



**HAL**  
open science

” **Tourisme et fonctions récréatives : quelles perspectives pour les espaces ruraux ?** ”

Annabelle Morel-Brochet, Jean-Claude Bontron

► **To cite this version:**

Annabelle Morel-Brochet, Jean-Claude Bontron. ” **Tourisme et fonctions récréatives : quelles perspectives pour les espaces ruraux ?** ”. Perrier-Cornet Philippe (dir.). Repenser les campagnes, Editions de l’Aube / DATAR, p. 73-93., 2002. halshs-00903510

**HAL Id: halshs-00903510**

**<https://shs.hal.science/halshs-00903510v1>**

Submitted on 27 Nov 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Bontron (Jean-Claude), Morel-Brochet (Annabelle), 2002. « Tourisme et fonctions récréatives : quelles perspectives pour les espaces ruraux ? », pp.73-93, Chapitre 7, *in* Perrier-Cornet Philippe (Dir.), *Repenser les campagnes*, Paris, Éd. de L'Aube-DATAR, 280 p.

### **Groupe de Prospective de la DATAR**

Jean-Claude BONTRON, directeur de la SEGESA

Annabelle MOREL-BROCHET, géographe, doctorante au LADYSS – Paris I et chargée d'étude à la SEGESA

## **TOURISME ET FONCTIONS RÉCRÉATIVES : QUELLES PERSPECTIVES POUR LES ESPACES RURAUX ?**

Les dernières décennies ont vu l'espace rural et ses fonctions se transformer et s'adapter aux nouvelles attentes de la société urbanisée. Peu à peu, les missions récréatives, évoquant un espace « naturel » ouvert à la détente, aux loisirs et à la découverte prennent le pas sur la vocation initiale de l'espace rural : la production agricole. Ce glissement s'opère par le truchement d'exigences et de pratiques urbaines plus précises et plus diversifiées ; l'essor du tourisme rural en étant l'expression la plus notoire. Dans ce contexte et face aux nécessités de restructuration des économies rurales, ce dernier est perçu par nombre d'acteurs comme l'occasion de revaloriser les ressources locales et d'assurer le développement de ces territoires. Les élus locaux, mais aussi des investisseurs extérieurs, cherchent à anticiper une demande sociale dont la réponse s'inscrit de plus en plus dans une logique de marché. C'est pourquoi, parallèlement à l'accroissement d'un tourisme traditionnel et familial, tend à se développer un éventail plus large d'activités touristiques et de loisirs, souvent marchandes et professionnalisées. Cependant, il est indispensable de s'interroger sur la capacité du tourisme rural à imprégner les territoires de manière homogène et de se demander si le tourisme est la voie la plus porteuse et la plus durable pour assurer un réel développement. Afin de dégager les principales tendances susceptibles d'éclairer les transformations à venir, un état des lieux s'impose, tant à propos de la place des espaces ruraux dans les pratiques de loisirs des Français que des modalités de l'offre rurale et de ses perspectives.

### **Morphologie du tourisme rural**

Les modifications des pratiques touristiques de 1900 à nos jours, comme l'évolution des fonctions et de l'usage social des espaces ruraux en France, nous incitent à revisiter la notion de tourisme, relativement imprécise, et à éclairer une réalité devenue aujourd'hui multiforme.

#### ***Une pratique sociale qui s'affirme***

La pratique du tourisme a pendant longtemps été réservée à une minorité de gens fortunés qui avaient la possibilité d'entreprendre des voyages pour le seul plaisir, de partir en

villégiature dans une station du bord de mer, de faire des croisières, de pratiquer la chasse ou l'alpinisme... À partir du milieu du XVIIIe siècle, dans la plupart des pays d'Europe, ce public privilégié va s'élargir avec la naissance de la bourgeoisie et se renforcer avec l'organisation progressive des adeptes des voyages et des loisirs sportifs au travers d'organisations comme le Club Alpin ou le Touring Club de France. Aujourd'hui le tourisme est devenu un phénomène de masse qui concerne - à des degrés divers - la plupart des pays et des territoires. Bien que sensible aux crises qui ont traversé nos économies, le tourisme apparaît sur les trente dernières années comme une activité en forte croissance impliquant des flux de personnes et de capitaux considérables et des pays de plus en plus nombreux, aussi bien pour les départs que pour les destinations. En l'espace de dix ans, les recettes du tourisme international pour la France ont été multipliées par 3,5.

En France, la géographie des régions touristiques prend forme au début du XXe siècle : on construit alors les premières stations balnéaires de la côte normande (Trouville, Deauville) et de la Côte d'Opale (le Touquet), le thermalisme est en vogue, la Côte d'Azur et Chamonix attirent déjà de nombreux étrangers. Mais le véritable essor des vacances commence en 1936 avec le Front Populaire et l'octroi des congés payés. De 2 semaines, ces congés vont passer à 3 en 1956, puis à 4 en 1963 et 5 en 1982. Avec le passage aux 35 heures, il faut ajouter l'équivalent de 4 à 5 semaines supplémentaires. Le taux de Français qui partent en vacances est passé de 40 % au début des années soixante, à environ 62 % en 1999. Ces flux concernent 33 millions de personnes en été et plus de 16 millions en hiver. Le tourisme est maintenant une activité économique à part entière qui justifie des investissements considérables dans certaines régions, crée de nouveaux emplois et contribue à l'équilibre de la balance des paiements.

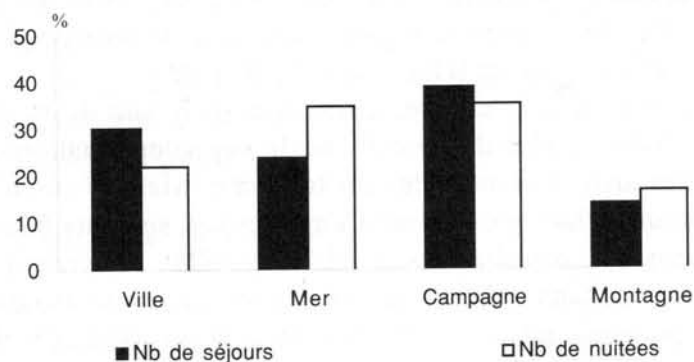
La France est la première destination mondiale du tourisme international avec plus de 70 millions de voyageurs étrangers, soit 11,5 % des arrivées mondiales du tourisme. Mais sa singularité tient surtout au fait que viennent s'ajouter aux visiteurs étrangers les Français qui, pour beaucoup (61 % en 1998), préfèrent passer leurs vacances dans l'hexagone. Les raisons de cette attractivité résident principalement dans l'importance, la diversité et la dissémination des ressources touristiques du pays : de nombreuses villes historiques et un important patrimoine culturel, une gastronomie réputée, 5 500 km de littoraux variés, un vaste domaine skiable, plus de 100 stations thermales et des paysages ruraux et de grande nature attractifs. Ces dispositions permettent à beaucoup de régions, et notamment les plus rurales, d'être directement concernées par son développement.

### ***L'espace rural, une destination privilégiée***

À la campagne, l'extension du phénomène touristique a été plus modeste et plus tardive que sur le littoral, en haute montagne ou dans les lieux culturels majeurs. Mais, le tourisme connaît aujourd'hui un fort développement dans le milieu rural où se confirme l'existence d'un réel potentiel économique qui s'appuie sur la richesse des ressources patrimoniales locales (paysages, espaces naturels, cultures locales, gastronomie...), sur des structures d'accueil qui se renforcent et des savoir-faire qui se professionnalisent et s'adaptent aux nouvelles aspirations des populations urbaines et extra-nationales.

Les enquêtes de l'INSEE<sup>1</sup> attestent que pour les vacances d'été les Français préfèrent la mer (43 % des séjours), la campagne (25 %) et la montagne (12 % en été et 32 % en hiver) ; les circuits et le tourisme urbain complétant cet éventail.<sup>2</sup> Toutefois, certains de ces séjours concernent l'étranger. Si l'on ne s'intéresse qu'aux séjours des Français en France, c'est alors la campagne qui arrive en tête, devant la mer, totalisant près de 40 % des séjours et plus de 35 % des nuitées. De son côté, la montagne enregistre 14.3 % des séjours été + hiver [AFIT, 1998]. Le territoire rural au sens large est en fait plus concerné encore que les chiffres n'en témoignent à travers le vocable "campagne", dans la mesure où une partie des destinations "montagne" ou "littoral" intéresse des communes rurales<sup>3</sup>.

Figure 1 – Répartition des séjours et des nuitées par destination (1997)



Source : enquête « Conditions de vie », Insee.

Dans les années à venir, l'aménagement et le morcellement du temps libéré devrait profiter en premier lieu aux espaces ruraux. En effet, malgré la démocratisation des sports d'hiver et la capacité d'hébergement des littoraux et de la montagne, les facteurs de temps, de coût et de distance réduisent les possibilités de séjours de courte durée vers ces destinations. La singularité de la destination campagne, qui favorise des séjours nombreux mais courts, devient dans ce contexte un atout majeur pour les espaces concernés. De plus, l'essor du tourisme rural, dont témoignent les chiffres, tient aussi aux capacités d'adaptation des petites structures touristiques de l'espace rural. Elles peuvent plus rapidement satisfaire une demande fragmentée que les grosses structures, comme les stations de ski, qui doivent supporter des coûts de mise en exploitation importants.

Bien qu'une controverse demeure à propos de l'estimation de ses retombées socio-économiques, le tourisme rural est aujourd'hui une réalité économique tangible pour nombre de régions. Ce phénomène apparaît clairement (Figure 2) lorsqu'on met en relation

<sup>1</sup> Enquêtes de l'INSEE sur les vacances des Français : Enquêtes quadrimestrielles jusqu'en 1995, puis enquêtes permanentes sur les conditions de vie. Les chiffres cités ici proviennent des enquêtes de 1989 et 1999. Précisons que dans toutes les enquêtes de ce type, la qualification des lieux de séjours est déclarative.

<sup>2</sup> Entre 1989 et 1999, la mer perd 3 % au profit de la campagne.

<sup>3</sup> Respectivement 65 et 80 % au regard de la définition INSEE de la commune rurale.

la densité démographique des cantons (prise ici comme critère de ruralité) avec quelques indicateurs d'intensité touristique (capacité relative d'accueil, part de l'emploi touristique...). On constate ainsi que plus les cantons sont ruraux, plus l'impact relatif du tourisme est lisible, en termes de structures d'accueil comme en termes d'emploi. Dans les cantons de moins de 20 hab/km<sup>2</sup>, le poids relatif du tourisme est quatre à cinq fois plus élevé que là où la densité dépasse 100 hab/km<sup>2</sup>. Il devient alors une donnée majeure du développement local.

**Figure 2 - Ruralité des cantons et intensité touristique**

Cantons par densité de population (habitants /km <sup>2</sup> )	Lits touristiques marchands (p.1000 hab.)	Résidences secondaires (p.100 rés. Principales)	Emploi HCR*/ Emploi total (%)
< de 20 hab/km <sup>2</sup>	603	62.6	5.6
de 20 à 50	230	24.5	3.6
de 50 à 100	149	14.4	3.1
de 100 à 500	139	12.9	3.0
de 500 à 1000	42	3.9	2.8
> à 1000	26	2.5	3.0
France métropolitaine**	125	11.1	3.1
* HCR : hôtels, cafés, restaurants		** Hors Paris et petite couronne	

Source : SEGESA

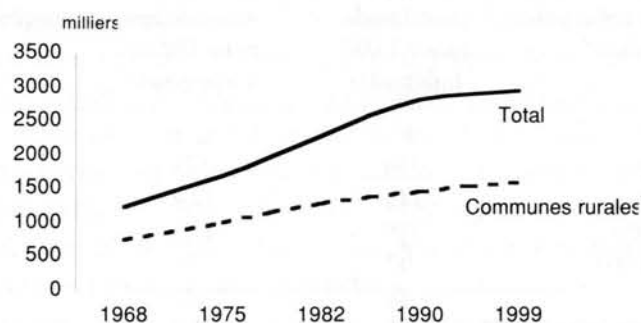
Cela explique que beaucoup d'acteurs locaux, dans les régions rurales affectées par les difficultés de l'agriculture et des activités traditionnelles, considèrent le tourisme comme un créneau "porteur" et une possibilité de diversification de l'économie. Ils y voient l'occasion de valoriser un patrimoine naturel et bâti mal utilisé, d'attirer des capitaux, de créer de nouveaux emplois, voire même l'opportunité d'une véritable reconversion économique. Il est symptomatique de constater que l'initiative communautaire LEADER, destinée à promouvoir des formes innovantes de développement dans les zones rurales fragiles, a donné lieu principalement à des programmes et des projets touristiques.

### **Dualité de l'hébergement rural**

Une des caractéristiques du tourisme en France tient à l'importance des modes d'hébergement "non marchands". Le nombre de journées de vacances passées à la campagne chez des parents ou amis représente en 1998 six millions de séjours auxquels s'ajoutent ceux des propriétaires de résidences secondaires. Au total, l'hébergement non marchand rassemble 64,3 % des séjours des Français en France et 58,5 % des nuitées.

En termes de capacité, les résidences secondaires<sup>4</sup> regroupent à elles seules 60 % de l'accueil total. Leur essor dans les années soixante a d'ailleurs été l'un des premiers signes tangibles du développement du tourisme en milieu rural. Plusieurs facteurs expliquent cet état de fait, à commencer par l'origine rurale de nombreux Français, qui se sont retrouvés propriétaires à la suite d'un héritage. Viennent s'ajouter un goût particulier pour le "placement-pierre" et la propriété individuelle, l'extension progressive du temps consacré aux loisirs et l'idée de pouvoir transformer un jour cette habitation en résidence principale [Bonnin, de Villanova, 1999]. En trente ans, leur parc a triplé<sup>5</sup> et se monte aujourd'hui près de 2,7 millions de logements, dont 60 % sont localisées en milieu rural. L'examen de la courbe montre que depuis 1990, le parc français des résidences secondaires se stabilise, mais continue à s'accroître légèrement dans les espaces ruraux (+7.5 % entre 1990 et 1999).

Figure 3 – Évolution du nombre des résidences secondaires en France



N.B. Cette courbe, établie sur la base des définitions du rural propres à chacun des recensements, minore la croissance réelle du parc rural.  
Source : recensement de la population, Insee.

Présentes dans presque toutes les communes, elles sont cependant localisées de manière privilégiée dans les sites touristiques du littoral et de la montagne, ainsi que le long des axes de communication qui desservent les grandes métropoles. Progressivement, le développement des constructions neuves a pris le relais sur celui de la restauration des vieilles pierres, en particulier dans les zones de forte attractivité touristique. La carte de l'évolution récente (1990-1999) montre des diversités importantes qui témoignent d'une stratégie de localisation plus volontariste (*hors-texte V*). Les résidences secondaires, qui se sont développées dans les années soixante à proximité des grandes périphéries urbaines, ont aujourd'hui tendance à se transformer en résidences principales avec l'avancée de la périurbanisation. En revanche, le développement du parc se poursuit dans la France méridionale et dans des territoires ruraux où la reconquête du patrimoine n'est pas achevée. Malgré cet essor, posséder une résidence secondaire demeure un signe de réussite sociale : 18 % des cadres supérieurs et professions libérales possèdent une résidence secondaire, contre à peine 3 % des ouvriers (cf. chapitre 5).

<sup>4</sup> Selon l'INSEE, "les résidences secondaires comprennent les logements loués ou utilisés par leurs propriétaires à l'occasion des week-ends ou des vacances".

<sup>5</sup> Cet accroissement est toutefois amplifié par un meilleur décompte des résidences secondaires au fur et à mesure des recensements.

Figure 4 – Structures d'accueil marchand comparées rural/urbain

	Espace à dom. rurale		Dom. urbaine		
	Capacité (lits)	%	lits/hab.	%	lits/hab.
Hôtels	355 124	9,5	33,6	29,0	17,1
Résidences de tourisme et villages de vacances	326 756	8,7	31,0	5,9	3,4
Centres de vacances et auberges de jeunesse	298 486	8,0	28,3	4,3	2,6
Campings et aires naturelles	1 789 887	48,0	169,6	44,3	26,1
Gîtes et chambres d'hôtes	181 616	4,9	17,2	3,2	1,8
Autres meublés	776 760	20,8	73,6	13,2	7,7
Total	3 728 629	100	353	100	59

Source : Inventaire communal 1998, Insee-SCEES.

Bien que l'accueil non marchand soit le mode d'hébergement principal en France, on ne peut négliger l'offre professionnelle. Les zones à dominante rurale regroupent près de 56 % de la capacité d'accueil marchand. En tête de la gamme, les terrains de camping représentent près de la moitié de l'accueil touristique avec 45.8 % des lits en 1999. Viennent ensuite les meublés, puis les chambres d'hôte et les gîtes ruraux<sup>6</sup> très prisés par les visiteurs étrangers. Si l'hôtellerie reste l'un des fondements de l'hébergement touristique professionnel, l'hôtellerie rurale de qualité est encore le point faible de ce dispositif d'accueil. Enfin, des structures de séjour collectif se sont également multipliées : les villages de vacances par exemple représentent 4 % de l'accueil marchand. Ainsi, le potentiel total d'hébergement touristique dans les espaces ruraux, largement diversifié au cours du temps, est aujourd'hui en mesure de répondre à une demande variée et en croissance.

Dans cette perspective de développement, des investissements importants ont été consentis ces vingt dernières années, pour doter les zones rurales d'aménagements et d'équipements touristiques. L'initiative privée est largement présente dans les zones à fort potentiel tandis qu'il est fait plutôt appel à des fonds publics dans les autres territoires. Tout cela est progressivement complété non seulement par une politique de communication plus systématique et la mise en œuvre des techniques du marketing, mais aussi par une labellisation de plus en plus fréquente et rigoureuse des sites touristiques et des structures d'hébergement ou de restauration. Tous ces faits concourent à la "marchandisation" progressive de l'espace rural.

### Diversification de l'offre rurale : une réponse aux attentes ?

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, 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 à des fins de loisirs, pour affaires et autres

<sup>6</sup> La Fédération Nationale des Gîtes de France compte à elle seule 55 000 hébergements (soit 300 000 places en 1994) dont 25 % appartiennent à des agriculteurs.

motifs". Mais dans son acception courante, le terme renvoie le plus souvent aux congés et aux déplacements assez lointains. Or, les modalités d'usage des espaces ruraux - et les loisirs qui leur sont associés - sont de plus en plus variés, d'où la nécessité d'intégrer dans la définition traditionnelle, des pratiques sociales plus segmentées et plus diversifiées. L'évolution de la pratique du temps hors travail et la part plus importante réservée aux loisirs - et notamment aux séjours de courte durée - nous oblige à distinguer le tourisme de vacances d'autres formes de loisirs<sup>7</sup>.

Il y a encore quelques années, cette distinction n'avait pas lieu d'être. De ce fait, on assiste aujourd'hui à un rééquilibrage entre d'une part, le temps consacré aux vacances proprement dites et d'autre part, le temps libre hors vacances, consacré en partie aux loisirs<sup>8</sup>. Ce dernier engendre de nouveaux types d'activités - différenciés aussi bien par leurs rythmes que par leurs formes ou leurs structures - qui ne relèvent qu'en partie du tourisme. Cette nouvelle donne nous conduit à prendre en considération l'ensemble de l'offre rurale et du temps hors travail<sup>9</sup>.

### ***Changement social et pratiques touristiques***

Plusieurs facteurs concourent à une transformation de la demande sociale à l'égard des espaces ruraux. Le premier est le changement d'image du milieu rural dans l'esprit des citadins et des ruraux eux-mêmes [Morel-Brochet, 2000]. Aujourd'hui accessibles, les zones rurales disposent de la plupart des services de bases, l'habitat et les activités économiques se sont modernisés et les nouvelles technologies de communication les relient en temps réel au reste du monde. Elles ne font dès lors plus figure d'espaces "marginaux". Ces représentations, ces valeurs sociales impulsant le goût pour la campagne et la localité se cristallisent souvent dans un investissement symbolique et identitaire du lieu d'origine ou d'un lieu d'adoption. L'attachement plus grand à la qualité et au cadre de vie, quotidiens comme occasionnels, deviennent alors des lignes structurantes d'un rapport renouvelé aux milieux ruraux.

Un second facteur peut être identifié dans le changement du rapport symbolique et matériel des sociétés postindustrielles à la Nature, qui entraîne de nouvelles approches et pratiques du milieu naturel [Jollivet, 1997 ; Mathieu, 1989]. Cette évolution prend des formes très variées qui peuvent aller du contemplatif à la pratique de sports extrêmes, mais se traduit par la recherche d'un contact plus fréquent et plus intense avec la Nature. Dans certains cas, cette "quête" de Nature a donné naissance à une demande plus pointue et spécifique, qui trouve difficilement réponse en France, où les activités de "réelle nature" sont limitées par le

---

<sup>7</sup> La notion de "loisir" est une notion floue qui englobe tous les types d'utilisation du temps hors travail, nécessitant ou non des déplacements. Distinguons donc, parmi les modes de récréation, les loisirs qui sont ancrés dans la temporalité du quotidien et le tourisme qui conserve un caractère occasionnel, bien qu'il puisse avoir une certaine régularité.

<sup>8</sup> On parle de vacances et de tourisme lors d'une absence du domicile comprise entre trois jours et un an. Pour parler de courts séjours, assimilés au temps du quotidien et des loisirs, l'absence du domicile doit être inférieure à trois nuits.

<sup>9</sup> Par offre rurale, on entend les diverses activités dont le service offert est non-productif, c'est-à-dire à finalité de loisirs, de sports, culturelle, de santé et de remise en forme, etc.



manque d'espaces sauvages. Mais d'une manière générale, les espaces préservés - et/ou conformes aux représentations que l'on peut avoir du paysage naturel [Luginbühl, 1981, 1996, 1997] - sont davantage prisés. Ceci n'exclut pas une part de confusion entre les notions de rural, de nature sauvage, de nature aménagée et d'environnement, ni des contradictions entre les exigences en matière d'infrastructures et d'équipements des espaces ruraux et le souhait de voir la Nature préservée.

Une dernière série de facteurs d'ordre plus social intervient de façon marquée dans les perspectives du secteur récréatif : l'aménagement du temps libéré. Ce morcellement trouve son expression entre autres dans la réduction de la durée des séjours, aujourd'hui clairement affirmée. La durée moyenne des séjours est passée de 14.5 à 12 nuitées en dix ans [Rouquette, 2000]. La segmentation de la demande qui en découle se traduit notamment par un public de plus en plus désireux de séjours et de loisirs "à la carte"<sup>10</sup>.

**Figure 5 : La fragmentation des vacances**

	1989	1999
Nombre de longs séjours (millions)	63.9	75.7
Nombre de nuitées des longs séjours (millions)	926.9	911.6
Nombre moyen de longs séjours par personne partie	1.9	2.1
Durée moyenne des longs séjours (nuitées)	14.5	12.0

Source : Enquête permanente sur les conditions de vie 1999 et enquête quadrimestrielle 1989 et 1994. INSEE

Cette évolution est à replacer dans le contexte d'augmentation et de diversification des types de mobilité [Viard, 1998; 2002]. Les mobilités de proximité connaissent une progression notable, avec le développement de loisirs réguliers qui impliquent les espaces ruraux (loisirs de fin de semaine, golf, cheval...). Viennent ensuite les mobilités ubiquistes entre le monde urbain et le monde rural qui trouvent principalement leur expression dans l'hébergement amical ou familial et l'usage des résidences secondaires. Avec l'aménagement du temps libéré, elles sont plus souvent occupées et participent d'un système multirésidentiel qui pourrait être amené à se développer. Enfin, un dernier type de mobilité peut être évoqué : les mobilités de rupture. Elles sont l'occasion d'un dépaysement qui exige parfois une destination lointaine afin de s'évader et rompre pour un temps avec la réalité et le mode de vie quotidien. Ce désir peut aussi trouver une réponse dans des structures du type parcs d'attractions ou de loisirs (Eurodisney, Center Parc...) ou dans des établissements de remise en forme.

On assiste donc, en liaison avec les tendances lourdes de l'économie et de l'organisation sociale, à une ouverture de l'offre et à une diversification de la fonction récréative des

<sup>10</sup> Une condition primordiale pour que les espaces ruraux tirent parti de cette tendance est l'accessibilité des sites.

espaces ruraux, articulée à la fois avec la temporalité du quotidien et celle des cycles de vie. Ceci ouvre clairement des opportunités pour les espaces ruraux qui seront en mesure d'intégrer ces tendances.

### ***Le tourisme rural, un facteur de développement ?***

Le développement du tourisme a induit dans les régions rurales françaises d'importants effets sur la vie sociale, l'emploi et l'économie en général. Le premier effet tient à l'apport de populations temporaires : la capacité totale d'accueil touristique des régions rurales permet en effet d'héberger, à la pleine saison, une population équivalant à près de 90 % des habitants permanents - contre 17 % seulement dans les régions urbaines -. Le solde des arrivées/départs de vacanciers est largement bénéficiaire dans le rural, contrairement à la ville. Beaucoup de villages revivent l'été, les habitants participent à l'accueil, les agriculteurs pratiquent la vente directe de leurs produits, les artisans du bâtiment contribuent à la réhabilitation des résidences secondaires et nombre de commerçants assurent leur équilibre financier grâce à cette clientèle supplémentaire. Au-delà des répercussions économiques, c'est pour les populations locales un moyen de rompre leur isolement, de réactiver la sociabilité au cours des fêtes organisées pour les vacanciers et de valoriser leur patrimoine, leur culture, leur identité.

Mesurer l'effet sur l'emploi demeure malaisé en raison de la difficulté intrinsèque à identifier le tourisme comme un secteur d'activité économique propre, mais aussi parce que les emplois dans les activités du tourisme rural sont très largement exercés à temps partiel.<sup>11</sup> Si l'on retient les principales branches d'activités concernées (Tableau 3), le tourisme intéresse près de 480 000 emplois dans les régions rurales françaises<sup>12</sup> en 1990, soit 6.5 % de la population active, contre 8 % en moyenne nationale. Ces secteurs d'activités, dans le contexte général de crise de l'emploi qui a marqué la période d'observation, sont cependant tous en forte croissance.

***Figure 6 : Évolution du nombre d'emplois touristiques dans les régions rurales\* françaises***

Secteurs d'activité	1982	1990	Var. %
Transports	195 016	214 629	10.1
Hôtels-cafés-restaurants	173 432	204 045	17.6
Services récréatifs, culturels et sportifs marchands et non marchands	38 712	60 199	55.5

<sup>11</sup> On manque cependant de chiffres précis pour illustrer les effets de ce développement car la mesure de l'impact du tourisme sur l'économie et sur le marché du travail reste problématique.

<sup>12</sup> Selon la définition de l'OCDE, c'est-à-dire des départements dans lesquels plus de la moitié de la population réside dans des cantons dont la densité de population est inférieure à 150 hab./km<sup>2</sup>. Cf. : OCDE, *Créer des indicateurs ruraux pour étayer la politique territoriale*, 1994.

TOTAL	407 160	478 873	17.6
-------	---------	---------	------

\* Selon la classification de l'OCDE Source : SEGESA

En tout état de cause, le tourisme rural est en voie de professionnalisation et crée de plus en plus d'emplois. Le tableau révèle ainsi que les trois secteurs d'activités touristiques se sont accrus de près de 18 % contre 16 % pour le taux moyen national. Ces emplois, largement féminins, présentent l'intérêt de combler un déficit traditionnel du marché du travail rural. C'est ainsi que dans les activités d'hébergement-restauration, les femmes occupent 54 % des emplois dans les régions rurales contre 42 % dans les régions urbaines.

Au-delà des emplois directs, le développement touristique se répercute sur d'autres activités comme les commerces alimentaires et non-alimentaires ou les activités du bâtiment. En effet, le tableau ci-après montre que les zones rurales les plus touristiques disposent d'un équipement commercial très nettement supérieur à celui des zones rurales traditionnelles et que la proportion d'emplois dans le bâtiment dépasse 10 %.

**Figure 7 : Situation et évolution des cantons à dominante rurale selon leur niveau de développement touristique**

Cantons classés selon le ratio emplois HCR/emploi total (indice de touristicité)	Lits marchands p.1000 hab.	Etabl. Commerce p.1000 hab	Emplois dans le BTP / emploi total (%)	Variations (%) *entre 1982 et 1990		
				Pop.	Emploi	E. non agri.
< 3%	83	6.4	8.9	0.25	-0.61	0.43
De 3 à 5%	164	6.8	9.6	0.45	-0.59	0.56
de 5 à 10%	531	8.7	10.0	0.53	-0.41	0.73
> à 10%	2242	16.4	10.3	0.54	0.41	1.17
France rurale	228	7.0	9.3	0.36	-0.55	0.53

\* Taux annuels(%) période 1982/90 / HCR : hôtels, cafés, restaurants / BTP : Bâtiment et Travaux Publics.

Source : SEGESA

On constate enfin que le fat touristique a des répercussions très favorables sur l'évolution globale des zones rurales qui ont réussi à développer cette activité. Ainsi, les cantons ruraux les plus touristiques obtiennent non seulement des gains de population plus élevés qu'au niveau national, mais ils enregistrent un fort taux de croissance de l'emploi non agricole - grâce au tertiaire essentiellement - et une variation positive de l'emploi total.

## Les modèles touristiques de l'espace rural

En dépit de ces constats et de l'image positive que revêt le tourisme à la campagne, tous les espaces ruraux ne sont pas destinés à devenir des espaces touristiques. Dans un contexte fortement concurrentiel, le phénomène demeure très sélectif et ne peut véritablement déboucher sur une économie touristique que pour un nombre restreint de sites, disposant de fortes potentialités patrimoniales, d'hébergements diversifiés et de capacités d'organisation. C'est à cette triple condition que le tourisme peut constituer l'axe central d'un développement durable des zones rurales.

La diversité des modèles et des capacités de développement nous a conduit à établir une typologie spatialisée de la fonction touristique des espaces ruraux. Trois grandes catégories d'espaces ont été répertoriées, par ordre croissant d'attractivité : les espaces de ressources banales, les espaces de proximité métropolitaine et les espaces d'attraction forte et d'usage spécifique.

### ***Les espaces ruraux de ressources banales***

La plus grande partie de l'espace rural français relève de ce premier type. Parmi les communes ou "pays" concernés, beaucoup voient dans le tourisme un espoir de développement qui se traduirait en particulier par une plus forte attractivité de leur territoire. Pourtant, si l'on se réfère à l'inventaire communal de 1988, rares sont les régions qui offrent un panel varié d'éléments attractifs. Dans la plupart des cas, les attraits touristiques se résument à la chasse, la pêche, la randonnée et quelques spécialités gastronomiques. Dans l'ensemble, on note une plus grande richesse des ressources touristiques au sud d'une ligne Bordeaux – Genève [voir carte in Knafou, 1997, p. 99]. Néanmoins ces régions, qualifiées de non "touristiques", ne sont pas pour autant exemptes de touristes.

S'appuyant sur une clientèle majoritairement familiale (et/ou modeste), ces espaces fonctionnent souvent sur un mode que l'on pourrait qualifier d'"autarcique" [Chazaud, 1995]. Les pratiques et les échanges y sont peu ou pas marchands<sup>13</sup>, notamment en raison des moindres possibilités de consommation offertes. Par leur faible densité touristique, ces lieux sont propices à la recherche de calme, de repos et au développement de formes de sociabilité qui s'accommodent aisément des hébergements du type résidences secondaires, chambres d'hôtes ou gîtes ruraux.<sup>14</sup>

Les associations locales et les municipalités sont à l'origine de nombreuses petites initiatives pour la mise en valeur des éléments naturels, culturels ou bâtis de leur territoire. Il peut s'agir d'une part de la restauration de ce qu'on appelle le petit patrimoine rural, trace d'activités traditionnelles passées ou d'une architecture régionale. De plus en plus de châteaux, de petites chapelles, de moulins ou lavoirs sont restaurés et signalés au visiteur, sans que des revenus significatifs en découlent. Toutefois, si la commune est située près d'un

---

<sup>13</sup> Hébergements non marchands, autoconsommation, consommation de produits locaux échappant aux circuits classiques de commercialisation, loisirs non marchands de type promenade...

<sup>14</sup> Cela malgré une plus forte concentration sur les zones littorales et de montagnes.

axe routier, elle peut attirer, pour quelques heures ou plus, des touristes de passage. Les élus et les associations peuvent mettre aussi l'accent sur le patrimoine naturel : entretien et balisage de chemins (forestiers, communaux ou d'exploitation) à des fins de randonnées ou encore aménagement de plans d'eau. Certaines activités peuvent aussi être soutenues dans cette perspective (centres équestres, clubs nautiques...). Enfin, ces dernières décennies ont vu se multiplier les manifestations locales sur les thèmes du terroir et de la culture dite locale (fête du cidre, nuits contées, etc.).

Nombre de ces petites régions de ressources banales ont voulu s'inspirer du modèle de réussite touristique qu'est le Périgord. Bien que l'application ou la transposition exactes de ce modèle, supposant une combinaison exceptionnelle de ressources, ne soit pas réalisables, elles ont tout de même parié sur la valorisation de leur patrimoine, avec plus ou moins de succès. Le principal objectif de ces opérations n'est pas la rentabilité économique, mais l'animation et l'image du village. Dans ces régions, le tourisme pourra améliorer le cadre de vie des habitants et offrir un complément parfois vital aux commerces locaux. Mais, faute d'un potentiel patrimonial suffisant et de moyens financiers lourds, il restera une activité secondaire. Si les potentialités touristiques ne sont jamais nulles, les ressources et la localisation conditionnent largement les succès. Cette forme de tourisme, diffus dans l'espace et dans le temps, peut être cependant un avantage sur les grandes stations balnéaires qui connaissent une affluence plus concentrée et donc s'avérer propice à un tourisme épars mais de toute saison.

### ***Les espaces de proximité urbaine***

Les espaces ruraux à proximité des zones urbanisées voient se déployer des activités spécifiques parce qu'ils offrent la possibilité de pratiquer des loisirs résidentiels et de courte durée. La densification des agglomérations et leur extension ont accru le besoin de disposer d'espaces de détente proches pour des populations plus nombreuses et plus variées. Depuis longtemps, les espaces périphériques des villes sont des lieux de récréation pour les citoyens, avec leurs loisirs propres (guinguettes des bords de Marne par exemple), mais ils ont été les premiers touchés par la progression du front urbain. La diminution du nombre des résidences secondaires dans ces espaces est tronquée par la transformation des maisons de campagne en résidences principales du fait de cette avancée. De la même manière, la couronne périurbaine s'épaississant, les terrains devenant plus chers, une partie de ces activités de loisirs est repoussée sur des franges plus éloignées. Mais tous les schémas de développement et d'urbanisme des grandes agglomérations intègrent aujourd'hui dans leur planification spatiale des espaces à fonction de détente et de loisirs, où la construction est limitée.

Accessibles dans un rayon d'une à deux heures, les loisirs que l'on y trouve ne sont en général pas d'un type nouveau mais connaissent un certain essor : activités en forêt (randonnées, équitation), loisirs sportifs de nature, bases nautiques, bungalows de week-end, fermes pédagogiques qui s'adressent aux écoliers des villes. Le golf en est un bon exemple : il est pratiqué en grande partie par des citoyens qui se déplacent dans un périmètre assez large, mais effectuent le voyage dans la journée. La répartition géographique des terrains, notamment des plus grands, est caractéristique de ce phénomène avec une concentration plus forte autour des métropoles. Le périmètre géographique des régions et des départements limitrophes qui communiquent et

promeuvent une offre de loisirs variée, en s'appuyant sur des éléments de campagne et de nature (calme, loisirs d'eau, forêts...) s'élargit. Pour l'agglomération parisienne par exemple, au-delà du Val d'Oise, c'est aujourd'hui toute la Picardie qui cherche à attirer et à centraliser les loisirs de fin de semaine des Franciliens.

La fonction de loisirs résidentiels des espaces situés aux marges des agglomérations devrait se maintenir et se développer car ce type d'offre correspond au morcellement du temps de loisirs et à la variété attendue des activités, que certains qualifie de « zapping ». Mais il est à prévoir que ces espaces poursuivent leur glissement géographique à mesure de la densification du tissu périphérique. Les progrès des transports en matière de rapidité devraient compenser cet éloignement qui de ce fait restera relatif.

### ***Les espaces d'attractivité forte et de loisirs spécifiques***

On trouve enfin une troisième catégorie, celle des espaces de forte attractivité touristique, parmi lesquels il faut distinguer trois types d'espaces : ceux tirant parti de leurs seules ressources patrimoniales, ceux qui combinent ressources et équipements lourds et enfin ceux dont l'attractivité se fonde exclusivement sur des aménagements "hors-sol".

Les premiers s'appuient donc sur la présence de ressources patrimoniales naturelles et culturelles remarquables. Il s'agit entre autres du Périgord, où une gastronomie réputée ajoute aux richesses historiques et paysagères ou encore de l'Alsace, du Luberon ou du Pays Basque. Ces régions sont des destinations culturelles et résidentielles relativement « élitistes » liées à la recherche de formes d'authenticité et intégrant souvent des productions agricoles de qualité.

Mais depuis une vingtaine d'années, on assiste à l'apparition de nouvelles formes de loisirs, comme les sports extrêmes et de nature, dont profitent surtout les régions les plus "naturelles". On parle alors de tourisme vert actif. Les années quatre-vingt ont vu s'élargir la palette de ces loisirs (VTT, descente de canyons, deltaplane, parapente, etc.). Cet essor trouve différentes explications : apparition de nouvelles techniques sportives et de nouveaux produits, structuration de l'offre, contexte de croissance des sports individuels, association de ces loisirs à l'idée de bien-être et de santé. Il est intéressant de remarquer que dans le tourisme de nature (même sportif), la destination prime sur les activités. On choisit d'abord une localisation (Pyrénées, gorges du Tarn, Irlande...), puis on examine les loisirs qui y sont proposés. En réponse à ce nouvel engouement, s'est donc constituée une offre commerciale adaptée (hébergeurs, transporteurs, loueurs et moniteurs) qui n'a pas encore atteint son plafond de développement.

En revanche, la forte « touristicité » d'autres espaces tient à des ressources naturelles très aménagées comme les stations de ski alpin par exemple. En général, ces espaces, aménagés de longue date, disposent d'importantes capacités d'accueil. On peut citer le Mont Blanc ou la Côte d'Azur, mais aussi les sites investis par le tourisme de santé (thermalisme et thalassothérapie<sup>15</sup>). En 1900, lorsque le thermalisme était une forme de tourisme très prisée, la Savoie comptait 22 communes thermales. Elles ne sont aujourd'hui plus que

---

<sup>15</sup> Notons que les établissements de thalassothérapie se situent souvent en milieu urbain.

quatre. En effet, ce secteur a fait l'objet d'une certaine désaffection au cours de la seconde moitié du XXe siècle en rapport avec les progrès de la médecine. Néanmoins, on observe depuis quelques années un regain de fréquentation, résultat d'une véritable reconversion basée sur une stratégie d'élargissement et de diversification de la clientèle : du strict domaine de la santé, l'offre de ce secteur répond désormais aux besoins nouveaux d'une clientèle en quête de cure bien-être et de remise en forme.

Enfin, un dernier type d'activité s'avère attractif pour les espaces concernés : les sites "hors-sol". Il s'agit principalement de sites aménagés récemment pour permettre l'implantation de parcs de loisirs à caractère de divertissement (Eurodisney, Parc Astérix...), technologique (Futuroscope) ou de nature. Ce système d'offre touristique entièrement artificialisée a été importé des Etats-Unis et concernent des régions peu denses mais reliées aux agglomérations. Il est aujourd'hui possible de créer *ex nihilo* des lieux touristiques dans des régions de ressources banales. C'est le cas des Center Parcs, sorte de bulles vertes, qui connaissent un réel succès, notamment en raison de leur proximité avec l'agglomération parisienne et d'un concept entrepreneurial efficace. La campagne y est entièrement reconstituée, le milieu naturel artificialisé. Ces lieux (Normandie, Sologne) se situent malgré tout en zone rurale, probablement en raison du coût moindre des terrains et méritent cependant d'être pris en considération dans la question de l'usage récréatif des espaces car ils occupent souvent de vastes territoires.

### **Conclusion**

Le tourisme connaît depuis plus de vingt ans un essor important et continu tant avec la clientèle nationale qu'avec celle venant d'autres pays. Pour beaucoup d'acteurs locaux des régions rurales il est devenu un espoir de pallier le déclin de zones en difficulté, et il a sous-tendu un vaste effort de développement et de restructuration de l'offre, souvent accompagné par des soutiens financiers publics conséquents. On assiste en effet à une véritable restructuration du secteur récréatif rural, qui se traduit par l'accroissement du potentiel d'accueil et une diversification en termes d'offre, de clientèle, de chiffre d'affaires, etc. pour répondre à une demande plus fragmentée. L'offre se professionnalise, le secteur s'organise de plus en plus en filière économique, ce qui n'empêche pas le maintien d'une dualité entre un tourisme traditionnel peu marchand et l'émergence de nouveaux types de loisirs. Cette réalité s'appuie sur un changement social plus global. Le nouveau paysage touristique rural qui se dessine est induit par l'évolution générale de la société urbanisée. Elle intègre non seulement la modification des représentations à l'égard des espaces ruraux mais aussi des pratiques, marquées par une exigence plus forte en termes de confort et d'offre d'activités. Si nombre d'élus, d'administrations, de chercheurs ou de journalistes ont voulu croire à un formidable essor du tourisme vert et qu'ils s'en sont fait l'écho, nous avons constaté que la réalité est plus contrastée. La segmentation de la demande urbaine induit une spécialisation territoriale plus sélective. On comprend alors qu'en fonction de leurs ressources et de leur localisation, les espaces ruraux ne puissent atteindre un même niveau de développement touristique, ni nourrir les mêmes ambitions. Toutefois, le mouvement général d'attraction du milieu rural contribue à affirmer le caractère multifonctionnel de ces espaces et le tourisme en devient l'une des expressions majeures que toute prospective doit prendre en compte.

## **Bibliographie**

- AFIT, *Tourisme en espace rural*, AFIT, octobre 1998.
- BONNIN P., DE VILLANOVA R. (dir.), *D'une maison à l'autre, parcours de mobilités résidentielles*, CREAPHIS, 1999.
- BONTRON J.-C., LASNIER N., "Tourism: A Potentiel Source of Rural Employment" in Ray D. BOLLMAN and John M. BRYDEN, eds, *Rural employment. An international Perspective*, CAB International 1997, pp. 427-446.
- CHAZAUD P., « Tourisme rural et système autarcique de la demande. L'exemple de l'Ardèche », *les Cahiers Espaces*, n° 42, juin 1995.
- CREDOC, "La demande touristique en espace rural", *Données économiques du tourisme*, n°36, 1999.
- CREDOC - FNAIM, *Les Français et l'immobilier*, CREDOC, 2001.
- DE LA SOUDIÈRE M. (dir.), "L'autre maison. La résidence secondaire, refuge des générations", *Revue Autrement*, n°178, avril 1998.
- DUBOST F. (dir.), *Les résidences secondaires : nouvelles orientations*, Rapport final, DATAR, 1995.
- GROUPE PROSPECTIVE TOURISME, *Les déterminants de la demande touristique à l'horizon 2005*, Rapport intermédiaire, 1996.
- IFEN, *Tourisme, environnement, territoires : les indicateurs*, IFEN, 2001.
- INSEE, *Enquête permanente sur les conditions de vie*, INSEE, 1999.
- INSEE, *Enquête quadrimestrielle de 1989 à 1994*, INSEE, 1995.
- JOLLIVET M. (dir.), *Vers un rural post-industriel*, Paris, L'Harmattan, 1997.
- KNAFOU R. (coord.), *Tourisme et loisirs*, vol. 7, in Saint-Julien (Thérèse) (dir.), *Atlas de France*, Reclus, La Documentation française, 1997.
- "Les vacances d'été des Français : éléments importants, degrés d'insatisfaction", *Analyses et perspectives du Tourisme*, n°54, 1999.
- LUGINBÜHL Y., *Sens et sensibilité du paysage*, Thèse de l'Université Paris 1, 1981.
- LUGINBÜHL Y., "L'agriculture contemporaine peut-elle être paysagiste", in *Paysages et agriculture*, Compte-rendu de l'Académie d'agriculture, vol. 82, n°4, 1996, pp. 113-122.
- LUGINBÜHL Y., "Entre image et paysage, cherchez l'intrus", *Revue XOAWA*, n°5, 1997.
- MALLON P. (dir.), "Tourisme rural : la voie du tourisme durable", *Les Cahiers Espaces*, n°42, juin 1995.
- MATHIEU N., " Des représentations et pratiques de la nature aux cultures de la nature chez les citadins: question générale et étude de cas", *Bulletin de l'Association des géographes Français*, n°2, 2000.



- MATHIEU N., JOLLIVET M., (dir.), *Du rural à l'environnement, la question de la nature aujourd'hui*, Ed. ARF/L'Harmattan, 1989.
- MINISTÈRE DU TOURISME, "Les emplois dans le tourisme, analyse nationale et régionale", *Analyses et perspectives du tourisme*, n°42, septembre 1995.
- MINISTÈRE DU TOURISME, *La demande touristique en espace rural*, 1998.
- MINISTÈRE DU TOURISME, *Comptes provisoires du tourisme 2000*, avril 2001.
- MOREL-BROCHET A., *Entre lien social et territoire, construction d'une nouvelle ruralité*, mémoire de DEA, Université Paris I, 2000.
- OCDE, *Créer des indicateurs ruraux pour étayer la politique territoriale*, Paris OCDE, 1994.
- ROUQUETTE C., "Chaque année, quatre Français sur dix ne partent pas en vacances", *INSEE Première*, n° 734, Août 2000.
- SCHMITT B. (dir.), *Les campagnes et leurs villes*, INSEE-INRA, 1998, 203 p.
- SEGESA, Agence Paysage, *La valorisation touristique du patrimoine rural*, AFIT, 2001.
- VIARD J. (dir.), *Réinventer les vacances : la nouvelle galaxie du tourisme*, La Documentation française, 1998.
- VIARD J., *Le sacre du temps libre, la société des 35 heures*, L'Aube, 2002.