

Mémoire

présenté pour l'obtention du Grade de

MASTER

“Métiers de l'Enseignement, de l'Education et de la Formation”

Mention 2nd degré – HISTOIRE-GEOGRAPHIE

sur le thème :

**L'évolution de l'enseignement du tourisme en
géographie en classe de première,
d'une conception économique au rôle des pratiques
dans le développement d'espace productif, à travers
l'exemple de la Surficon Valley en étude de cas.**

Projet présenté par
Cyprien MATHIS

Directeur
Professeur **Michel VRAC**
(ESPE de Franche-Comté)

Année universitaire 2017-2018

L'évolution de l'enseignement du tourisme en géographie en classe de première, d'une conception économique au rôle des pratiques dans le développement d'espace productif, à travers l'exemple de la Surficon Valley en étude de cas.

Table des matières

1 Première partie : La place secondaire du tourisme dans les monographies régionales, dans les programmes et dans les manuels scolaires jusque dans les années 1970-1980.....	5
1 Une approche descriptive et un intérêt modéré pour le sujet jusqu'aux années 1950 puis une approche thématique aboutissant à une typologie des lieux jusqu'aux années 1980....	5
1.1.1 « L'ère de la description » : l'étude du tourisme en géographie et dans les programmes jusqu'aux années 1950.....	5
1.1.2 « L'ère thématique » : l'étude du tourisme en géographie, et dans les programmes jusqu'aux années 1980.....	6
2 L'étude régionale et économique du tourisme dans les manuels secondaires.....	7
1.1.3 La place secondaire du tourisme dans le manuel Hachette, 1962.....	7
1.1.4 Le tourisme, présentée comme une ressource dans le manuel Armand Colin, 1964.....	11
2 Seconde partie : Le tourisme, à partir des années 1980 une nouvelle thématique de recherche et une place grandissante dans les programmes et les manuels scolaires.....	14
1. Le renouveau du tourisme à travers de nombreuses thèses et articles depuis les années 1980, l'étude de la production et de la consommation du tourisme.....	14
2.1.1 « L'ère de la diversité », l'étude du tourisme en géographie et dans les manuels scolaires jusqu'aux années 2000.....	14
2.1.2 Depuis les années 2000, le tourisme à travers la géographie culturelle.....	16
2. L'étude du tourisme à travers les hommes dans les années 1980 puis à travers le renouveau de la géographie culturelle dans les années 2000.....	17
2.1.3 Le tourisme, au sens statistique, dans les manuels des années 1980.....	17
2.1.4 Le tourisme dans les manuels des années 1990 et 2000 : d'une place importante à un éclatement du thème dans les programmes.....	28
3 Troisième partie : L'étude de cas de la Surficon Valley, un territoire de l'innovation lié à la pratique touristique.....	42
1 La construction de l'étude de cas.....	42
3.1.1 Le programme actuel de première Économique et Sociale.....	42
3.1.2 Le choix de l'étude de cas, des documents et des questions.....	42
2 La réalisation de l'étude de cas.....	48
3.1.3 Les objectifs et attentes de cette étude de cas.....	49
3.1.4 Le bilan de l'étude de cas.....	50

Introduction

En 2016, le nombre de touristes a augmenté de 3,9 % par rapport en 2015 pour atteindre 1,235 milliard selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, soit la septième année consécutive de hausse, qui a débuté en 2009. Ces différentes données nous montrent bien que ce secteur économique connaît un essor important.

Le tourisme, système d'acteurs, de pratiques et de lieux qui a pour finalité de permettre aux individus de se déplacer pour leur récréation hors de leur lieu de vie habituel afin d'aller habiter temporairement dans d'autres lieux (Équipe MIT, 2002).

Le tourisme se développe, à partir du XVIII^e siècle, en Angleterre, avec le Grand Tour, l'élite voyage à travers l'Europe, pour mieux connaître les civilisations européennes. Il commence par se développer à partir des pratiques liées aux soins thérapeutiques comme l'alternance des bains froids de la mer et des bains chauds des stations thermales en hiver et l'air doux en montagne en été. La saisonnalité change dans les années 1920 et 1930, le rapport au corps évolue aux États-Unis, avec le modèle des 3 S (Sea, Sand, Sun) et la recherche d'un corps bronzé et musclé. (DUHAMEL, 2016)

Après la Première Guerre mondiale, le tourisme se mondialise davantage, dans deux pôles touristiques : l'Europe et les États-Unis. La pratique touristique se diffuse auprès des élites, à travers l'empire colonial français. Dès les années 1910, les militaires français font du tourisme au Maroc, en pratiquant le ski sur l'Atlas marocain. Le tourisme se mondialise peu à peu. Puis la pratique se diffuse aux classes populaires à la fin des années 1930, lorsque le Front Populaire est au pouvoir et accorde aux salariés français deux semaines de congés par an, en 1936. Dans les années 1960, avec l'essor de l'aviation et la baisse des coûts de transport dans les pays développés, le tourisme est de plus en plus important, et se développe vers des destinations tropicales. Enfin, dans les années 1990, et encore plus dans les années 2000, il y a l'essor d'une nouvelle clientèle venant des Suds, les Chinois font du tourisme en France, par exemple. De nouveaux pôles émetteurs de touristes émergent comme l'Amérique du Sud ou encore l'Asie. Cependant, malgré une mondialisation, il existe une diversification des pratiques et des usages. En Chine, contrairement aux usages occidentaux, l'attrait pour la mer n'est pas lié au bronzage mais à d'autres usages comme les promenades, les jeux liés à la présence de casinos dans les stations balnéaires, ou la baignade liée à l'apprentissage progressif de la natation. (DUHAMEL, TAUNAY 2016)

En 2015, le nombre de touristes internationaux est de 1,2 milliard selon l'OMT, trois milliards de personnes en intégrant le tourisme domestique, ce qui nous montre l'importance du tourisme, et qu'il est mondialisé.

La France tient une place importante puisqu'en 2015 c'est la première destination touristique mondiale avec 86,3 millions de touristes. Le tourisme rapporte en 2014, 158 milliards d'euros, soit 7,4 % du PIB et représente deux millions d'emplois. Cependant, la France est au 4^e rang mondial des recettes liées au tourisme, derrière les États-Unis, la Chine et l'Espagne.

Le tourisme, dans la recherche universitaire comme dans l'enseignement, est un thème de plus en plus étudié. Depuis les années 1960, le tourisme est abordé dans les programmes scolaire au collège, en classe de quatrième et au lycée, en seconde et en première.

Dans ce mémoire, nous allons étudier la place du tourisme dans les manuels au lycée en classe de première, à partir des années 1960.

L'étude du tourisme a évolué en même temps que la géographie du tourisme. Jusqu'en 1950 le tourisme est rapidement abordé dans les grandes monographies régionales sans être analysé, c'est l'« ère de la description » (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012). Puis jusque dans les années 1980, les géographes cherchent à définir une typologie du tourisme, marquée par le régionalisme, c'est l'« ère thématique » (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012). À partir des années 1980, une véritable géographie du tourisme se met en place, avec la rédaction de nombreuses thèses et de nombreux articles scientifiques. Elle cherche à suivre le développement du tourisme, c'est l'ère de la diversité (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012).

La place du tourisme dans les programmes semble suivre l'évolution du tourisme, elle est d'abord secondaire, puis à partir des années 1980, et le début de l'ère de la diversité, le tourisme prend une place de plus en plus grande, et est abordé sous différents angles. Le tourisme est étudié au collège sous l'angle des mobilités. Au lycée, il est étudié sous l'angle des territoires et des acteurs.

Nous sommes stagiaires en lycée. Or, au lycée, le tourisme a été abordé dans les différents programmes de géographie en seconde et en première. En première, l'approche du tourisme est centrée sur les acteurs et les territoires, dans le thème des dynamiques des espaces productifs. Les espaces productifs sont des espaces aménagés et mis en valeur pour une activité dominante. Il remplace la classification de l'économie en trois secteurs de Colin CLARK.

Dans ce mémoire, nous allons nous demander quelle a été l'évolution de la géographie du tourisme en analysant la place et la manière d'aborder le tourisme dans les programmes et les manuels scolaires ? Comment construire une étude de cas pour introduire le tourisme, en classe de première, en prenant compte de ces évolutions ?

Pour répondre à cette question, nous avons donc consulté d'anciens manuels de géographie, de première, conservés au Fond Patrimonial de l'ESPE de Franche-Comté de 1962 à nos jours.

L'offre du Fond Patrimonial est limitée, les plus anciens manuels datent des années 1960. Dans un premier temps, nous avons consulté tous les manuels de première. Puis, dans un second temps, nous avons choisi les plus pertinents en sélectionnant au minimum un manuel par décennie, à l'exception des années 1970. Et lorsque nous le pouvions, nous avons choisi des manuels de la même année pour permettre une comparaison de la place donnée au tourisme.

Ainsi, nous allons étudié dans ce mémoire, sept manuels de 1962 à 2003, présenté dans le tableau suivant :

Éditeur du manuel et année d'édition	Titre du manuel	Auteurs du manuel	Justification du choix du manuel
Hachette, 1962	La France, géographie régionale. Les pays africains et malgaches d'expression française	P. GOUROU, L. LAPY	Premier manuel du Fond Patrimonial à évoquer le tourisme en France
Armand Colin, 1964	France et pays d'expression française	A. LABASTE, R. BLANCHON, R. OUDIN,	Une double page consacrée au tourisme
Armand Colin (collection Balleste), 1982		M. AUGUEREAU, C. BERTHAUD, J. GRAS, B. KAYSER	Un dossier documentaire consacré au tourisme en France
Delagrave, 1988	La France en Europe et dans le monde	R. FROMENT, R. KIENAST, B. PASDELOUP	Une leçon consacrée aux activités touristiques
Hatier (collection Barret-Brignon), 1988		C. BARRET, J. BRIGNON	Une leçon et des points de méthodes prenant l'exemple du tourisme
Nathan, 1994		J-R. PITTE	Un chapitre entier consacré au tourisme : Chapitre 8 : Un service de pointe, le tourisme
Magnard, 2003		J. LALTA, J-F. JOLY, R. REINERI	Une étude de cas : Disneyland Resort Paris, pôle de développement économique

Dans ce mémoire, dans une première partie, nous allons étudier la place secondaire du tourisme dans les manuels scolaires jusque dans les années 1980, date du passage de l'ère thématique, à l'ère de la diversité puis dans une seconde partie, nous allons étudier l'importance croissante du tourisme dans les recherches géographiques et dans les manuels scolaires avant de finir dans une dernière partie par aborder l'étude de cas de la Surficon Valley, réalisée avec une classe de première pour montrer l'étude du tourisme à travers les espaces productifs en intégrant l'évolution des approches du tourisme.

Pour cela, l'étude de cas développée avec les élèves et dans ce mémoire montre comment à partir d'une pratique, le tourisme se développe, structure un territoire, peut être créateur de nouvelles activités comme l'industrie, et est à l'origine d'un espace productif. Elle intègre une démarche scientifique renouvelée de l'étude du tourisme puisque le tourisme n'est pas étudié sous l'angle des territoires ou des acteurs mais à partir d'une pratique.

1 Première partie : La place secondaire du tourisme dans les monographies régionales, dans les programmes et dans les manuels scolaires jusque dans les années 1970-1980.

Dans cette première partie, nous allons commencer par retracer l'épistémologie du tourisme dans un premier temps, avant de montrer que ces évolutions ont un impact dans les programmes à travers les manuels scolaires.

1 Une approche descriptive et un intérêt modéré pour le sujet jusqu'aux années 1950 puis une approche thématique aboutissant à une typologie des lieux jusqu'aux années 1980.

1.1.1 « L'ère de la description » : l'étude du tourisme en géographie et dans les programmes jusqu'aux années 1950.

La géographie française au début du XXe siècle est appelée la géographie classique. Cette géographie est celle de la connaissance du terrain et de l'histoire. Les géographes cherchent sur le terrain des explications naturelles pour légitimer les partages régionaux ou territoriaux. Ils étudient le rapport entre la nature et la société.

À l'école, cette vision est retrouvée dans les manuels avec la présence de nombreuses cartes et de photographies. (P. CLERC, 2012).

À ces dates, le tourisme est très peu étudié par les géographes, car ils ont des difficultés à cerner la mobilité frivole, dans le cas du tourisme. C'est l'ère de la description (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012).

Ainsi le tourisme est peu abordé jusque dans les années 1950, et lorsqu'il l'est, les travaux restent descriptifs, et concernent des espaces peu ciblés comme les côtes, les stations. Néanmoins, la géographie, avec l'économie, sont les premières sciences humaines à s'intéresser au tourisme. (R. FERRAS, D. PUMAIN, A. BAILLY, 1995)

L'enseignement de la géographie est ancienne en France.

« La géographie est enseignée dans les collèges jésuites, avant la Révolution ». (CLERC P., 2012, p27). Cependant la présence de cette matière est modeste dans l'enseignement. Après la Révolution, l'enseignement de la géographie est plus important mais il devient obligatoire à partir de 1867. Le but, jusqu'en 1860 est alors de fournir des repères spatiaux à l'histoire. Après 1860, en pleine période de colonisation, il s'agit pour les élèves de connaître le monde et ses ressources. (P. CLERC, 2012).

La géographie s'installe durablement dans l'enseignement secondaire en 1872, après les résultats du rapport Levasseur-Himmly, demandé par le ministre de l'Instruction Publique, Jules Simon, mettant à jour la faiblesse de la géographie scolaire. À partir de cette date, la géographie de la France est étudiée en classe de première. De 1872 à 1902, le programme change régulièrement, il

est « conçu comme un empilement de nomenclature, [...] sans réelle hiérarchisation, ni thématique, ni scalaire. » (I. LEFORT, 1998, p24-25).

En 1902, une réforme installe les fondements de la géographie « vidalienne » en classe de rhétorique, c'est à dire la première actuelle, en instaurant un enseignement de géographie régionale.

Dans le programme de première de 1925, la place de la géographie physique est réduite, la géographie humaine est mieux structurée.

Ces deux programmes mettent en place les bases de la géographie jusqu'en 1980. Ces programmes s'intitulent sobrement « La France ». Ils sont structurés en quatre grandes parties thématiques. Une première partie concerne la présentation générale physique et démographique de la France, puis une seconde partie présente la partition du pays en « grandes régions naturelles », un héritage de Paul Vidal de La Blache, une troisième partie concerne la géographie administrative et économique, avant de terminer par les territoires coloniaux. (I. LEFORT, 1998). Cette organisation est retrouvée dans les manuels du XXe siècle.

Par la suite, les programmes jusqu'aux années 1950 évoluent peu, l'intitulé du programme est modifié mais l'organisation thématique reste la même. Le programme se nomme la France et son Empire en 1943, la France et ses colonies en 1945. (I. LEFORT, 1998). Nous comprenons, par ces intitulés que le but de la géographie à l'époque est bien de faire connaître le monde et ses ressources.

Le Fond Patrimonial ne dispose pas de manuel de première avant les années 1960 Mais à partir des différents constats ci-dessus, nous pouvons aisément imaginer que le tourisme dans les manuels est inexistant ou secondaire. Dans ce cas il est abordé très rapidement, dans le troisième grand thème des programmes, la géographie administrative et économique de la France.

1.1.2 « L'ère thématique » : l'étude du tourisme en géographie, et dans les programmes jusqu'aux années 1980.

À partir des années 1950, la géographie est davantage économique et sociale, tournée vers l'organisation économique de l'espace. Les géographes se spécialisent dans des sciences annexes comme l'hydrologie en géographie physique, la sociologie en géographie urbaine. Ces changements ont des conséquences pour la géographie scolaire, les enseignements évoluent, les statistiques se multiplient dans les manuels scolaires. Cette géographie est éclatée, la synthèse, base de la géographie classique disparaît et elle entre en crise dans les années 1970. (P. CLERC, 2012)

Le fil directeur du programme de première est toujours celui de l'étude de la France, mais les intitulés sont modifiés. Ainsi, en 1943, la France est étudiée avec son Empire, sous-entendu colonial, et en 1963, le fil directeur est celui de la Communauté française.

La géographie du tourisme entre dans l'ère thématique, ère pendant laquelle les géographes abordent des questionnements comme la distribution spatiale des phénomènes touristiques, les relations entre les populations touristiques et les lieux visités, l'impact touristique... (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012). Nous pouvons donc observer que l'ère de la description est terminée, les géographes cherchent désormais à expliquer le tourisme, à travers l'organisation spatiale dans le cadre de la Nouvelle Géographie. Cette géographie s'appuie sur l'utilisation de statistiques.

L'étude du tourisme est encore très régionale, à l'origine d'une typologie rigide, retrouvée

dans de nombreux manuels jusqu'à nos jours. (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012).

Les programmes de géographie ne sont pas profondément modifiés par rapport au début du XXe siècle. Les libellés des programmes scolaires, comme dans les années 1940, sont modifiés.

En 1963, le libellé est retouché, puisque le statut des possessions françaises est modifié. En 1963, il devient « La France : géographie régionale. Les pays africains et malgaches d'expression française. » Ce programme est divisé en trois grandes parties. La France est étudiée dans une première partie, puis les départements et les territoires d'outre-mer avant de terminer par les pays africains et malgaches d'expression française. Ainsi, ces deux dernières parties permettent d'aborder une approche mondiale de la France. (I. LEFORT, 1998).

La première partie, consacrée à la France, se rapproche de l'organisation thématique du début du XXe siècle, en abordant la géographie physique, la géographie régionale, la population française avant de terminer par la vie économique de la France.

Jusqu'en 1982, aucune réforme modifie l'organisation et l'esprit des programmes de géographie.

Le Fond Patrimonial de l'ESPE dispose de manuels des années 1960. Nous allons donc étudier deux manuels scolaires de première des années 1960. Nous allons montrer l'impact de l'épistémologie de la géographie dans ces manuels.

2 L'étude régionale et économique du tourisme dans les manuels secondaires.

Pour analyser et comparer ces manuels, nous allons relever le nombre de pages étudiant le tourisme, le lien entre le tourisme et les autres leçons, les leçons liées au tourisme et leurs contenus, les documents, si ils sont présents, choisis par les auteurs. Nous allons ensuite terminer par un bilan à chaque fin d'analyse de manuel.

Dans les années 1960, si la place du tourisme est la même dans les manuels que dans l'épistémologie, elle devrait être secondaire. Dans cette partie, nous allons analyser deux manuels des années 1960, le manuel Hachette de 1962, et le manuel Armand Colin de 1964.

1.1.3 La place secondaire du tourisme dans le manuel Hachette, 1962.

En 1962, le manuel Hachette, La France géographie régionale, dirigé par P. GOUROU et L. LAPY, divisé en 34 leçons, évoque le tourisme dans la leçon 24, le commerce et la circulation en France à travers une leçon et deux documents. À cette date, le manuel suit le programme de 1960, La France métropolitaine et la France d'Outre-mer.

Cette leçon est la dernière avant celle étudiant les départements et les territoires d'Outre-Mer. Le manuel suit le découpage thématique issue des programmes de 1902 et 1925, dans lequel la géographie administrative et économique de la France prend place avant l'étude des territoires coloniaux.

d'énergie ne sont pas moindres, tant avec les machines électriques qu'avec les locomotives Diesel; aussi les travaux d'électrification se poursuivent-ils sur toutes les lignes à fort trafic : leur cadence est d'environ 300 km par an [fig. 13]. En 1963, la France dispose de 17 550 km de lignes électrifiées assurant 63 % du trafic total [fig. 14].

B. Les transports routiers

1° Le réseau routier de la France est homogène et de bonne qualité mais comporte peu d'autoroutes [fig. 16]. Il suffit de voyager en Europe pour constater que les routes françaises ne sont pas plus encombrées que celles de l'étranger bien que la proportion de familles pourvues d'automobiles soit plus forte que chez nos voisins. Cela tient à ce que la France a 350 000 km de routes nationales et départementales. Pour 1 000 habitants, il y a 16 km de routes en France, 5 km en Allemagne et 10 km en Italie. Ajoutons des centaines de milliers de km de chemins vicinaux en partie goudronnés. Dans de nombreux secteurs, l'absence d'autoroutes — dont sont pourvues l'Allemagne et l'Italie — est compensée par l'existence de nombreux itinéraires rapides, peu fréquentés et bien équipés. En revanche, les régions de grandes concentrations humaines et industrielles (le Nord, la Lorraine, la région parisienne, la Côte d'Azur, les sorties vers l'Espagne) ont besoin de grandes artères nouvelles de dégagement : 1 900 km d'autoroutes doivent être exécutés d'ici 15 ans. Ailleurs on se contentera de l'amélioration des carrefours, des élargissements de chaussées ou des voies d'évitement permettant de passer à l'écart des agglomérations trop serrées.

2° Sur nos routes circulent plus de sept millions de voitures de tourisme et un million et demi de véhicules utilitaires. Avec une voiture particulière pour 7 habitants et une proportion égale de motocycles, la France est la nation la plus motorisée d'Europe. Le nombre de kilomètres-voyageurs par automobile est difficile à mesurer; mais il est à coup sûr plusieurs fois supérieur au trafic-voyageurs par train. Les véhicules utilitaires ont une place sans cesse croissante dans nos transports terrestres : environ 28 milliards de tonnes/km en 1963, soit près de la moitié du trafic ferroviaire. Mais leur utilité paraît beaucoup plus grande si l'on se réfère au tonnage chargé annuellement sans tenir compte des distances, car les camions déplacent

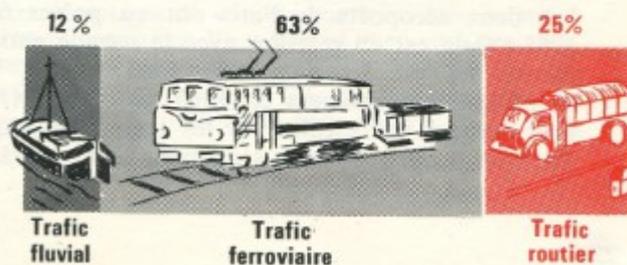
au total environ un milliard de tonnes par an, dont les 3/4 sur des trajets inférieurs à 50 km. Là-dessus les matériaux de construction viennent au premier rang (50 %) mais sur de courtes distances; ils sont suivis par les produits alimentaires (16 %) qui accomplissent au contraire d'assez longs voyages sur route.

C. Le tourisme

1° Les richesses touristiques de la France sont nombreuses et variées. La quiétude de nos campagnes et de nos grandes vallées, tel le Val de Loire, la lumière éclatante des pays méditerranéens, la grandeur sauvage de nos hautes montagnes, les solitudes de nos belles forêts peuvent satisfaire les goûts les plus divers. En outre, la France possède un patrimoine artistique de tous les âges : grottes préhistoriques du Périgord, monuments mégalithiques de Bretagne, cathédrales du Moyen Age, châteaux et palais des Temps modernes tels ceux de Chambord et Versailles, constructions audacieuses des ingénieurs du xx^e siècle : pont de Tancarville, barrage de Tignes... Ces curiosités déplacent des foules : la Tour Eiffel, les aéroports de Paris, le palais de Versailles reçoivent un million de visiteurs par an, et nos châteaux de province (Pau, Chambord, le Haut-Kœnigsbourg) sont admirés par des centaines de milliers de touristes [fig. 19].

2° Le tourisme et les séjours de vacances enrichissent surtout les régions littorales, Côte d'Azur, Côte basque, plages de l'Atlantique et de la Manche. Les stations thermales (Vichy, Évian, Luchon) et les montagnes attirent aussi de nombreux touristes et curistes. Chaque année, quatre millions d'étrangers séjournent en France et y laissent plus d'un milliard de F de devises, utiles à nos paiements extérieurs. Certains défauts de notre système hôtelier font obstacle au développement de ces ressources et, certaines années, les dépenses des Français à l'étranger (Espagne et Italie surtout) sont supérieures à celles des étrangers en France.

▼ FIG. 15. — RÉPARTITION DU TRAFIC INTÉRIEUR EN FRANCE.



La géographie économique de la France suit la classification de Colin CLARK l'économie en trois secteurs. En effet, le secteur tertiaire est abordé dans la leçon 24, après l'étude du secteur primaire, puis secondaire.

Dans cette leçon, le tourisme est évoqué à la fin de la troisième partie, le rail et la route. Dans cette partie, il est étudié par les élèves après les transports ferroviaires, et routiers, avant les transports aériens.

Pour les auteurs, le tourisme est relié à la géographie de la circulation. La circulation est étudiée par les géographes classiques dès le début du XXe siècle.

La leçon donne une approche descriptive du tourisme puisqu'elle dresse un tableau touristique de la France, puis l'approche est économique, le tourisme est vu comme un mode de développement.

Le champ lexical de cette leçon n'est pas la même que dans les manuels contemporains. La leçon utilise de nombreuses fois l'adjectif possessif « nos », « la quiétude de nos campagnes et de nos grandes vallées » Cette utilisation fréquente montre l'appartenance du pays à tous les français. La leçon présente la France sous un bel angle, que les touristes admirent. C'est la notion de qualité de lieux (O. LAZAROTTI, 2003).

Cette leçon est accompagnée de deux documents, une carte et une photographie, sur la double-page suivante, consacrée aux transports aériens et à des travaux pratiques. Les auteurs ne cherchent donc pas à faire de lien entre les documents et la leçon.

Le premier document est une carte du tourisme en France en 1958. Elle localise les départements français les plus touristiques, le patrimoine français attirant les touristes et la présence de touristes étrangers.

Le deuxième document est une photographie aérienne oblique d'une plage du Lavandou, entre Toulon et Saint-Tropez. Cette photographie illustre bien la volonté d'étudier le lien entre nature et société. La présence de la plage permet d'attirer les touristes.

Ces deux documents sont illustratifs et ne font pas l'objet de questions. Ils sont utilisés pour accompagner la leçon puisqu'ils reprennent les grandes idées de celle-ci. Cependant, des questions sont présentes sur cette double-page. Même si elles ne concernent pas le tourisme, nous pouvons voir qu'elles demandent aux élèves de faire des calculs, relever des informations dans la vie des élèves. Ces questions ne sont plus d'actualité aujourd'hui.

Dans ce manuel, le tourisme est vu comme une activité avec une vision positive puisqu'il est perçu comme un moyen de développement. Il est développé grâce aux congés payés, depuis 1936, et à l'essor économique que connaît la France pendant les Trente Glorieuses et à la présence de nombreux atouts liés à l'Histoire et aux paysages de la France.

Le manuel semble suivre une géographie encore classique, puisque les documents sont une carte, et une photographie et ne sont pas des tableaux statistiques.



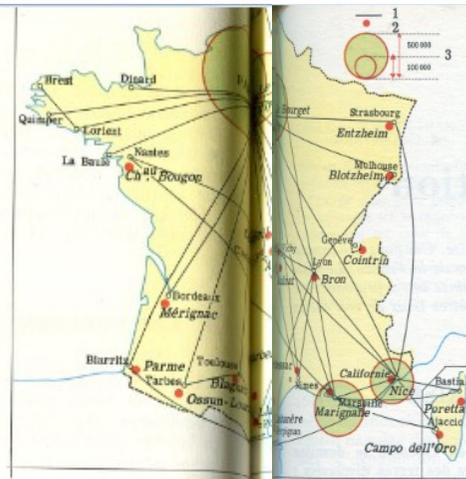
▲ FIG. 16. — LA CIRCULATION ROUTIÈRE.

IV. LES TRANSPORTS AÉRIENS

1° La France dispose de beaux aéroports modernes. Paris en a deux : Orly au Sud et Le Bourget au Nord. Orly est un des mieux aménagés du monde [fig. 11, page 51]; pourvu de deux longues pistes, il peut accueillir un trafic horaire de soixante mouvements d'avion; l'aérogare est reliée à l'autoroute du Sud. Les autres grands aéroports sont ceux de Marseille, Nice, Toulouse, Bordeaux, Lyon. Des aéroports secondaires complètent cet équipement.

2° Le réseau intérieur français connaît depuis quelques années un essor rapide. Grâce aux avions postaux de nuit le courrier est acheminé rapidement entre les grandes villes. Les lignes d'avion sont concurrencées par l'extrême rapidité de nos trains sur la plupart des trajets fréquentés par les hommes d'affaires : la longueur du trajet entre les aéroports et les villes qu'ils desservent est pour l'avion un lourd handicap. Malgré cela la Compagnie Air-Inter a transporté, en 1963, 350 000 passagers entre les grandes villes françaises.

3° Le trafic aérien international est en pleine expansion. Sur la totalité de leur réseau mondial les sociétés françaises (Air France et U.A.T.) assurent un mouvement (1963) de 7 milliards de passagers-km. Les deux aéroports de Paris ont vu passer 6 620 000 passagers en 1965 : Orly est en relation avec le monde entier; Le Bourget dessert surtout les pays voisins d'Europe. Nice et Marseille ont dépassé le million de passagers en 1963. Bordeaux (Mérignac) et Toulouse sont surtout des escales sur les lignes d'Afrique. Nice, Biarritz, Le Touquet, Lourdes-Ossun s'animent surtout grâce au tourisme estival.

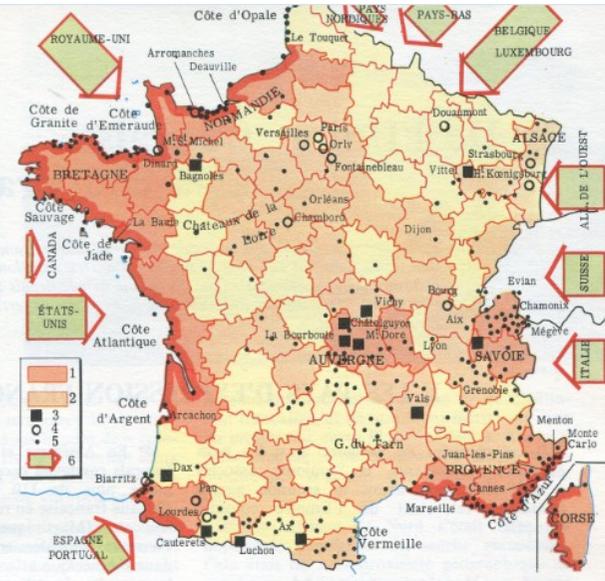
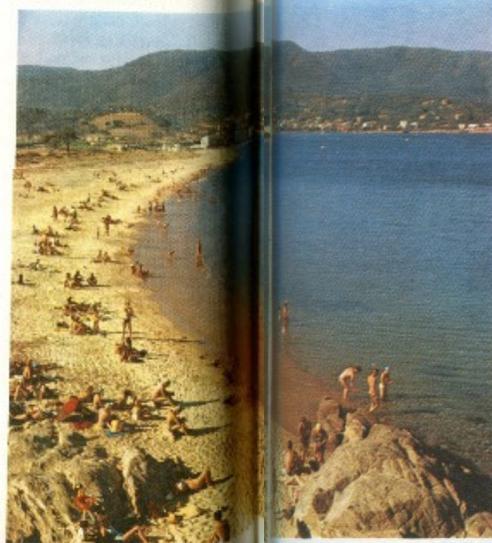


▲ FIG. 17. — AÉROPORTS ET LIGNES AÉRIENNES.

1. Ligne aérienne intérieure.
2. Aéroport.
3. Trafic des passagers.

Les deux aéroports de Paris (Orly et Le Bourget) ont, ensemble, en 1963, un trafic supérieur à 5,2 millions de passagers.

▼ FIG. 18. — LE TOURISME



▲ FIG. 19. — TOURISME ET SÉJOURS DE VACANCES (voir la légende à gauche de la carte).

TRAVAUX PRATIQUES

AU LAVANDOU.
Photo Machatschek.

L'ouvrage de base pour l'étude des transports et du commerce en France est l'**Annuaire statistique de la France** (INSEE) et notamment le volume **Rétrospectif** paru en 1961.

1. Sur des graphiques, étudiez les variations du tonnage débarqué dans nos ports principaux depuis la Libération, la proportion des diverses marchandises et l'augmentation rapide des hydrocarbures.
2. Calquez un planisphère et figurez-y les principaux courants commerciaux vers la France en indiquant la nature des produits vendus par chaque pays.
3. Calculez la valeur des exportations françaises par habitant chez nos principaux clients. Essayez d'expliquer les différences constatées.
4. Organisez dans votre classe une discussion sur les avantages et les inconvénients possibles du Marché Commun. Quels en sont les effets que vous pouvez déceler dans vos propres achats, dans l'activité de votre ville?
5. Relevez dans votre ville ou dans votre quartier la liste des grands magasins et des magasins à succursales. Leur nombre a-t-il augmenté récemment? (Interrogez à ce sujet les petits commerçants.)
6. Pourquoi le trafic des ports de Nantes-Saint-Nazaire et celui de Bordeaux étaient-ils restés stationnaire pendant quelques années? Pourquoi celui de Bayonne a-t-il doublé depuis quelques années?
7. Sur le livret Chaix, comptez le nombre journalier de trains entre certaines grandes villes : Dijon et Lyon, Toulouse et Bordeaux, Strasbourg et Bâle... Comparez, expliquez...
8. Demandez au service des Ponts et Chaussées de votre département de vous communiquer quelques comptages de voitures sur les routes de votre région. Expliquez les différences constatées. Vous pouvez aussi procurer la carte qui donne le comptage des principales routes françaises.
9. Demandez aux agences de voyages de votre ville des documents sur le réseau aérien d'Air France. Étudiez-les, utilisez-les pour illustrer votre cours de géographie.

1.1.4 Le tourisme, présentée comme une ressource dans le manuel Armand Colin, 1964.

Quelques années plus tard, en 1964, le manuel Armand Colin, France et pays d'expression française, de A. LABASTE, R. BLANCHON, R. OUDIN, consacre une double page et une partie entière au tourisme dans la leçon 27, la circulation et les échanges. Ce manuel suit le programme de 1963, la France : géographie régionale. Cette leçon fait partie de la troisième et avant-dernière partie du manuel, population et économie de la France. Les auteurs ont choisi de rapprocher deux sous-thèmes du programme, la population française et la vie économique de la France.

Le tourisme constitue la cinquième et dernière partie de la leçon, après l'étude du commerce extérieur, avec un titre davantage problématisé que dans le manuel Hachette de 1962. En effet, la partie s'intitule une ressource qui s'accroît : le tourisme. Le titre indique aux élèves que le tourisme se développe de plus en plus.

Il est intéressant de noter que le tourisme est vu comme une ressource. Aujourd'hui, les programmes de géographie mettent en avant les ressources naturelles, ou humaine, mais ce terme n'est plus utilisé pour le tourisme dans les manuels.

Cette leçon montre aux élèves l'importance du tourisme dans l'économie et le compare avec d'autres activités comme l'automobile ou la sidérurgie, activités en forte croissance pendant les Trente Glorieuses. Elle cherche ensuite à expliquer la présence du tourisme en France, avant de faire une typologie rapide et de mettre en avant les points positifs puis négatifs.

La forme de la leçon évolue. Les auteurs font le choix d'utiliser de nombreuses statistiques et données, et de mettre les idées importantes en gras. La leçon est également mieux reliée aux trois documents, liés au tourisme.

Le premier est une carte (ci-dessous), les deux autres sont des photographies aériennes. Ces documents ne sont pas accompagnés de questions, ils servent à illustrer le cours et à le nuancer.

Le premier document est une carte de la France, cherchant à montrer l'évolution du tourisme estival d'après F. CRIBIER. Elle montre aux élèves la forte augmentation du nombre de touristes principalement sur les littoraux, et en montagne.

Les deux autres documents sont deux photographies aériennes obliques de deux littoraux.

La première photographie, (figure 17), montre une plage du pays de Caux au mois d'août. Cette photographie confirme que les littoraux accueillent de nombreux touristes, qui renforcent l'idée principale de la carte. Mais les auteurs n'ont pas choisi une plage de la Côte d'Azur pour démontrer aux élèves que le tourisme se développe sur de nombreux littoraux, même aux abords de falaises, caractéristiques des littoraux du Nord de la France. Le professeur peut montrer que les aménagements de l'homme permettent la mise en tourisme d'un espace. Le tourisme est alors défini au sens fonctionnel. (O. LAZAROTTI, 2003) Ce document montre également que le tourisme est un moyen de développer les territoires.

La deuxième photographie, (figure 18) placée sur la même page que le précédent document, pour permettre de les comparer ne traite pas directement du tourisme. En effet, cette photographie du port de Lavéra, située dans l'étang de Berre permet de montrer aux élèves que les littoraux accueillent également des activités commerciales, ici du pétrole, et des activités industrielles, ici de transformations du pétrole brut. Cette photographie permet donc de nuancer le tourisme massif sur les littoraux, et le professeur peut évoquer les conflits entre le tourisme et l'industrie.

Avec ces deux photographies, la vision du littoral industriel au Nord, et touristique au Sud, est renversée.

— les **pays d'Outre-Mer d'expression française**. Longtemps au premier rang de nos échanges, ils ne sont plus qu'un second. Bien qu'ils continuent à appartenir à la **zone franc**, leur accession à l'indépendance, la « décolonisation », ont amené une diminution de notre commerce avec eux. Celui-ci ne représente plus que le 1/4 à peine de nos importations, le 1/5 de nos exportations. Nous leur achetons des produits alimentaires (vin et agrumes d'Algérie, bananes et café d'Afrique noire), des minerais, du pétrole (Sahara). Nous leur vendons surtout des produits fabriqués; — **le reste du monde**, auquel nous achetons surtout des matières premières et du pétrole, et auquel nous vendons des produits manufacturés de toutes sortes. Dans ce groupe viennent largement en tête les **États-Unis**, qui sont notre 4^e client et notre 2^e fournisseur.

3 - Une balance commerciale et une balance des comptes de nouveau bénéficiaires.

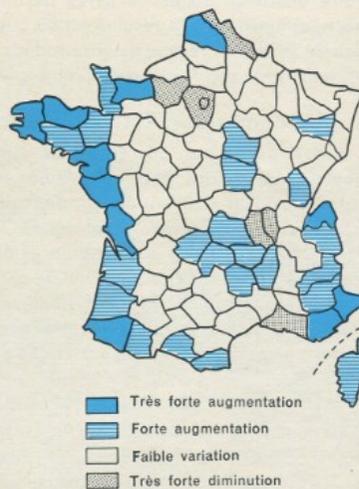
Longtemps déficitaire, **notre balance commerciale est depuis quelques années bénéficiaire**, car nos exportations dépassent légèrement aujourd'hui nos importations. Généralement bénéficiaire avec la zone franc, elle est à peu près équilibrée avec les autres pays. De même, nos « **importations invisibles** » (transports sur navires étrangers, dépenses des Français à l'étranger, revenus des capitaux étrangers placés en France, remboursement des prêts de l'étranger, etc.) sont aujourd'hui inférieures à nos « **exportations invisibles** » (dépenses des étrangers en France, capitaux français placés à l'étranger). Notre « balance des comptes » est donc, elle aussi, bénéficiaire. Pour ces deux raisons, la France reçoit des pays étrangers plus de dollars et de livres sterling qu'elle ne leur verse de francs : notre **déficit monétaire** a disparu.

V - Une ressource qui s'accroît : le tourisme

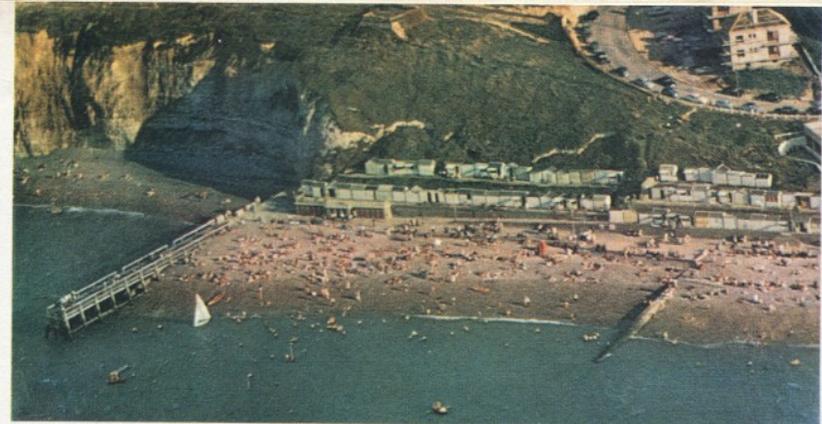
Ce résultat est dû pour une part importante à l'afflux des **touristes étrangers (5 à 6 millions)** qui visitent chaque année notre pays : les devises qu'ils dépensent en France font du **tourisme** notre **3^e activité exportatrice**, aussitôt après la sidérurgie et l'automobile, et avant l'industrie chimique. Le tourisme anime également notre commerce intérieur : presque **1 Français sur 2**, et **3 Parisiens sur 4** partent en vacances; 35 % de ces « vacanciers » vont au bord de la mer (fig. 17), 15 % à la montagne, 30 % environ vont à la campagne dans leur famille (fig. 16).

Lié au progrès des **moyens de transport**, le tourisme l'est aussi à la généralisation depuis une trentaine d'années des « **congés payés** ». Il est devenu un **tourisme de masse** : toutes les classes sociales y sont aujourd'hui représentées. De plus en plus, les touristes se déplacent sans cesse : le « **tourisme itinérant** » remplace peu à peu le « **tourisme de villégiature** ».

Les touristes sont attirés principalement par les **régions côtières**, les **montagnes**, les **stations thermales** et plus encore par **Paris**. Ils visitent aussi les villes ou les **régions riches en monuments du passé** (Val de Loire). Parce que



16 - Tourisme estival : on peut l'évaluer d'après les variations qui interviennent dans la consommation de farine en juillet et août (d'après F. Cribier).



17 - La plage de Veules-les-Roses, sur la côte du Pays de Caux, au mois d'août. Il n'y a pas que sur la Côte d'Azur que les foules se pressent au bord de la mer...

ce tourisme est **saisonnier**, leur afflux massif excède parfois les possibilités d'accueil de bien des centres. Si le **tourisme s'étendait**, il **pourrait vivifier beaucoup de pays** comme le Massif Central, les Alpes du Sud ou la Corse, riches en sites pittoresques ou grandioses et en immenses horizons, mais que la dureté de leurs conditions naturelles a vidés de leurs habitants.

18 - Le port pétrolier de Lavéra, à l'entrée de l'étang de Berre. Môles de débarquement de pétrole, avec les tuyauteries menant aux parcs de stockage ou aux raffineries. Le deuxième navire, à partir de la droite, est un des plus grands pétroliers français, l'Altair, de la Compagnie navale des pétroles (filiale de la Compagnie française des pétroles) : 224 m de long, 31 m de large, 11,5 m de tirant d'eau ; il peut transporter 47 000 tonnes de pétrole. A l'arrière-plan, installations industrielles de Port-de-Bouc.



Avec ce manuel, le tourisme, avec la leçon, est abordé sous un angle économique, c'est un secteur clé de l'économie. Le tourisme est vu comme une activité, et comme un moyen de développement des territoires. Cette leçon est accompagnée de documents illustratifs qui peuvent donner une vision nuancée aux élèves. Ce manuel reflète les changements épistémologiques puisque les statistiques sont utilisées pour construire la carte, et elles sont présentes dans la leçon. L'analyse est donc quantitative. Nous pouvons observer également la présence des photographies, nous montrant que les manuels gardent des habitudes de la géographie classique.

Ces deux manuels confirment bien notre hypothèse de départ, la place du tourisme est secondaire. Ce thème est abordé très rapidement, souvent en fin de thème, dans la leçon 24 pour le manuel Hachette, 27 dans le manuel Armand Colin. Dans ces manuels, une place importante est donnée à la leçon, par rapport aux documents. Ces derniers servent à illustrer le cours.

Les deux manuels montrent les avancées en quelques années, en 1964, dans le manuel Armand Colin, plus de documents sont consacrés au tourisme, et ils ne se contentent pas de décrire les grandes régions touristiques mais les auteurs évoquent les impacts économiques du tourisme.

Le Fond Patrimonial ne disposait pas de manuel de première des années 1970, nous n'avons donc pas pu en consulter, mais nous pouvons imaginer que le tourisme est toujours abordé de façon secondaire puisque les travaux d'I. LEFORT nous indiquent que le programme ne connaît pas de grandes modifications avant le début des années 1980.

Les années 1980 marquent aussi l'entrée dans l'ère de la diversité pour la géographie du tourisme.

2 Seconde partie : Le tourisme, à partir des années 1980 une nouvelle thématique de recherche et une place grandissante dans les programmes et les manuels scolaires.

Dans cette seconde partie, nous allons montrer que l'étude du tourisme connaît un renouveau à partir des années 1980, dans un premier temps avant de montrer la traduction de ces évolutions dans les manuels scolaires.

1. Le renouveau du tourisme à travers de nombreuses thèses et articles depuis les années 1980, l'étude de la production et de la consommation du tourisme.

Dans les années 1970, la géographie est entrée en crise, crise occasionnée par l'éclatement de la discipline entre les différentes spécialisations des géographes, à partir des années 1960. (P. CLERC, 2012).

2.1.1 « L'ère de la diversité », l'étude du tourisme en géographie et dans les manuels scolaires jusqu'aux années 2000.

À la fin des années 1970, et au début des années 1980, la Nouvelle Géographie remet en question le rapport entre géographie et nature et géographie et histoire. Elle est anthropocentrée, et intègre les approches économiques et culturelles. La géographie expérimente différentes pistes. Ces pistes sont la géographie quantitative, en place depuis les années 1960, avec l'analyse des systèmes spatiaux, la géographie radicale, influencée par le marxisme et la géographie humaniste, avec l'analyse des perceptions et des représentations. (P. CLERC, 2012). Dans les années 1980, la géographie intègre la géographie socio-culturelle en remettant l'homme au centre de celle-ci en étudiant les comportements des hommes, avec la notion d'espace vécu. (A. FRÉMONT, 1976)

À partir des années 1990, les géographes renforcent les pratiques sociales de la géographie, avec l'utilisation accrue de cartes et de Systèmes d'Information Géographique. (P. CLERC, 2012).

Les années 1980 marquent pour le tourisme l'entrée dans l'ère de la diversité. Les géographes étudient le développement du tourisme, s'affirmant comme un phénomène social complexe et transversal. Le tourisme touche désormais une grande partie des peuples et des sociétés. Les géographes construisent de nouvelles passerelles avec d'autres disciplines comme l'anthropologie, l'économie et la sociologie. Ils s'intéressent à la « production » du tourisme, à la « consommation » du tourisme, et aux liens entre les deux. Cette entrée dans l'ère de la diversité marque donc la séparation entre notre première et seconde partie. (M. GRAVARI-BARBAS, S. JACQUOT, 2012).

Les thèses et les articles scientifiques dédiés au tourisme se multiplient. Ils s'attachent à décrire, interpréter, commenter, modéliser, l'impact du tourisme sur les sociétés et dans les espaces. (R. FERRAS, D. PUMAIN, A. BAILLY, 1995). Nous pouvons conclure que les années 1980 marquent véritablement la naissance de la géographie du tourisme.

Le tourisme est d'abord analysé par les courants d'échanges, les flux de personnes et de

revenus, il produit des espaces, des images et des lieux touristiques. Nous remarquons ici l'importance de la géographie des représentations. D'autres travaux interrogent le lien entre les sociétés et le tourisme, et le tourisme permet de réfléchir aux notions de mobilité, sédentarité, et de territorialité remises en cause par le tourisme. (R. FERRAS, D. PUMAIN, A. BAILLY, 1995)

La décennie 1980 est marquée par des transformations importantes des programmes scolaires. La réforme de 1982, la première grande réforme depuis le début du XXe siècle, vise à « actualiser l'enseignement de la géographie de la France » (I. LEFORT, 1998, p. 30).

En effet, le monde et la France ont changé. La France a dû faire face à la décolonisation, à la construction européenne, et à la montée en puissance de la mondialisation. Or, si nous prenons l'exemple du terme d'« Europe », nous pouvons observer un réel décalage puisque qu'il arrive avec le programme de 1982, soit trois décennies après le début de la construction européenne avec la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier. À partir de 1982, le programme inscrit le territoire français à l'échelle européenne. Le programme de 1993, demande l'étude d'un pays de la Communauté Économique Européenne, en place depuis 1992. Pour la première fois depuis le début du XXe siècle, la « France n'est plus l'unique objet-sujet » (I. LEFORT, 1998, p.30) de l'enseignement de la géographie en première.

Ces programmes actualisent l'approche disciplinaire. En 1975, la Réforme Haby, créant le collège unique, prend en compte la Nouvelle Géographie, mais elle rénove uniquement le collège. Le programme de 1982, suit la même logique de la Réforme Haby au lycée, en modifiant les problématiques et les notions enseignées. (I. LEFORT, 1998). Ainsi, le découpage régional disparaît avec la notion de région, dans le sens classique. Les programmes cherchent à faire comprendre que la France constitue « une région à l'échelle du monde et un des acteurs de l'Économie monde » (I. LEFORT, 1998, p.30). L'inversion est donc radicale.

La Réforme Haby modifie la posture de l'enseignant et de l'élève. En effet, cette réforme laisse plus de libertés aux professeurs avec l'introduction de questions du programme au choix. La place du document change, il n'est plus là pour seulement illustrer des connaissances, mais il sert de base à l'analyse. Les programmes sont construits de façon à favoriser l'interdisciplinarité. En effet, la place du professeur et des élèves change. L'élève est au centre de la classe, il construit un savoir géographique, en surmontant une situation problème. L'élève devient donc acteur de son savoir et fait lui-même de la géographie. (P. CLERC, 2012).

La décennie 1990 approfondit les transformations débutées à partir de 1982.

Il s'agit avec le programme de 1997 de rénover l'analyse régionale et d'accentuer l'approche aménagiste. La place de l'Europe dans les programmes est modifiée. L'étude de l'Europe ouvre le programme de première, avant d'étudier le territoire français dans une seconde grande partie. Dans cette partie, le territoire national est différencié de l'espace européen. L'approche régionale est modifiée, les régions sont désormais le « résultat de processus économiques, sociaux, culturels » (I. LEFORT, 1998, pp 32-33). Cette approche, plus vivante pour les élèves, intègre la géographie des représentations puisqu'elle invite à étudier la région de vie des lycéens. Avec celle-ci, la géographie active une dimension civique et citoyenne. Enfin, ce programme donne de l'intérêt à l'aménagement du territoire. (I. LEFORT, 1998).

2.1.2 Depuis les années 2000, le tourisme à travers la géographie culturelle.

Dans les années 2000, un renouvellement de la géographie culturelle a lieu. Cependant, la géographie culturelle « est écartelée entre deux définitions extrêmes » (P. CLERC, 2012, p 105). Pour Roger BRUNET, elle étudie « la dimension spatiale des phénomènes de culture », en analysant l'espace des productions et des consommations esthétiques. Mais, toujours pour le même auteur, elle est élargie à l'analyse de « la dimension culturelle des organisations spatiales », et consiste à étudier les productions idéelles et matérielles, l'ensemble des pratiques et des représentations qui jouent un rôle dans le façonnement de l'espace. (P. CLERC, 2012).

Les programmes de première évoluent dans les années 2000, et aboutissent à un raisonnement scalaire à partir de 2012.

Le programme de 2000 est centré sur l'Europe. L'intitulé est révélateur, « L'Europe et la France ». Il place l'Europe avant la France, et montre le changement radical débuté dans les années 1980 et 1990. En effet, le premier thème du programme est le suivant, l'Europe des États, sans étudier la France. La France et les régions sont étudiées avec le dernier thème, les régions en France et en Europe. (M. HAGNERELLE, 2016). L'Europe constitue l'élément central du programme.

Le programme de 2012 de première économique et sociale et littéraire suit un raisonnement scalaire, à partir d'études concrètes et à travers deux entrées la mondialisation et le développement durable. Le programme débute par l'étude de la région du lycée, et termine par celle de la France et l'Europe dans le monde. Les élèves ne peuvent pas comprendre l'étude de la France, sans étudier les territoires de proximité. (M. HAGNERELLE, 2016)

L'enseignement de la géographie évolue. La géographie s'affirme comme une science sociale, l'enseignement doit partir de l'observation de l'espace des hommes et des sociétés, doit décrire et expliquer des phénomènes. Les enseignants doivent donner un socle de connaissances de base.

Alors que la période de 1902 à 1982 est marquée par une stabilité des programmes, de nombreux changements ont lieu, en introduisant l'Europe dans les programmes, de 1982 à nos jours.

2. L'étude du tourisme à travers les hommes dans les années 1980 puis à travers le renouveau de la géographie culturelle dans les années 2000.

Des années 1980 aux années 1990, nous pouvons imaginer que la place du tourisme dans les manuels est de plus en plus grande. En effet, dans ces manuels, le tourisme est abordé dans des leçons entières, dans un chapitre ou par des études de cas.

Nous allons pour cela étudier trois manuels des années 1980, le manuel Armand Colin de 1982, le manuel de Delagrave de 1988, et le manuel Hatier de 1988. Nous allons pouvoir comparer deux manuels de la même année.

Puis, nous allons finir par étudier un manuel des années 1990, le manuel Nathan de 1994, puis un manuel des années 2000, le manuel Magnard de 2003.

2.1.3 Le tourisme, au sens statistique, dans les manuels des années 1980

Le premier manuel analysé est le manuel Armand Colin, de 1982. Le programme est alors celui de 1982, programme modifiant la logique en place depuis 1902. Il met en avant l'Europe.

Le manuel Armand Colin de 1982, rédigé par M. AUGUEREAU, C. BERTHAUD, J. GRAS, B. KAYSER, est le premier manuel du Fond patrimonial de l'ESPE à proposer un dossier documentaire à propos du tourisme. Ce dossier est placé à la suite de la leçon 12, les services. Cette leçon prend place dans la première partie étudiant les activités françaises.

Dans cette leçon, contrairement aux manuels étudiés dans la première partie, le tourisme est abordé à travers le dossier, et pas par la leçon.

Le dossier est composé d'une introduction avec une définition simple du tourisme, « action de voyager pour son agrément », et d'une phrase montrant l'essor de ce loisir et des trois axes organisant le dossier. Dans un premier temps, les documents montrent l'inégal accès aux vacances puis la transformation des espaces touristiques avant de terminer par les effets économiques du tourisme.

Les documents sont nombreux et ne sont pas accompagnés de questions. Une place importante est laissée, aux statistiques, héritage de la géographie des années 1950, aux textes, aux cartes, et une seule photographie est présente.

Le tourisme est présenté dans ce dossier comme une activité, mais aussi pour la première fois à travers les acteurs, c'est à dire les touristes. Il est abordé sous un angle sociologique, dans un premier temps. Le deux premiers documents sont des cartes de France, du taux de départ en vacances d'été par région, et non par département comme indiqué dans le manuel et du nombre de résidences secondaires par département. Le manuel est construit pour que les élèves puissent comparer les cartes. Cependant, cette exercice est difficile puisque la deuxième carte manque de clarté, à cause d'un mauvais choix de couleurs. Les document trois et quatre amènent une réflexion entre la richesse des individus et le taux de départ. Avec ces documents, nous pouvons voir que l'homme est de nouveau au centre de la géographie. Le document cinq comprend un texte de quelques lignes, extrait de l'article « le tourisme en France » de J.-L. MICHAUD, de *la Revue d'Économie politique* en 1980, précisant que neuf millions de français ne partent pas, faute d'argent. Ainsi, ce texte entre en résonance avec les nombreuses données des autres documents pour nuancer le tourisme de masse, première idée de l'introduction.

Puis dans le second temps le tourisme est vu comme un moyen de développement à travers

de nombreux documents statistiques. Ces différents documents nous montrent que les touristes partent de plus en plus en montagne, et à la mer et que les campings connaissent une croissance forte. Les documents cinq à huit amènent à faire réfléchir aux hébergements, et aux lieux touristiques. Ce manuel montre que le tourisme aménage des territoires. Nous pouvons voir que la typologie tourisme balnéaire, en montagne, rural et urbain est déjà utilisée dans les manuels. Cette typologie est mise en place par les géographes du tourisme à partir des années 1980.

Dans le dernier temps le tourisme est abordé par l'angle économique. Il est intéressant de voir que la vision économique du tourisme n'est pas amené par des documents statistiques dans les manuels mais par des textes illustrés par une photographie. Ces documents montrent l'importance du tourisme pour l'économie française, puisqu'il est à l'origine d'emplois, réceptionne des devises étrangères, redistribue les ressources entre villes et campagnes. La vision du tourisme est néanmoins nuancée dans quelques documents. C'est notamment le cas du document dix, le texte extrait de *La façade littoral* de D. Clary, 1977. Ce document nous indique que le tourisme n'est pas tout le temps à l'origine de progrès, à l'exception des métiers du bâtiment, pour construire des bâtiments touristiques. Mais il est à l'origine d'un blocage du foncier, et n'attire pas nécessairement d'autres activités.

Enfin, le document treize est une photographie aérienne oblique d'une plage de Biarritz, une des premières stations touristiques françaises. Ce constat est rappelé par la légende de la photographie, « Biarritz, qui fût autrefois la reine des plages et la plage des reines ». Cette prise de vue montre que le tourisme est vu du dessus, comme une activité. Elle montre et confirme que le tourisme de masse est présent sur ce littoral et confirme l'idée selon laquelle la mer est prisée par de nombreux français.

Ce dossier nous montre l'abondance des données liées au tourisme, et nous confirme que le tourisme est de plus en plus étudié en géographie mais aussi par des sociologues. Nous pouvons observer que l'homme est souvent au centre des documents, liés au nouvel angle sociologique du tourisme. Les auteurs du manuel utilisent des statistiques, qui se sont multipliées à partir des années 1950 en géographie.

Le tourisme est d'abord étudié par l'entrée statistique, puisque le manuel utilise des données statistiques, puis l'entrée est fonctionnelle, lorsque les documents étudient les équipements et les activités qu'ils génèrent.

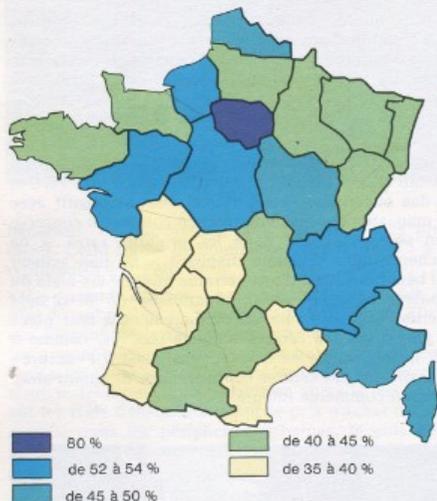
Dans ce dossier, la vision du tourisme est plutôt positive, mais certains documents montrent les limites, comme le document dix, avec les conflits entre tourisme et agriculture.

LE TOURISME

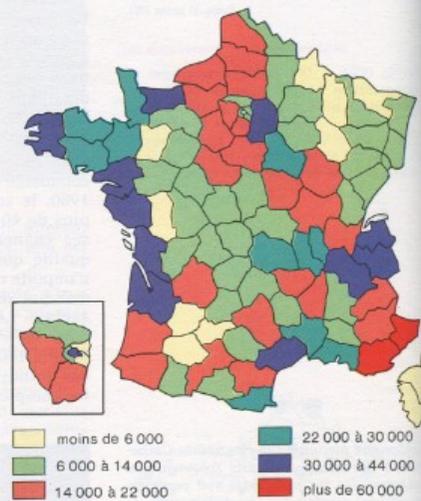
« Action de voyager pour son agrément » (Larousse), le tourisme est devenu un phénomène de masse, la forme privilégiée des loisirs. Les documents proposés et ceux contenus dans l'étude régionale permettent d'analyser les points suivants.

- L'inégal accès des catégories socio-professionnelles aux vacances (sont considérées comme vacances tous les séjours de 4 jours passés hors du domicile, ce qui exclut les week-ends) (doc. 1, 2 et 4).
- Les transformations des régions d'accueil, des formes d'hébergement, des capacités d'accueil (doc. 2 et 8).
- Les retombées du tourisme sur la production, l'emploi, la balance des paiements. (doc. 9 à 13).

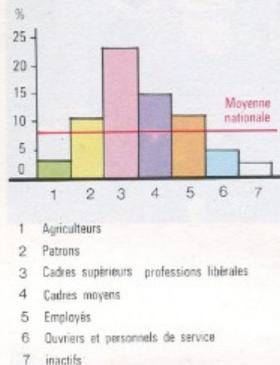
1 Le taux de départ en vacances d'été par département



2 Les résidences secondaires par département



3 Les sports d'hiver : taux de départ en 1979-1980, selon la catégorie socio-professionnelle



4 Taux de départ en vacances d'été selon la catégorie socio-professionnelle

	1970	1980
Exploitants et salariés agricoles	10,2	13,4
Patrons de l'industrie et du commerce	47,7	61,7
Professions libérales et cadres supérieurs	85,8	82,1
Cadres moyens	75,0	78,3
Employés	58,7	66,6
Ouvriers	43,5	50,6
Personnels de service	44,2	53,4
Autres actifs	67,8	80,3
Non actifs	26,2	36,5
Ensemble	44,6	53,3

« Malgré la spectaculaire progression de la fréquentation touristique, tant intérieure que vers l'étranger, plus de neuf millions de personnes désirant

partir en vacances en sont empêchés, principalement pour des raisons financières. »

J.-L. MICHAUD, Le tourisme en France en 1980, Revue d'économie politique n° 6, 1980.

5 Évolution des lieux de vacances (en pourcentage)

	1964	1977
Mer	29	36
Montagne	13	21
Campagne	32	26
Ville	19	10
Circuit	7	7

6 Le camping

1,9 million de places réparties entre 6100 terrains aménagés; 3 millions de campeurs entre le 10 juillet et le 20 août. Il représente :

Morbihan	45 % des séjours
Charente	38 % des séjours
Var	29 % des séjours
Alpes-Maritimes	15 % des séjours

7 Les capacités d'hébergement en milliers de lits

Résidences secondaires	10
Accueil (parents, amis)	4
Camping, caravanning	1,9
Hôtellerie	1,6
Meublés	1
Villages de vacances	0,25
Total	18,75

8 Le choix des modes d'hébergement (% du nombre total des journées de vacances)

	1964	1978
Hôtellerie	8	7,1
Meublés (location)	16	14,8
Résidences secondaires	10,7	14
Accueil	45	38
Camping caravanning	11,4	18,1
Dives	8,9	8

9 Les résultats du tourisme en 1980

Source : Wokulowicz : le tourisme en France. Profil économique, n° 2, 1980.

10 Le tourisme et le foncier en milieu rural

S'il est quelquefois facteur de progrès, il représente le plus souvent une entrave. L'anarchie qui règne dans le développement des résidences secondaires renforce le morcellement des exploitations, la dispersion parcellaire; le tourisme gêne le remembrement : la présence d'un « Parisien » au bout d'un chemin rural empêche la suppression de celui-ci. D'autre part, les exploitants qui possèdent des terres à proximité du littoral, et qui en attendent une plus-value foncière... se refusent à les échanger. Des portions d'espace sont ainsi gelées.

Sur la Côte d'Azur, le tourisme crée une image qui favorise l'implantation de bureaux d'études, de laboratoires de recherches, des activités quaternaires... On ne constate rien de tel en Normandie.

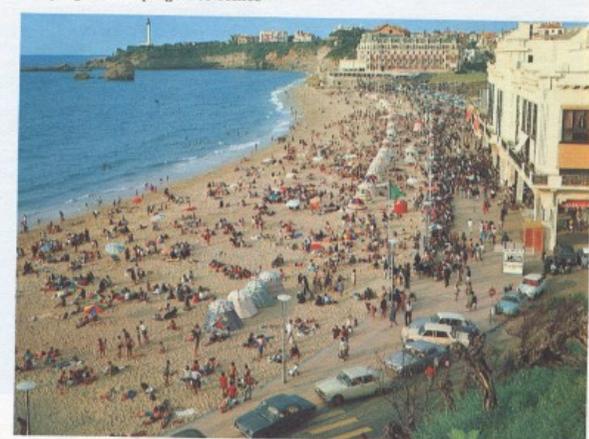
Il est cependant un domaine sur lequel le tourisme retentit sans équivoque : les métiers du bâtiment. Dans les villes à fonctions multiples pour lesquelles le tourisme n'est qu'un élément d'une activité complexe, ils rassemblent moins de 30 % des actifs secondaires (18 à Honfleur, 23 à Cherbourg, 29 à Fécamp, 30 au Havre). A Dives, malgré l'usine et la proximité de Caen, le taux s'élève à 31,7. Il est de 35 % à Eu-Le Tréport-Mers, 35 à Dieppe. A Granville et Avranches, la villégiature constitue le moteur principal : le bâtiment représente 42 % des actifs secondaires. A Deauville-Trouville, elle fait vivre seule l'agglomération : le record est atteint à 63 %.

Textes extraits de D. CLARE, La façade littorale de Paris (Le tourisme sur la côte normande) (Ophrys édit, 1977).

13 Biarritz

« La première estimation du compte national du tourisme réalisée en 1980 reconnaît l'importance économique du tourisme... L'ensemble des dépenses réalisées sur le territoire métropolitain à l'occasion d'un déplacement touristique ayant un motif d'agrément, d'affaires ou de santé, s'est élevé à plus de 180 milliards de francs en 1978 [...]. La dépense touristique correspond ainsi à environ 6 % du produit intérieur brut. De plus, avec 155 milliards de francs, la consommation intérieure touristique représente environ 12 % de la consommation finale des ménages. Les recettes directes, dues au tourisme international, le tourisme apporte un complément appréciable aux exportations de biens et services dans les ressources extérieures de la France. Les recettes représentent en effet plus de 6 % des exportations de biens et services en 1978. »

Biarritz qui fut autrefois « la reine des plages et la plage des reines »



11 Le tourisme et l'emploi

« Avec un chiffre d'emplois directs de l'ordre de 400 000 en 1980, auxquels s'ajoutent près de 800 000 emplois indirects et induits, le tourisme est un pourvoyeur non négligeable d'activités, principalement pour les régions qui en ont le plus besoin (zones méridionales à caractère rural, de montagne ou côtier). Le tourisme constitue un redistributeur spontané de ressources et d'emplois des régions urbaines vers les régions rurales [...]. Il contribue ainsi aux objectifs des politiques régionales d'aménagement du territoire »

J.-L. MICHAUD, op. cit.

12 Un exemple de « retombée » économique

« Dans une station en fonctionnement on peut estimer qu'en moyenne un emploi est créé par la construction de 10 à 12 lits* [...] Près d'un emploi sur deux est occupé par un habitant du département d'accueil; mais les résultats sont étroitement liés à la capacité du marché de l'emploi local ou régional.

Les métiers du ski sont assumés par des habitants de la montagne pour plus des deux tiers...; en revanche, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, qui offre davantage d'emplois que les métiers du ski, montre un recrutement beaucoup plus élargi [...]. Dans la construction et les services d'entretien, dominent les travailleurs immigrés. »

*D'après R. KNAPIK, Les stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises (Masson édit., 1978).

*Une station peut offrir des milliers de lits, au-delà de 20 000 pour les plus importantes.

D'après J.-L. MICHAUD, Le tourisme en France en 1980 (Revue d'économie politique n° 6, 1980).

Nous allons désormais commenter et comparer deux manuels de l'année 1988, le manuel Delagrave puis le manuel Hatier. Ces deux manuels suivent le programme de 1988. Ce programme est divisé en quatre grandes parties, la France et les Français, l'espace français ; les hommes et les activités, les grandes divisions de l'espace français, la France, la CEE et le monde. Dans ce programme la France occupe une très grande place mais depuis 1982, l'Europe est abordé.

Le manuel Delagrave de 1988 rédigé par R. FROMENT, R. KIENAST et B. PASDELOUP est composé de deux doubles-pages consacrées au tourisme. Chaque double page est composée d'une leçon et d'un ensemble documentaire.

Le tourisme est étudié dans la deuxième partie du programme, la France et les Français, dans le chapitre les hommes et les activités. La leçon 28 est consacrée aux activités touristiques, et fait partie du deuxième point, l'économie française. Il est étudié après les services et le commerce intérieur mais avant les transports. Ce manuel est le premier à aborder le tourisme par une leçon entière. Cette place nous montre que le tourisme est associé au commerce et non plus aux transports comme dans les années 1960. Nous voyons également que les manuels sont de plus en plus structurés et que les éditeurs travaillent sur la forme, les couleurs, la disposition des documents.

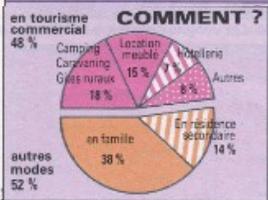
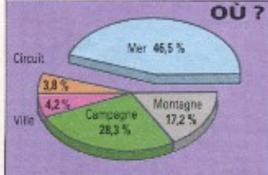
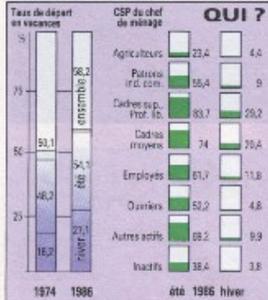
La première double-page aborde le développement rapide du tourisme puis les espaces touristiques français. Sur cette première double-page, les documents ont désormais plus de place que la leçon. Cependant, ils ne sont pas accompagnés de questions et servent uniquement à illustrer la leçon.

La leçon est structurée en deux temps. Dans un premier temps, la leçon montre que le tourisme connaît un développement important, puis fait une typologie des lieux touristiques. Pour cela, les auteurs utilisent une approche géo-historique, puis économique.

Elle est accompagnée de plusieurs documents destinés à illustrer et approfondir certains points de la leçon. Ces documents sont des documents statistiques, comme dans le précédent manuel, des cartes, et des photographies. Ils reprennent le plan de la leçon. Les documents statistiques montrent le développement du tourisme, et fait un état des lieux du tourisme en France en 1986. Puis la carte reprend les grandes idées de la leçon. À partir du document trois, la carte de la Vallée de la Vézère, les auteurs choisissent de présenter le tourisme à l'échelle locale, à travers les acteurs et les pratiques. En effet, les photographies sont des photographies prises au sol, nous sommes à proximité des touristes. Ces documents montrent les différentes pratiques, le tourisme lié au patrimoine, avec le document trois, religieux, avec le document quatre et médical avec les documents cinq et six.

LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

LES VACANCES DES FRANÇAIS



Le tourisme créateur d'emplois
Total : 549 070, dont :

Hôtellerie-Restauration	461 502
Agences de voyages	19 250
Articles de sport et camping	15 856
Fabrication de matériel	12 028
Bateaux de plaisance	7 451
Offices de tourisme	5 343
Construction caravanes	4 058
Remontées mécaniques	6 660
Etablissements thermaux	17 184

Dans une civilisation du temps libre, le tourisme suscite des activités importantes pour l'économie nationale mais très inégales selon les régions.

1. Un développement rapide

■ Des prémices au tourisme de masse

- **Les débuts furent lents** : saison d'hiver pour fortunés sur la Côte d'Azur, dimanches d'été à la plage, à la montagne ou à la campagne pour citadins : seul le tourisme de santé (thermalisme) mobilise un nombre important de séjournants.

- **Entre 1930 et 1980 s'installe le tourisme de masse**. La pratique des congés payés (fonctionnaires dans les années 20, ouvriers et employés en 1936), l'essor de la Sécurité sociale, l'élévation du niveau de vie, les transformations sociales (motorisation des familles, urbanisation, hélicoptisme, pratique sportive), les échanges internationaux y contribuent.

■ 58 % des Français partent en vacances

Ils côtoient 30 millions d'étrangers, séjournants ou en transit. Ce part d'autant plus qu'on habite une grande ville (86 % à Paris) et selon l'appartenance socio-professionnelle (doc. 1). Le revenu familial influe moins sur le taux de départ que sur la durée du séjour. Le tourisme d'été est stabilisé, celui d'hiver progresse.

2. Espaces touristiques et accueil

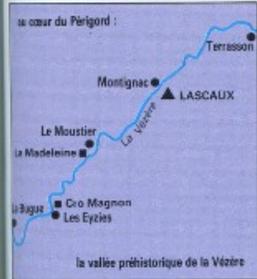
■ Les séjours à la mer concernent 1 Français sur 2

Concentrée à l'origine sur quelques stations d'accès facile ou de réputation internationale (Deauville pour Paris, La Baule pour Nantes, Arcachon pour Bordeaux, Le Touquet, Dinard, Royan, Biarritz, et de Cannes à Menton), la clientèle a envahi peu à peu tout l'espace disponible.

Des aménagements variés ont été mis en place : légers pour le camping-caravaning ou plus coûteux pour les collectivités (plages, ports de plaisance, assainissements). D'où une tendance à vendre aux promoteurs et à l'anarchie immobilière. Pour éviter « mitage » ou « mur de béton » des restrictions administratives sont intervenues, le Conservatoire du littoral sauve quelques espaces de nature, et les littoraux « neuts » (Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Corse) font l'objet d'aménagements programmés.

La courte durée de la « saison » (2 mois au nord, 4 au sud) pose un double problème de congestion l'été et de rentabilité des investissements. Les villes les plus importantes organisent des congrès pour aider l'hôtellerie. Et la thalassothérapie se développe

PÉLERINAGES AUX SOURCES...



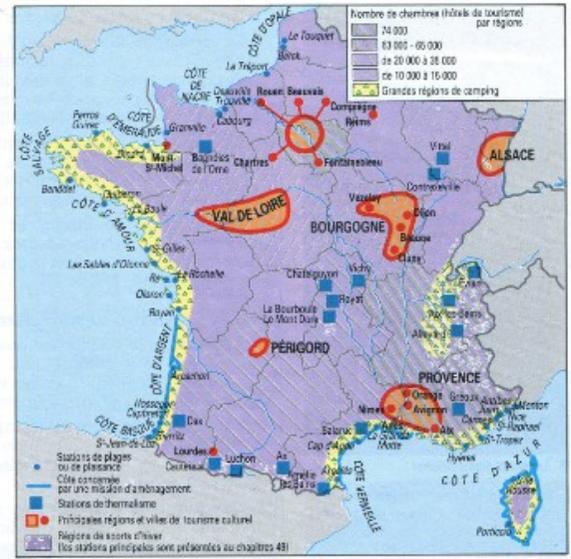
de l'humanité
Les découvertes préhistoriques ont été faites à partir des années 1860. L'habitant de l'abri de Cro Magnon caractérise tout un niveau de l'espèce humaine. En 1940 furent découvertes les peintures de la grotte de Lascaux.
Les Eyzies, Montignac où l'on a reconstitué Lascaux II à l'identique sont les deux pôles touristiques.

de la foi
Lourdes est devenu Sanctuaire à Notre-Dame et l'un des plus grands lieux de pèlerinages catholiques du monde à la suite des apparitions à Bernadette Soubirous (1858).
Chaque année s'y rendent 4 à 5 millions de visiteurs dont 1 million de pèlerins, 500 pèlerinages organisés au départ de 132 pays) et 60 000 malades.
La grotte et la source, les trois basiliques, le chemin de croix, hôpitaux et services d'accueil forment sur la rive gauche du Gave de Pau, la « Cité Manale ».

du thermalisme et de la thalassothérapie

Environ 550 000 curistes fréquentent 96 stations thermales. Plus du quart séjournent dans le Massif Central (24 000 à la Bourboule, 23 000 à Foyat, 20 000 à Châtelguyon); plus de 20 % vont dans les Alpes, notamment à Aix-les-Bains (la première avec 50 000 curistes), Gréoux (16 000) et Allevard (11 000), un peu moins de 20 % dans les Pyrénées (30 000 à Luchon et Amélie-les-Bains, 12 000 à Ax-les-Thermes). Fréquentées aussi sont les stations du sud de l'Aquitaine (Dax 41 000), de Lorraine, ainsi que Bagnolles-de-Lorraine et Balnear.

B L'ÉCONOMIE FRANÇAISE



2. Le capital touristique de la France



4. Lourdes : la grotte de la Vierge

du thermalisme et de la thalassothérapie

3 milliards de litres d'eau minérale sont mis en bouteille à 90 % par trois groupes : Perrier pour 47 % qui, outre la source de Vergèze près de Nîmes, exploite Vichy et Contrexéville, B.S.N.-Évian pour 24 % (Evian, Badoit) et Vitell pour 22 %.
Le thermalisme qui emploie 60 000 personnes dont 42 000 saisonniers, a réalisé un chiffre d'affaires en 1982 de 3 milliards de F. La thalassothérapie (terme créé par un médecin d'Arcachon en 1869), apparue à Dieppe en 1822, s'est répandue d'abord sous le Second Empire puis développée dans les 20 dernières années. Environ 45 000 curistes fréquentent chaque année les 21 centres qui jalonnent les côtes.



6. Thermes d'Aix-les-Bains

La deuxième double-page comprend la suite de la leçon de la double-page précédente avec d'autres documents.

La leçon termine la typologie débutée sur la double-page précédente en abordant les autres lieux de séjour que la mer, et les moyens d'hébergements. Le deuxième temps de cette page aborde le tourisme sous l'angle économique en étudiant les impacts du tourisme, positifs ou négatifs. Elle se termine par un bilan. Ce bilan insiste sur le rôle d'aménageur du tourisme, et participe à la transformation de la France.

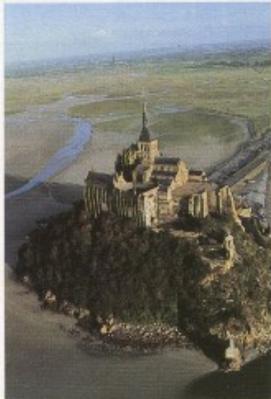
Les documents sont bien moins variés que sur la double-page précédente. En effet, ce sont principalement des textes, mais des photographies, aériennes cette fois, et des cartes de France sont également présentes.

La leçon est accompagnée de documents l'illustrant et l'approfondissant. Les photographies mettent en avant les lieux touristiques plus que les acteurs. Après avoir étudié le tourisme à l'échelle nationale puis locale, cette double-page revient à une étude nationale. Elles présentent deux lieux touristiques français majeurs, le Mont-Saint-Michel, et le châteaux de Chenonceau. Ils sont dans le classement des monuments les plus visités. Les cartes à l'échelle nationale des qualités des littoraux de France, et des villages VVF Villages Vacances Familles servent à illustrer la typologie, mise en place par la géographie du tourisme au début des années 1980. Les autres documents démontrent le tourisme sous un angle économique. Le document treize est original, ce texte extrait *Le Centre* de J. MIRLOUP, montre comment la région du Centre est transformée par les loisirs et le tourisme, en prenant l'exemple des châteaux et de la chasse privée.

Ce manuel donne donc une vision positive du tourisme, mais n'écarte pas quelques problèmes liés au tourisme. Encore une fois le tourisme est évoqué sous l'angle économique, mais aussi sous l'angle social.

Nous pouvons voir que les documents sont plus diversifiés, et prennent plus de place que la leçon. Les auteurs choisissent des documents statistiques, de nombreux textes et délaissent les photographies, caractéristiques de la géographie classique. Le tourisme est avant tout étudié à travers les touristes, l'homme est donc remis au centre, caractéristique de la géographie des années 1980. Les auteurs choisissent d'aborder le tourisme par l'angle économique et par l'angle original de la pratique de la chasse privée.

SITES ET MONUMENTS LES PLUS VISITÉS



7. Le Mont-Saint-Michel

Nombre d'entrées 1985 (milliers)

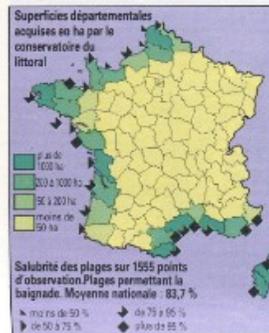
Région parisienne (plus de 3 millions) : Centre Pompidou : 7 366, Tour Eiffel : 4 368, Versailles : 3 610, Louvre : 3 211.

Châteaux de la Loire :

Amboise : 350, Azay-le-Rideau : 338, Chenonceaux : 770, Chambord : 554. **Ailleurs :**

Cité de Carcassonne : 218, Arles : 219, Musée du débarquement (Aromanches) : 400, Tapisserie de Bayeux : 240, Hôtel-Dieu de Beaune : 377, les Eyzies : 286, Remparts d'Aigues Mortes : 205, Nîmes : 293, Grotte de Padirac : 404, Mont-Saint-Michel : 594, Ossuaire de Douaumont : 410, Chantilly : 210, Sommet du Puy-de-Dôme : 374, Le Haut-Kœnigsbourg : 460, Strasbourg : 260, Musée Unterlinden de Colmar : 264, Musée de Mulhouse (automobile) : 1359, chemin de fer : 201, Palais des Papes d'Avignon : 468.

8. De nombreux visiteurs



9. La qualité des littoraux

■ Les autres lieux de séjour

- *La montagne ne reçoit qu'1 vacancier sur 6.* Mais l'essor de sports d'hiver offre aux stations les plus élevées une deuxième saison maintenant plus développée que celle d'été. C'est en montagne ou à son pied (Vosges, Alpes du nord, Pyrénées, Massif Central) que se localise l'essentiel du thermalisme (doc. 5).

- *La campagne* est fort fréquentée : retour aux sources familiales pour beaucoup de néo-citadins, formes nouvelles d'accueil (camping à la ferme, gîtes ruraux), prix abordables pour familles modestes, mode écologiste : le tourisme s'intègre au monde rural.

- *Le tourisme de circuit et le tourisme culturel* (festivals, monuments) ont leurs adeptes. Paris et la région qui l'entoure (cathédrales, châteaux) est la plus grande concentration touristique du pays (doc. 3, 7, 8 et 13).

■ Les moyens d'hébergement

- *L'hôtellerie* (800 000 chambres) englobe des établissements très variés, par leur confort, leur mode de gestion, leur rythme d'activité (permanente dans les villes, saisonnière en stations). Elle n'accueille que 7 % des touristes.

- *L'hôtellerie de plein air* (camping, caravanning) et la location de meublés s'ajoutent à l'hôtellerie en dur pour loger un touriste sur deux. Mais 52 % trouvent gîte soit en famille, soit dans une résidence secondaire.

- *Des formules nouvelles* se sont épanouies, qui relèvent du *tourisme social*. Villages de vacances créés par des associations (Tourisme et Travail, V.V.F., Touting Club) ou des clubs (Méditerranée) et surtout colonies de vacances, auberges de jeunesse, Union des Centres de Plein Air (U.C.P.A.), qui permettent aux jeunes même les moins fortunés de bénéficier de vacances touristiques (doc. 9 à 12).

3. L'impact économique

■ Les problèmes

Congés et tourisme ont lieu surtout l'été : 80 % des nuitées en juillet-août. Dans un pays où les vacances se prennent en famille, les congés scolaires rythment le tourisme. Les fermetures d'entreprises y superposent. Léthargie économique estivale et congestion touristique (transports et hôtellerie) vont de pair. Toutes les tentatives d'étalement des vacances ont été des échecs. Le même phénomène se passe entre Paris et les Alpes du nord pour les congés d'hiver (Noël et février).

■ Des résultats considérables

Permanents ou saisonniers, 500 000 emplois directs sont générés par le tourisme. Et combien d'autres activités induites (plaisance, bâtiment)!

Les revenus touristiques dépassent le revenu agricole. Beaucoup de ruraux (agriculteurs, artisans, commerçants) y ont trouvé leur survie.

Enfin la balance touristique internationale est toujours, quoique inégalement, positive (voir chap. 54).

Le tourisme satisfait un besoin de consommation, procure des emplois, modèlè les paysages : il est un des fondements de la transformation de la France.

LES RESSOURCES HÔTELIÈRES CAPACITÉ D'ACCUEIL

Nombre de lits	
Hôtels de préfecture	664 328
Hôtels de tourisme	915 370
Immobilier de loisirs	85 000
Hébergement	
à caractère familial	262 653
pour jeunes	552 500
ruraux	174 815
de plein air (places)	1 847 511
Résidences secondaires	7 949 030
	12 451 207

45 % des chambres d'hôtel sont localisées dans trois régions : Ile de France, Rhône-Alpes et Provence-Côte d'Azur. Rapporté à la population résidente, cela représente :

- 30 chambres pour 1 000 habitants à Paris (mais 2 en banlieue)
- 17 pour Provence-Côte d'Azur
- 14 pour Rhône-Alpes
- 6 pour le reste du pays

80 % de l'activité des hôtels est saisonnière. Pour leurs vacances 53 % des Français choisissent l'été, 21 % l'hiver, 26 % les deux, 67 % des étrangers viennent en été.

10.

DES CHAINES HÔTELIÈRES DOMINÉES PAR LE GROUPE ACCOR

Apparues en 1968, les chaînes hôtelières représentent déjà plus de 10 % de la capacité. Quelques centaines d'hôteliers indépendants se sont regroupés dans des chaînes volontaires (France Accueil, Inter Hôtel, Mapotel, Relais et Châteaux). Plus puissantes sont les chaînes intégrées, dominées depuis 1982 par le groupe Accor formé par la fusion de Novotel et Jacques Borel International.

Accor réalise un chiffre d'affaires de 8 milliards de F, emploie 35 000 salariés dans 382 hôtels de toutes catégories (Softel, Minhal, Novotel, Mercure, Ibis, Minimote) soit 48 500 chambres dans 45 pays (9^e rang mondial). Il est à la tête aussi de 1 472 restaurants publics ou de collectivités (Courte Paille, Churrasco, Seafood Broiler, What a Burger, Pizza Inn, Chicken Shop), de 15 points de vente de voyages (Novotour, Jet Evasion), de tickets-restaurants en France, au Brésil, au Mexique, de 5 centrales d'achat (SCAPA, Devinco).

11.

LE TOURISME ET SES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DANS LE VAL DE LOIRE ET LA RÉGION CENTRE

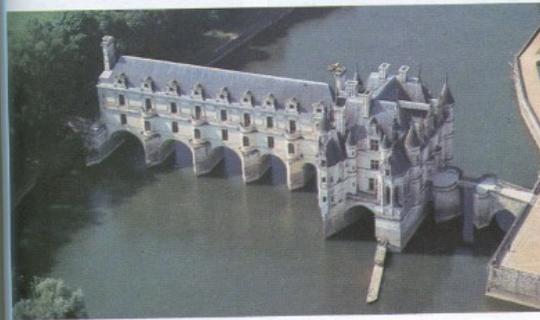
Le tourisme culturel dans le Centre est dominé par le phénomène « Châteaux de la Loire ». Six d'entre eux se classent parmi les douze monuments payants les plus fréquentés de France, Chenonceaux (800 000 entrées) se plaçant au 2^e rang derrière Versailles et au 1^{er} rang des édifices privés ouverts au public. Les cathédrales de Chartres et de Bourges, l'abbaye de Saint-Benoît sont également très visitées. Le Centre enregistre annuellement plus de 7 millions d'entrées dans les monuments historiques. La fréquentation des étrangers atteint 34 % des entrées : elle associe les touristes des pays voisins venus par la route (Allemands, Britanniques, ressortissants du Benelux) et ceux d'horizons beaucoup plus lointains

(Américains, Japonais) qui, entre deux charters, ajoutent quelques châteaux à la visite de la capitale. Avec 105 000 résidences secondaires utilisées essentiellement pendant les week-ends, le Centre s'insère dans l'aire de loisirs des Parisiens.

C'est en Sologne que la chasse « privée » s'est imposée avec le plus d'intensité et sur les surfaces les plus vastes (400 000 ha; 2 000 exploitations cynégétiques). La nature, la structure en grandes propriétés, les gardes plus éleveurs de gibier que chargés de la répression du braconnage ont été pour beaucoup dans la transformation de toute une région au profit du loisir. La capitale possède ou loue plus des 2/5 du territoire.

J. Mirloup - Le Centre, Bréal éd. 1984

12.



14. Le château de Chenonceaux, sur le Cher

B L'ÉCONOMIE FRANÇAISE



12. Carte des villages V.V.F. en métropole

Né dans l'entre-deux guerres le tourisme familial a connu avec V.V.F. (Villages Vacances Familiales) une réussite certaine. Depuis les débuts en 1959 ont été implantés 127 villages en métropole, 4 dans les D.O.M., 12 campings-caravanning : soit 56 000 lits (70 % des lits sociaux en France) et 5 600 000 journées vacances annuelles.

LA RESTAURATION PUBLIQUE : DE LA GASTRONOMIE AU FAST FOOD

Sur les 76 000 restaurants existant en France, 5 200 sont classés tourisme en 1980 : ils réalisaient un chiffre d'affaires de 38 milliards de F pour 1,65 milliard de repas.

Ces restaurants sont classés par l'administration du tourisme, comme les hôtels, de 1 à 4 étoiles luxe selon les équipements, c'est-à-dire sur des critères techniques. Le critère gastronomique est au contraire celui retenu par les Guides célèbres comme Michelin ou Gault et Millau. La restauration rapide (ou fast food) est apparue en France en 1972 et s'est développée avec rapidité que depuis 1981 : restauration à base de hamburgers et à base de viennoiseries (brioches, croissants) se partagent le marché de façon à peu près égale.

Bien que n'intéressant pas le tourisme, il faut signaler conjointement l'énorme essor de la restauration collective : 60 000 établissements ont servi 3,5 milliards de repas en 1980 pour 45 milliards de F de chiffre d'affaires. Les chaînes y sont très impliquées.

15.

Le deuxième manuel de l'année 1988, est le manuel Hatier, rédigé par C. BARRET et J. BRIGNON. Ce manuel aborde le tourisme à partir de deux doubles-pages. La première double page est traditionnelle, mais la deuxième l'est moins. La méthodologie de la dissertation est abordée à partir du tourisme.

Le tourisme est étudié dans la leçon 17, consacrée aux activités tertiaires. Il forme la dernière partie de la leçon après l'étude de l'essor des activités tertiaires, le transport puis le commerce. Le manuel ne consacre pas une leçon dédiée au tourisme comme le précédent manuel mais une seule partie.

La double-page est composée d'une page de leçon, et d'une page de documents.

Cette leçon montre dès le titre que le tourisme est étudié comme une activité, puisque cette partie s'intitule les activités touristiques. Elle est divisée en trois sous-parties. Après quelques lignes d'introduction, faisant l'état des lieux du tourisme, la leçon oppose les vacances d'été et d'hiver, puis montre que la France accueille de nombreux touristes étrangers, avant de finir par la typologie caractéristique de la géographie du tourisme des années 1980. Pour la première fois, la leçon est accompagnée de deux définitions, celles de vacances et de taux de départ.

La leçon est également accompagnée de cinq documents sans questions. Ces documents sont bien nombreux que dans le manuel précédent. Les documents sont principalement des photographies, des cartes mais il y a aussi un texte et un tableau statistique. La logique abordée est totalement différente du manuel précédent.

Une grande place est donnée aux deux photographies que les élèves peuvent comparer et commenter. Ce sont deux photographies aériennes, de la station balnéaire de Cannes, pour le document 23, et de la station du Grand Bornand en Haute-Savoie en hiver pour le document 24, illustrent la leçon. Comme dans la leçon, le tourisme en été, avec la photographie de la station de sports d'hiver, est opposé au tourisme d'hiver avec la photographie de la station balnéaire. Ces photographies montrent que les pratiques touristiques sont différentes, la baignade et le pilotage de bateaux en été, les sports d'hiver pendant la saison hivernale. Ces deux photographies montrent la concentration de bâtiments et donc de touristes en pleine saison.

Le tourisme est abordé sous l'angle sociologique, avec le document 21 et le document 25, permettant d'illustrer la première sous-partie de la leçon. Le document 21 présente le taux de départ en vacances selon les CSP en 1986. Le document 25 est une double-carte de la fréquentation dans les campings en 1985. Ce document est composé de deux cartes de France, du nombre de nuitées en 1984 dans les campings une étoile avec la première carte, quatre étoiles avec la deuxième carte. Les cartes montrent que les destinations touristiques sont différentes en fonction de la richesse.

La vision positive du tourisme est nuancée par le document 22, un texte extrait de *Carte des mutations de l'espace rural français* rédigé par l'Université de Caen en 1984, met en lumière les conflits d'usage entre l'agriculture et le tourisme en Provence et en Côte d'Azur.

Le deuxième double-page a pour but d'aider les élèves dans leurs révisions, et de s'entraîner à rédiger une dissertation. Les auteurs prennent l'exemple du tourisme pour développer la méthodologie. À partir d'un texte, extrait de *Les côtes de France*, rédigé par A. Meynier et Y. Maynier, les élèves doivent répondre à la question suivante, en s'appuyant sur leurs connaissances et sur le texte, « Faut-il encourager le développement touristique d'une région ? ».

Ce texte développe une vision négative du tourisme sur la côte puisqu'il est à l'origine de pollution pour les auteurs, et selon eux l'hiver permet à la nature de reprendre ses droits, sauf sur la

Taux de départ en vacances des Français par grandes catégories socio-professionnelles (chiffres de 1986)

Catégorie	Vacances d'été	Vacances d'hiver	Dont sports d'hiver
Exploitants et salariés agricoles	23 %	10 %	4 %
Patrons de l'industrie et du commerce	55 %	22 %	9 %
Cadres supérieurs et professions libérales	84 %	58 %	29 %
Cadres moyens	74 %	47 %	20 %
Employés	62 %	33 %	12 %
Ouvriers	52 %	17 %	5 %
Personnel de service	51 %	20 %	4 %
Ensemble	54 %	27 %	10 %

Source : INSEE, TEF 87.

- **Taux de départ** : rapport du nombre de personnes parties par rapport à la population totale.
- **Vacances** (pour l'INSEE) : séjours d'au moins 4 jours consécutifs passés hors du domicile pour des motifs autres que professionnels, d'étude ou de santé.

Conflits fonciers dans une grande zone touristique

La zone littorale de la Provence et de la Côte d'Azur constitue un autre espace rural où s'affrontent les convoitises de la croissance urbaine, du loisir des citadins et de la récréation touristique. Autoroutes, zones industrielles, lotissements, résidences secondaires, campings dévorent les surfaces agricoles déjà réduites par un relief très accidenté. Dans certaines communes les parcelles des résidences secondaires couvrent 30 % de la superficie totale. Les grandes forêts des collines provençales sont menacées par cette fréquentation pendant l'été aride méditerranéen et ravagées par des incendies fréquents. L'agriculture ne conserve que des formes très intensives (fleuriculture sous serres, cultures maraîchères, vignobles de qualité) qui utilisent peu d'espace tout en profitant d'un grand marché de consommateurs et de transports rapides. Néanmoins elle recule sans cesse dans les vallées intérieures (Var, Siagne, Gapeau). Les friches de spéculation, les olivettes-reliques sont partout présentes comme témoin des enjeux que font monter les groupes sociaux si divers qui cherchent à utiliser cet espace à des fins contradictoires.

Source : Carte des mutations de l'espace rural français. Université de Caen, 1984.

4. LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

Depuis le début des années 1980, le taux de départ en vacances de Français apparaît relativement stable, autour de 58 %.

Il faut leur ajouter les nombreux visiteurs étrangers, venus des pays européens voisins ou de plus loin.

Le tourisme offre aujourd'hui plus de 500 000 emplois en France.

1. Vacances d'été et vacances d'hiver

Quatre Français sur cinq partant en vacances restent en France. Le taux de départ en vacances d'été est depuis plusieurs années compris entre 53 et 55 %. Il s'agit d'un véritable tourisme de masse, avec cependant des différences très sensibles selon les catégories socio-professionnelles. Ce sont les exploitants et les salariés agricoles qui partent le moins en vacances et, en revanche, les cadres supérieurs et les membres des professions libérales qui partent le plus.

Plus de la moitié de ces séjours d'été se déroulent chez des parents et amis, donc dans des conditions assez peu onéreuses.

Le taux de départ en vacances d'hiver est nettement plus faible, avec des contrastes encore plus marqués selon les catégories socio-professionnelles.

La concentration des départs en vacances sur quelques périodes limitées – fait beaucoup plus accentué en France que dans les pays voisins – se trouve à l'origine de bien des problèmes :

- problèmes de circulation au moment des départs et des retours
- problèmes d'amortissement des infrastructures touristiques sur des périodes relativement brèves. De nombreuses stations de sports d'hiver essayent aujourd'hui de développer des activités d'été, mais avec plus ou moins de succès selon les cas.

2. L'accueil de touristes étrangers

Si de nombreux Français passent au moins une partie de leurs vacances à l'étranger (l'Espagne, l'Italie et les pays d'Afrique du Nord sont leurs destinations préférées), de nombreux touristes étrangers viennent chaque année en France : environ 30 millions depuis 1985.

Une bonne partie de ces touristes ne fait que traverser le territoire national en direction d'autres pays européens, mais d'autres effectuent des séjours plus prolongés dans notre pays. Ils sont surtout attirés par certaines grandes villes comme Paris et par le Midi de la France.

3. Les principales régions touristiques françaises

• Les régions littorales.

Grâce à 3 000 kilomètres de littoraux correspondant à trois façades maritimes et à des possibilités d'hébergement de tous niveaux, les côtes françaises constituent le principal domaine d'attraction des touristes. Les secteurs les plus recherchés sont les côtes bretonnes, la côte landaise et les côtes méditerranéennes, en particulier la Côte d'Azur.

• **Les régions de montagne** accueillent des vacanciers en été pour les promenades ou l'alpinisme, et en hiver pour les sports d'hiver.

- deux types de stations peuvent être distingués :
 - celles développées depuis longtemps déjà, à partir d'anciens villages ou de petites villes, donc à des altitudes relativement basses, comme la station de Mégeve, et qui sont actives en été et en hiver
 - celles, de création plus récente, installées à partir de rien, en haute altitude, comme Val Thorens, qui ont surtout une saison d'hiver.

• Les campagnes.

Grâce aux résidences secondaires et à la multiplication des gîtes ruraux, les campagnes françaises attirent aujourd'hui non seulement des vacanciers français, mais aussi des touristes étrangers.

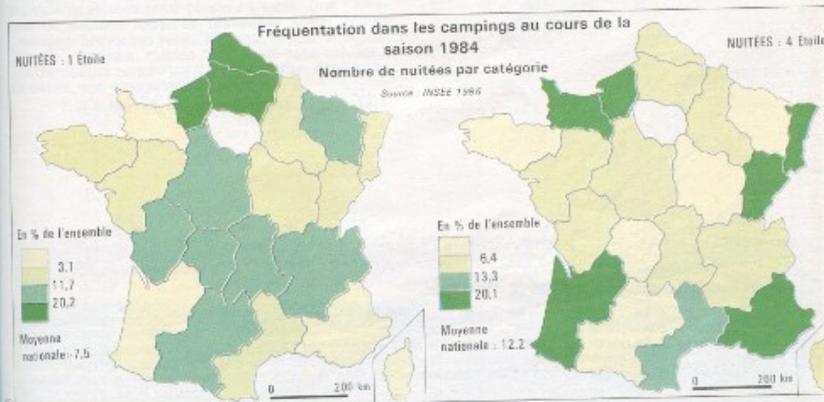
• **Les grandes villes** et certaines régions comme celle des châteaux de la Loire sont les lieux d'un tourisme à la fois national et international.



Un front de mer : la station balnéaire de Cannes. Au premier plan : le port de plaisance. Au second plan : le nouveau casino. Au-delà, la plage de sable longue par l'avenue de la Croisette avec ses hôtels et immeubles de luxe.



La station de sports d'hiver du Grand Bornand en Haute-Savoie au pied de la chaîne des Aravis. Une architecture bien intégrée au paysage. La vie traditionnelle s'est maintenue en liaison avec le tourisme.



Côte d'Azur, où existe un tourisme d'hiver. Ce texte est accompagné d'un dessin, avec un adolescent pratiquant la planche à voile en premier plan, des baigneurs en second plan et une plage fréquentée par de nombreux touristes. Elle illustre l'effet du tourisme de masse, présenté négativement dans le texte.

Sur cette double page, le tourisme est vu comme une activité et un moyen de développement, mais avec une vision négative.

Les deux manuels précédents, abordent la même année le tourisme différemment. Dans le manuel Delagrave, une leçon entière est consacrée au tourisme, composée de deux doubles-pages de manuel, avec une longue leçon accompagnée de nombreux documents. Il étudie le tourisme à travers les acteurs, et les pratiques, sous l'angle économique.

Dans le manuel Hatier, une partie d'une leçon est consacrée au tourisme avec une double-page et cinq documents. La deuxième double-page est particulière puisque le tourisme est l'exemple choisi pour aborder la méthodologie de la dissertation. Il étudie le tourisme sous l'angle sociologique à travers les espaces, et considère le tourisme comme une activité.

Faire une dissertation

Respecter le sujet

Cerner la problématique

Bien lire l'énoncé

Trouver l'orientation d'étude induite par la formulation de l'énoncé.

Quels sont les mots importants du sujet suivant : « Faut-il encourager le développement touristique d'une région ? »

Le choix des termes de l'énoncé impose ou suggère une certaine optique (Que veut-on ?).

Quelle différence faites-vous avec le sujet : « Le développement du tourisme en France. » ?

Le travail préalable à la réflexion est de trouver la problématique du sujet (Pourquoi le veut-on ?).

Quels sont les deux aspects à envisager pour répondre au premier énoncé ?

Le résultat de cette recherche fournit le premier élément de l'introduction du devoir.

Rédigez en quelques lignes le résultat des recherches aux questions ci-dessus.

Mobiliser et sélectionner ses connaissances

faire l'inventaire de ce que l'on sait...

Dans le cadre de ce travail, la recherche de connaissances va se faire à partir du texte.

Quelles sont, dans le document, les idées-arguments exprimées ou évoquées ?

mais en privilégiant l'optique et la problématique du sujet.

Quel aspect de la problématique est essentiellement abordé ?
Par opposition, trouvez les arguments développant l'autre aspect.

Choisir un classement pertinent

Trouver les idées maîtresses et les classer afin de répondre au sujet.
Classer les arguments dans chaque partie afin de mettre en place un raisonnement qui réponde au sujet.

Comment classer les arguments afin de respecter la consigne méthodologique ?

NB

La problématique fournit au développement un fil directeur qui fait du devoir un ensemble cohérent et progressif.
Le développement allant dans le sens suggéré par l'énoncé du sujet, il peut être judicieux, voire nécessaire, de pondérer la démonstration par une remarque critique ouvrant vers d'autres perspectives de réflexion : c'est une des fonctions possibles de la conclusion.

méthode

Civilisation des loisirs et loisirs des civilisés

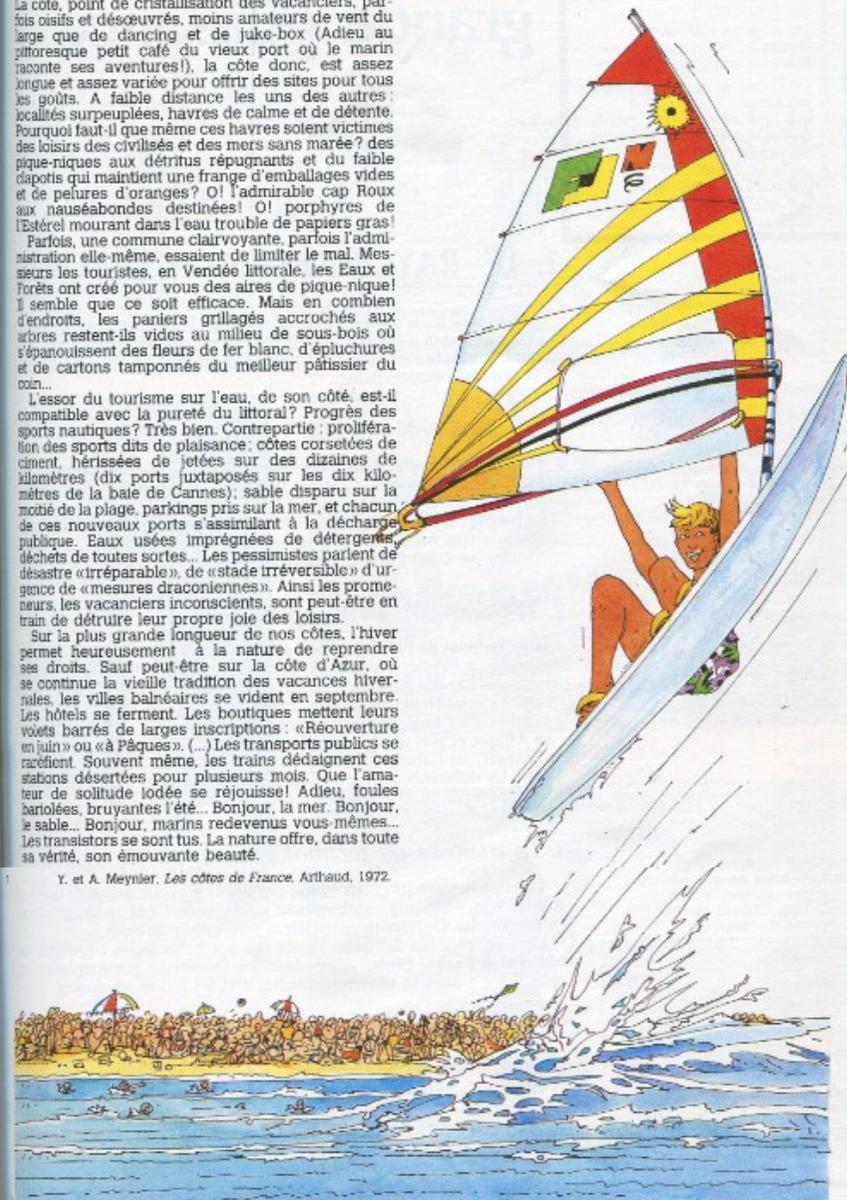
La côte, point de cristallisation des vacanciers, parfois oisifs et désœuvrés, moins amateurs de vent du large que de dancing et de juke-box (Adieu au pittoresque petit café du vieux port où le marin raconte ses aventures!), la côte donc, est assez longue et assez variée pour offrir des sites pour tous les goûts. A faible distance les uns des autres : localités surpeuplées, havres de calme et de détente. Pourquoi faut-il que même ces havres soient victimes des loisirs des civilisés et des mers sans marée? des pique-niques aux débris répugnants et du faible clapotis qui maintient une frange d'emballages vides et de peures d'oranges? O! l'admirable cap Roux aux nauséabondes destinées! O! porphyres de l'Estérel mourant dans l'eau trouble de papiers gras!

Parfois, une commune clairvoyante, parfois l'administration elle-même, essaient de limiter le mal. Messieurs les touristes, en Vendée littorale, les Eaux et Forêts ont créé pour vous des aires de pique-nique! Il semble que ce soit efficace. Mais en combien d'endroits, les paniers grillagés accrochés aux arbres restent-ils vides au milieu de sous-bois où s'épanouissent des fleurs de fer blanc, d'épichures et de cartons tamponnés du meilleur pâtissier du coin...

Lessor du tourisme sur l'eau, de son côté, est-il compatible avec la pureté du littoral? Progrès des sports nautiques? Très bien. Contrepartie : prolifération des sports dits de plaisance; côtes corsetées de ciment, hérissées de jetées sur des dizaines de kilomètres (dix ports juxtaposés sur les dix kilomètres de la baie de Cannes); sable disparu sur la moitié de la plage, parkings pris sur la mer, et chacun de ces nouveaux ports s'assimilant à la décharge publique. Eaux usées imprégnées de détergents, déchets de toutes sortes... Les pessimistes parlent de désastre «irréparable», de «stade irréversible» d'urgence de «mesures draconiennes». Ainsi les promeneurs, les vacanciers inconscients, sont peut-être en train de détruire leur propre joie des loisirs.

Sur la plus grande longueur de nos côtes, l'hiver permet heureusement à la nature de reprendre ses droits. Sauf peut-être sur la côte d'Azur, où se continue la vieille tradition des vacances hivernales, les villes balnéaires se vident en septembre. Les hôtels se ferment. Les boutiques mettent leurs volets barrés de larges inscriptions : «Réouverture en juin» ou «à Pâques». (...) Les transports publics se raréfient. Souvent même, les trains dédaignent ces stations désertées pour plusieurs mois. Que l'amateur de solitude iodée se réjouisse! Adieu, foules barloières, bruyantes l'été... Bonjour, la mer. Bonjour, le sable... Bonjour, marins redevenus vous-mêmes... Les transistors se sont tus. La nature offre, dans toute sa vérité, son émouvante beauté.

Y. et A. Meynier, *Les côtes de France*, Arthaud, 1972.



2.1.4 Le tourisme dans les manuels des années 1990 et 2000 : d'une place importante à un éclatement du thème dans les programmes.

Nous allons maintenant aborder deux manuels, le manuel Nathan de 1994 et le manuel Magnard 2003.

Le manuel Nathan de 1994, rédigé par J.-R. PITTE suit le programme renouvelé de 1993, la France et Europe dans le monde. Il laisse plus de place à l'Europe avec l'étude d'un État-membre de la CEE.

Ce manuel est le seul manuel du Fond Patrimonial de l'ESPE à proposer un chapitre entier lié au tourisme. Ce chapitre prend place dans la première partie du manuel, l'organisation de l'espace français. Le chapitre consacré au tourisme est le chapitre n°8 « Un service de pointe : Le tourisme. » Les auteurs nous montrent que le tourisme est étudié par l'angle économique, toujours à travers les services. Le manuel choisit de développer un seul service, le tourisme.

Le chapitre débute avec une photographie aérienne du Mont-Saint-Michel, un des monuments les plus visités en France, comme le montrait le manuel Delagrave de 1988. Cette photographie est accompagnée d'une légende expliquant aux élèves l'histoire de ce que le manuel appelle l'un des hauts lieux de France, reprenant l'expression de haut lieux du géographe É. DEBARBIEUX.

Une introduction générale dresse le portrait du tourisme en France au début des années 1990. Il est important de noter que les auteurs insistent sur l'impact spatial du tourisme, et que le tourisme permet d'aménager les territoires, deux aspects que les manuels analysés précédemment ne faisaient pas ou peu. Cette page est accompagnée d'un tableau de la répartition des emplois dans les activités du tourisme en 1989, le tourisme est présenté comme un aménageur du territoire. Une carte intitulée la France du tourisme suit la première double-page. Elle reprend la typologie du tourisme des années 1980, puis montre que le tourisme permet d'aménager le territoire. En effet, il demande de nombreux aménagements, comme les grandes voies de pénétration touristique comme le faisaient les manuels des années 1960.

Après cette introduction générale, un dossier intitulé « Dans le vif du sujet » est présent.

UN SERVICE DE POINTE: LE TOURISME

ANALYSE DU DOCUMENT

Chicot de granit épargné par la dernière remontée du niveau de la mer, le Mont-Saint-Michel est pendant longtemps resté isolé de la terre ferme à chaque marée haute. Aujourd'hui, la digue et la progression des herbes le rattachent de plus en plus clairement aux polders du fond de la baie. Son allure spectaculaire n'a cessé de fasciner les habitants de l'Ouest, qui en firent un lieu sacré dès la plus haute Antiquité. Des légendes multiples y prirent naissance et la tradition chrétienne en fait le lieu du combat victorieux de l'archange Saint Michel contre Satan. Depuis le Moyen-Âge, des moines s'y sont installés et une abbaye à l'architecture hardie y a été édiflée au fil des siècles. C'est l'un des sites les plus visités de France, chacun y trouvant ce qu'il vient y chercher, expérience mystique, émotion paysagère, petit plaisir gourmand, souvenirs de pacotille, dans le sentiment partagé de fouler l'un des hauts-lieux de la France.

La France est l'un des pays les plus fréquentés sur le plan touristique car elle dispose d'un ensemble d'atouts sans égal en Europe, cadeaux de la nature, de l'histoire et de la culture. Le tourisme est désormais un des fleurons de l'économie française, mais il a aussi un impact spatial, parfois au point de dénaturer un paysage sous la déferlante du tourisme de masse qui a envahi certains sites. Il s'affirme comme l'une des composantes majeures de l'aménagement du territoire alors que les loisirs deviennent un fait de civilisation. Cependant, la France doit apprendre à valoriser plus efficacement ce potentiel.

RÉPARTITION DES EMPLOIS SALARIÉS DANS LES ACTIVITÉS DU TOURISME EN FRANCE EN 1989 (en nombre de salariés)

Activités	1989
Hôtels et hôtels-restaurants	149 823
Débits de boissons	52 136
Restaurants et cafés-restaurants sans hébergement	219 289
Hébergements légers et développés	39 245
Wagons-lits et wagons-restaurants	2 792
Agences de voyages	23 534
Ramontées mécaniques	5 884
Établissements thermaux ou de thalassothérapie	9 054
Offices de tourisme à caractère public	5 335
Total	507 092

LA FRANCE DU TOURISME



DANS LE
VIF
DU SUJET

« Située aux confins du Massif central, oxygène du Languedoc, la Lozère est un paysage protégé, un espace de loisirs incomparable. Découvrir la Lozère dans son extrême diversité, c'est aborder aux rivages des grands horizons intacts, c'est accepter le dépaysement au cœur de la France, c'est le privilège de connaître une terre d'exception. »

Lozère, Comité départemental du Tourisme.



↑
1 Les gorges du Tarn, en Lozère.

3 LA LOZÈRE AXÉE SUR LE TOURISME VERT

D'un côté du grillage, un homme de près de 70 ans se dresse au milieu d'une meute de loups. De l'autre, une quarantaine de touristes médusés le regardent. Gérard Menatory vit avec ces animaux depuis toujours. Cent vingt loups évoluent en liberté dans ce parc, ouvert il y a huit ans dans l'Aubrac. Il attire 100 000 visiteurs par an. Département le moins peuplé de France (14 hab./km²), désertée par les industriels, la Lozère mise depuis quinze ans sur le tourisme vert.

Un développement axé sur la valorisation des ressources naturelles. L'espace : plusieurs réserves d'animaux ont été créées pour préserver des espèces en voie de disparition. En plus des loups, la Lozère abrite des bisons, des chevaux et des vautours. Le bois et la pierre : toits de lauzes et murs en granit sont de rigueur pour les quelque 600 gîtes ruraux. L'eau, enfin : avec ses 700 rivières, le « château d'eau » de la France a développé une série d'activités, de la pêche à la truite au canoë-kayak, du thermalisme (Bagnols-les-Bains) à l'aquaculture de montagne. Dernier projet, prévu pour l'été 1994 : le centre de remise en forme de La Chaldette, créé à partir d'une ancienne source dans l'Aubrac. Sur le plan financier, le département a habilement plaidé sa cause auprès de Bruxelles. Devenu une sorte de laboratoire des programmes d'aide européens, il a attiré une manne importante que les acteurs locaux ont su utiliser : une structure intégrée coordonne à l'échelle du département la production, la commercialisation, la promotion et la gestion.

Grâce au tourisme, la Lozère survit : sa population double en été, et cette activité représente un chiffre d'affaires de 400 millions de francs par an. Mais cela ne suffit pas : les responsables locaux se battent pour obtenir de meilleurs équipements routiers, et surtout l'implantation d'établissements d'enseignement supérieur.

L'Expansion, n° 459, 9-22 septembre 1993.

2 LES VACANCIERS SE METTENT AU VERT

Si la découverte et le dépaysement restent la motivation dominante des vacanciers, cette quête de nouveau prend un parfum écologiste très marqué, comme si les valeurs véhiculées par les « verts » influençaient également les loisirs et les vacances des Français : de la qualité de vie à la qualité des vacances.

Avant, on se mettait au vert, aujourd'hui, on souhaite aussi se mettre au vert. Une tendance illustrée par l'importance accordée, dans les motivations exprimées, d'une part au calme et à la tranquillité (rejet de la foule et des endroits encombrés et bruyants), d'autre part à la redécouverte de la nature, qu'il s'agisse de la montagne (de plus en plus fréquentée en été) mais aussi de la campagne, par opposition au littoral qui semble, lui, en passe de perdre, si cela n'est pas déjà fait, une position longtemps prédominante.

Que le vert soit à la mode, on n'en veut pour exemple que l'engouement des citadins aisés pour les formules d'hébergement rustique, type gîtes ruraux, le vrai luxe étant alors le calme, la facilité de circuler, l'authenticité du cadre et des relations humaines.

De même, le désir d'entrer réellement en contact avec d'autres cultures, d'autres façons de vivre, motivation principale des vacanciers voyageurs, trouve aujourd'hui des réponses qui ne sont pas nécessairement lointaines et exotiques. (...)

Ainsi, le regain d'intérêt pour les cultures, les traditions et les fêtes régionales, le succès des écomusées, la multiplication des stages thématiques, etc. Comme si, à son tour, le dépaysement se mettait au vert.

Patrick François, *Le Monde*, 19 mars 1992.

QUESTIONS

- Quelles sont les différentes motivations qui poussent les touristes à se « mettre au vert » ?
- Quels sont les maux dont souffre la Lozère ? Quelles activités a-t-elle choisi de développer ? Essayez d'en dresser une typologie.
- Quels soutiens la Lozère a-t-elle obtenus ?
- Quel bilan peut-on tirer en ce qui concerne les effets du tourisme vert sur une région ?

Ce dossier, intitulé « Dans le Vif du sujet, le tourisme au secours des campagnes », (ci-dessus) est montré aux élèves que le tourisme aménage les territoires. Il est composé de trois documents, une photographie des gorges du Tarn en Lozère, destinée à illustrer le caractère naturel du tourisme dans le Tarn et deux textes. Ces deux textes, *La Lozère axée sur le tourisme vert*, pour le premier, et *Les vacanciers se mettent au vert*, pour le deuxième montre que le tourisme vert se développe à partir des années 1980, suite à l'émergence du développement durable.

Ces documents sont accompagnés de questions. Elles demandent aux élèves d'extraire des informations des différents documents avant de terminer par un bilan. Les élèves doivent comprendre à travers ces questions pourquoi le tourisme se développe en Lozère et comment il parvient à aménager ce territoire en marge, au sud de la France.

À la suite de cette introduction, le manuel aborde le tourisme de façon plus traditionnelle avec deux doubles-pages, composées d'une page de leçon, et d'une page de documents. Ces leçons sont plus longues que les manuels des années 1980. La première double-page est intitulée « un développement spectaculaire », la deuxième, « espaces et politiques touristiques ». Cette idée de politique touristique, amène à voir le tourisme comme une politique d'aménagement, caractéristiques des années 1960 et 1970 en France, avec le Plan Neige et la Plan Racine.

La première leçon est accompagnée de définitions, comme dans le manuel Hatier en 1988, de balance touristique, touriste et vacances.

La leçon débute par une phrase d'introduction, et présente le tourisme sous un angle historique. Elle est divisée en trois sous-parties. La première dresse l'état des lieux du tourisme en France en 1992. Le manuel est le premier à évoquer le développement de parcs de loisirs, OK-Corral, Parc Astérix, Eurodisney-Land, à l'origine de loisirs mais aussi de vacances. La deuxième sous-partie explique cet essor, en mettant en avant les aménités traditionnelles du territoire français, déjà mises en avant depuis les années 1960.

Cette leçon est accompagnée de huit documents, illustrant la leçon. Les documents sont plus nombreux que dans les autres manuels. La présence de photographies est importante, comme des statistiques, la place des textes et des cartes est réduite. L'entrée du tourisme a lieu avec les paysages.

L'approche est sociologique avec le document trois nous présentant, une nouvelle fois le taux de départ en vacances selon la CSP. Ce document nuance le tourisme de masse, puisque les catégories les plus populaires ne partent pas en vacances. Le document deux montre l'évolution des destinations touristiques. Le document cinq permet de faire un point de la présence de touristes étrangers en France. Ils sont essentiellement européens. L'ensemble de ces documents illustrent la première sous-partie de la leçon.

Avec le document un, un tableau retraçant l'évolution des congés payés en France, l'approche est historique, et montre une des raisons de l'essor du tourisme évoquée dans la seconde sous-partie.

Les autres documents montrent le tourisme à l'échelle locale. Le document quatre, est un texte, extrait du journal *La Croix L'Événement*, du 3 février 1992, indique que la Savoie effectue d'importants travaux pour moderniser ces infrastructures de transports et de télécommunications. Le tourisme permet en effet de moderniser plus rapidement les espaces touristiques que les autres espaces. (O. LAZAROTTI, 2003). Le tourisme avec ce document est vu comme un moyen d'aménager un territoire, ici la Savoie.

Avec le document quatre, les élèves prennent conscience que le tourisme peut développer et aménager un territoire. Puis deux photographies prises au sol, nous mettant à la place des touristes, montrent le tourisme de montagne, présent en été et le tourisme lié au patrimoine.

1 UN DÉVELOPPEMENT SPECTACULAIRE

Certes le tourisme existe depuis l'Antiquité mais le mot n'est apparu qu'au XIX^e siècle avec le chemin de fer et les agences de voyage. Pourtant, c'est au XX^e siècle qu'il devient un fait économique et social majeur.

A. UN TOURISME DE MASSE

■ Alors que 4 à 5 millions de Français partaient en **vacances**² à la veille de la Seconde Guerre mondiale, 20,3 millions partaient en 1964 et 34,5 millions, soit **trois Français sur cinq en 1992**. L'essentiel des séjours se sont effectués à l'intérieur du pays et 45 millions de touristes³ étrangers sont venus en France (doc. 5), ce qui place la France au 3^e rang européen, après l'Italie et l'Espagne.

■ Plus de **quatre Français sur cinq prennent leurs vacances en été**. S'ils privilégient encore le **tourisme balnéaire**, les séjours à la **campagne** se maintiennent au second rang et bénéficient de la multiplication des résidences secondaires et du développement du camping et des gîtes ruraux. Surtout, la **montagne** attire désormais 16 % des vacanciers, dont les trois quarts viennent en été (doc. 4). Enfin le tourisme en ville est en déclin.

■ Pour les Français, le tourisme demeure un loisir où la liberté de mouvement et de séjour est primordiale. Aussi, malgré l'amélioration des infrastructures hôtelières, **l'hébergement** est-il essentiellement assuré par les parents et les amis. **Les circuits organisés** sont réduits à la portion congrue. On assiste cependant à la **renaissance du thermalisme** et surtout au **développement des parcs de loisirs** à thème (OK-Corral près de Marseille, parc Astérix, Eurodisney-Land...).

B. LES RAISONS DE CET ESSOR

■ En France, la variété des **paysages**, la **longueur des côtes**, l'**ensoleillement estival** dans la partie méridionale, les **neiges alpines en hiver** constituent une matière première essentielle. Le **riche patrimoine historique et culturel** est bien mis en valeur : Paris a une renommée mondiale, les villes de province réhabilitent leurs centres anciens et leurs monuments, certaines régions sont jalonnées de splendides **châteaux** (vallée de la Loire), etc. La création sous toutes ses formes, le **folklore** et la **gastronomie** (doc. 7), le souvenir (mémorial de Verdun), la foi (pèlerinages à Lourdes) sont mis à profit pour développer le tourisme.

■ La **demande touristique** s'est elle-même accrue grâce à la création et à l'allongement des **congés payés** (doc. 1), à l'**élévation considérable du pouvoir d'achat**, à l'évolution du mode de vie, à la réduction de la durée hebdomadaire du temps de travail. Autrefois réservé à une élite, le **tourisme touche désormais toutes les couches sociales**, bien que les taux de départ des agriculteurs, des retraités et des ouvriers demeurent en-deça de celui de la moyenne des Français.

■ Le développement des transports joue enfin un rôle déterminant en rendant les sites accessibles. Au XIX^e siècle, le chemin de fer avait ouvert au tourisme balnéaire, au thermalisme et aux loisirs de montagne quelques sites remarquables (Deauville, Chamonix, Nice). Aujourd'hui, l'automobile et l'avion donnent au touriste une grande liberté de mouvement.

C. UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE FONDAMENTALE

■ Le tourisme **emploie environ 1,9 millions de personnes en France** en 1991. Aucune mesure précise n'existe, car ce secteur comprend deux tiers d'emplois directs (hôtellerie, restauration, agences de voyages...) et un tiers d'emplois induits (sports et plein air, commerces, artisanat, culture...).

L'**emploi touristique** se caractérise par la fréquente **saisonnalité**, la **mobilité géographique** et professionnelle, une certaine **précarité**, la difficulté de trouver du personnel qualifié. Ceci pose le problème de l'inadéquation entre les postes à pourvoir et les capacités des populations locales.

■ En 1991 le tourisme représentait **7,1 % du PIB de la France**. Les recettes issues du tourisme international (120 milliards de francs) plaçaient la France au **second rang mondial**, derrière les États-Unis.

■ Le tourisme est-il un facteur de développement ? À l'échelle de l'État, il est perçu comme une activité aux effets multiplicateurs et une source de **rentrées fiscales et de devises**. À l'échelle régionale, il a des conséquences variées sur l'évolution de la population et des activités et sur son intégration aux espaces national et international.

VOCABULAIRE

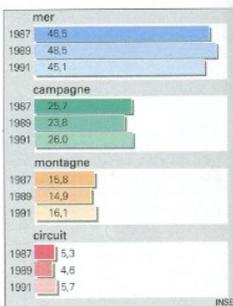
BALANCE TOURISTIQUE : elle exprime le rapport entre les revenus fournis par les arrivées de touristes étrangers et les dépenses de devises liées au tourisme des Français à l'étranger.

TOURISTE : visiteur temporaire qui séjourne au moins 24 heures dans le lieu qu'il visite, pour des motifs de loisirs (agrément, vacances, santé, études, religion et sport) ou d'affaires (famille, mission, réunion). Définition de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme).

VACANCES : on entend par « vacances » tout séjour de plus de quatre jours pleins consécutifs hors du domicile, pour des motifs autres que professionnels, d'étude ou de santé. Cette notion de vacances correspond à une normalisation européenne.

1 L'ÉVOLUTION DES CONGÉS PAYÉS

1936 : 2 semaines (Front Populaire)
1955 : 3^e semaine (IV^e République)
1962 : 4^e semaine (V^e République)
1981 : 5^e semaine (V^e République)



2 Evolution des types de tourisme : principales destinations en pourcentage.

3 TAUX DE DÉPART EN VACANCES DES FRANÇAIS EN 1990 SELON LA CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE			
catégorie socioprofessionnelle	sur l'année	hiver	été
Exploitants et salariés agricoles	36,2	8,1	31,3
Patrons de l'industrie et du com.	58,2	28,6	52,7
Cadres supérieurs et prof. libér.	88,2	60,2	84,7
Cadres moyens	82,5	41,9	79,0
Employés	68,6	29,7	64,2
Ouvriers	52,1	15,1	48,6
Personnel de service	54,5	21,7	47,9
Autres actifs	76,2	44,7	72,9
Retraités	44,0	20,4	39,5
Autres inactifs	43,9	19,5	39,9
Ensemble	59,1	26,7	55,1

Memento du tourisme, La Documentation française, Paris, 1991.

4 LA SAVOIE JOUE GROS JEU

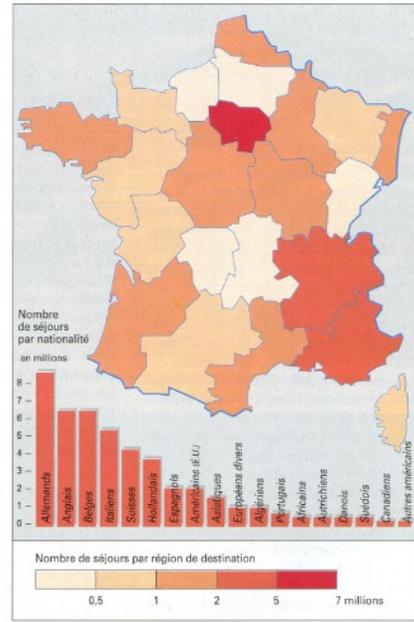
La Savoie a été retenue pour la qualité de ses sites et pour son potentiel touristique, l'un des premiers d'Europe. Encore fallait-il compléter un réseau d'infrastructures qui accusait un retard de dix ans. Les investissements publics en routes, télécommunications et équipements divers sont de l'ordre de 4 milliards de francs, dont 90 % à la charge de l'État. Son effet le plus spectaculaire est d'insérer la montagne touristique et le maillage des autoroutes alpines et de la rendre accessible au TGV. Cette action prioritaire est le détonateur d'autres opérations similaires jusqu'à Chambéry, Valence et Lyon-Satolas. Il en résulte une anticipation de dix à quinze ans sur une nécessité d'aménagement du territoire. Est-elle disproportionnée ? Certainement pas en rappelant le poids touristique de la Savoie, ou sa position européenne entre Italie et France avec en toile de fond la Suisse et... l'Espagne.

Pierre Préau, La Croix L'Événement, 3 février 1992.

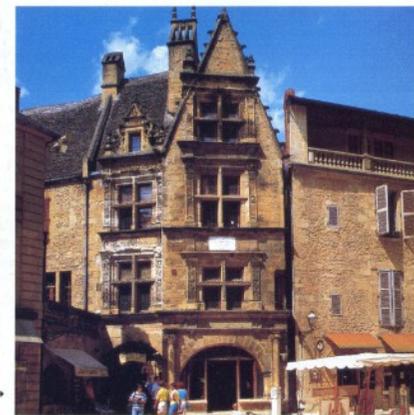


6 Touristes d'été dans le parc naturel de la Vanoise.

7 Sariat : une des villes les plus pittoresques du Périgord, célèbre étape gastronomique.



5 Les touristes étrangers en France en 1991.



8. UN SERVICE DE POINTE : LE TOURISME 129

2 ESPACES ET POLITIQUES TOURISTIQUES

La France a pris tardivement conscience du rôle économique du tourisme. Elle en a fait un outil d'aménagement du territoire. Mais les disparités des régions et la diversité des retombées du tourisme sont grandes.

A. LES ACTEURS

■ Les **acteurs essentiels** du développement touristique sont les **entreprises**. La quasi-totalité est constituée de PME employant moins de 10 salariés, des **agences de voyages** aux **hôtels-restaurants**. À côté de ces entreprises, des **structures associatives** organisent un tourisme social moins mercantile : auberges de Jeunesse, VVF (Villages, Vacances, Familles). Cet émiettement explique en partie que la France n'ait pas encore su « industrialiser » son tourisme.

■ Dans le cadre de la politique d'aménagement du territoire, l'**État** a favorisé le développement du tourisme de masse sur les côtes aquitaines et languedociennes dans les années 70 (cf. TD p. 132). Sur le plan budgétaire, il accorde aux communes touristiques une dotation qui soulage leurs finances, alourdis par le coût des réseaux. Il impulse l'amélioration du réseau routier et autoroutier de desserte des régions touristiques. Dans le cadre de l'Union européenne, un « Plan communautaire du Tourisme » a été adopté en juin 1992 et le FEDER* aide au désenclavement de certaines régions (Lozère).

■ En 1985, le souci d'un aménagement plus équilibré a suscité le vote de la « loi montagne » (doc. 3) qui définit une politique conciliant vie rurale et activités touristiques. Mais les lois de décentralisation donnant aux **collectivités territoriales** un rôle important dans le développement local, c'est à elles que revient désormais la charge de proposer concrètement des projets et une gestion plus rationnelle des infrastructures, la coopération inter-et supra-communale devenant en plus une condition de réussite.

B. TOURISME ET ENVIRONNEMENT

■ Comme toute activité humaine, le **tourisme modifie l'espace** et porte parfois gravement **atteinte à l'environnement**. On lui reproche souvent la mauvaise intégration des stations touristiques dans les régions, donc les faibles retombées pour les populations locales. En outre, la défiguration des paysages par la prolifération des résidences

culon foncière provoquent de vives réactions chez les autochtones. Inversement, le **tourisme littoral souffre des pollutions urbaines ou industrielles** (marées noires). En montagne et en milieu rural la **déprise*** agricole augmente les risques d'avalanches et de disparition des sentiers.

■ La prise de conscience par les pouvoirs publics des problèmes reliant tourisme et environnement a été tardive. Certes, les premiers **parcs naturels nationaux** ont été créés dans les années 60 et il existe aujourd'hui **21 parcs régionaux**. Mais désormais, à travers l'exemple de la **loi de 1986 sur le littoral**, l'État cherche à **combinaison l'aménagement, la protection et la mise en valeur** des espaces « naturels ».

C. LES GRANDES RÉGIONS TOURISTIQUES

■ Le **littoral méditerranéen** est le principal ensemble touristique d'été. Mer et soleil sont ses atouts majeurs. De Marseille à Menton s'est développé le foyer le plus ancien, aujourd'hui saturé. Les marinas sont la dernière étape de cette colonisation anarchique. En revanche, la **côte languedocienne** a connu un aménagement planifié et plus tardif. La beauté et la variété des paysages côtiers, la richesse archéologique (Carnac...) font de la **Bretagne** la deuxième région touristique provinciale. Les autres littoraux jouent un rôle secondaire.

■ Les **Alpes** sont la 3^e région touristique grâce à la fréquentation estivale et aux sports d'hiver, surtout dans le nord. Les autres régions intérieures développent le **tourisme vert** et mettent en valeur leur **patrimoine historique, naturel et culturel** : les volcans d'Auvergne, la gastronomie du Périgord, les abbayes cisterciennes de Provence...

■ Le **rayonnement international de Paris** est lié à la richesse de son patrimoine historique mais aussi à des activités qui sont l'apanage d'une grande métropole (spectacles, commerce de grand luxe...). Touristes français et étrangers, hommes d'affaires, congressistes et diplomates s'y bousculent tout au long de l'année et

1 QUELQUES SITES PARMIS LES PLUS VISITÉS DE FRANCE

Paris : 25 millions
Notre Dame : 13,5 millions en 1992
Eurodisney-Land : 11 millions en 1991
Centre Pompidou : 7,6 millions
La Villette : 5,8 millions
Tour Eiffel : 5,4 millions
Le Louvre : 5 millions
Versailles : 5 millions
Lourdes : 4 millions
Mont-Saint-Michel : 2 millions

2 QUAND PLAISANCE RIME AVEC NUISANCE

Certains jours d'été, le golfe de Saint-Tropez devient un véritable enfer. La mer est sillonnée de hors-bord, *cabin-cruisers*, hydrojets, scooters marins et, depuis trois ou quatre ans, par ces nouveaux monstres appelés officiellement *off-shore* et familièrement cigares, qui fendent la vague à près de 200 à l'heure avec un vrombissement d'avion.

En haute saison, la seule ville de Saint-Tropez (6 248 habitants) reçoit jusqu'à 80 000 visiteurs par jour ! Port saturé, voirie bloquée, plages bondées. Et plaisance se met à rimer avec « nuisance ».

L'explosion de la plaisance – 700 000 bateaux immatriculés en France (dont 68 % à moteur) contre 20 000 en 1950 – rend sa pratique de moins en moins « plaisante » pour ceux qui s'y adonnent, et surtout pour tous les autres : baigneurs, plongeurs, planchistes, riverains et gestionnaires du rivage. La Côte d'Azur, au bord de l'asphyxie par le tourisme et les loisirs à terre, risque d'être achevée par la plaisance en mer.

R. Cans, *Le Monde*, 9 juillet 1988.

3 LA LOI MONTAGNE 1985

La politique de la montagne a pour finalité de permettre aux populations locales et à leurs élus d'acquiescer les moyens et la maîtrise de leur développement en vue d'établir, dans le respect de l'identité culturelle montagnarde, la parité des revenus et des conditions de vie entre la montagne et les autres régions. Elle se fonde sur la mise en valeur optimale des potentialités locales.

La politique de la montagne se caractérise par la promotion d'une démarche de développement local, qui, engagée et maîtrisée par la population montagnarde, comporte en particulier :

- la mobilisation simultanée et équilibrée des ressources disponibles en vue d'une valorisation des aptitudes aux productions agricoles, forestières, artisanales, industrielles et énergétiques, la diversification des activités économiques et le développement des capacités d'accueil et de loisirs ;
- la protection des équilibres biologiques et écologiques, la préservation des sites et des paysages, la réhabilitation du bâti existant et la promotion du patrimoine culturel ;
- l'adaptation et l'amélioration des équipements et des services afin de procurer aux populations montagnardes des prestations comparables à celles qui sont accessibles sur le reste du territoire national ;
- la prise en compte des handicaps que subissent les collectivités locales et les activités économiques dans tous les domaines et, notamment, pour la définition des politiques agricoles comme pour l'attribution des crédits publics et l'emploi de l'épargne locale ;
- le soutien prioritaire des programmes globaux et pluriannuels de développement engagés de manière coordonnée par les collectivités territoriales et les partenaires économiques et sociaux au niveau intercommunal, des petites régions ou pays.



4 Valmorel (73), une station de montagne de quatrième génération, bien intégrée.



5 La Baule, en Loire-Atlantique.

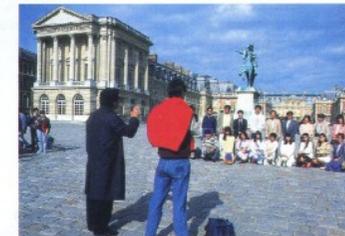
6 EURODISNEY OU LA FIN D'UN RÊVE

15 millions de *guest members* ont franchi les grilles depuis le 12 avril 1992 et le gouffre financier se creuse tous les mois ! De plus, la crise étant passée par là, les 11 millions de visiteurs de la première année ne sont pas faciles à renouveler. Depuis la dévaluation de leurs monnaies, le nombre d'Italiens a baissé d'un quart et celui des Anglais de moitié. Les Français ont fini par décoincer mais arrivent poches cousues, habitués qu'ils sont aux forfaits tout compris façon Club Med. En vertu de quoi les recettes des magasins de souvenirs et des restaurants seraient de 30 % inférieures aux prévisions. Or elles devaient assurer le tiers du chiffre d'affaires !

Mais la crise ou la radinerie des Français a bon dos. Tous les clients jugent les prix prohibitifs. Un Hollandais qui vient de payer 57 francs pour un café et une pâtisserie s'insurge : « Tout est deux fois plus cher qu'en Floride. » (...)

« Les patrons de Walt Disney ont fait l'erreur de baser leurs prévisions sur la consommation des Américains, qui s'éclatent pendant leurs vacances, beaucoup plus courtes. »

Le Nouvel Observateur, 26 août-1^{er} sept. 1993.



7 Touristes japonais devant le château de Versailles.

La deuxième double-page est consacrée aux « espaces et politiques touristiques ». Ce titre est révélateur, les auteurs montrent que le tourisme est une politique d'aménagement. C'est le premier manuel à intégrer cette idée dès le titre.

La phrase d'introduction nous rappelle que le tourisme a un rôle d'aménageur et est une activité importante pour l'économie française. Cette leçon est divisée en trois temps, elle aborde pour la première fois dans les manuels analysés, les acteurs du tourisme. Ces acteurs sont multiples, citons l'exemple de l'Union Européenne, révélateur de l'entrée de l'Union Européenne dans les programmes. Autre exemple, les collectivités territoriales, qui ont plus de pouvoirs avec la décentralisation, effective depuis les années 1980. La seconde sous-partie traite le lien entre le tourisme et l'environnement, en montrant que les aménagements touristiques détruisent parfois l'environnement, mais que la conciliation entre le tourisme et l'environnement est possible. Ce paragraphe reprend le dossier du tourisme vert en Lozère. La troisième sous-partie est une typologie rapide des grandes régions touristiques.

Cette leçon est accompagnée de sept documents illustrant la leçon. Ces documents sont des photographies, et des textes, et un document statistique. Ce document statistique est un classement de quelques sites les plus visités de France. Nous pouvons observer que les manuels utilisent encore des statistiques mais elles sont beaucoup moins nombreuses que dans les années 1980. La vision du tourisme avec l'article du *Monde* du 8 juillet 1988, le document deux et l'article du *Nouvel Observateur*, le document six, est négative. Le tourisme apporte de nombreuses nuisances et il n'est pas durable dans le temps avec l'exemple d'EuroDisney. Le lien entre tourisme et environnement est retrouvé avec l'extrait de la loi Montagne de 1985. Les photographies sont prises au sol, elles se placent au niveau des acteurs, les touristes. Elles occupent une place importante sur la page. La photographie de Valmorel de la Baule, d'un groupe de touristes japonais posant devant le château de Versailles reprend la typologie et permet de comparer le tourisme. Nous pouvons voir l'influence de la recherche universitaire dans les manuels avec la légende du document quatre, présentant la station de Valmorel, comme une station de quatrième génération. La typologie des stations de première à quatrième génération est le fruit du travail de Rémy KNAFOU.

Après cette leçon, une double-page est encore liée au tourisme. Il s'agit de travaux dirigés, à propos du sujet suivant, « l'aménagement du littoral languedocien ». L'échelle choisie est l'échelle locale. Le littoral languedocien est le meilleur exemple pour montrer le tourisme comme un aménageur du territoire, puisqu'il a été profondément transformé. Ce dossier est composé de sept documents et de quelques questions. La vision est ici géo-historique, le tourisme est vu comme un aménageur.

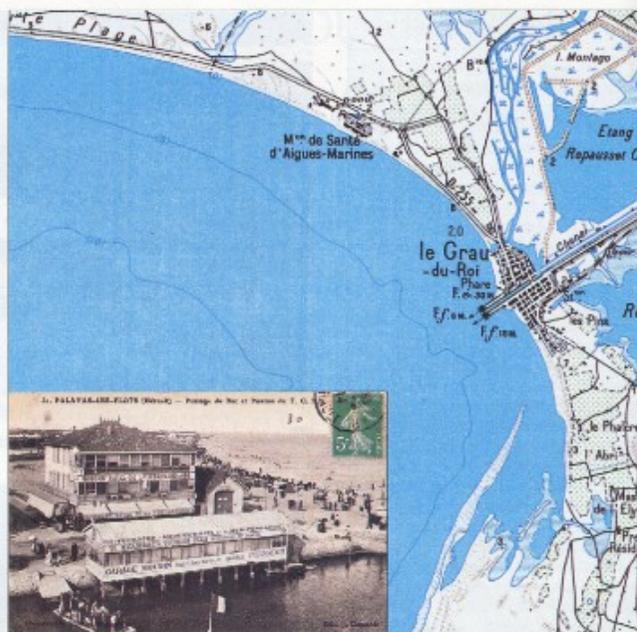
Il comporte plusieurs cartes IGN, des photographies, et deux textes. Les cartes IGN, du Grau du Roi en 1989 accompagnée d'une carte postale des années 1930, et de la même station en 1950 permettent de montrer les transformations. La photographie aérienne oblique de la marina de Port Camargue, le document six, fait le lien avec la carte IGN de 1989 et permet aux élèves de visualiser les transformations. Le texte extrait de *Le Nouvel Économiste* décrit les travaux et la construction de station balnéaire sur le littoral languedocien, et met en avant les transformations visibles sur les cartes IGN. Ce texte est en lien avec la photographie aérienne oblique de la station balnéaire de la Grande Motte. L'extrait de la Loi Littoral de 1986, montre au contraire que depuis le milieu des années 1980, l'État cherche à protéger les littoraux français et éviter la bétonnage des côtes.

Ce dossier est accompagné de quelques questions. Les élèves doivent localiser les lieux, extraire des informations des documents pour comprendre que le littoral est au départ hostile au développement du tourisme, mais à l'aide de nombreux aménagements, cette côte devient

TRAVAUX DIRIGÉS

L'AMÉNAGEMENT DU LITTORAL LANGUEDOCIEN

La côte du Languedoc-Roussillon a été entièrement métamorphosée par la plus grande opération régionale d'aménagement du territoire, en se démarquant du type d'aménagement anarchique de la Côte d'Azur.



1 Carte IGN du Grau du Roi au 1/50 000, de 1950.
2 Tourisme balnéaire dans les années 30, à Palavas-les Flots, Hérault.

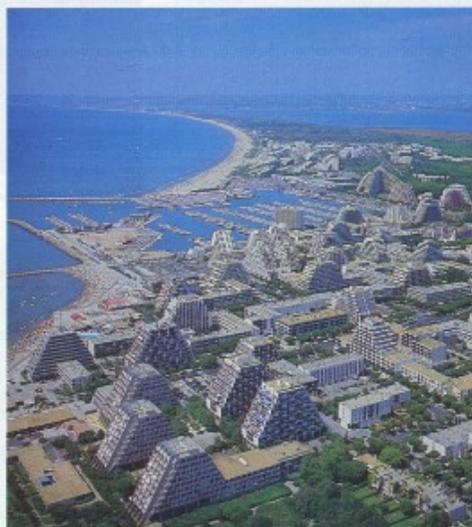


3 VINGT ANS DE TRAVAUX

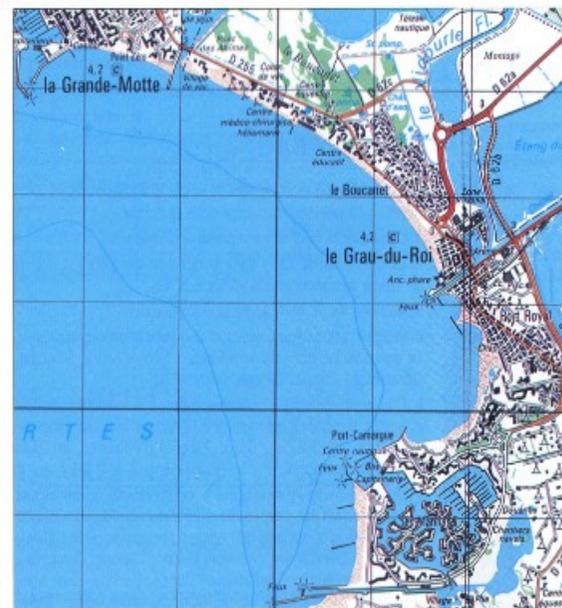
En 1960, le Languedoc-Roussillon était une côte sans relief, où l'herbe folle le disputait au sable. Ni criques, ni fleurs, ni senteurs, mais des étangs à perte de vue se confondant avec la mer. C'est là, dans ce site sans doute le moins fait pour supporter l'invasion de l'homme, mais envahi par les moustiques, qu'il y a vingt ans le plus insensé des paris d'aménagement touristique a été entrepris. Un pari productif : 200 km de côte, 12 ports de plaisance, 120 000 à 130 000 logements, 600 à 700 000 lits, sept stations nouvelles, voulues, administrées et planifiées depuis Paris. De Port-Camargue, hautaine et froide autour de son endigage et de sa capitainerie, au détre urbanistique de Port-Barcarès et Port-Leucate qui hésitent entre les styles, les formes, les couleurs, mais foncent à fond sur les mètres carrés. De La Grande Motte, organisée comme une ville avec ses rues à l'équerre et ses vertigineuses pyramides, au séduisant Cap d'Agde, station d'opérette plus azurienne que languedocienne, mais qui a su préserver son unité architecturale. De Gruissan, la cadette, encore incertaine sur son avenir, à Saint-Cyprien, qui tente de se refaire des couleurs.

Que de mètres carrés soigneusement employés ! Que d'efforts pour une saison battant son plein pendant deux mois ! Et que d'argent investi pour démoussiquer, assainir, boiser, alimenter en eau potable, créer des routes et des équipements ! Vingt ans de travaux d'Hercule au bilan incertain. Le prototype de l'aménagement des années 60-70, celui de l'avant-crise ou tout semblait possible et le devenait.

© Arnaud, *Le Nouvel Économiste*, 8 août 1984.



4 La Grande Motte, dans l'Hérault.



5 Carte IGN du Grau du Roi en 1989.



6 Port Camargue, dans le Gard.

7 L'AMÉNAGEMENT, LA PROTECTION ET LA MISE EN VALEUR DU LITTORAL

La réalisation de cette politique d'intérêt général implique une coordination des actions de l'État et des collectivités locales (...) ayant pour objet :

- la protection des équilibres biologiques et écologiques, la lutte contre l'érosion, la préservation des sites et paysages du patrimoine ;
- la préservation et le développement des activités économiques liées à la proximité de l'eau, telles que la pêche, les cultures marines, les activités portuaires, la construction et la réparation navales et les transports maritimes ;
- le maintien ou le développement, dans la zone littorale, des activités agricoles ou sylvicoles, de l'industrie, de l'artisanat et du tourisme.

En dehors des espaces urbanisés, les constructions ou installations sont interdites sur une bande littorale de cent mètres à compter de la limite du rivage ou des hautes eaux.

Les nouvelles routes de transit sont localisées à une distance minimale de 2 000 mètres du rivage. La création de nouvelles routes sur les plages, cordons lagunaires, dunes ou en corniche sont interdites.

L'usage libre et gratuit par le public constitue la destination fondamentale des plages au même titre que leur affectation aux activités de pêche et de cultures marines.

Les opérations engagées ou prévues dans les périmètres de l'opération d'aménagement du littoral du Languedoc-Roussillon, définis par les schémas d'aménagement antérieurs (...) jusqu'au 31 décembre 1989.

Extrait de la loi du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral.

QUESTIONS

- À l'aide d'un atlas, localisez la ville du Grau du Roi. Qu'est-ce qu'un grau ?
- Quels étaient les atouts et les handicaps de ce littoral avant les aménagements ?
- Quels étaient les objectifs des aménagements ? Comment et quand ont-ils transformé ce littoral pour accueillir les estivants ?
- Quels sont les équipements qui découlent de ce développement touristique ?
- Malgré les attaques récentes dont elle est victime par les législateurs, quelles sont les décisions fondamentales de la loi du littoral du 3 janvier 1986 ?

touristique, côte que l'État cherche désormais à protéger.

Le chapitre se termine avec un point bac, le manuel propose aux élèves de s'entraîner à la dissertation avec le sujet suivant, « le tourisme dans les montagnes ».

Ce chapitre donne une vision complète du tourisme. Le tourisme est vu comme une politique d'aménagement, proposant une autre vision que les autres manuels. De plus, il étudie le tourisme comme « pratique géographique » (O. LAZAROTTI, 2003, p 263). En effet, le chapitre prend en compte l'homme en action, comme nous montre les photographies, il propose une étude du rapport à l'espace, avec les cartes, du rapport au temps, et du mobile de l'action, c'est à dire les différentes pratiques. (O. LAZAROTTI, 2003).

Le dernier manuel analysé est le manuel Magnard de 2003, rédigé par J. LALTA, J.-F. JOLY, R. REINERI. Il suit le programme de 2002. Dans ce programme, la France vient comme un élément de l'espace européen (M. HAGNERELLE, 2016).

Or ce manuel aborde le tourisme par une étude de cas, de « Disneyland Resort Paris, un pôle économique majeur ». Cette étude de cas fait partie du chapitre onze, les espaces d'une grande puissance économique. L'étude de cas n'est pas entièrement consacrée au tourisme, c'est une entrée pour montrer que le tourisme parvient à faire émerger un pôle économique.

Après cette étude de cas, la deuxième partie de la leçon est consacrée au tourisme, après les mutations de la puissance économique. Ainsi, le manuel débute par le secteur tertiaire avant d'aborder le secteur primaire puis secondaire. Cette place dans le chapitre nous montre que le secteur tertiaire, avec le tourisme, est le secteur dominant en France. C'est le cas depuis la fin des années 70, mais ce phénomène n'apparaît pas avant dans les manuels étudiés.

Cette étude de cas est divisée en deux parties, « une vaste aire récréative aux portes de Paris » dans une première partie, puis « un espace tertiaire en plein développement » dans une seconde partie. Ce découpage nous montre que le tourisme est étudié dans un premier temps, tourisme permettant l'émergence d'un espace tertiaire dans un second temps.

La première double page est composée d'une introduction, de deux documents, et de deux questions. « Le but est de mettre en lumière les spécificités du territoire étudié » (Fiche Éduscol), ici Disneyland avant une mise en perspective. Elle permet de passer à une réalité plus étendue par des questions simples, (Fiche Éduscol), ici l'organisation des secteurs en France. Cette première partie nous montre que Disneyland Resort Paris est une aire récréative.

L'introduction nous indique que le parc est la première destination touristique en France, qu'il est à l'origine de nombreuses transformations. Puis une photographie aérienne oblique du parc et de ses environs, avec une photographie aérienne verticale du parc en 1999 permettent aux élèves de situer le parc, de percevoir les grands aménagements. Ces deux documents sont accompagnés d'une légende, montrant la présence de réseaux de transport, d'espaces résidentiels et tertiaires.

Avec les questions, les élèves doivent situer le parc par rapport à Paris, puis relever les aménagements à proximité du parc. Pour répondre aux questions, ils peuvent utiliser les documents de la deuxième double-page. Nous pouvons voir la présence importante des cartes

Disneyland® Resort Paris pôle de développement économique

Depuis sa création, Disneyland®Resort Paris a reçu plus de 100 millions de visiteurs. C'est la première destination de loisirs des touristes européens, loin devant la Tour Eiffel et le musée du Louvre. L'ouverture d'un second parc, Walt Disney Studios, doit en accentuer encore la fréquentation.

L'arrivée de Disneyland®Resort Paris a induit de nombreux aménagements. Un grand complexe résidentiel et d'activités, Val d'Europe, vient de naître à sa porte. On assiste ainsi à de profondes transformations de tout le paysage de l'Est parisien.

1 ■ Une vaste aire récréative aux portes de Paris

Disneyland®Resort Paris est la plus importante aire de loisirs de toute l'Europe.



1. Le parc Disneyland

1. Disneyland Park. 2. Walt Disney Studios.
3. Disneyland Hôtel. 4. Disney Village.
5. Gare TGV-RER. 6. Vers autoroute A6.
7. Parking.

Questions

1. Situez le parc d'attraction Disneyland®Resort par rapport à Paris (2, 5).
2. Relevez les aménagements réalisés ou en projet à proximité du parc (1, 2, 3, 7, 8).



- Réalisés**
- ① Le Parc Disneyland
 - ② Hôtels
 - ③ Golf
 - ④ Gare TGV et RER
 - ⑤ Parking
- En construction sur la photo**
- ⑥ Le Parc Walt Disney Studios
 - ⑦ Gare RER
 - ⑧ Val d'Europe
- En projet :**
- ⑨ Parc international d'entreprises

2. Le site Disneyland®Resort Paris (Photographie IGN - 1999).

satellites, utilisées de plus en plus souvent dans les manuels scolaires. Le tourisme est ici vu comme une activité.

La deuxième double-page montre que le parc Disneyland a permis de faire émerger un espace tertiaire et diversifier les activités. Cette double-page est composée de plusieurs documents, trois questions et d'une synthèse finale.

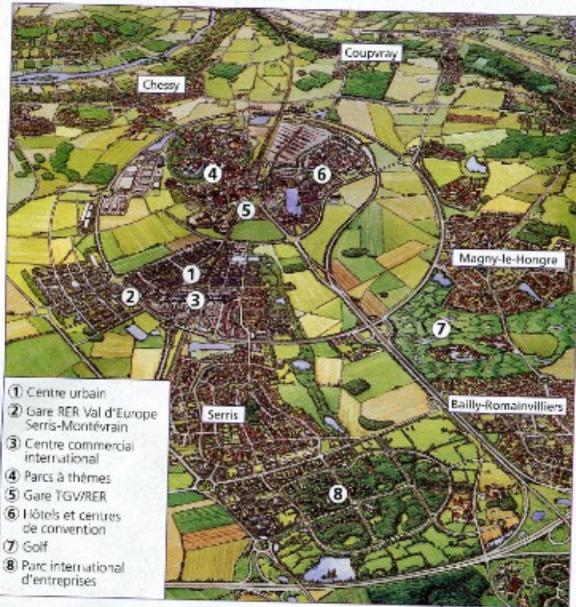
Une place importante est laissée aux documents iconographiques et aux cartes. Deux textes sont présents. Ce choix nous montre le renversement par rapport aux années 1980, la géographie est désormais abordée par des documents de nature diverse, mais de moins en moins de textes. Cette double-page est centrée sur Val d'Europe, un centre secondaire de Marne-la-Vallée, développé à proximité de Disneyland Resort Paris. Le croquis du parc d'attractions et de Val d'Europe permet de localiser ce nouveau centre et montre la proximité avec le parc d'attractions. Puis le croquis des réseaux de transports entre Paris et le parc, le document cinq, et une carte de l'Europe cartographiant les temps de transport entre les pays européens et Val d'Europe, le document six, montrent que ce centre est facilement accessible depuis Paris, et depuis toute l'Europe. Les textes extraits du numéro de septembre 2002 des *Cahiers M2, Val d'Europe*, le document quatre, issu du site internet valdeurope.com, le document neuf, et la photographie aérienne oblique du centre commercial Val d'Europe montre que c'est un espace résidentiel, de travail et de loisirs. Le document huit est particulier, c'est une affiche publicitaire du parc en Italie. Elle nous montre que la géographie des représentations s'impose de plus en plus en géographie, même dans les manuels. Il nous confirme que le parc cherche à attirer des touristes européens, aidé par un accès facile de toute l'Europe, comme le montre la carte de l'Europe, le document six.

Les questions sont un travail de classification, les élèves doivent classer les activités tertiaires, d'extraction d'informations, ils doivent montrer que cet espace est bien relié au reste de l'Europe, puis expliquer le dynamisme de la région.

La synthèse réalisée par les élèves doit suivre plusieurs axes. Dans le premier, ils doivent montrer que le tourisme transforme et aménage le territoire puis démontrer, dans le deuxième, que le tourisme attire d'autres activités. Enfin, les élèves doivent réfléchir dans le dernier axe à l'importance des transports pour le développement et l'organisation d'une région. Cette synthèse demande aux élèves de reprendre les axes importants de l'étude de cas.

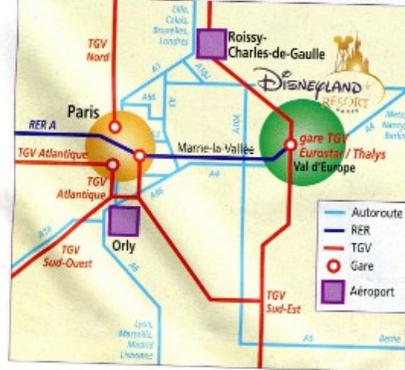
2 ■ Un espace tertiaire en plein développement

Tout le territoire autour des Parcs Disney connaît un essor spectaculaire. C'est un élément structurant de l'espace économique français.



3. Aménagements prévus à Disneyland® Resort Paris et à Val d'Europe

5. Disneyland® Resort Paris en Île-de-France



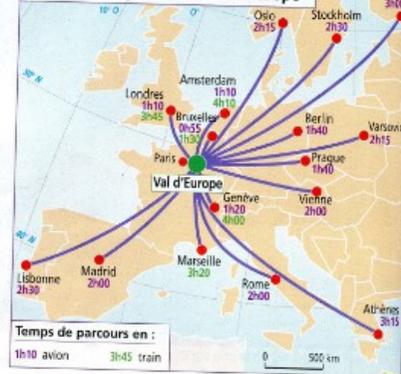
4. Val d'Europe : pôle résidentiel et tertiaire

La naissance de Val d'Europe est liée à la décision de Walt Disney Company d'installer un parc de loisirs en Europe. Aujourd'hui, 800 hectares sont aménagés sur les 2 000 dévolus au groupe américain. Outre l'extraordinaire carrefour d'infrastructures de communication, le site comprend les aménagements liés au tourisme (Parc Disneyland, Walt Disney Studios, Disney Village, hôtels et centres de convention), mais également plusieurs programmes résidentiels en continuation des villages existants et dans le nouveau centre-ville de Val d'Europe.

Par ailleurs, avec ses programmes de bureaux et d'espaces tertiaires, Val d'Europe se confirme comme terre d'accueil des entreprises avec, à terme, 300 000 m² de bureaux dans le centre urbain et 660 000 m² dans le parc international d'entreprises. Sur le plan commercial, en octobre 2000 a été inauguré le Centre commercial international Val d'Europe. Il abrite, sur 100 000 m², plus de 130 commerces et services.

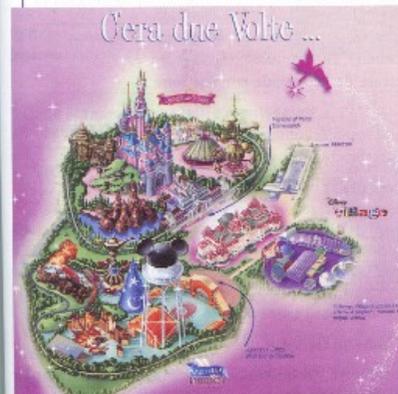
Les Cahiers Ma, Val d'Europe, n° 100 - Septembre 2002.

6. Val d'Europe au cœur de l'Europe



8. « Il était une fois deux parcs »

Publicité en italien pour promouvoir le Parc Walt Disney Studios.



7. Le centre commercial Val d'Europe

9. Val d'Europe, lieu de travail

Val d'Europe devrait générer 400 000 emplois, soit un par habitant. L'Arlington Business Park et les bureaux du cœur de ville sont des éléments moteurs du dynamisme de la ville. Ils accompagnent, mieux, ils conditionnent son expansion. D'où la place toute logique qu'ils occupent au cœur de la cité.

L'Arlington Business Park est un centre de haute productivité ; il couvre 180 hectares, dont une première tranche de 3 hectares sera disponible en 2003. À terme, 10 000 étudiants (800 dès la rentrée 2002) seront installés dans le pôle universitaire implanté à Val d'Europe.

D'après le site Internet valdeurope.com.

Questions

Synthèse et prolongements de l'ÉTUDE DE CAS

- À partir de l'exemple de Disneyland® Resort et de Val d'Europe, montrez :
 - quelles transformations et quels aménagements le tourisme introduit dans les paysages ;
 - quels types d'activités s'installent à la périphérie des métropoles.
- Pourquoi, d'une manière générale, le rôle des réseaux de transport est-il fondamental pour le développement et l'organisation de l'espace économique d'une région ?

1. Classez les différentes activités tertiaires installées ou prévues autour du parc (3, 4, 7, 9).
2. Pourquoi peut-on dire que Disneyland® Resort et Val d'Europe sont au cœur de l'Europe (5, 6, 8) ?
3. À l'aide de l'ensemble des documents, montrez comment l'installation du parc de loisirs a dynamisé l'ensemble de la région.

2 Le premier espace touristique mondial

Mots-clés

Tourisme vert : désigne les loisirs pratiqués en pleine nature : découverte du patrimoine naturel, randonnées...

1. Un territoire attractif

- La France est le premier pays d'accueil du tourisme mondial. Sur plus de 700 millions de touristes internationaux, dont 400 millions d'Européens, la France en capte plus de 76 millions, ce qui lui vaut d'occuper le 1^{er} rang mondial.
- Le tourisme est devenu une activité fondamentale. Il représente 7 % du PIB du pays et il génère plus d'un million d'emplois.
- La France accueille surtout des touristes en provenance de l'Union européenne (8 entrées sur 10). À ces flux internationaux, il faut ajouter les touristes français, dont 80 % choisissent l'hexagone pour partir en vacances.

2. Un patrimoine historique et naturel exceptionnel

- L'espace le plus attractif et le mieux équipé est constitué par l'ensemble des régions formant un grand croissant périphérique, de la Manche aux Alpes en passant par la Méditerranée (4) :
 - sur le littoral, les stations fournissent un hébergement diversifié et une multitude de loisirs balnéaires à proximité du patrimoine de l'arrière-pays ;
 - dans les massifs montagneux, les aménagements concernent en premier lieu les pratiquants des sports d'hiver (près de 5 millions de pratiquants). « L'or blanc » profite surtout aux Alpes du Nord avant les Pyrénées et les autres massifs (Jura, Vosges...).
- À l'intérieur du territoire, le tourisme est plus diffus :
 - le tourisme culturel est en forte progression. Il correspond souvent à des circuits de découverte de monuments historiques (6). Depuis une vingtaine d'années, des parcs de loisirs (parcs d'attraction, parcs nautiques) ont vu le jour ;
 - le tourisme vert concerne les espaces ruraux. Il mobilise surtout une clientèle familiale. Là où l'agriculture est en déclin, le tourisme vert peut constituer une activité essentielle (5).
- Paris occupe une place à part. Son patrimoine muséographique et artistique est tel que la capitale accueille près de la moitié des séjours d'étrangers en France.

3. Aménager et gérer les espaces du tourisme

- La gestion de ce tourisme de masse nécessite l'action des pouvoirs publics (autoroutes, lignes TGV...), et de puissants investissements privés (logements, services...). Les aménagements destinés aux touristes ont donné naissance à des paysages spécifiques.
- Dès les années 1960, les plans d'aménagement du littoral se sont succédés : réalisation des grands complexes touristiques de la côte du Languedoc-Roussillon et de la côte aquitaine. Le plan neige (1964) a assuré la promotion des sports d'hiver et a contribué à la construction de stations intégrées* (Chamrousse, La Plagne...).
- La création de parcs naturels* régionaux et nationaux a permis à la fois la protection d'espaces fragiles et le maintien d'activités agricoles tout en développant le tourisme rural.
- La production d'espaces touristiques peut provoquer une dégradation de l'environnement* : destruction de sites sensibles, atteintes aux paysages (5). La saturation des sites littoraux ou alpins présente des risques* : pollution marine, avalanches...

* voir Lexique

Perspective Bac

Le golfe de Saint-Tropez, un littoral aménagé pour le tourisme (pages 186-187)

Étude de cas

Disneyland®Resort Paris, pôle de développement économique (pages 222-225)

Étude de cas

Paris, ville mondiale (pages 108-111)

Perspective Bac

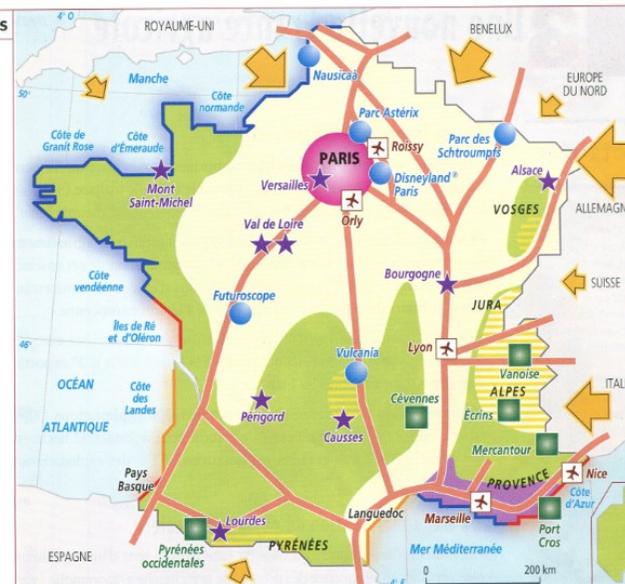
Tignes, une montagne pour les citadins (pages 188-189)

Leçon

Un territoire à aménager (pages 176-177)

4. Les espaces touristiques

- Aménagements littoraux**
 - Denses
 - Discontinus
 - Planifiés
- Aménagements de la montagne**
 - Stations de sport d'hiver
- Aménagements d'aires récréatives et de détente**
 - Espace du tourisme vert
 - Parc national
 - Parc d'attraction
- Haut lieu du tourisme**
 - Grand pôle touristique
 - Grande région touristique
 - Site majeur du tourisme
- Grands axes de circulation**
 - Autoroute
 - Aéroport international
- Principaux flux de touristes européens**
 - + — importants
 - — moins importants

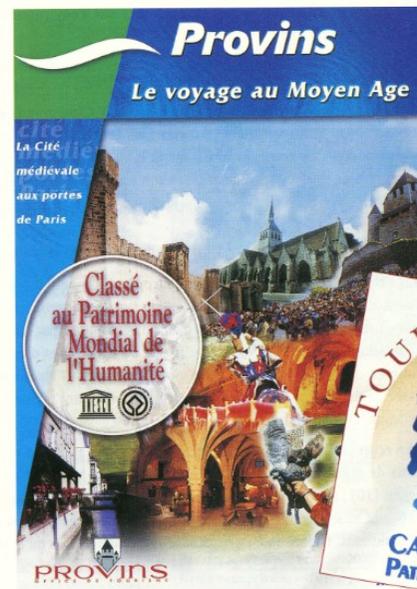


5. Le tourisme rural

Certains espaces ruraux peuvent être considérés comme de véritables régions touristiques. Un exemple : la basse vallée de l'Ardèche. L'attrait de ce pôle repose à la fois sur les paysages naturels – la gorge de l'Ardèche – et sur le canoë-kayak. 700 000 personnes le fréquentent chaque année, d'où l'essor des deux bourgs implantés à chacune des extrémités du cañon : à l'amont, Vallon-Pont-d'Arc à l'aval, Saint-Martin.

La saison est certes courte, mais la fréquentation suffisante pour que les propriétaires de camping ou les locataires de canoës-kayaks vivent uniquement du tourisme. Les employés effectuent généralement une saison d'hiver dans les stations de sports d'hiver. Ce tourisme de masse n'est pas sans poser des problèmes : sur fréquentation des routes et du fond de la gorge durant la belle saison, liens avec les ruraux quasiment inexistant, clientèle presque absente l'hiver.

J.-P. Diry, Les Espaces ruraux, Sedes – 1999.



6. Un patrimoine historique et culturel considérable

À la suite de cette étude de cas, après une première leçon des mutations de la puissance européenne, une leçon est consacrée au tourisme, accompagnée de trois documents.

Le titre, « le premier espace touristique mondial » met en avant la puissance touristique française. La leçon est ensuite divisée en trois temps, Le premier temps montre que le territoire français est attractif, avant d'expliquer dans un second temps les raisons de cette attractivité, et de terminer par l'aménagement et la gestion des espaces du tourisme. Il est important de noter que le manuel donne une définition du tourisme vert, ce qui nous confirme l'importance croissante de ce type de tourisme. La leçon est accompagnée de notes, faisant le parallèle avec d'autres leçons, études de cas ou sujet de bac abordant le tourisme. Ces nombreuses notes nous montrent que le tourisme peut-être étudié à travers de nombreuses études de cas et dans de nombreux chapitres. Avec les nouveaux programmes, l'étude du tourisme est donc éclatée tout au long de l'année.

Cette leçon est accompagnée d'une carte des espaces touristiques français, reprenant la typologie des années 1980, et cartographiant les axes de transport, l'angle abordé pour étudier le tourisme dans le manuel de 1962. Un texte, extrait de *Les espaces ruraux* rédigée par J.-P. DIRY, montre que le tourisme est parfois la seule source de revenu dans certaines régions. Le tourisme est vu comme un moyen de développer les territoires mais ce texte insiste sur le fait de se diversifier par la suite. Deux affiches de la ville de Provins et Carcassonne mettant en avant le patrimoine et montrent l'importance de la géographie des représentations dans les manuels.

Ce manuel est le premier manuel du Fond Patrimonial de l'ESPE à aborder le tourisme dans une étude de cas, il constitue une entrée pour étudier un espace tertiaire. L'étude de cas permet d'aborder les notions essentielles avant d'étudier les secteurs économiques. Elle met en avant le tourisme par l'intermédiaire d'un parc d'attractions avant de montrer que ce tourisme aménage un espace, qui connaît une diversification économique. La leçon est plus traditionnelle, avec l'étude du tourisme par l'angle économique mais aussi par l'angle social. Malgré une partie de l'étude de cas consacrée au tourisme, d'autres documents complètent cette activité dans la partie leçon. La vision du tourisme est positive, même si quelques documents dénoncent le tourisme de masse.

La logique de l'étude de cas est la même que celle présentée dans la troisième partie du mémoire. En effet, dans cette étude de cas, nous allons amener à faire réfléchir les élèves sur la pratique du surf, pratique à l'origine d'un tourisme, mais aussi de toute une industrie avec l'EuroSIMA Cluster.

Désormais, depuis les années 1980, la recherche universitaire fournit de nombreux documents, de plus en plus nombreux dans les manuels. Les documents ne sont plus illustratifs mais permettent d'amener les notions abordées dans les leçons. L'élève est désormais au centre de la classe.

À travers l'étude de ces manuels, nous avons observé que la place du tourisme dans les manuels est de plus en plus grande, comme le tourisme dans la recherche universitaire. Cependant, à partir des années 2000, il est principalement étudié à travers les espaces productifs, mais sa place est également éclatée dans de nombreux autres chapitres.

3 Troisième partie : L'étude de cas de la Surficon Valley, un territoire de l'innovation lié à la pratique touristique.

Dans cette dernière partie, nous allons présenter l'étude de cas travaillée avec des élèves de première. Dans un premier temps, nous commencerons par détailler la construction de l'étude de cas, avant d'en faire le bilan, à l'aide de deux cahiers d'élèves.

1 La construction de l'étude de cas.

Pour construire cette étude de cas, nous nous sommes basés sur les programmes et la fiche Éduscol. Puis nous avons sélectionné les documents, et questionné ceux-ci.

3.1.1 Le programme actuel de première Économique et Sociale.

Le programme actuel de première ES, inchangé depuis 2012, aborde un plan scalaire, en débutant par l'étude des territoires de proximité et en terminant par l'étude de la France et de l'Europe dans le monde.

Le thème trois, aménager et développer le territoire français, est le thème le plus adapté pour étudier le tourisme. En effet, le troisième chapitre de ce thème, les dynamiques des espaces productifs dans la mondialisation, invite à aborder les espaces de production agricole, puis les logiques de localisation des activités en lien avec la mondialisation. Ce chapitre permet donc d'étudier le tourisme comme une activité en lien avec la mondialisation.

Le chapitre débute comme la majorité des autres chapitres de géographie de première, par une étude de cas. Elle doit porter sur un territoire de l'innovation, le « professeur peut choisir de s'appuyer sur le cas d'un technopôle, [...] mais d'autres types de territoires innovants peuvent aussi être analysés, tels que des systèmes productifs locaux, des pôles de compétitivité ou des pôles d'excellence rurale. L'étude se concentre alors plutôt sur les notions de réseau d'entreprises et de savoir-faire locaux. » (Fiche Éduscol).

Pour cette étude de cas, nous avons choisi l'étude de cas de l'EuroSIMA cluster, installé sur le territoire de la «Surficon Valley». Le cluster, est la concentration d'entreprises à la fois concurrentes et complémentaires, spécialisées autour d'un produit, avec le soutien des acteurs publiques. La fiche Éduscol ne le mentionne pas, mais le cluster et les Systèmes Productifs Locaux sont presque identiques.

3.1.2 Le choix de l'étude de cas, des documents et des questions.

Par cette étude de cas, nous montrons aux élèves comment la pratique du surf permet de développer le tourisme déjà existant, structure le territoire et fait émerger un cluster autour de l'industrie du surf. Cette industrie aménage l'espace par la présence de bureaux et de parcs

d'activité. Nous étudions le tourisme comme une pratique.

Cette étude de cas est consacrée au territoire de l'EuroSIMA cluster, située à Soorts-Hossegor et aménageant la côte Basquo-Landaise, au Sud-Ouest de la France. La pratique du surf, introduit à Biarritz dès 1956, et qui se démocratise à partir des années 1960, dynamise le tourisme déjà existant sur ces côtes puis développe toute une industrie, du surf et du vêtement, aujourd'hui regroupé en un cluster, appelé l'EuroSIMA cluster. Avant son arrivée, le tourisme est déjà présent depuis le milieu du XIXe siècle. À partir des années 1980, l'industrie du surf s'implante à proximité des plages, puis se réoriente vers l'industrie du vêtement. Nous pouvons voir qu'il a implanté le tourisme, puis des entreprises. (VYE, 2011)

Aujourd'hui, le secteur est présent en Aquitaine avec 385 entreprises, avec plus de 3000 employés, et 1,2 milliard de chiffre d'affaire. Un cluster s'organise autour d'EuroSIMA, branche européenne de la Surf Industry Manufacturers Association. (VYE, 2012)

Les collectivités locales cherchent à se réapproprier l'image du surf, elles ne sont pas indifférentes aux retombées liées aux cent milles pratiquants sur les côtes en été, et aux touristes intéressés de près ou de loin par le surf. (GUIBERT, 2006)

Le choix des documents est complexe. En effet, le nombre de documents doit être restreint, il ne doit pas y avoir plus de sept à huit documents.

Avec cette étude de cas, nous voulons montrer comment la pratique touristique du surf est à l'origine d'une industrie et permet l'émergence d'un cluster. Nous avons choisi d'aborder l'EuroSIMA cluster à partir de la ville de Soorts-Hossegor puisque cette ville accueille son siège.

Dans cette étude de cas, nous souhaitons d'abord montrer que le surf est une pratique touristique avec le document un, deux et trois. Le document deux reprend l'imaginaire du surf, avec l'affiche d'un surfer musclé, bronzé, entouré de fleurs hawaïennes, alors que cette affiche fait de la publicité pour la côte basque. Il aurait été plus intéressant de mettre ce document en premier.

Puis avec les documents quatre et cinq, nous montrons que le surf est à l'origine d'une industrie.

Enfin, le document cinq montre que la ville d'Hossegor est aménagée par le surf et l'EuroSIMA Cluster. En effet, le parc d'activités Pédebert, nous présente ses magasins. Nous pouvons observer que ce sont principalement des magasins de vêtements sportifs, ou liés au surf. Ce document fait écho au document quatre, mais montre également que le parc d'activités cherche à se diversifier avec l'installation d'un magasin de cuisine.

Voici, sur les pages suivantes, l'étude de cas distribuée aux élèves.

Étude de cas : Un territoire de l'innovation : l'EuroSIMA Cluster ; la pratique du surf à l'origine d'un espace productif.

Document 1 : Les pratiques des plages d'Hossegor.



Carte IGN d'Hossegor :

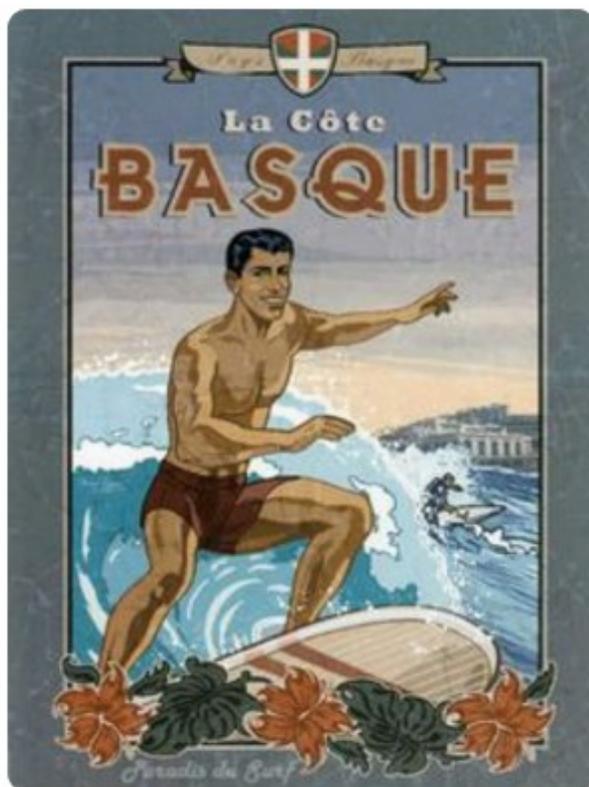


Plage Centrale, Hossegor



Spot de surf, Hossegor

Document 2 : Affiche publicitaire, « La Côte Basque, Paradis du Surf », années 1960.
<https://fr.pinterest.com/pin/395331673512063580/>



Document 3 : L'histoire du surf le long de la Côte Basque.
<http://surf.tourisme64.com/histoire-du-surf/>

1956-1958 : le surf débarque sur la Côte basque

C'est à l'occasion du tournage d'un film [...], que deux Californiens, se retrouvent à Biarritz en septembre 1956 et se font envoyer une planche de surf. Le surf est né à Biarritz et fera vite des adeptes.

Les années 60 et 70 : le surf se démocratise

Le surf se médiatise très vite. [...] On parle des vagues de la Côte basque, des événements et compétitions qui s'y déroulent et des surfeurs français. La fédération de Surf Riding est créée et chaque spot commence à avoir son propre club. Bientôt c'est au tour des surfshops et des écoles de faire leur apparition.

Document 4 : Bilan du marché de la glisse en Europe. <http://www.eurosim.com/industry/Board-Europe/Studies-and-documents-103-628-1.html>

LE MARCHÉ DE LA GLISSE ÉTÉ² EN EUROPE

Le nombre de pratiquants⁵

La Fédération Européenne de Surf estime le nombre de surfeurs à **1 million de pratiquants⁶** en Europe (85% d'hommes et 15% de femmes).

Les 3 nations les plus importantes en termes de pratiquants sont :



L'Aquitaine, une destination prisée par les surfeurs⁷

Pendant la saison estivale 2012 (juin à septembre), on a dénombré en Aquitaine **plus d'1 million de journées surf**, pour un nombre de surfeurs estimé à 100 000.

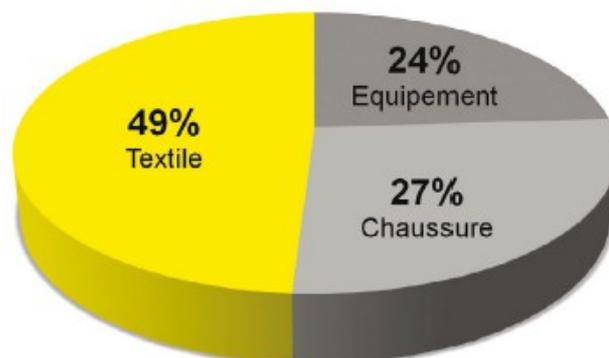
Les surfeurs sont principalement des jeunes hommes (87% des surfeurs, 27,6 ans en moyenne). Ils sont, à parts pratiquement équivalentes des surfeurs locaux, pour 45%, et des touristes surfeurs, pour 55% (31% de français et 24% d'étrangers).

Le marché de la glisse été² en Europe¹

Le marché mondial de la glisse été représente **8,3 milliards d'euros** en 2011 (en **hausse de 2%** par rapport à 2010), dont **2 milliards d'euros** sont générés depuis l'Europe.

L'Europe est le second marché de la glisse été dans le monde derrière le continent américain.

Répartition du marché européen de la glisse été² par catégorie de produits¹



Document 5: Présentation de l'EuroSIMA cluster, Chambre de Commerce et d'Industrie de Bayonne. <http://www.bayonne.cci.fr/Eurosima/Presentation-7.html>

EuroSIMA Cluster, pour dynamiser le secteur de la glisse

La forte croissance du marché du surf et des sports de glisse conduit les leaders mondiaux de ces marchés à se regrouper, en 1989, au sein du SIMA (Surf Industry Manufacturers Association) créé aux États-Unis. Dix ans plus tard, c'est en France que les marques leaders européennes créent l'EuroSIMA (European Surf Industry Manufacturers Association) sur les mêmes bases que son modèle américain. Depuis, de nombreuses actions ont vu le jour dans le secteur de la glisse et l'EuroSIMA est aujourd'hui reconnue comme l'association européenne des industriels des sports de glisse.

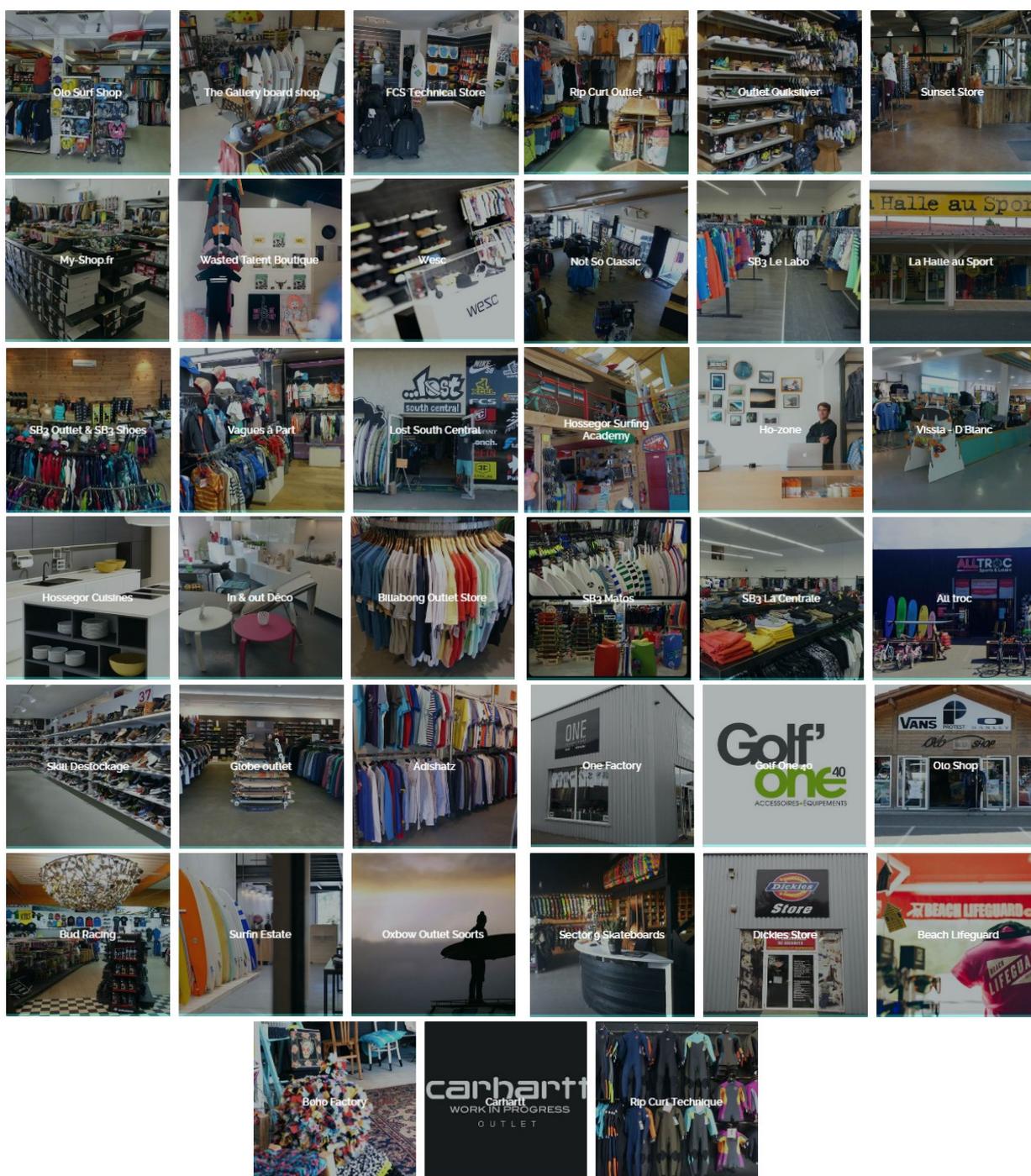
En janvier 2008, l'association intègre en son sein l'EuroSIMA Cluster qui met en réseau les acteurs privés et publics et contribue à la promotion et au développement de la filière glisse en

Aquitaine. Ce rapprochement public-privé permet à l'EuroSIMA d'étendre considérablement son champ d'actions dans des domaines tels que l'innovation et la R&D, la formation et l'emploi, le développement durable et les ressources économiques.

Document 6: Liste des magasins du Parc d'activités Pédebert à Hossegor, <http://www.hossegor.fr/fr/que-faire/shopping-parc-activites-pedebert/>

Shopping parc d'activités Pédebert

Que vous soyez plutôt "Sportswear branché", tendance "surf attitude" ou matériel technique, le Parc d'Activités Pédebert vous propose des bonnes affaires toute l'année du Mardi au Samedi.



Une étude de cas doit comporter des questions pour mettre en activité les élèves. Avec les questions suivantes, ils doivent prélever des éléments des documents, pour comprendre que l'activité touristique du surf est à l'origine de la création d'un cluster et de toute une industrie du surf. Comme pour le choix des documents, le choix des questions est complexe.

Elles reprennent les trois grandes parties de l'étude de cas. Les questions une deux et trois permettent de faire comprendre aux élèves que le surf est une pratique touristique, puis les questions quatre, cinq et six leur font comprendre que le surf est à l'origine d'une industrie. La dernière question fait comprendre que l'EuroSIMA Cluster aménage la ville d'Hossegor.

Questions :

- 1) Quelles sont les pratiques liées à la plage sur la Côte Basque? (Doc 1)
- 2) Comment et quand le surf arrive-t-il en France ? (Doc 2 et 3)
- 3) Qui sont, aujourd'hui, les surfeurs en Aquitaine ? (Doc 4)
- 4) Quelle est la place du marché européen de la glisse été ? (Doc 4)
- 5) Quel est le produit le plus représenté sur le marché européen de la glisse été ? Pourquoi ? (Doc 4)
- 6)a) Qu'est ce que l'EuroSIMA Cluster ? (Doc 5)
b) Quels acteurs regroupent un cluster ? Pourquoi ? (Doc 5)
- 7) Quels sont les magasins mis en avant au Parc d'activités Pédebert à Hossegor ? Comment expliquer ce choix ? (Doc 6)

2 La réalisation de l'étude de cas.

Nous avons réalisé cette étude de cas avec une classe de première économique et sociale du Lycée Condorcet à Belfort. Elle est composée de 32 élèves, avec une majorité de bons élèves, pour la plupart très sérieux et très attentifs en cours.

3.1.3 Les objectifs et attentes de cette étude de cas.

Pour comprendre plus facilement, les objectifs et les attentes de cette étude de cas, nous proposons la fiche séquence suivante.

Niveau : 1ère ES	Titre de la séquence : Les dynamiques des espaces productifs dans la mondialisation
Compétences travaillées :	
<u>I- Maîtriser des repères chronologiques et spatiaux</u>	
1) <u>Identifier et localiser</u> : -nommer et localiser un lieu dans un espace géographique	
2) <u>Changer les échelles et mettre en relation</u> : - repérer un lieu ou un espace sur des cartes à échelles ou systèmes de projections différents	
<u>II- Maîtriser des outils et méthodes spécifiques</u>	
1) <u>Exploiter et confronter des informations</u> : - identifier des documents (nature, auteur, date, conditions de production)	
- prélever, hiérarchiser et confronter des informations selon des approches spécifiques en fonction du document ou du corpus documentaire	
- cerner le sens général d'un document ou d'un corpus documentaire et le mettre en relation avec la situation historique ou géographique étudiée	
- critiquer des documents de types différents (textes, images, cartes, graphes, etc.)	
2) <u>Organiser et synthétiser des informations</u> : - décrire et mettre en récit une situation historique ou géographique	
- réaliser des cartes, croquis et schémas cartographiques	
<u>III- Maîtriser des méthodes de travail personnel</u>	
1) Développer son expression personnelle et son sens critique : - développer un discours écrit construit et argumenté	
- participer à la progression du cours en intervenant à la demande du professeur ou en sollicitant des éclairages ou explications si nécessaire	
Objectifs : Comprendre le terme d'espace productif et de cluster à partir de l'étude de cas	
Notions : Cluster, espace productif	
Avoir une première vision du tourisme avant de l'étudier en fin de chapitre	
Séance 1 : Introduction	→ Accroche : Harmony of the seas pour aborder la notion d'espace productif. → La classification de Colin CLARK aujourd'hui dépassée + exemples → Pbm : Quelles sont les dynamiques des espaces productifs en France ? Quels sont les effets de la mondialisation sur les espaces productifs en France ?
Séance 2+ séance 3	Réalisation de l'étude de cas par les élèves puis correction
Séance 3 (fin de séance)	Réalisation du croquis de l'EuroSIMA Cluster

3.1.4 Le bilan de l'étude de cas.

Pour réaliser ce bilan, nous avons récupéré deux cahiers d'élèves de la classe. Le cahier numéro un est un cahier d'une bonne élève, le cahier numéro deux est un cahier d'un élève moyen. Cet élève prend très peu de notes pendant les cours, mais note les informations essentielles.

Il est donc intéressant de comparer ces deux cahiers par rapport à nos attentes.

Le cahier n°1 comporte des réponses complètes. Nous pouvons voir que l'élève a bien compris que le surf est une « activité touristique » avec les réponses des questions une, deux et trois. Puis que le surf peut-être aussi « vu comme une industrie ». Les réponses sont complètes, cette élève a bien suivi la correction. Dans son cahier, elle note l'idée principale du croquis, qui « montre la concentration des activités ». Il illustre la définition de cluster, « concentration sur un territoire d'entreprises à la fois concurrentes et complémentaires... ».

Le cahier n°2 comporte des réponses plus courtes que le cahier n°1. Ces réponses vont à l'essentiel, et sont parfois incomplètes, comme pour la réponse à la question une. Pour cet élève, le surf est la seule pratique sur les plages de la Côte-Basque, il a oublié de noter l'autre pratique importante, la baignade. Il manque sur son cahier la réponse cinq, alors que cette question fait comprendre que le marché européen de la glisse est principalement tourné vers les vêtements sportifs, marché plus important que celui du surf. Cependant, il a bien noté ce qu'était l'EuroSIMA Cluster et la définition du cluster même si elle est incomplète. La dernière réponse est, comme les précédentes, courte mais complète. Cet élève a bien compris que de nombreux magasins sont des magasins de vêtements, d'équipements de glisse mais que ce parc d'activité se diversifie.

À l'aide de ces deux cahiers, nous pouvons nous rendre compte que ces deux élèves ont bien compris ce qu'était un cluster, mais le terme d'espace productif n'apparaît pas clairement. Nous aurions dû terminer par une phrase de conclusion pour montrer que le surf est à l'origine d'un espace productif.

Le tourisme est abordé, comme indiqué dans la fiche séquence, rapidement avec les premières questions. Même si les mots tourisme ou touristes n'apparaissent pas dans le cahier n°2, la définition du tourisme apparaît dans le cahier n°1. Nous pouvons conclure que les élèves ont bien conscience que le surf est une pratique touristique, et permet de développer le tourisme dans la région.

L'objectif, d'aborder le tourisme par les pratiques, est donc atteint.

①

I) Euro SIMA cluster

A) de la pratique touristique à l'industrie

Quest 1 à 3:

1) pratiques = surf, baignades, activités nautiques, golf, vélos, ^{tourisme culturel} ^{hôtellerie}

Les touristes viennent se divertir

Atlantique Surf @ pêche @ voile = port de plaisance.

Les surfeurs pratiquent du spot = 99 m de plage, grosse vague, etc pas bcp de spot de surf

de par chaque spot aux de nbr surfeurs

but attraper surfer la meilleure vague. (10-15 surfeurs attendent)

→ ces act. pas bcp gens allaient à la mer

2) Se structure à partir des années 60 avec l'image typique du surfeur idéal. Grâce à deux californiens @ Eric Fieber Surf Riding

Aut on montrait le surf à un bon

Nbr: surf est à un sport

3) Pratique: La moitié sont des surfeurs locaux ^{sont fr.}, 50% des touristes principaux étrangers = britannique et espagnols

Culture du touriste: touriste considère à tel lorsqu'il passe @ de 24h en dehors de chez lui.

4) Le chiffre d'affaire du @ de la glisse de la monde est de 8,3 milliard d'€, pour 2 milliard pour l'Europe, soit 1/4 du @ mondial de la glisse. Plus précis sur la côte basque, Sud-Ouest.

5) Le produit le @ représente est le textile = @ vendue

Car @ facile de vendre des habits sportifs

La moitié du @ de la glisse est liée au textile (on compte les vêtements et les combinaisons, 1/4 pour les équip^s (planche de surf) et 1/4 pour les chaussures

Peut de gens font du surf (nbr de surfeurs par imp) de on ne vend pas bcp de planche de surf par contre il y a bcp @ de consommateurs par les vêtements sportifs

②

et chaussures de sport.

B) de l'industrie à un cluster

1a) Euro SIMA c'est une assocⁿ qui regroupe l'industrie du surf, la SIMA de la monde

EuroSIMA Cluster: réseau d'acteurs privés et publiques

(C. Ripard, Oubou) et Le départ^s des Pyrénées Atlantiques, des Landes, etc (Chambres de commerce et d'industrie) + Rég^s

but: cherche à vendre + profit

but acteurs pub. dépendent de l'€ pour obtenir des € et brevets

Et les € se regroupent et au même endroit pour économiser des coûts sur la recherche et dével^p, de l'innovatⁿ, @ ressources écoⁿ. d'où les clusters.

Un Cluster: c'est la concentratⁿ sur 1 territoire, d'€ à la fois concurrentes et complémentaires, spécialisées autour d'un produit avec le soutien des acteurs publiques.

La 1^{re} étape d'implanter des Clusters un peu partout pour dynamiser les territoires.

d' parti de ces magasins, on remarque de nbr mag. de ville^s = Sportswear @ Barthelemy, Rip Curl, Oubou.

Produit de marque, prix élevé ⇒ consommateurs touristes aisés

Mais aussi de @ petit mag. aussi liés aux ville^s

Surfin Estate + Rip Curl Technique, 50€ motos ⇒ mag. qui vendent que des équip^s (planches).

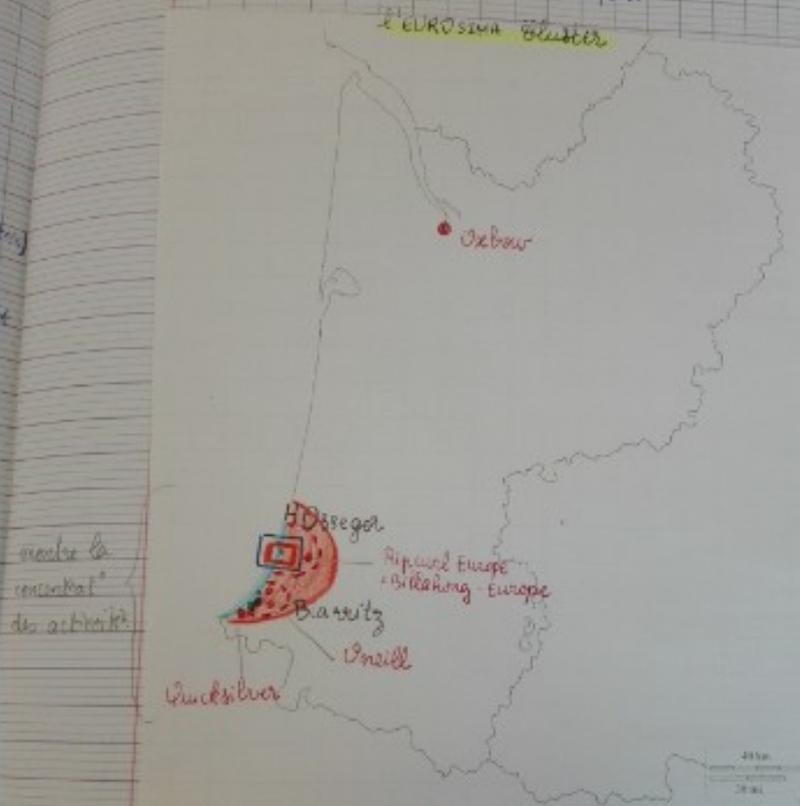
La zone d'act. se diversifie peu à peu = Hossegor cuisines

ou ville^s de sécurité avec Dick's Store

⇒ diversité des mag.

m. act. publics surfont mag. et vendent en lien avec les clubs
 • Beach Lifeguard, = pub pour départ

produits
 L'EUROSIMA Cluster



mettre la
 centralité
 des activités

I. La pratique du surf et son duplt

- Sports de surf
- F.F.S.
- Pôle France de surf

forme employé

II. L'EUROSIMA Cluster et ses acteurs

- A) Les acteurs privés
 - • Sièges sociaux de gdes E
 - • les prop. atebichs de thapers (fabriquant artisans de planches de surf)
 - P'EUROSIMA
- B) act publics
 - master sport et glise de Biarritz

Questions :

- 1) Quelles sont les pratiques liées à la plage sur la Côte Basque? (Doc 1)
- 2) Comment et quand le surf arrive-t-il en France? (Doc 2 et 3)
- 3) Qui sont, aujourd'hui, les surfeurs en Aquitaine? (Doc 4)
- 4) Quelle est la place du marché européen de la glisse été? (Doc 4)
- 5) Quel est le produit le plus représenté sur le marché européen de la glisse été? Pourquoi? (Doc 4)
- 6) a) Qu'est-ce que l'EuroSIMA Cluster? (Doc 5)
b) Quels acteurs regroupent un cluster? Pourquoi? (Doc 5)
- 7) Quels sont les magasins mis en avant au Parc d'activités Pédebest à Hossegor? Comment expliquer ce choix? (Doc 7)

- 1) La côte Basque, avec l'arrivée du surf, voit arriver en parallèle de l'équipement de bain, de vêtements de plage, d'équipement, de vêtements, d'entreprise, d'école de surf.
 - 2) Le surf arrive grâce à deux catégories de films qui ramènent un produit
 a) l'importation, 8,3 Milliard d'euros dont 2 appartiennent à l'Europe + de ventes de vêtements sportifs
 - 3) L'EuroSIMA cluster est l'industrie française des équipements pour sport de glisse en cluster regroupant des acteurs privés ou publics
 - 4) Les magasins mis en avant sont ceux de vêtements d'équipement de glisse. On note une diversification avec des magasins de déco, de cuisine etc...
- Acteurs : regroupement d'entreprises ayant le soutien de l'État



Le marché du surf et son développement

- Sport de surf
- FFS (Fédération Française de Surf)
- Plage de surf

L'EuroSIMA Cluster et ses acteurs

- Siège national des FFS
- Participants actuels de Hossegor
- EuroSIMA

II Les espaces productifs face à la mondialisation

A) L'agriculture, entre intégration dans la mondialisation et défis

Les producteurs producteurs de blé et d'exportation en Italie - Argentine
 ne se font plus, seulement dans la section primaire

Conclusion

À travers ce mémoire, nous avons pu constater que les programmes et les manuels scolaires suivent l'évolution de la géographie avec un décalage chronologique plus ou moins important. En prenant compte de ces évolutions, nous avons pu construire une étude de cas de la Surficon Valley et de l'EuroSIMA cluster, en classe de première, dans le cadre du chapitre des dynamiques des espaces productifs dans la mondialisation.

Ainsi, avant les années 1980, lors de l'ère de la description puis de l'ère thématique le tourisme est un thème peu abordé par la géographie. Durant cette même époque, les programmes de première, figés depuis le début du XXe siècle et les manuels scolaires de première évoquent peu cette thématique.

Les années 1980 marque un tournant pour la géographie du tourisme, avec l'ère de la diversité. Le tourisme intéresse davantage les géographes, l'exemple le plus représentatif étant l'équipe MIT, Mobilité, Itinéraire, Territoires, formées en 1993 et regroupant une petite vingtaine d'enseignants-chercheurs spécialistes du tourisme. Les programmes, connaissent de nombreuses réformes à partir de 1980, et laissent une place grandissante à ce thème.

Aujourd'hui, le thème du tourisme est éclaté au fil de l'année de première mais l'approche la plus concrète est celle des espaces productifs. Or, avec notre étude de cas, nous avons cherché à montrer, à travers la pratique du surf, que ce sport et loisir développe le tourisme, structure un territoire, et est créateur de nouvelle activité, l'industrie permettant l'émergence d'un espace productif.

Par manque de temps, et de manuels scolaires, le travail mériterait un approfondissement, pour affiner tous ces constats. Le manque de manuels scolaires invite à prendre avec prudence les éléments développés dans ce mémoire, puisque nous avons étudié le lien de seulement quelques manuels avec l'évolution de la géographie.

Bibliographie :

Ouvrages généraux :

- CLERC P. (dir), 2012, Géographies, Épistémologie et histoire des savoirs sur l'espace, SEDES, Paris, 312p.
- DESPLANQUES P. (dir.), 1994, *Profession enseignant, la géographie en collège et en lycée*, Paris, Hachette Éducation, 398p.
- DUHAMEL P., VIOLIER P., 2009, *Tourisme et littoral : un enjeu du monde*, Paris, Belin Sup, 191p.
- DUHAMEL P. (dir), 2013, *Le tourisme, lectures géographiques*, La documentation française n°8094, Paris, La documentation française, 64p.
- Équipe MIT, 2002, *Tourismes 1, Lieux communs*, Paris, Belin, 319p.
- Équipe MIT, 2005, *Tourismes 2, Moments de lieux*, Paris, Belin, 349p.
- Équipe MIT, 2011, *Tourismes 3, La révolution durable*, Paris, Belin, 332p.
- FERRAS R., PUMAIN D., BAILLY A. (dir.), 1995, *Encyclopédie de géographie*, 2^e édition, Paris, Économica, 1167p.
- MESPLIER A., 2012, *Le tourisme en France*, 12^e édition, Paris, Bréal, 368 p.
- THÉMINES J-F., 2006, *Enseigner la géographie, un métier qui s'apprend*, Paris, Hachette Éducation, 158 p.
- TRONQUOY P. (rédacteur en chef), Juillet-Août 2016, *L'industrie du tourisme*, Les cahiers français n°393, Paris, La documentation française, 79p.
- VIOLIER P., 2008, *Tourisme et développement local*, Paris, Belin Sup, 191p.

Articles spécialisés :

- BOER J., « Le tourisme : un moteur de l'économie mondiale » in TRONQUOY P. (rédacteur en chef), Juillet-Août 2016, *L'industrie du tourisme*, Les cahiers français n°393, Paris, La documentation française, 79p., pp.8-13.
- DUHAMEL P., « L'avènement des pratiques touristiques et leurs dynamiques contemporaines » in TRONQUOY P. (rédacteur en chef), Juillet-Août 2016, *L'industrie du tourisme*, Les cahiers français n°393, Paris, La documentation française, 79p., pp 2-7.

GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT. S, « Les géographes et les métiers du tourisme », *EchoGéo* janvier/mars 2012.

GUIBERT C., « Politiques de communication et identifications territoriales différenciées. Les usages politiques des vagues et de l'univers du surf par les municipalités de la côte Aquitaine », in GEROMINI M., 2006, *Téoros*, Vol 25 n°2, Québec, Presses de l'Université du Québec, 80p., pp. 62-71.

HAGNERELLE M., *Enseigner la Géographie de la France*, Café Géo du 24 février 2016.

LEFORT I. « Deux siècles de géographie scolaire. » in *Espaces Temps*, n°66-67, 1998, pp. 146-154.

LEFORT I., HAGNERELLE M. « La géographie de la France en classe de première : évolution des programmes depuis la fin du XIXe siècle », in *Revue IREHG*, n°5, 1998, pp. 23-34.

VYE D., « La filière Surf et Voile sur le littoral atlantique français, entre nature et développement durable », in BOST F., DAVIET S. (dir), 2011, *Entreprises et environnement : Quels enjeux pour le développement durable ?* Nanterre, Presses Universitaires de Paris Ouest, 357p., pp. 271-288.