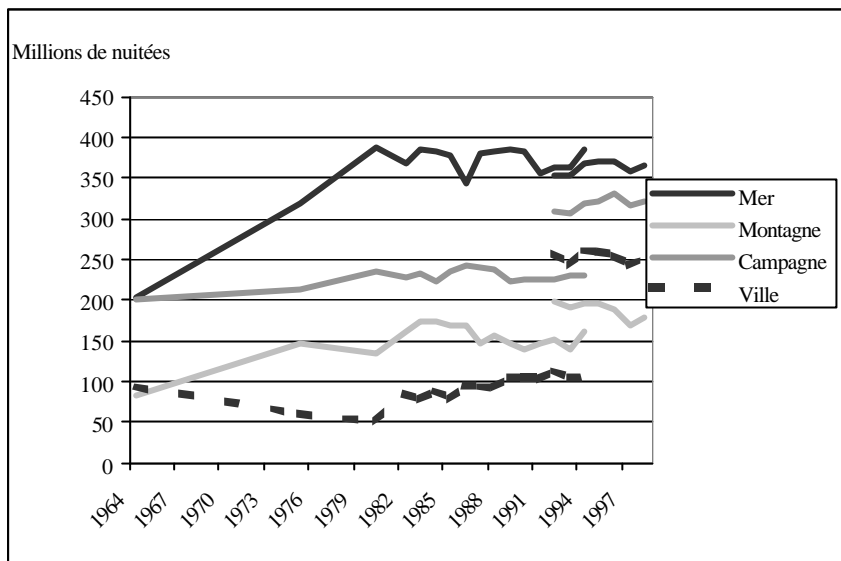
Pour aborder le tourisme urbain, l'Inrets propose « de considérer les touristes et les excursionnistes définis par leurs caractéristiques et leurs motivations de déplacement :

- Pour les déplacements de plus de vingt-quatre heures : tous les déplacements comprenant une nuit au minimum hors du domicile principal, effectués pour des motifs autres que le travail régulier, les études régulières ou la santé. Sont notamment inclus les visites aux amis ou aux parents et les voyages d'affaires (les congrès, les colloques, les expositions, les salons). Les séjours motivés par les réunions professionnelles sont donc inclus dans le tourisme ;

- Pour les déplacements infrajournaliers ou les excursions : tous les déplacements de plus de 100 km, effectués pour des motifs autres que le travail régulier, les études régulières ou la santé. La limite de 100 km permet de distinguer les déplacements moins réguliers, plus occasionnels, des déplacements quotidiens. Elle correspond à une durée moyenne de déplacement de une heure et demie.

Par urbain, l'Inrets entend « toutes les agglomérations de 20000 habitants et plus. Cette taille induit un minimum de potentiel touristique de l'agglomération » (CAZES et POTIER, 1996, op. cit, p.10)

L'enquête « Vacances » de l'Insee (Figure 2) est la seule source statistique permettant d'évaluer sur une tendance longue l'importance des flux touristiques vers la ville, avec cependant quelques commentaires.

Figure 2 : Evolution du nombre de séjours par espace de destination, 1964-1998

Source : Insee (enquête Vacances des Français), direction du Tourisme / Sofrès (enquête Suivi des déplacements touristiques *SDT*). Changement d'enquête en 1998. Les courts séjours sont notamment intégrés dans l'enquête *SDT*, d'où le saut quantitatif pour la ville.

La destination « ville » n'est pas dans le questionnaire de l'Insee définie en rapport avec un nombre d'habitants quelconque. La question posée aux enquêtés était la suivante : votre séjour¹ (dans le cas d'un séjour fixe)... « *était-ce à la mer, à la montagne, à la campagne, à la ville ?* » (MONTEIRO, 1996). Il est clair que le partage des réponses entre ville et mer par exemple, dépend de la représentation que la personne interrogée a de la ville ou de ses motivations plus que d'une appréhension objective de l'urbain. Est-on certain que depuis 1964 ces représentations et motivations n'ont pas changé ? Il est d'autant plus légitime de s'en inquiéter que la figure 3, montre que les villes touristiques les plus citées sont souvent liées à un autre espace touristique, que ce soit le littoral, la montagne ou la campagne (en gras dans le tableau, pour les plus évidentes).

Figure 3 : Les destinations touristiques urbaines françaises dans les catalogues au Japon

Villes	Nombre de propositions
Paris	257
Nice	19
Avignon	10
Carcassonne, Monaco	7
Versailles, Deauville	6
Chamonix, Annecy	5
Cannes, Arles, Evian	4
Rouen, Nantes, Bordeaux, Strasbourg, Lyon, Marseille, 3	
Dijon	

Source : GIRAUD, 1991

Remarque : Les premières villes réceptrices de touristes urbain sont, selon l'enquête de l'Inrets, Paris (12,3% des séjours), puis Nice, Bordeaux, Toulouse, Grenoble, Lyon et Marseille (entre 2 et 3% des séjours chacune)

¹ la question exclut les déplacements à motif exclusivement professionnel

En outre, l'enquête Vacances, comme son nom l'indique, ne prend en compte que les séjours de vacances, c'est à dire de quatre nuits et plus hors de son domicile. Or, l'essor du tourisme urbain est lié à celui des courts séjours depuis le début des années 1980, en augmentation d'environ 2% par an entre 1980 et 1985, puis 5% à partir de 1985, et particulièrement importants en ville, comme le montre l'enquête « Suivi des Déplacements Touristiques des français (SDT) » sur la figure 2.

Enfin, les dix dernières années ont également montré un développement des pratiques para touristiques. Avec l'augmentation du temps libre, l'évolution des structures familiales, du nombre de retraités et le progrès des moyens de transport (desserte, rapidité), on constate un développement des excursions, du « tourisme » à la journée, ainsi qu'un phénomène de multirésidence. La résidence secondaire, autrefois occupée un mois par an, devient une résidence principale six mois de l'année. Ces pratiques de loisirs à l'importance grandissante échappent pour l'instant aux catégories statistiques traditionnelles du tourisme, ce qui empêche encore de bien percevoir la réalité du « tourisme » urbain (importance de la fréquentation de proximité, excursions des vacanciers depuis un lieu de vacances extérieur à la ville², retraités résidant six mois en ville et six mois dans un autre espace...).

Quelle que soit l'adéquation des définitions, on voit bien que le champ à explorer est celui d'une mosaïque de pratiques. Celle-ci doit être appréhendée dans sa globalité en raison de son effet de masse sur la ville, mais également en insistant sur les facteurs les plus structurant pour l'avenir: par exemple, la croissance du flux des excursionnistes, souvent bien supérieur en nombre à celui des touristes proprement dit. Il est également important de discerner l'origine géographique des visiteurs (proximité immédiate, Région, France, étranger), qui détermine des comportements très différents en ce qui concerne la connaissance de la ville et la motivation du séjour. La ville de Nantes distingue par exemple au sein de ses visiteurs les résidents de l'aire d'influence de la ville (21%), les vacanciers en excursion depuis un hébergement en dehors de la ville (28%), les touristes logeant en ville chez des parents et amis (17%), enfin les touristes fréquentant un hébergement commercial (16%) (VIOLLIER, 1998).

Derrière l'apparente stabilité des séjours en ville, on constate une modification des motivations du séjour en milieu urbain: on est passé d'un tourisme « contraint », motivé par la visite à la famille, souvent pour des raisons financières, à un choix plus délibéré, motivé par un éventail plus varié de raisons, dans lequel persiste la motivation sociale (visite à la famille et aux amis), mais où l'agrément (culture, gastronomie, fête et vie nocturne, tourisme technique et industriel...), le tourisme d'affaires, événementiel (festivals, événements sportifs), voire commercial (pour le shopping) ont pris de l'importance.

De prime abord, les statistiques disponibles permettent de caractériser le tourisme urbain des Français comme plutôt un tourisme de courts séjours (64% comptent moins de 4 jours), plutôt le fait de populations jeunes (70,9% de taux de départ en ville pour les 18-24 ans contre 42,4% pour les plus de 65 ans) et d'un milieu social plutôt élevé (84,9% pour les cadres supérieurs, 56,8% pour les ouvriers).

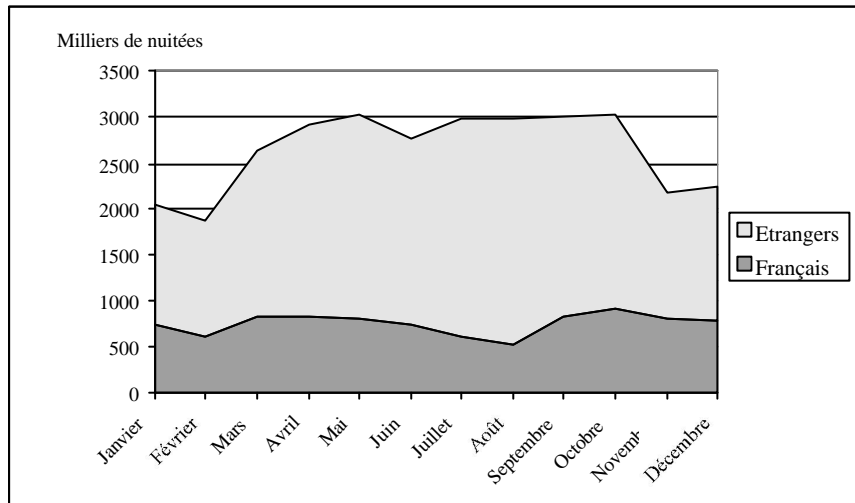
² Pour les touristes étrangers en France, d'après l'enquête aux frontières 1991, 80% des séjours urbains sont des séjours urbains purs, c'est à dire non liés à la visite d'autres types d'espaces [...] pour les touristes français, d'après l'enquête sur les comportements en tourisme urbain, un quart des déplacements vers la ville est réalisé à partir d'un autre lieu de villégiature ». (POTIER CAZES, 1996, p.34)

1.2 Les raisons et enjeux de l'essor du tourisme urbain

Profitant des capacités organisationnelles de la ville (en terme d'équipements, d'hébergements, de concentration et d'accès aux ressources touristiques), d'un nouvel attrait pour la culture et le patrimoine (*Revue de géographie de Lyon*, 1992), du marketing territorial (*Tourisme, Marketing et Communication*, 1994) et de l'évolution des modes de vie contemporains, le tourisme urbain a rencontré la demande touristique de courts séjours, des voyages non organisés et faciles à vivre, ce qui explique son développement.

Dans un contexte où l'on s'interroge d'autant plus sur les impacts environnementaux du tourisme que l'essor de cette activité paraît, à tort ou à raison, irrésistible (CERON, 1996), le tourisme urbain (avec le tourisme vert) peut apparaître comme une destination à privilégier du point de vue de l'environnement et de l'aménagement du territoire. Les arguments qui peuvent être mis en avant sont une faible saisonnalité (grâce à la complémentarité entre voyages d'affaires et d'agrément), une utilisation plus fréquente des transports en commun, et un accent sur l'hébergement en hôtel³ (surtout pour les touristes internationaux).

Figure 4a : Répartition mensuelle des nuitées hôtelières à Paris en 1998

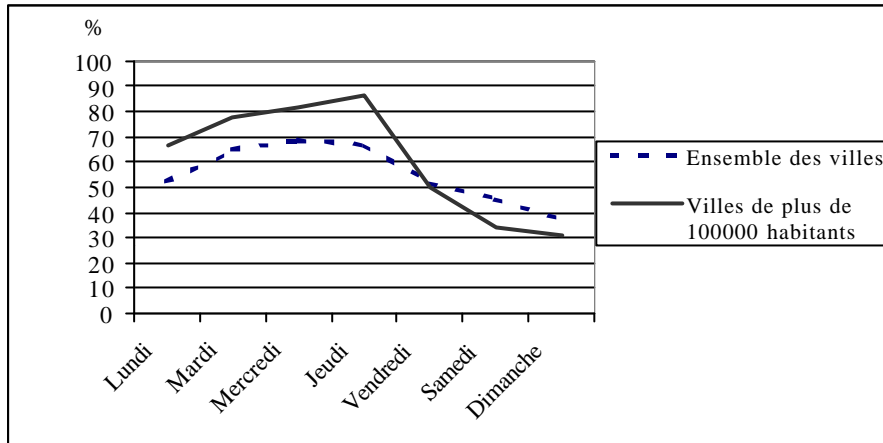


Source : Insee / Observatoire régional du tourisme d'Ile-de-France

Figure 4b : Les taux d'occupation hebdomadaires (en %) dans l'hôtellerie urbaine en 1987

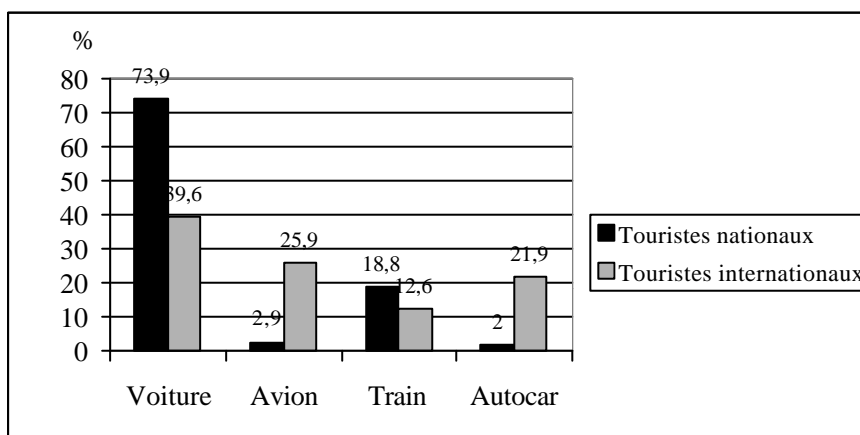
Source : Enquête office du tourisme de Rennes, 1987, cité par ALICOT, 1998

³ hébergement à forte valeur ajoutée avec un bon taux d'occupation tout au long de l'année



La ville connaît un rythme annuel selon lequel les habitants en vacances qui quittent la ville sont remplacés en saison par des touristes, ce qui a pour effet de limiter les déséquilibres saisonniers, et leurs effets sur la production de déchets, d'eaux usées ou sur la circulation, du moins pour les agglomérations qui ne sont pas à l'origine de grandes stations touristiques ayant acquis par la suite des fonctions urbaines complètes.

Figure 5 : Moyens de transports utilisés pour se rendre sur place par les touristes nationaux et internationaux en 1997



Source : direction du Tourisme / Sofrès (enquête Suivi des déplacements touristiques 1997), direction du Tourisme (enquête aux frontières 1996)

La voiture est moins utilisée pour se rendre en ville que dans les autres espaces touristiques, puisqu'elle intervient dans 74% des séjours personnels des Français contre 83% pour les autres espaces. Pourtant, les touristes français apparaissent bien moins vertueux du point de vue de l'environnement que les étrangers : ces derniers n'utilisent leur voiture que dans 40% des séjours. Cette différence a plusieurs explications. Tout d'abord, la Figure 5 concerne les séjours personnels des Français, mais les séjours personnels *et* professionnels des étrangers, cette dernière catégorie utilisant structurellement plus les transports en commun (voyages d'affaires de courte durée, prise en charge des congressistes sur leur lieu de séjour...). Ensuite, le tourisme international, en raison des distances parcourues, implique un usage plus fréquent de l'avion (pour 26% des séjours). Il est souvent un tourisme de groupe, ce que

explique une utilisation de l'autocar pour 22% des séjours). Enfin, le tourisme des Français en ville est très lié à des motivations sociales, comme la visite à la famille et aux amis. Il est donc caractérisé par une organisation du séjour très individualiste. Le train, mode de transport de plus faible impact environnemental, que ce soit pour se rendre sur place ou pour circuler sur son lieu de vacances (Rechatin, Dubois et al., 2000, pp. 54 et suivantes), n'est utilisé que dans 19% des séjours des Français et 13% des séjours des étrangers. Il permet pourtant de transporter facilement des groupes et des individus isolés, et d'assurer une desserte des centres-villes évitant les encombrements.

L'idée d'une minimisation de l'impact environnemental lié à la répartition des moyens de transport utilisés pour se rendre en ville est donc à nuancer : l'automobile reste hégémonique pour le tourisme national, et l'avion, très utilisé par les touristes internationaux a une forte consommation énergétique (OECD, 2000). C'est cependant certainement en ville qu'il est plus facile de promouvoir les transports collectifs. Les réflexions sur la gestion des déplacements dans les sites touristiques ont abouti, grâce à un travail de longue haleine mené sous l'égide de l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (Afit), à la notion de « circulations douces », se traduisant par la mise en place d'outils et d'une communication spécialement adaptés au phénomène touristique. La coupe du monde de football de juin 1998 a, par exemple, montré qu'une bonne information routière, accompagnée d'une politique de transports collectifs adéquate (une station de RER a été créée spécifiquement pour cet événement) peut éviter les phénomènes de saturation. Ainsi, le trafic aux alentours du stade de France a diminué de près de 40% le jour de son inauguration, alors que cette journée était particulièrement redoutée des spécialistes de l'information routière. Entre 5 et 15% du trafic général a évité le secteur du stade de France les jours de matchs (DRE Ile-de-France). D'autres politiques innovantes concernent notamment la mise à disposition de véhicules individuels (vélos, automobiles ou scooters électriques), la construction de parkings pour cars de tourisme ou de pistes cyclables, le développement des zones piétonnes, ou encore la gestion différenciée des populations fréquentant la ville (avec le retour des zones bleues, vertes, oranges et rouges pour réglementer le stationnement, et la mise en place de tarifications du stationnement variables entre résidents et visiteurs). D'ailleurs, le développement d'une politique de circulations douces commence indiscutablement par une action sur le stationnement.

Les retombées économiques du tourisme urbain sont difficiles à évaluer, notamment en raison du partage d'une partie des équipements et infrastructures entre résidents permanents et touristes. Au bout du compte sa rentabilité au niveau de l'entreprise est, en raison de cette double clientèle, sans doute plutôt meilleure que celles de formes de tourisme liées uniquement à l'agrément. On a des raisons de penser qu'il en est de même pour les villes dans leur ensemble : un touriste urbain dépensait en 1999 en moyenne 465 francs par nuitée pour ses séjours personnels avec hébergement marchand, contre 213 francs à la campagne, 227 sur le littoral, 330 à la montagne sans ski et 439 avec ski. Un touriste en séjour professionnel dépensait 700 francs par nuitée (direction du Tourisme, enquête sur les dépenses des touristes résidents et non résidents). Comme pour les autres formes de tourisme, la répartition des produits de l'activité (quelle part de cette dépense reste sur place ou est récupérée ailleurs ? quelle est l'activité induite ?) n'est étudiée que de manière sporadique (notamment Innovact, 1991). On sait par contre que le tourisme urbain est extrêmement coûteux en investissements publics et privés caractérisés par une forte indivisibilité (entre 200 et 900 millions de francs pour un palais des congrès !) ce qui ne semble pas décourager les opérateurs, souvent mus par un désir d'affirmer leur suprématie sur le voisin. Les échecs sont à la mesure des projets (Parc Schtroumph, Parc Mirapolis en Ile de France, Zygofolies dans l'agglomération niçoise),

certain retours sur terre sont difficiles : Séville après l'exposition universelle (MARCHENA GOMEZ, 1998) ou Barcelone après les Jeux Olympiques (VALLS, 1994).

L'apport potentiel du tourisme urbain en termes économiques et environnementaux ne concerne pas tous les espaces de manière égale. Le tourisme urbain dans les « villes de l'intérieur », qui disposent de nombreux atouts patrimoniaux, de marges de manœuvre en terme de capacité d'accueil et expriment des demandes en matière d'animation et de revitalisation économique, peut être considéré comme un moyen d'éviter des fréquentations plus dommageables pour l'environnement. Il peut jouer le rôle d'un abcès de fixation, dans une logique de substitution à d'autres formes de tourisme.

1.3 Des politiques urbaines volontaristes

Pour les villes, le tourisme urbain est considéré comme le moyen d'une triple revitalisation économique, urbanistique et symbolique. Il permet d'abord une diversification de l'activité de centres urbains quelque peu désertés par les acteurs économiques (FAGNONI, 1996). Mais il est surtout le levier de politiques de rénovation et de réaménagement des centres-villes, et un excellent vecteur de communication.

La mise en produit des villes

On peut s'interroger sur la consistance des politiques de tourisme urbain. Ne retrouve-t-on pas au niveau local la faiblesse des politiques publiques dont le tourisme souffre au niveau national (CGP, 1998) ? Il est vrai que les actions des collectivités urbaines créent au fil de l'eau de leur fonctionnement normal des ressources sur lesquelles s'appuie le tourisme (équipements culturels et sportifs utilisés toute l'année par les résidents). Par ailleurs la marche normale des affaires conduit à la créations d'hébergements et aux lieux de rencontre qui les prolongent (palais des congrès etc.). La question est en fait d'apprécier dans quelle mesure les collectivités urbaines vont au delà :

- d'une part en intégrant la vocation touristique dans la planification et la construction des équipements qui viennent d'être évoqués
- d'autre part en prenant en charge les besoins de la fréquentation touristique qui sont étrangers au processus de développement habituel de la ville.

Ainsi y a-t-il une réflexion quelconque sur les dimensions touristiques de l'hébergement hôtelier : les constructions d'hôtels en périphérie jouxtant les zones commerciales ne le suggèrent pas. Prend-on en compte les besoins d'une clientèle jeune ou sociale (auberges de jeunesse), ou bien les laisse-t-on se débrouiller avec ce que le marché leur offre ?

Egalement dans quelle mesure leur action est-elle à la mesure des potentialités touristiques de leur ville ? Toutes les villes n'ont pas sans doute le même intérêt à s'investir dans des politiques touristiques. Une ville en plein croissance économique, dans laquelle le tourisme d'affaires remplit les hôtels peut être moins encline à s'occuper de tourisme qu'une cité peu industrialisée et dotée d'un fort patrimoine culturel. Par ailleurs, la mise en produits (marchands) des villes est sans doute en France quelque peu handicapée par une emprise du hors marchand encore supérieure à celle des pays voisins ou les tour opérateurs encadrent une

part plus importante de la demande et sont capables d'exprimer clairement les attentes de la clientèle.

Un impact marquant sur les politiques urbaines

Le tourisme apparaît de plus en plus comme des arguments légitimant des opérations de réhabilitation urbaine. Ses effets se font sentir à deux niveaux.

- Lors des opérations sectorielles de réhabilitation d'éléments de patrimoine (changement d'usage de bâtiments comme la gare d'Orsay ou les docks de Marseille, récupération de patrimoine militaire à Metz et à Belfort) et de créations d'équipements partagés par les habitants et les touristes (musée des Beaux Arts de Nancy...).

- Par un apport à l'aménagement global de la ville. Dans le cadre de la ville « européenne », caractérisée par une forte centralité, une mixité des fonctions dans le centre, et un espace encore fait pour les piétons, le tourisme concerne d'abord les centres-villes et plus particulièrement les centres anciens, même si les pôles commerciaux ou les villes nouvelles sont parfois conçus autour d'équipements de tourisme et de loisirs (Disneyland Paris et Marne la Vallée). L'accessibilité des ressources touristiques du centre, et la concentration des atouts culturels et patrimoniaux dans ces lieux expliquent les difficultés du tourisme à se diffuser dans la périphérie : le périurbain répond souvent à une logique de proximité, il n'attire pas de visiteurs venant de loin (LAZZAROTI, 1995). Cette situation peut elle être amenée à changer avec la multiplication des centralités qui caractérise l'évolution des villes actuellement⁴ ?

Le tourisme intervient avec une force plus ou moins grande dans les centres-villes, avec parfois des défis urbanistiques à relever, comme la difficile reconversion du mur de l'Atlantique en espace de services et de loisirs à Saint Nazaire et à Lorient (*Le Monde*, mercredi 27 janvier 1999). Son impact est d'autant plus marquant que les dynamiques d'investissement publiques et privées, touristiques et non touristiques se rencontrent et se confortent mutuellement. Dans ce cas, le développement touristique peut aller de pair avec des politiques de rénovations de l'habitat (Réouverture des thermes d'Aix-en-Provence, couplée avec une Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat sur le quartier environnant), et accompagner ou provoquer un « embourgeoisement » du centre.

La mise en tourisme du centre-ville suit souvent un schéma type. Un équipement de grande taille dont la réalisation est souvent confiée à un architecte de renom (musée, centre de congrès et médiathèque regroupés autour du Carré Curial de Chambéry, carré d'art de Norman Foster à Nîmes...) joue le rôle de détonateur. Il est le prétexte d'un aménagement du quartier alentour (zone piétonne, parkings). Puis, si le tourisme rencontre d'autres dynamiques de développement (installations en résidences principales, création d'université), ses effets diffusent dans le reste du centre et sur sa structure commerciale (on constate par exemple une augmentation du nombre de restaurants en fonction de l'intensité touristique des villes (ALICOT, 1998)).

Le tourisme paraît mobilisé par les élus locaux plus pour les effets d'image que l'on attend de lui que pour ses effets économiques, mal connus mais objets de fantasmes. Il est utilisé dans une stratégie de communication, avant tout destinée à sortir les villes de leur léthargie

⁴ « dans la ville d'hier, il n'existait qu'un centre-ville unique et puissant Aujourd'hui les centralités se multiplient avec l'apparition de micro centres fédérateurs liés aux mégaplexes, aux centres commerciaux, aux zones artisanales, aux centres de loisirs » (CHALAS Y., op.cit, p.8).

(Nîmes). Le message d'une ville agréable à vivre est d'ailleurs souvent autant destiné aux habitants qu'aux visiteurs potentiels.

Les villes françaises en concurrence

Il est largement admis que la grande majorité des villes en France n'exploite pas efficacement son potentiel touristique (CGP, 1998, p. 269). Par ailleurs, on a vécu pendant la décennie passée avec l'idée d'un tourisme en forte expansion, laquelle serait destinée à se prolonger (WTO-OMT, 1995). Maintenant qu'il est possible de prendre quelque recul, cette certitude est sérieusement battue en brèche, au moins pour la France. Les nuitées des longs séjours des Français sont passées de 926 millions en 911 millions entre 1989 et 1999 (Insee, enquêtes « Vacances »). Cette quasi stagnation est à peine compensée par le développement des courts séjours, qui restent peu importants en volume (145 millions de nuitées contre 752 millions pour les longs séjours en 1999 (enquête *SDT*). La croissance du tourisme Français, bien réelle quoique assez lente est pour l'essentiel liée au tourisme international. Les nuitées passées en France -nuitées des français en France plus nuitées des étrangers en France- sont passées de 1265 à 1330 millions entre 1991 et 1999 (direction du Tourisme, enquêtes *SDT* et enquêtes aux frontières).

Face à un marché qui n'explose pas, les politiques locales de développement touristique, celles des villes incluses, sont destinées à rentrer en concurrence. Les villes françaises se trouvent en concurrence, avec leurs rivales traditionnelles (Montpellier avec Nîmes, Nancy avec Metz, Toulouse avec Bordeaux)⁵ comme avec des villes plus éloignées. La décentralisation a créé un « marché » de villes pour l'accueil des étudiants ou des chercheurs, des entreprises de haute technologie, aujourd'hui pour le tourisme. Les effets de cette concurrence sont encore difficiles à cerner.

Elle est d'abord une incontestable source de suréquipement : de même que l'on se demande si toutes les antennes universitaires des villes moyennes sont viables à long terme, on reste circonspect sur la rentabilité de certains équipements touristiques (les palais des congrès par exemple). Au lieu de négocier un partage des activités entre agglomérations, chacun essaie de saisir toutes les opportunités, ce qui éparpille les moyens. On note à ce sujet un déséquilibre en faveur de Paris et de l'Île de France, qui reçoivent la plus grande partie des fréquentations et des investissements du tourisme urbain. Les investissements publics de prestige (grands travaux présidentiels), comme ceux des opérateurs privés (logique d'implantation des chaînes hôtelières) privilégient les créneaux les plus rentables au détriment des villes moyennes pourtant souvent bien pourvues en patrimoine.

On peut également s'interroger sur le rôle du tourisme dans la recomposition des hiérarchies urbaines (POTIER et CAZES, 1996), c'est à dire sur sa capacité à hiérarchiser les villes en fonction de la qualité de vie qu'elles offrent. De nombreux éléments entrent en ligne de compte dans la formation de cette qualité de vie et la fréquentation touristique y prend une part : la découverte d'une ville peut déclencher le désir d'y habiter. Démêler le rôle du tourisme au delà de l'intuition que l'on peut avoir n'est pas facile : quel rôle joue-t-il par exemple dans le déclin de Brest et l'essor de Rennes ? Il faut, en tout cas, éviter de lui prêter des influences qu'il n'a pas : l'héliotropisme (ordinairement associé aux vacances) qui avantage les villes du Sud favorise aussi le développement de villes peu tournées vers le

⁵ Cette rivalité se manifeste notamment en matière de création d'équipements. On a pu le voir par exemple ces dernières années pour les palais de congrès ou les golfs avec une course au gigantisme et au luxe pour se positionner par rapport au voisin. Par exemple, on peut penser que le voisinage du golf de la Grande Motte ou de ceux de Nîmes n'a pas été sans influencer le « standing » du golf de Montpellier (Massane).

tourisme : le développement de Montpellier est par exemple plus lié au tertiaire supérieur (recherche) qu'au tourisme.

Ressortira-t-il de cette concurrence un partage des rôles entre « villes de loisirs » et « villes actives ». Certaines villes, avantagées par leurs atouts patrimoniaux ou leur localisation géographique (soleil...) développeraient alors ces fonctions récréatives, alors que d'autres se concentreraient sur les fonctions productives. Aix-en-Provence ou Cassis seraient par exemple en train de devenir des centres de loisirs et de consommation pour tout le département des Bouches-du-Rhône, dont Marseille resterait la métropole économique. Un partage de ce type trouverait son origine dans les relations de complémentarité et d'exclusion que le tourisme entretient avec l'industrie ou les services. Si Marseille a des difficultés à devenir une destination touristique en dépit de son potentiel (CGP, 1998, p.257), c'est qu'elle souffre de l'image comme de la réalité d'une ville portuaire et d'industrie lourde au cadre dégradé. La municipalité actuelle l'a bien compris, en préparant l'arrivée du TGV Méditerranée par une puissante politique d'image et d'animations (2600 ans d'histoire de Marseille, Fiesta des Sud, Coupe du Monde de Football...). La ville recommence à attirer les croisiéristes qui l'avaient longtemps boudé, les projets hôteliers se multiplient, et il semble désormais possible de capter une clientèle de courts séjours en provenance de Lyon ou de Paris. Parallèlement, le développement du tertiaire supérieur, des entreprises de pointe ou des universités a sans doute donné à Aix, Nice ou Montpellier une image de dynamisme et de jeunesse, en même temps qu'ils ont moins marqué le paysage et l'environnement urbain. C'est donc plus la nature de l'activité que son ampleur qui constitue un obstacle.

1.4 Les villes touristiques : essai de typologie et de caractérisation

Les espaces urbains qui accueillent les touristes présentent des caractéristiques très différentes : l'écart entre Saint Jean de Monts et Florence invite à clarifier la notion de « ville touristique » en ayant recours à des typologies spatiales. Par ailleurs un retour sur l'histoire des villes touristiques permet de mieux cerner les mécanismes de leur formation.

La Jeune Equipe « Mobilités, itinéraires, territoires », dirigée par Rémy KNAFOU, propose une distinction éclairante entre les lieux touristiques (KNAFOU et al., 1997, p.200), qui montre comment un lieu touristique franchit progressivement la frontière de l'urbanité :

- « *Le site touristique est un lieu caractérisé uniquement par des pratiques de passage de la part des touristes [...] on ne réside pas dans un lieu touristique, on le visite* ».

- « *Le comptoir touristique se définit par la primauté de l'activité touristique [...] c'est un lieu créé ex nihilo pour accueillir des touristes deux ou trois jours, une ou deux semaines. Il est caractérisé par une banalisation complète de la capacité d'accueil. Ce n'est pas un lieu de vie* »

- « *La station touristique se définit par la primauté de l'activité touristique du lieu : elle est créatrice de lieu et toujours dominante, [elle] se caractérise par la présence d'une population permanente* ». On est ici dans le cas d'une urbanité spécifique au tourisme. Dans certains cas, l'urbanisation touristique se greffe sur un noyau ancien, qui garde ensuite sa centralité (Megève, Saint Tropez) ou la perd (Nice, Hyères), mais dans tous les cas le tourisme soumet complètement le fonctionnement urbain à ses exigences. La population résidente dépend en général de cette activité qui y a motivé son installation. C'est donc le

tourisme qui crée un lieu et une société locale. Cet urbanisme de loisirs présente une originalité : implantation des bâtiments tournée vers l'attraction touristique principale (front de mer ou front de neige), recherche de la meilleure vue, structure commerciale orientée vers la satisfaction des besoins des touristes, mais surtout pas vers d'autres activités économiques qui pourraient inscrire leur trace dans l'espace : pas de zones industrielles, pas de ZAC, pas de technopole.

- « *La ville touristique*, sur laquelle se focalise ici notre attention⁶, est une agglomération urbaine accueillant une importante activité touristique ». L'effet du tourisme est ici plus complexe, puisque cette activité doit s'adapter à des lieux qui n'ont pas été conçus pour elle, ce qui fait tout le charme de la découverte de ces lieux par les touristes, mais rend leur mise en tourisme par les opérateurs plus difficile. En fonction du volume des flux financiers et humains déployés, mais aussi de la capacité de résistance des activités en place le tourisme peut modifier la forme urbaine ou au contraire se loger dans les interstices laissés par l'urbanisation existante. Les deux premières « villes d'hiver » de Méditerranée, Nice et Hyères, montrent que le tourisme ne gagne pas toujours les conflits pour l'utilisation de l'espace, même s'il ne trouve en face « que » l'agriculture, éternelle victime...A Nice, une agriculture d'acharnement fragilisée par le développement des importations n'a pu résister au tourisme bien longtemps. Hyères devient par contre avant 1914 le premier « cimetière d'hôtels » (BOYER, 1962) : la concurrence entre agriculture et tourisme a tourné à l'avantage de la première, du fait de la richesse du terroir et du climat hyérois, mais aussi de la résistance au changement d'une société traditionnelle contrôlée par quelques propriétaires importants. Une deuxième vie touristique suivra après la seconde guerre mondiale. Hyères est désormais un bon exemple d'« archéologie touristique » puisque coexistent sur son territoire étendu (qui permet une urbanisation sans démolition) les restes de la ville d'hiver d'avant l'automobile et la station balnéaire du tout automobile.

-Enfin, avec le tout automobile, une dernière catégorie apparaît, « [...] *l'espace touristique comme concentrant un certain nombre de lieux touristiques et possédant une image globale profondément liée au tourisme. Ainsi la Provence est un espace touristique qui combine sites (village de Gordes, gorges du Verdon, etc.), villes (Avignon, etc.), stations thermales (Gréoux-les-Bains etc.) et balnéaires (Saint Tropez, etc.)* ». Cette nouvelle catégorie renforce ce qui a été dit plus haut sur l'inconvénient des classifications traditionnelles des séjours selon les espaces et éclaire le changement profond introduit par l'automobile, qui dilue la ville dans l'urbain : on peut très bien résider à la campagne, mais fréquenter la ville et garder en grande partie des comportements d'urbains. La ville ne peut s'appréhender sans prendre en compte tous les flux de non résidents, désormais motivés avant tout par le loisir.

Si nous centrons notre attention sur la *ville touristique*, les effets du tourisme peuvent encore largement varier, d'où la nécessité de compléter la typologie précédente par d'autres éléments de caractérisation :

- La taille de la ville, de la métropole à la ville moyenne
- La part du tourisme d'affaire et du tourisme d'agrément
- Le rayonnement local, national, européen de proximité ou international
- Un tourisme exclusivement urbain ou au contraire un tourisme mixte, en complémentarité avec d'autres formes de tourisme (ville/littoral : Nantes, Nice, Hyères, Brest, Lorient, Saint

⁶ Même si les stations sont très intéressantes pour observer les expérimentations d'un « urbanisme des loisirs »

Nazaire... ; ou ville/montagne : Annecy, Chambéry, Grenoble, Gap... ; ou ville/campagne : Clermont-Ferrand, Carcassonne, Brive)

- La diversité des ressources touristiques : Lourdes, ville touristique de rayonnement international, n'est pas Paris

- La part des loisirs de proximité et de la fréquentation locale par rapport à celle des déplacements touristiques proprement dits. Face à des cas type comme Venise ou Prague, croulant sous le poids d'une fréquentation étrangère, et dans lesquelles la gestion des flux se pose de manière très aiguë, les villes françaises se distinguent par une pratique de l'urbain plus variée et par une distinction entre tourisme, loisirs et fréquentation locale moins marquée. La ville ne doit alors plus être considérée comme un « intérieur » périodiquement envahi par un extérieur, mais comme un « territoire à partager », un espace investi de pratiques et d'appropriations multiples.

Ainsi, on peut distinguer, sans toujours parvenir à les situer précisément, des villes à tourisme urbain d'excellence, très fréquentées, combinant tourisms d'affaires et d'agrément avec un rayonnement international (Paris, Nice), des villes marquées par un tourisme de proximité européenne en pleine émergence (Lille, Strasbourg), des villes à tourisme d'affaires dominant (Lyon, Toulouse), des villes à rayonnement local, agissant comme des centres de loisirs pour la région environnante, enfin des stations de différentes taille qui peuvent parfois accéder à un rayonnement international.

Figure 6 : Essai de typologie touristique des villes françaises

Catégorie	Exemples	Taille	Tourisme Affaires/AGrément	Rayonnement International/Européen/Local	Urbain Pur/Mixte	Diversité des ressources	Part loisirs de proximité
Villes à tourisme urbain d'excellence	Paris	+	AF/AG	Int	P	+	+
	Nice	+	AG/AF	Int	M	+	+
Villes de tourisme de proximité européen	Lille	+	AF/AG	Eur	P	-	+
	Strasbourg	+	AF/AG	Eur	P	+	+
Villes à tourisme d'affaires dominant	Lyon	+	AF	Eur	P	+	+
	Toulouse	+	AF	Eur	P	+	+
Villes à rayonnement local	Rennes	+	AF/AG	Loc	P	-	+
	Limoges	-	AF/AG	Loc	P	-	+
Stations	Lourdes	-	AG	Int	P	-	-
	La Grande Motte	-	AG	Eur	M	-	-
	Tignes	-	AG	Eur	M	-	-

	Cauterets	-	AG	Loc	P	-	+
--	-----------	---	----	-----	---	---	---

L'Institut Français de l'Environnement a récemment travaillé à faire ressortir le caractère plus ou moins touristique des 226 pôles urbains de plus de 20 000 habitants et de leur ville centre, en utilisant une combinaison de critères de capacité d'accueil et de taux de fonction touristique (rapport entre la capacité d'accueil en lits touristique et le nombre d'habitants permanents). Cette analyse présente l'inconvénient d'être basée sur des données d'hébergements, et non de fréquentation, mais permet en revanche une comparaison à l'échelle nationale (Figure 7).

Les villes les plus touristiques sont d'abord situées sur le littoral et en montagne. Elles sont parfois éloignées de l'image d'un tourisme urbain motivé d'abord par le patrimoine, la culture ou l'animation de la ville. Agde (178 000 lits), Fréjus (115 000 lits) ou Sainte-Maxime (42 000 lits) sont par exemple de grandes stations balnéaires, à l'urbanisme étalé, avant d'être des lieux de tourisme « urbain ». En revanche, des villes comme Biarritz, Cannes, Saint-Malo ou Annecy semblent effectivement cumuler les attraits des deux espaces. Par ailleurs, certains pôles urbains, comme Toulon, Clermont-Ferrand, Alès, Calais ou Boulogne-sur-Mer, sont très touristiques alors que leur centre-ville ne l'est que très peu. Faut-il alors considérer ce tourisme diffus dans des agglomérations souvent étendues (le pôle urbain de Toulon englobe par exemple Hyères, ses îles et d'autres stations balnéaires) comme de type urbain ?

Les villes les moins touristiques sont très majoritairement concentrées dans le nord et l'est de la France. Seules quelques villes de la Côte d'Opale (autour de Calais, Boulogne, Dieppe et Eu), de l'Alsace (Strasbourg, Colmar) ou de l'Île-de-France et sa périphérie (Compiègne, Fontainebleau, Château-Thierry) font exception. L'effet de proximité européenne, pourtant bien réel pour certaines des villes de ces régions, est encore peu visible sur le plan des hébergements. Il faut sans doute y voir un développement du « tourisme à la journée », c'est à dire des excursions, parfois d'ailleurs en provenance d'autres lieux touristiques non urbains.

La répartition actuelle du tourisme urbain semble donc aller plutôt dans le sens d'une accentuation de la pression sur les espaces les plus fréquentés que dans celui d'une meilleure diffusion de la fréquentation touristique sur le territoire. Plus que sur les villes du littoral et de la montagne, l'enjeu réside dans la capacité des « villes de l'intérieur », mais aussi des grandes villes françaises (cette dernière catégorie étant peu représentée au sein des villes touristiques du fait des critères retenus pour cette analyse) à capter des flux touristiques, afin de proposer une alternative à la fréquentation des espaces déjà très saturés.

Du point de vue de l'environnement, on peut distinguer trois cas de figures. Paris, première ville touristique mondiale, est un espace dont la densité culturelle, historique et patrimoniale, combinée avec la vie économique d'une grande métropole pose des problèmes spécifiques de gestion des flux touristiques (stationnement des autocars de tourisme...). En deuxième lieu, dans les villes incluses dans les grands espaces touristiques du littoral et de la montagne, comme par exemple Nice, Biarritz, Toulon, Chamonix ou Annecy, un flux de touristes supplémentaires, motivés par la culture et le patrimoine, vient ajouter une pression supplémentaire à des espaces déjà saturés. Enfin les villes « de l'intérieur », de taille variable, comme Lyon, Lille, mais aussi Limoges, Tours ou Clermont-Ferrand, apparaissent tout à fait capables d'attirer une clientèle supplémentaire, avec des effets plutôt positifs sur la vitalité économique des centres-villes et la rénovation du cadre de vie.

Figure 7 : les villes les plus et les moins touristiques en 1990

Source : Ifen d'après Insee (Inventaire communal 1988, Recensement de la population 1990)

