Anthony Simon

TECHNIQUES TERTIAIRES

Tourisme Fondamentaux et techniques

> Champ du tourisme > Économie > Territoires > Patrimoines
> Cadres organisationnel et juridique > Management et stratégie
> Mercatique et conception de la prestation > Relation client
> Communication et gestion de l'information

DUNOD

LES + EN LIGNE

Retrouvez des applications et des documents supplémentaires sur le site dunod.com :

- Connectez-vous à la page de l'ouvrage (grâce aux menus déroulants, ou en saisissant le titre, l'auteur ou l'ISBN dans le champ de recherche de la page d'accueil).
- Sur la page de l'ouvrage, sous la couverture, cliquez sur le lien « Compléments en accès réservé ».

L'auteur tient à remercier l'équipe éditoriale des éditions Dunod et particulièrement Lucile Cayzac pour la confiance accordée et son soutien jusqu'à la publication finale, ainsi que Vincent Langlois pour la mise en forme de l'ouvrage.

Graphisme de couverture : SG Création

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.
Le Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

© Dunod, 2019

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-079027-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).
Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Table des matières

CHAMP DU TOURISME

1 Distinguer le loisir, les loisirs et les vacances 2
2 Définir le tourisme 7
3 Lister les multiples pratiques touristiques 13
4 Situer dans l'Histoire la diffusion du tourisme 22
5 Envisager le tourisme durable et soutenable 28

ÉCONOMIE DU TOURISME

6 Appliquer les principes économiques au tourisme 36
7 Quantifier les flux touristiques internationaux 44
8 Apprécier les recettes et les dépenses du tourisme international 49
9 Évaluer la contribution du tourisme au développement économique 53

TOURISME ET TERRITOIRES

10 Localiser et hiérarchiser le tourisme dans le monde : pôles, flux, aires touristiques 60
11 Caractériser les grands types d'espaces touristiques 65
12 Apprécier la situation de la France 76
13 Identifier les lieux du tourisme 82
14 Analyser la destination touristique 90

TOURISME ET PATRIMOINES

15 Identifier les patrimoines 98
16 Acteurs, politiques, sites culturels et patrimoniaux 103
17 Se repérer dans les labels et les marques du tourisme 108
18 Mettre en relation le patrimoine avec son public 112

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

CADRE ORGANISATIONNEL ET ACTEURS DE L'OFFRE TOURISTIQUE

19 Identifier les acteurs institutionnels du tourisme 118
20 Assembler les producteurs et distributeurs de voyages 124
21 Répertorier les entreprises de transports de touristes 128
22 Distinguer les hébergeurs touristiques 138
23 Situer les acteurs relevant du tourisme social et responsable 146

CADRE JURIDIQUE DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

24 Comprendre l'environnement juridique international 152
25 Intégrer la législation française relative au tourisme 156
26 Démêler les régimes d'exercice de l'activité touristique 160
27 Préciser le cadre juridique de l'organisation touristique 166
28 Maîtriser les contrats liés aux relations avec les clients 172

MANAGEMENT ET STRATÉGIES DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

29 Comprendre le fonctionnement de l'entreprise touristique 182
30 Choisir l'orientation stratégique de l'entreprise 188
31 Structurer l'organisation touristique 200
32 Mobiliser les ressources de l'entreprise 207
33 Manager par la qualité 215

MERCATIQUE ET CONCEPTION DE LA PRESTATION TOURISTIQUE

34 Connaître le marché touristique : identifier le touriste d'aujourd'hui 220
35 Connaître le marché touristique : l'offre touristique 227
36 Monter un produit touristique 234
37 Comprendre les principes du marketing 241
38 Concevoir une démarche marketing adaptée 247
39 Élaborer une stratégie d'e-marketing 253
40 Envisager une stratégie de marketing territorial 257

GESTION DE LA RELATION AVEC LE CLIENT

41 Définir la gestion de la relation avec le client 264
42 Vendre selon le cadre de la relation avec le client 267
43 Créer et conduire la relation avec le client 274
44 Maintenir et suivre sa clientèle 281
45 Accompagner les touristes 287

COMMUNICATION ET GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

46 Identifier et comprendre l'environnement numérique 294
47 Utiliser la communication média 302
48 Exploiter la communication digitale 307
49 S'initier aux outils et logiciels de gestion de l'information touristique 313
50 Se familiariser avec les outils de tourismatique 318

Index 325

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Introduction : un indispensable pour les étudiants et professionnels du tourisme

1 Le public intéressé

A Un ouvrage qui s'adresse à un public large

- **Les étudiants** des formations menant aux métiers du tourisme.
- **Les professionnels** débutants ou avertis du secteur touristique, en attente de savoirs synthétiques et d'outils immédiatement disponibles pour répondre à des demandes ciblées.

B L'objectif de l'ouvrage : proposer un « indispensable »

- **Pour les étudiants préparant le Brevet de Technicien Supérieur (BTS) « Tourisme »** : le plan de l'ouvrage repose sur le référentiel du diplôme et les compétences attendues en termes de relations avec les touristes d'une part, et avec les offreurs de prestations touristiques d'autre part. De plus, certains contenus répondent à la spécialisation fonctionnelle en multimédia ou en tourismatique, ainsi qu'à la spécialisation sectorielle dans divers domaines touristiques.
- **Pour les étudiants de certains DUT** intéressés par le tourisme et désireux de poursuivre leur formation en licence spécialisée dans cette discipline.
- Pour les étudiants des **licences professionnelles** de tourisme.
- Pour les étudiants des formations en tourisme de type **Bachelor**.
- Pour les étudiants de **licences** (économie, management, sociologie, etc.) dans lesquelles est abordé le secteur tertiaire de l'économie.
- **Pour les étudiants des écoles privées des branches professionnelles** se préparant aux métiers de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme.
- **Pour les étudiants souhaitant intégrer un master de tourisme** et assimiler les attendus à ce niveau. Il s'agit donc de les préparer aux plans théorique et pratique à leurs futurs métiers concernant la connaissance, la gestion et la mise en valeur touristique des territoires et de leurs patrimoines.
- **Pour les professionnels du tourisme** afin de maîtriser les fondamentaux et les techniques essentielles de tourisme.

C Une approche originale

Elle se fait autour de la dimension à la fois **théorique, technique et opérationnelle**, appliquée à l'ensemble des formations menant aux métiers du tourisme.

2 L'organisation de l'ouvrage

A Les « Techniques tertiaires » appliquées au tourisme

Pour répondre à la demande de ces publics, la structuration de l'ouvrage s'adapte à leurs exigences dans **le format de la collection « Techniques Tertiaires »**, avec une armature en parties et chapitres qui constituent des fiches actions synthétiques rassemblant les connaissances fondamentales, les outils et techniques relevant du tourisme, ainsi que des conseils méthodologiques adaptés.

Chaque chapitre est complété par des applications pratiques s'appuyant sur de nombreux cas concrets, afin de proposer aux lecteurs un bilan intermédiaire des acquis.

B Se former au tourisme : des savoirs fondamentaux à acquérir

Le professionnel du tourisme se doit de **maîtriser les savoirs fondamentaux relatifs au monde du tourisme et des loisirs**, tout en étant en mesure d'exercer ses compétences en termes de relations avec les clients, de montage de la prestation touristique, de maîtrise de l'environnement entrepreneurial, de management de l'organisation et de gestion de l'information touristique. Les savoirs fondamentaux et les compétences présentent un profil différencié et graduel selon le niveau de qualification préparé.

Les **cinquante chapitres de l'ouvrage** présentent ces fondamentaux selon **plusieurs axes** qui se combinent et apparaissent ainsi complémentaires :

- **les enjeux sociaux** à travers la progression du temps libre et du taux de départ en vacances ; le tourisme de masse est intimement lié à la généralisation des congés payés et à l'affirmation des classes moyennes d'abord dans les pays développés puis dans les pays dits « émergents » ;
- **les mobilités récréatives** recoupant tourisme et loisirs avec les caractéristiques des flux, leur composition ainsi que les comportements touristiques ;
- **les effets économiques** à travers la croissance des flux de touristes, les recettes et les investissements qu'ils supposent ;
- **la production et le fonctionnement des lieux et territoires touristiques :** la localisation des hébergements et des équipements touristiques, les modes d'organisation, les cycles de vie, les politiques, la gestion des territoires, la commercialisation ;
- **la culture et le patrimoine,** en lien avec la territorialité touristique qui se construit en tissant les interactions complexes entre les acteurs endogènes au territoire, les touristes susceptibles de le fréquenter et les valeurs constitutives de son identité ;
- **les enjeux environnementaux avec les préceptes du développement durable** appliqués à l'activité récréative. L'ONU et les grandes organisations internationales qui lui sont associées prônent un développement durable du tourisme désigné par le vocable « *sustainable tourism* ».

La présentation des savoirs comprend également **les définitions des notions fondamentales et spécifiques** au tourisme, ainsi que des indications en ligne de **références complémentaires** à destination de ceux et celles qui souhaitent approfondir leurs connaissances.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

C Se former au tourisme : des outils à maîtriser

Les métiers du tourisme sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes. Ceux qui les exercent sont des salariés, des indépendants et, dans certains cas, des travailleurs en multi-activité car en relation avec plusieurs employeurs.

L'environnement professionnel du tourisme exige **la maîtrise de nombreux outils**, la connaissance de règles liées à la législation du travail, l'éthique et la déontologie des professions, ainsi que l'application des principes et dispositifs liés au développement durable.

Le professionnel du tourisme mobilise en permanence ses **compétences en communication** que ce soit dans le contact avec les clients, le montage des projets ou l'accompagnement des groupes. Sa maîtrise des technologies de l'information et de la communication le conduit à les mettre en œuvre de façon récurrente dans le cadre de son activité.

Les **outils et techniques du tourisme** étudiés en BTS et en Licence visent notamment à :

- **informer et conseiller** les clients français et étrangers sur des prestations relevant du domaine du tourisme ;
- **finaliser la vente** de ces prestations touristiques et assurer le suivi commercial ;
- **créer et promouvoir** des produits touristiques ;
- **accueillir et accompagner** des touristes ;
- **collecter, traiter et diffuser l'information** en lien avec le secteur du tourisme.

D Se former au tourisme : des méthodes à mettre en œuvre

En complément, **des conseils méthodologiques** sont proposés tout au long de l'ouvrage et en ligne, au sujet des techniques d'expression appliquées au tourisme (exposé, note de synthèse…), de commentaires de documents de nature diverse, ainsi que des éléments pratiques de mise en forme de l'information touristique.

E Les applications pratiques

Pour faciliter la mise en œuvre de ces techniques, **des applications pratiques** proposent des exercices et études de cas en fin de chaque chapitre.

F Les données chiffrées

Les données présentées sont celles disponibles au 1er janvier 2019.

Elles peuvent être actualisées sur les sites en ligne mentionnés comme sources dans l'ouvrage.

G Les compléments en ligne

Enfin, des compléments mis en ligne seront **appelés dans le texte par le symbole** L'intérêt est de renvoyer en direct aux grands textes fondateurs de la discipline touristique, aux décrets et autres textes de lois, aux référentiels, ainsi qu'à des applications supplémentaires.

Une boîte à outils propose notamment un glossaire des termes techniques, une bibliographie thématique, des ressources informatiques et documentaires et des techniques d'expression.

Partie 1

CHAMP DU TOURISME

1. Distinguer le loisir, les loisirs et les vacances
2. Définir le tourisme
3. Lister les multiples pratiques touristiques
4. Situer dans l'Histoire la diffusion du tourisme
5. Envisager le tourisme durable et soutenable

1 Distinguer le loisir, les loisirs et les vacances

Le tourisme et les loisirs sont des pratiques qui s'inscrivent dans **un contexte spatial et temporel** bien spécifique mais le tourisme implique nécessairement un déplacement à la différence des loisirs qui peuvent se pratiquer à domicile.

L'association des termes de **loisir, loisirs et vacances** semble a priori aller de soi, mais elle se révèle source de confusions. Si le loisir désigne une temporalité particulière, les loisirs désignent des activités, alors que les vacances relèvent d'une certaine durée de séjour et de motifs particuliers de départ.

1 Le temps libre

A Le loisir, synonyme de temps libre

Le loisir au singulier signifie l'usage du temps laissé à l'appréciation de chacun, qui a pour effet de transformer une durée disponible en temps libre et affranchi des exigences du temps obligé et contraint.

Définition
Le loisir désigne le temps dont on peut librement disposer en dehors de ses occupations habituelles et des contraintes qu'elles imposent. C'est le temps de la vie qui n'est affecté ni au travail, ni au sommeil.

REMARQUE

En plus du temps libre, **le loisir** renvoie également à **un ensemble d'occupations** auxquelles l'individu peut s'adonner de plein gré, soit pour se reposer, soit pour se divertir, soit pour développer son information ou sa formation désintéressée, sa participation sociale volontaire ou sa libre capacité créatrice après s'être dégagé de ses obligations professionnelles, familiales et sociales. Ceci entraîne un glissement sémantique du loisir comme temps libre vers celui de divertissements et de sports, ce qui constitue une déviation importante de signification.

B Le contenu du temps libre

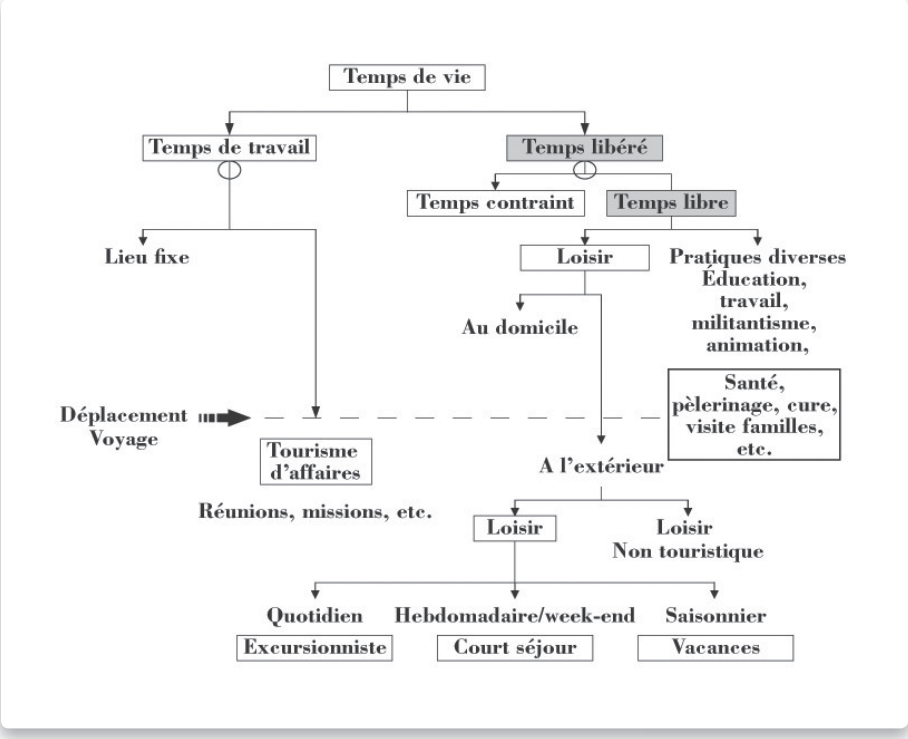
Le schéma du temps de vie montre d'abord que **le temps libéré** désigne le temps consacré au temps libre et à certaines contraintes par opposition au temps de travail.

Le temps libre s'oppose au temps contraint par les occupations habituelles de la vie quotidienne : le travail, les activités domestiques, l'éducation des enfants, etc. ainsi que les

servitudes qu'elles imposent telles les transports, les achats de produits de premier nécessité et bien sûr le sommeil. Le temps libre s'établit donc par différence au temps de travail et au temps contraint car affecté aux occupations obligatoires.

On note également que **le loisir** se rapporte à l'activité effectuée durant le temps libre, voire à l'ensemble des activités auxquelles une personne se livre de son plein gré.

Le schéma du temps de vie



Source : Georges Cazes, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Bréal, 1992.

2 Les loisirs

A Les loisirs, synonymes d'occupations désintéressées

Définition
Les loisirs recoupent les occupations ou distractions pendant le temps de liberté. C'est l'ensemble des occupations librement choisies hors du travail et des contraintes de la vie quotidienne.

Les loisirs sont **des activités impliquant libre choix**, désintéressement, plaisir et individualisation.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

EXEMPLE

Selon une enquête Ipsos de 2017, les premières **pratiques de loisirs des Français** se passent à la maison : écouter de la musique (87 %), regarder la télévision (83 %), lire le journal ou un magazine (79 %), alors que d'autres se passent à proximité du domicile : voir des amis (81 %), aller au cinéma (63 %), faire une sortie culturelle (58 %) ou encore du shopping (51 %).

B Temps libre et loisirs

On peut ne rien faire (farniente) ou **se livrer à des activités volontaires** mais qui ne sont pas considérées comme des loisirs : associations, syndicats, partis politiques, travail bénévole pour soi ou pour autrui… Autre exemple de cette imbrication, les nombreuses activités manuelles liées au jardinage et au bricolage qui apparaissent maintenant comme des activités de détente, mais qui pour les sociologues ne relèvent pas des loisirs au sens strict, mais davantage d'activités intéressées.

Enfin, **l'espace-temps des loisirs** se situe généralement dans le quotidien et le local. Généralement, l'espace est équivalent à l'aire d'attraction d'une ville, le temps à une excursion hors chez soi, sans nuitée à l'extérieur. Mais on notera que les vacances comme le tourisme ont pour objet de consacrer une part importante du séjour à des activités de loisirs.

3 Les vacances

A Un séjour d'au moins quatre nuitées

La notion de vacances mérite également d'être précisée comme préalable à la définition du tourisme.

Définition

Les **VACANCES** désignent un séjour d'au moins quatre nuitées consécutives passées hors du domicile habituel, pour des motifs de détente, de loisirs, de visite à des parents ou amis.

La notion de vacances dépasse donc les seuls loisirs.

À l'inverse, elle est **plus restreinte que le tourisme** qui inclut les déplacements de santé, les voyages d'étude professionnels, les affaires mais sans retour lucratif sur le lieu visité, les pèlerinages, les manifestations sportives, etc.

REMARQUE

La notion de vacances est confondue avec celle de congés.

Les congés sont liés à la permission de s'absenter, de quitter un service, un emploi, un travail, et concernent les personnes interrompant une activité professionnelle ou scolaire, en incluant des périodes passées au domicile habituel de résidence.

Depuis le XVII^e^ siècle, **la vacance** est liée à la période pendant laquelle les écoles, les facultés rendent leur liberté aux élèves, aux étudiants, ainsi qu'à la cessation des occupations et du travail ordinaire.

La confusion vient de l'assimilation du pluriel « vacances » au temps de repos accordé légalement aux employés et salariés, ainsi qu'à la période annuelle d'arrêt du travail qui coïncide en partie avec les congés scolaires.

Or, les vacances ont un rapport à l'espace (départ du domicile pour un ailleurs) et au temps (durée minimale de quatre nuitées consécutives) qui les différencient de fait des congés, même si le temps des vacances et bien celui du temps des congés scolaires, universitaires ou professionnels.

B Des enjeux sociaux liés aux vacances

Au-delà de leur définition statistique, les vacances incarnent **des moments privilégiés de l'année** car associés à la haute saison touristique. L'été reste ainsi connoté aux « grandes vacances », même si leur durée tend à s'amenuiser au fil des décennies.

Les vacances présentent aussi **de forts enjeux sociaux** avec des taux de départ en vacances dépendant du niveau des vies des populations concernées.

EXEMPLE

Pourtant, même dans les pays d'économies avancées, les disparités sont grandes : en **France**, 67 % des personnes âgées de 15 ans et plus partent au moins une fois en vacances et ce taux ne progresse plus. Un enfant sur trois ne part pas en vacances en France. Les plus forts taux de départs en vacances sont le fait des pays anglo-saxons et scandinaves, avec des taux supérieurs à 80 %.

En pratique

Un des taux les plus usités dans le tourisme est le **taux de départ en vacances**. Il est nécessaire de distinguer :

- **le taux net de départ en vacances :** Tn = (nombre de personnes parties : population totale de l'espace de départ) × 100 ;
- **le taux brut de départ en vacances :** Tb = (nombre de séjours de vacances effectués : population totale de l'espace de départ) × 100.

Comme un certain nombre de personnes effectuent plusieurs séjours de vacances, le taux brut est toujours supérieur au taux net. Le taux brut peut dépasser 100 % alors que le taux net est toujours inférieur à 100, car tout le monde ne part pas en vacances.

APPLICATIONS

1 L'AUGMENTATION DU TEMPS LIBRE

L'augmentation du temps libre est mal connue car non mesurée, mais elle est considérable au cours des dernières générations. Le sociologue Joffre Dumazedier estimait que la durée moyenne hebdomadaire de temps libre des adultes français a dépassé celle de leur temps de travail en 1988.

De fait, l'allongement de la durée de vie et la réduction progressive du temps de travail impliquent une augmentation du temps libre que des sociologues ont estimée au cours de la vie entière (enfance exclue) :

- en 1800, on avait en moyenne 3 ans de temps libre pour une espérance de vie moyenne de 35 ans, avec 11 ans de travail ;

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

- en 1900 : on avait en moyenne 5 ans de temps libre pour une espérance de vie moyenne de 50 ans, avec 11 ans de travail ;
- en 2008, on avait en moyenne 20 ans de temps libre pour une espérance de vie moyenne de 77 ans, avec 7 ans de travail.

Calculez la progression du temps libre en France de 1800 à 2008.

SOLUTION

1 En 1800, un Français pouvait espérer consacrer 8,5 % de sa vie au temps libre, contre 10 % en 1900 et 26 % en 2008.

2 La part du temps libre a donc progressé de 17 ans entre 1800 et 2008, soit une augmentation de 667 % et une multiplication par 6,7 en un peu plus de deux siècles.

3 Selon les travaux du sociologue Jean Viard, en France au XIXe siècle, un ouvrier ou un paysan avait une espérance de vie de 500 000 heures (57 ans en moyenne) et travaillait 200 000 heures. Comme il dormait 40 % de sa vie, le travail représentait 70 % de sa vie éveillée et il lui restait 100 000 heures de temps libre, libéré du travail. En 1950, la durée de vie moyenne est de 68 ans. 90 000 heures de vie ont été gagnées en un siècle et le temps de travail est de 120 000 heures soit 40 % de moins qu'au siècle précédent. On commence à travailler à 14 ans et la retraite vient d'être votée. En 1956, trois semaines de congé sont accordées qui passeront à quatre en 1968. 30 % de la vie éveillée est consacrée au travail. En 2002, nous vivons 700 000 heures en moyenne (80 ans). Avec les 35 heures, les cinq semaines de congés payés (1981) et les annuités de cotisations pour la retraite nous travaillons 67 000 heures pour y avoir droit. C'est seulement 16 % de notre vie éveillée. Le temps libre est passé de 100 000 à 400 000 heures dont un quart est consacré à regarder la télévision, en moyenne. D'ici 2030, le temps de travail dans notre vie devrait se situer autour de 8 %.

LES + EN LIGNE

2 LA « CIVILISATION DU LOISIR », SELON JOFFRE DUMAZEDIER

2 Définir le tourisme

Le tourisme se rapporte au **fait de voyager pour son plaisir** hors de son espace du quotidien et d'y résider de façon temporaire, mais aussi **un secteur économique** qui comprend l'ensemble des activités liées à la satisfaction, aux déplacements et aux séjours des touristes.

Pratique du voyage d'agrément, le tourisme comporte **les courts séjours** (une à trois nuitées) et **les vacances** (quatre nuitées et plus), avec des motifs de déplacement larges qui peuvent déborder des loisirs déjà évoqués.

1 Étymologie du tourisme

Le terme vient de l'anglais *tourism* (1811), dérivant de ***tour*** signifiant « voyage ».

> **Définition**
> Le **TOURISME** désigne étymologiquement le fait de voyager, de parcourir pour son plaisir un lieu autre que celui où l'on vit habituellement. Le tour ou voyage circulaire fait référence aux itinéraires des jeunes de l'aristocratie britannique sur le continent européen dès le XVII^e siècle, regroupés sous le vocable de « Grand Tour ».

Aujourd'hui encore, le mot n'existe pas dans certaines langues et il est apparu récemment en mandarin. Cette apparition du mot pour désigner un voyageur nouveau est un indicateur fort : cela signifie que la pratique existe et qu'elle est suffisamment développée et originale pour nécessiter un néologisme.

2 Comment définir le tourisme

A Définir une notion complexe malgré son apparente simplicité

Il est d'usage de concevoir le tourisme comme **une forme de mobilité temporaire**, motivée par la recherche d'agrément, qui s'effectue en dehors du domicile habituel pour une durée d'au moins 24 heures.

Il peut s'exprimer par **diverses formules de voyages** qui vont du séjour dans un lieu touristique au circuit à travers un territoire plus ou moins étendu.

Le tourisme est **un phénomène social, culturel et économique** qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins diverses, relevant de l'agrément, de la pratique de loisirs ou pour tout autre motif : culturel, ludique, médical, religieux, etc.

Ces personnes sont appelées des **visiteurs** et le tourisme se rapporte à leurs activités qui supposent pour certaines des dépenses touristiques.

De fait, le tourisme désigne aussi **l'ensemble des activités économiques** qui sont liées aux pratiques touristiques, à savoir des prestations variées dans le domaine des services qui portent tant sur l'accueil des visiteurs dans les zones réceptrices (hébergement, restauration, animation, etc.) que sur le transport et l'encadrement de ces visiteurs depuis les zones émettrices, et la confection et la distribution de produits touristiques.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

B Quelques grandes définitions du tourisme

Le tourisme selon Hunziker et Krapf (1942)
Le tourisme est la « somme des relations et des phénomènes découlant du voyage et du séjour des non-résidents, dans la mesure où ils ne conduisent pas à la résidence permanente et ne sont pas liés à une activité de gain ».

Le tourisme selon le géographe Rémy Knafou (1997)
« Le tourisme est un déplacement, c'est-à-dire un changement de place, un changement d'habiter : le touriste quitte temporairement son lieu de vie pour un ou des lieux situés hors de la sphère de sa vie quotidienne. Le déplacement opère une discontinuité qui permet un autre mode d'habiter ».

Le tourisme pour l'ONU
« Le tourisme est une activité où un visiteur effectue un voyage vers une destination principale en dehors de son environnement habituel, pour moins d'un an, à des fins principales (affaires, loisirs ou autres fins personnelles) sans être employé par une entité du pays ou du lieu visité. ».

En pratique

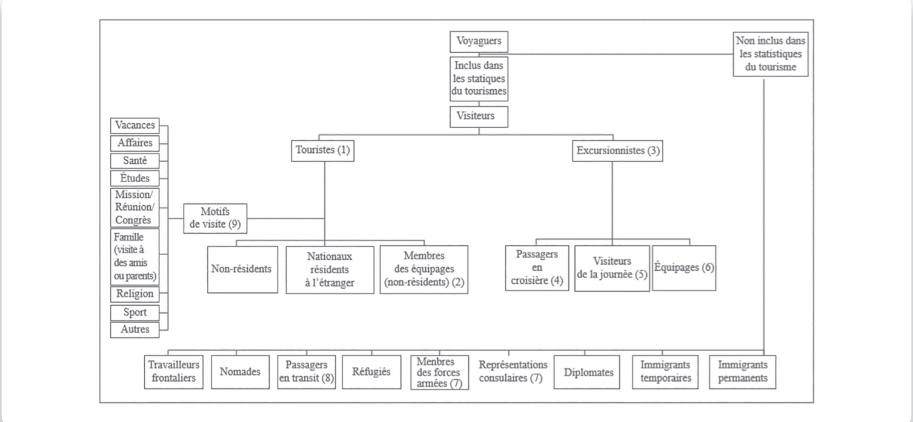
Il ne faut pas confondre le tourisme avec **le secteur du tourisme** qui désigne un ensemble d'unités de production de différentes « industries » qui fournissent les biens et services de consommation demandés par les visiteurs. Ces dernières sont appelées *industries touristiques* car les dépenses des visiteurs représentent une part si importante de leur offre que celle-ci cesserait d'exister en quantité significative en l'absence de visiteurs.
À ce propos, rappelons également que le tourisme n'est en rien une industrie mais une activité de services, relevant du secteur tertiaire dans la classification de Colin Clark.

LES + EN LIGNE

« Le tourisme : essai de définition », 2005.

C La définition officielle du tourisme

La classification des voyageurs selon l'Organisation mondiale du tourisme



Source : Gérard Guibilato, *Économie touristique*, Delta & spés / Denges, 1983.

Notes :

1. Visiteurs qui passent au moins une nuit dans le pays visité
2. Les équipages des navires ou des avions étrangers en réparation ou faisant escale dans le pays et qui utilisent les moyens d'hébergements du pays.
3. Visiteurs qui ne passent pas au moins une nuit dans le pays visité quoi qu'ils puissent visiter le pays pendant un ou plusieurs jours et revenir sur leur bateau ou dans leur train pour y dormir.
4. Inclus normalement des excusionnistes. Une classification séparée de ces visiteurs est toutefois préférable.
5. Visiteurs qui arrivent et repartent le même jour.
6. Les équipages qui ne sont pas résidents du pays visité et qui y séjournent pour la journée.
7. Lorsqu'ils se déplacent de leurs pays d'origine au pays où ils sont en poste et inversement.
8. Qui ne quittent pas l'aire de transit de l'aéroport ou du port. Dans certains pays le transit peut comporter un séjour d'un ou plusieurs jours. Dans ce cas, il faut les inclure dans les statistiques des visiteurs.
9. Principaux motifs de visite tels que définis à la Conférence de Rome (1963).

De façon officielle, depuis la Conférence des Nations unies sur le Tourisme réunie à Rome en 1963, les statistiques du tourisme international sont basées sur **la classification des voyageurs**. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), organisme centralisateur des statistiques du tourisme, s'efforce de faire appliquer ces définitions officielles établies lors de la Conférence de 1963.

- D'après l'OMT, tous les voyageurs qui intéressent le tourisme sont désignés par le terme de **« visiteur »**. Ce dernier désigne toute personne qui se rend dans un lieu autre que celui où elle a sa résidence habituelle, pour une période non supérieure à 12 mois, et dont le motif principal de visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité. Si ce lieu est un pays autre que celui de résidence habituelle du visiteur, ce dernier sera qualifié d'international.
- Les visiteurs se classent en deux catégories : **les touristes et les excursionnistes**. Le touriste est un visiteur qui passe au moins une nuit dans un hébergement du lieu visité, les autres visiteurs de la journée étant des excursionnistes.
- Selon les normes internationales, est considérée ainsi comme **touriste** « toute personne en déplacement hors de son environnement habituel pour une durée d'au moins une nuitée, et d'un an au plus, pour des motifs non liés à une activité rémunérée dans le lieu visité ».
- Sera comptée comme **arrivée de touriste international** dans un pays donné, toute visite d'une personne ne résidant pas dans ce pays et venant y passer au moins une nuitée.

En pratique

La durée d'une visite est calculée en nombre d'heures pour les excursions et en nombre de nuits pour les séjours plus longs. La durée est mesurée soit en fonction du temps passé dans le lieu/pays récepteur pour ce qui est du tourisme récepteur (= durée du séjour), soit en fonction du temps passé en dehors de la résidence habituelle dans le cas du tourisme émetteur (= durée du voyage).

Une nuitée peut être définie différemment selon 1'approche statistique adoptée. Du point de vue de la destination, on considère qu'une personne passe la nuit dans le lieu visité uniquement si la date de son arrivée diffère de la date de départ.

Cette classification a été reprise par les organismes supranationaux tels l'OCDE et Eurostat. Enfin, la Commission statistique des Nations unies et l'OMT s'accordent en 2000 sur **une définition de référence pour l'ensemble des pays membres**.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Définition
« Le **Tourisme** comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité ».

- La moitié des touristes internationaux recensés ont voyagé à des fins de détente, loisirs et vacances, contre 15 % à titre de tourisme d'affaires, et un quart environ pour d'autres motivations : visites aux parents et amis, religion, pèlerinage, etc.

REMARQUE

De plus, afin de mieux cerner les pratiques des visiteurs, il est opportun de prendre en compte dans les contours de l'activité touristique, les pratiques de loisirs des excursionnistes ainsi que celles des résidents permanents ou secondaires, sous **le vocable générique de « récréatif »**.

Les flux reposant sur le temps libre, les loisirs et le tourisme sont associés dans le récréatif qui désigne ainsi l'ensemble des pratiques de tourisme et de loisirs et ce qui s'y rapporte.

3 Une pratique saisonnière

La saisonnalité est l'une des grandes caractéristiques des mobilités récréatives et de la fréquentation des destinations.

On relève ainsi deux grandes tendances liées au développement constant de la saison dite « froide » et une affirmation non démentie des saisons dites « intermédiaires ».

Saisons, espaces et pratiques touristiques

Époque	Hiver	Été	Saisons intermédiaires
fin XVIII^e s. -XIX^e s.	▸ mer : climatisme	▸ montagne : ▸ climatisme ▸ thermalisme ▸ alpinisme ▸ campagne : villégiature	▸ campagne : villégiature
fin XIX^e s. -1940	▸ mer : climatisme ▸ montagne : sports d'hiver	▸ montagne : ▸ climatisme ▸ thermalisme ▸ alpinisme ▸ mer : bains	▸ campagne : villégiature
1945-1960	▸ montagne : sports d'hiver	▸ campagne ▸ mer : bains ▸ montagne : climatisme et sports	▸ campagne ▸ villes
1960-1985	▸ montagne : sports d'hiver ▸ soleils d'hiver	▸ mer ▸ montagne ▸ campagne	▸ villes ▸ campagne

〉〉〉

Depuis 1990	▸ montagne : sports d'hiver et climatisme ▸ soleils d'hiver ▸ villes	▸ mer ▸ montagne ▸ campagne ▸ villes	▸ villes ▸ exotisme ▸ parcs d'attractions ▸ mer

L'étalement des congés constitue la base de l'extension saisonnière de l'offre. La société postindustrielle et la tertiairisation accélérée des professions qui en découle, facilitent la diversification des départs et de la répartition des flux touristiques sur l'ensemble de l'année. Il en résulte que les destinations urbaines et les campagnes bénéficient le plus de la multiplication de séjours moins longs, alors que les littoraux et la haute montagne restent le terrain favori des longs séjours (au moins quatre nuitées consécutives sur le lieu récréatif).

De même, **la progression de la proportion du troisième âge** encore valide stimule le marché des saisons intermédiaires. Désormais, sur un même lieu touristique se conjuguent la saisonnalité propre au lieu et celles des différentes clientèles touristiques qui s'y succèdent.

Dans cette évolution, les nouvelles destinations touristiques apparues dans les pays du Sud engendrent d'autres types de saisonnalités, complémentaires ou concurrentes, telles les pratiques balnéaires de printemps et d'automne.

MÉTHODOLOGIE

Analyser le tourisme comme un système. Le tourisme peut être considéré comme **un système**, c'est-à-dire un ensemble formé de pratiques, d'acteurs et de lieux distincts mais reliés entre eux.

Ce système est constitué **d'entreprises proposant différents services** (de l'agence de voyages aux restaurateurs et hôteliers, en passant par les transporteurs et les tour-opérateurs), **de normes et de valeurs, de lois** (sur les mobilités, les congés payés, la fiscalité, etc.), **de touristes** (qui se distinguent par leurs pratiques), **de lieux touristiques** pouvant être de différents types (station, site, ville, etc.), **de marchés** plus ou moins segmentés, ainsi que **des relations** non-marchandes.

Au cœur de ce système se trouvent **les flux de personnes et d'argent** qui s'expriment dans le cadre des déplacements touristiques depuis un espace émetteur vers un espace récepteur. Dans les espaces émetteurs, la demande touristique dépend à la fois des rythmes sociaux, du revenu disponible et des représentations collectives en vigueur à propos des usages du temps libre.

Il en résulte **une structuration des espaces touristiques en grands bassins** disposés de manière concentrique autour des principaux foyers émetteurs que sont l'Europe occidentale, l'Amérique du Nord, la Chine et, dans une moindre mesure, le Japon et l'Australie.

Enfin, **les acteurs** se divisent classiquement en deux sphères :

- **la sphère commerciale** regroupe les différents acteurs qui suscitent, organisent, encadrent, acheminent et accueillent les consommateurs touristiques : transporteurs, hébergeurs, restaurateurs, producteurs et vendeurs de voyages… ;
- **la sphère territoriale** regroupe les acteurs locaux du tourisme dans les espaces récepteurs, à savoir, d'une part, les entrepreneurs privés ou les associations qui offrent des prestations touristiques, et d'autre part, les structures d'encadrement qui sont amenées à définir les règles économiques, sociales et urbanistiques en vigueur dans le champ du tourisme, à financer et organiser l'aménagement des zones touristiques tout en assurant les fonctions de promotion dans les espaces émetteurs.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

APPLICATIONS

1 DÉLIMITER LE CHAMP SPATIAL ET TEMPOREL DU TOURISME

LES + EN LIGNE

2 VERS UNE DÉFINITION PERSONNALISÉE DU TOURISME

Proposez en la justifiant votre propre définition du tourisme, celle qui vous semble la plus acceptable.

SOLUTION

- Le tourisme est **un sous-ensemble des voyages**. Par tourisme, on entend les activités des personnes qui voyagent et séjournent dans des lieux distincts de leur environnement habituel pour une période inférieure à douze mois consécutifs, pour des motifs de loisirs, d'affaires et autres.
- **Les définitions du tourisme ne sont pas entièrement satisfaisantes** et nécessitent plusieurs précisions à apporter. Tout d'abord, il est nécessaire de rappeler qu'il n'y a pas de tourisme sans touriste et que seule sa présence permet d'identifier un lieu touristique ou en passe de l'être. C'est pourquoi il est possible de définir le tourisme comme **une activité humaine**.
- De plus, le tourisme implique **un déplacement**, un changement de place, de lieu et d'habitat, caractéristique fondamentale qui distingue le tourisme des loisirs pour lesquels le déplacement n'est pas une condition nécessaire à leur réalisation. Car être touriste et faire du tourisme signifient quitter temporairement son lieu de vie habituel pour aller vivre ailleurs, dans un ou plusieurs lieux consacrés à la récréation. C'est pourquoi le tourisme s'inscrit dans **des mouvements de population** s'effectuant à l'échelle nationale (tourisme intérieur) comme à l'échelle internationale (tourisme international) et déplace des centaines de millions de personnes pour des motifs autres que la recherche d'un travail ou d'un nouveau lieu de résidence.
- Devant la complexité et la largesse des définitions officielles, il apparaît alors nécessaire de **limiter le champ du tourisme** qui, selon nous, s'apparente davantage à une **« pratique de loisir et activité humaine liées à un déplacement non habituel impliquant un séjour de plus de 24 heures et moins de trois mois sur un lieu voué au récréatif »**.

LES + EN LIGNE

3 LES TYPES DE TOURISME