

Projets, pratiques et lieux touristiques, quelles relations ?

Véronique Mondou, Philippe Violier

UMR 6590 Carta, Université d'Angers

Résumé.— On analyse à partir de l'enquête INSEE (2004) sur les pratiques des touristes en France et à l'étranger, les modalités d'accomplissement des déplacements touristiques. Ils correspondent à la mise en œuvre d'un projet de « récréation » et trouvent leur traduction dans la pratique d'activités et la sélection d'une destination. La combinaison de ces deux paramètres se concrétise dans les choix des touristes en matière de destination, de recours à des intermédiaires, de type d'hébergement... On s'appuie sur des analyses multivariées pour cerner la diversité des pratiques touristiques.

Analyse multivariée • Enquête vacances INSEE • Pratiques et comportements touristiques

Abstract.— **Interactions between tourist projects, practices and places.**— Based on INSEE's 2004 survey of tourist practices in France and other countries, this paper analyses different forms of tourist travel. Tourist travel is the implementation of a recreational project and involves the accomplishment of activities and the selection of a destination. The combination of those two parameters is materialised via tourists' choice of destination, intermediaries, and type of accommodation. Multivariate analyses are used to investigate the variety of tourist practices.

Multivariate analysis • INSEE holiday survey • Tourist practices and behaviour

Resumen.— **Proyectos, practicas y lugares turísticos, cuales relaciones?**— El análisis, a partir de la encuesta del INSEE sobre las practicas de los turistas en Francia y en el exterior, permite resaltar las modalidades de los desplazamientos turísticos. Corresponden a la realización de un proyecto ligado al concepto de "recreación" y encuentran su traducción en la practica de actividades y la selección de un destino. La combinación de estos dos parámetros se concretiza para los turistas en la elección de destinos, de consultas con intermediarios (agencias de viaje, etc.), de los modos de residencias, etc. La investigación se apoya en las técnicas de análisis multivariados por conocer la variedad de las practicas turísticas.

Análisis multivariado • Encuesta vacaciones INSEE • Practicas y comportamientos turísticos

Actuellement deux interprétations co-existent pour rendre compte des comportements touristiques. Certains (notamment Clary, 1993; Baron-Yelles, 1999; Dewailly, Flament, 2000) partent des espaces et de la structuration de l'espace géographique (littoral, montagne, rural, urbain) pour interpréter les comportements des touristes. Une autre approche s'est progressivement imposée et propose une lecture du tourisme à partir des touristes, considérant que le choix d'une destination s'effectue en vue d'accomplir un projet précis dont l'objectif est de se « recréer » (Équipe MIT, 2002 et 2005).

L'observation des pratiques réelles des individus, de ce qu'ils font et du sens qu'ils donnent à ce qu'ils font (Cuvelier, 1998), permet de définir trois modes de « récréation » des individus (Équipe MIT, 2002). Le premier correspond au *repos*. Il inclut les pratiques du soin du corps et la recherche du bien-être physique et mental. La récréation y est obtenue par l'intérêt porté au délassement et le « rien faire ». On observe d'ailleurs que cette pratique, sans doute la plus importante, est ignorée par les statistiques car condamnée par les beaux esprits pour lesquels les vacances sont utiles et le temps libre bien utilisé (Urbain, Krémer, 2006). Le deuxième, la *découverte*, comprend ce que l'on qualifie habituellement de « tourisme culturel », appellation qui renvoie à une définition de l'offre au lieu de partir des pratiques réelles. Pour le décrire, les auteurs dressent en général des inventaires établis en fonction de ce qu'ils supposent relever de la catégorie « culture ». En fait ce mode de « récréation » traduit le désir de découvrir le monde, d'en apprécier les paysages et les manifestations culturelles dans leur diversité. Le dernier regroupe les pratiques dites sportives, mais le terme retenu ici, le *jeu*, est plus adapté car il relativise la notion de performance et distingue la gratuité de la pratique par rapport aux enjeux compétitifs contenus dans le sport.

Cette proposition des moteurs de la pratique touristique ne doit pas faire croire que les touristes se limitent à une activité par séjour. En effet, ils semblent davantage adeptes de combinaisons d'activités comme le montrent toutes les enquêtes. Si l'une domine, les autres sont rarement absentes.

L'approche que nous proposons est bien centrée ici sur les touristes en tant qu'individus (Ceriani *et al.*, 2008) et non sur les lieux du tourisme. Toutefois, quand nous partons en vacances, pour faire du tourisme dans l'intention d'assurer notre récréation par le relâchement des contraintes sociales (Elias, Dunning, 1998), cette « récréation » se réalise mieux dans certains lieux (Équipe MIT, 2002). Ce choix rend compte du déplacement et distingue ainsi le tourisme des loisirs.

L'analyse que nous proposons s'appuie sur l'enquête Vacances réalisée par l'INSEE en 2004. Elle porte sur les départs en vacances des Français, en France ou à l'étranger. Elle permet d'appréhender les pratiques touristiques, en identifiant les motifs, les activités et les types d'espaces déclarés par les interviewés (*encadré*). L'objectif du présent article sera de démontrer deux idées directrices. Dans un premier temps, il s'agira de montrer que les pratiques touristiques sont spécifiques selon les types de lieux : les lieux familiers seraient associés au repos contrairement aux lieux de découverte chargés d'altérité. Cette recherche de nouveauté justifierait le déplacement vers des lieux inhabituels, « déroutinisants ». Dans un deuxième temps, si le touriste choisit une destination en fonction d'un projet de « récréation », ce choix s'exercerait au sein d'un répertoire précis de lieux. Ce dernier peut être défini comme l'état changeant des informations dont dispose un acteur pour opérer un choix. On ne choisit un lieu qu'en fonction d'une connaissance préalable, laquelle peut être enrichie par différents moyens (bouche à oreilles, presse, TV, internet, acteurs professionnels du tourisme). Cela induit une autre conséquence : le recours au marché et aux opérateurs n'interviendrait pas dans l'ensemble des mobilités touristiques et la confrontation à l'altérité serait un élément déterminant pour faire appel à un intermédiaire.

Précisions méthodologiques

1/ L'enquête Vacances de l'INSEE fait partie de l'Enquête permanente sur les conditions de vie des ménages (EPCV) qui renseigne sur l'évolution d'indicateurs sociaux. Les questions sur les pratiques touristiques ne sont pas intégrées dans toutes les EPCV (réalisées auprès de 8 000 ménages trois fois par an), mais sont posées tous les cinq ans environ ; la dernière date d'octobre 2004.

On appelle « vacances » uniquement les voyages d'agrément d'au moins quatre nuits hors du domicile. Sont exclus des vacances les séjours professionnels, les voyages d'études, les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche et les courts séjours d'agrément.

L'INSEE a présenté les principaux résultats (Le Jeannic, Ribera, 2006).

2/ Les différents items proposés à la question sur les motifs du déplacement sont :

- Voir des parents et amis,
- Se retrouver en famille,
- Se reposer sans activité particulière,
- Visiter,
- Faire des promenades,
- Exercer une activité sportive,
- Rencontrer d'autres personnes,
- Faire du bricolage, du jardinage,
- Bénéficier de soins, remise en forme (thalassothérapie...),

- Assister à des concerts, des festivals, des pièces de théâtre,
- Lire, chanter, peindre, faire de la musique,
- Accompagnement d'un(e) curiste du ménage,
- Autre (jeunes enfants accompagnant leurs parents...),
- Non réponse.

3/ Nous avons opéré des regroupements entre pratiques proches :

- « **Se reposer** » correspond à « Se reposer sans activité particulière », « Faire du bricolage, du jardinage », « Bénéficier de soins, remise en forme (thalassothérapie...) », « Lire, chanter, peindre, faire de la musique », « Accompagnement d'un(e) curiste du ménage »,

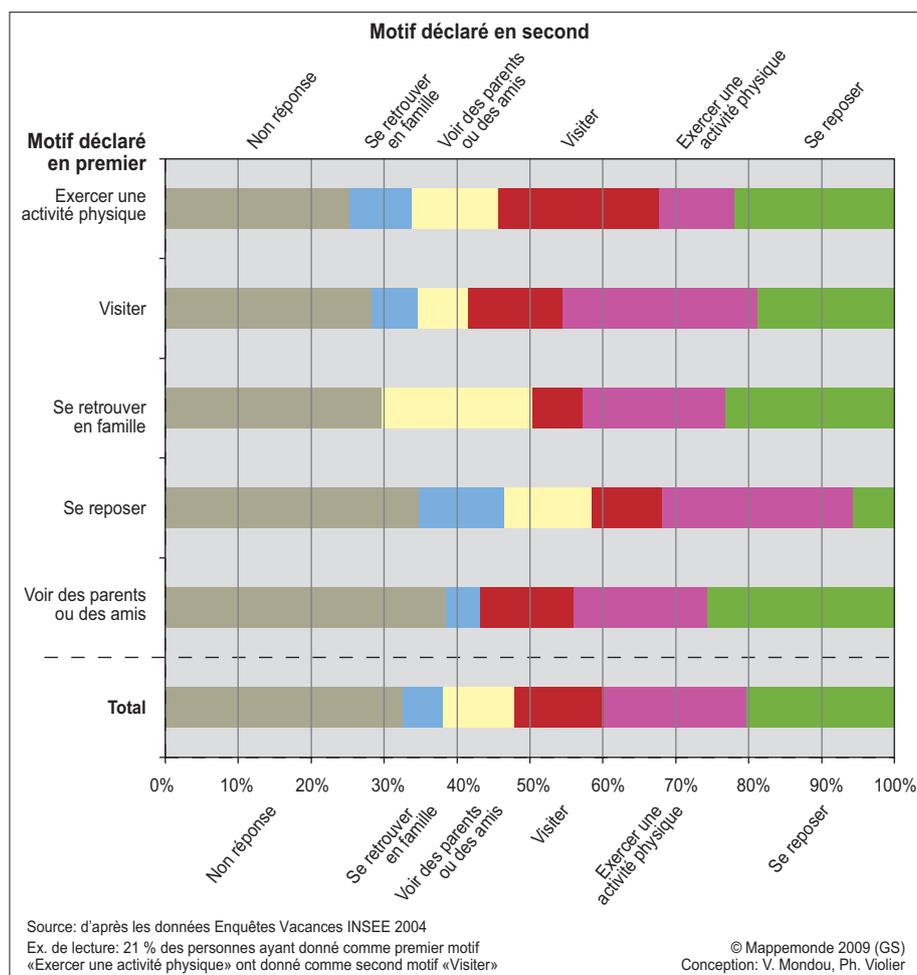
- « **Visiter** » correspond à « Visiter », « Rencontrer d'autres personnes » et « Assister à des concerts, des festivals, des pièces de théâtre »

- « **Exercer une activité physique** » correspond à « Faire des promenades » et « Exercer une activité sportive ».

La proposition « Autre (jeunes enfants accompagnant leurs parents...) » a été supprimée car trop hétérogène. Par ailleurs, l'exemple donné (les enfants) y incite puisque dans ce cas c'est le projet des parents qui est signifiant.

1. Mise en œuvre d'un projet et adéquation avec la destination

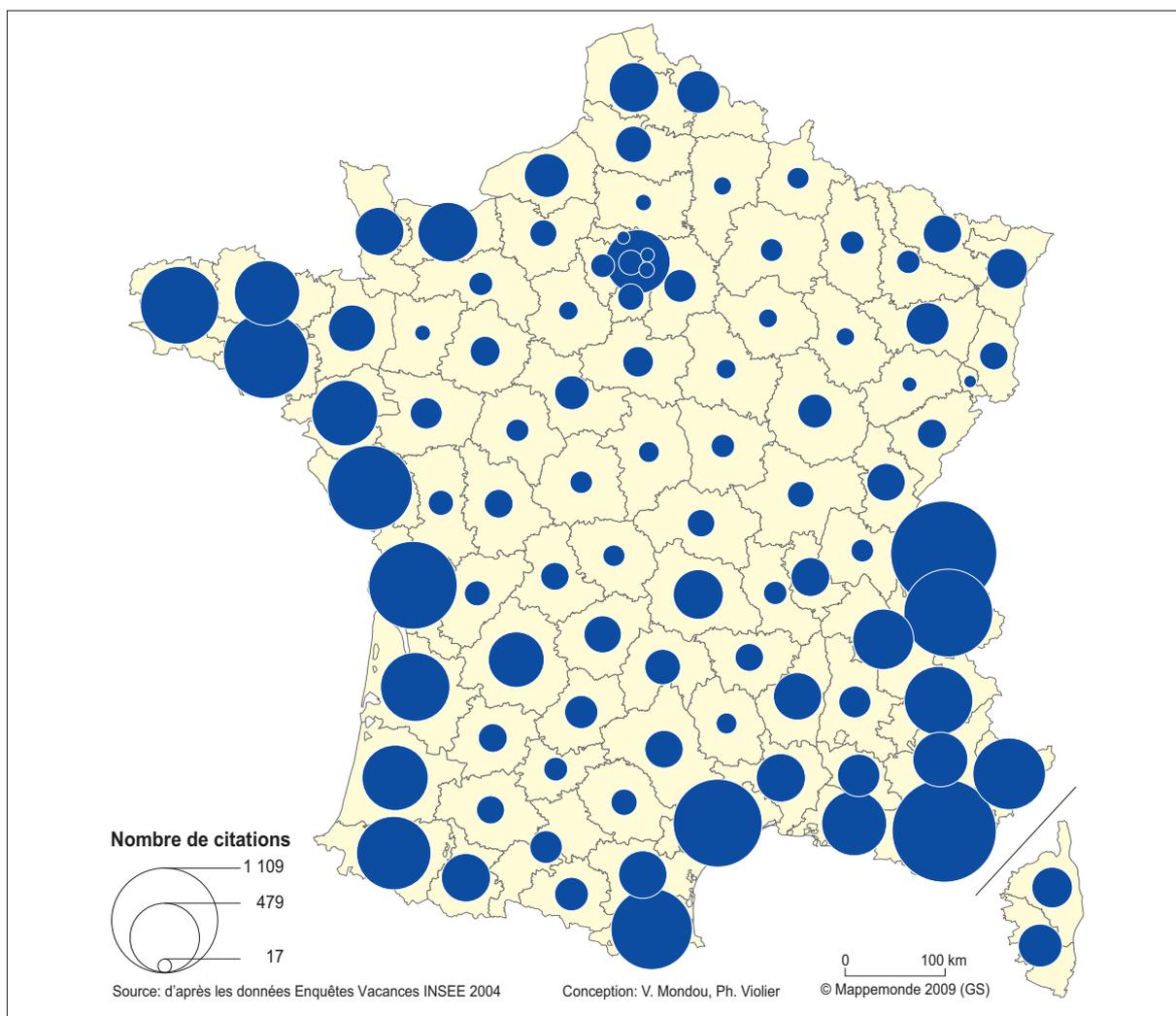
Le projet inhérent à la mobilité touristique apparaît dans l'enquête INSEE grâce aux questions sur les motifs du déplacement. Les relations sociales (« Voir des parents ou amis » et « Se retrouver en famille ») occupent les premiers rangs ; elles sont suivies par le repos (« Se reposer sans activité particulière »). Ces trois motifs cumulés représentent à eux seuls 68% des réponses. Comme les répondants avaient la possibilité de déclarer un second motif, on peut également analyser ces déclarations, croiser les deux motifs éventuellement retenus et analyser les associations les plus fréquentes. Un tiers des répondants n'a donné qu'un seul motif. Ces motifs, les plus fréquents, sont en plus exclusifs (fig. 1). Lorsqu'un second motif est déclaré, on note une grande dispersion, puisque les deux réponses les plus fréquemment citées : « Se reposer sans activité particulière » et « Faire des promenades », n'atteignent respectivement que 17 et 13,5%. Le croisement entre les deux motifs déclarés fait apparaître un grand nombre de combinaisons, ce qui souligne la grande diversité des pratiques et le caractère « touche-à-tout » du touriste, comme nous venons de l'évoquer : la plupart font un peu de tout. Ces caractères sont d'autant plus nets qu'on opère des regroupements entre des motifs proches et qu'on supprime de l'analyse le motif « Autre » qui par définition est trop hétérogène (encadré). Les différentes combinaisons mettent en évidence la complexité du projet des touristes. Alors, et alors seulement, des motifs moins fréquemment cités tels que « Visiter » ou « Exercer une activité physique » prennent plus d'importance comme motifs secondaires.



1. Combinaisons des motifs de la mobilité touristique

L'analyse du département de destination vérifie la même adéquation entre motif et destination. La relation est par ailleurs plus nette pour certains départements et certains motifs, comme le montre la cartographie des quatre motifs principaux rapportés à la représentation de la totalité des séjours (quel que soit le motif) (fig. 2). La répartition des touristes est très inégale sur le territoire. Une opposition très nette apparaît entre les départements très touristiques, littoraux ou de haute montagne, et les départements de l'intérieur non montagnards où les touristes sont peu nombreux, à l'exception notable de la Dordogne, la Côte d'Or, la Seine-et-Marne ou encore ceux situés le long de la vallée de la Loire. Cette rapide présentation n'a d'intérêt que pour l'approche comparative qu'elle permet. Ainsi, on observe que certains motifs se caractérisent par une répartition géographique sensiblement différente de cette vue d'ensemble. Deux cas de figure se présentent.

Certains motifs ont une répartition très contrastée alors que d'autres sont plus uniformément répartis sur l'ensemble du territoire. Ainsi, les pratiquants de sports sont très sélectifs (fig. 3a). Ils souhaitent exercer un sport (terme utilisé dans l'enquête, mais avec lequel nous prenons des distances, cf introduction), privilégient nettement les départements montagnards, avec une préférence pour les deux départements savoyards. La densité très forte des équipements liés au ski et autres sports d'hiver dans les Alpes du Nord rend compte de cette concentration. Par ailleurs, les sports d'eaux vives présentent les mêmes concentrations, et ne constituent que marginalement des leviers de diffusion spatiale du tourisme (Violier, 2007). Les départements



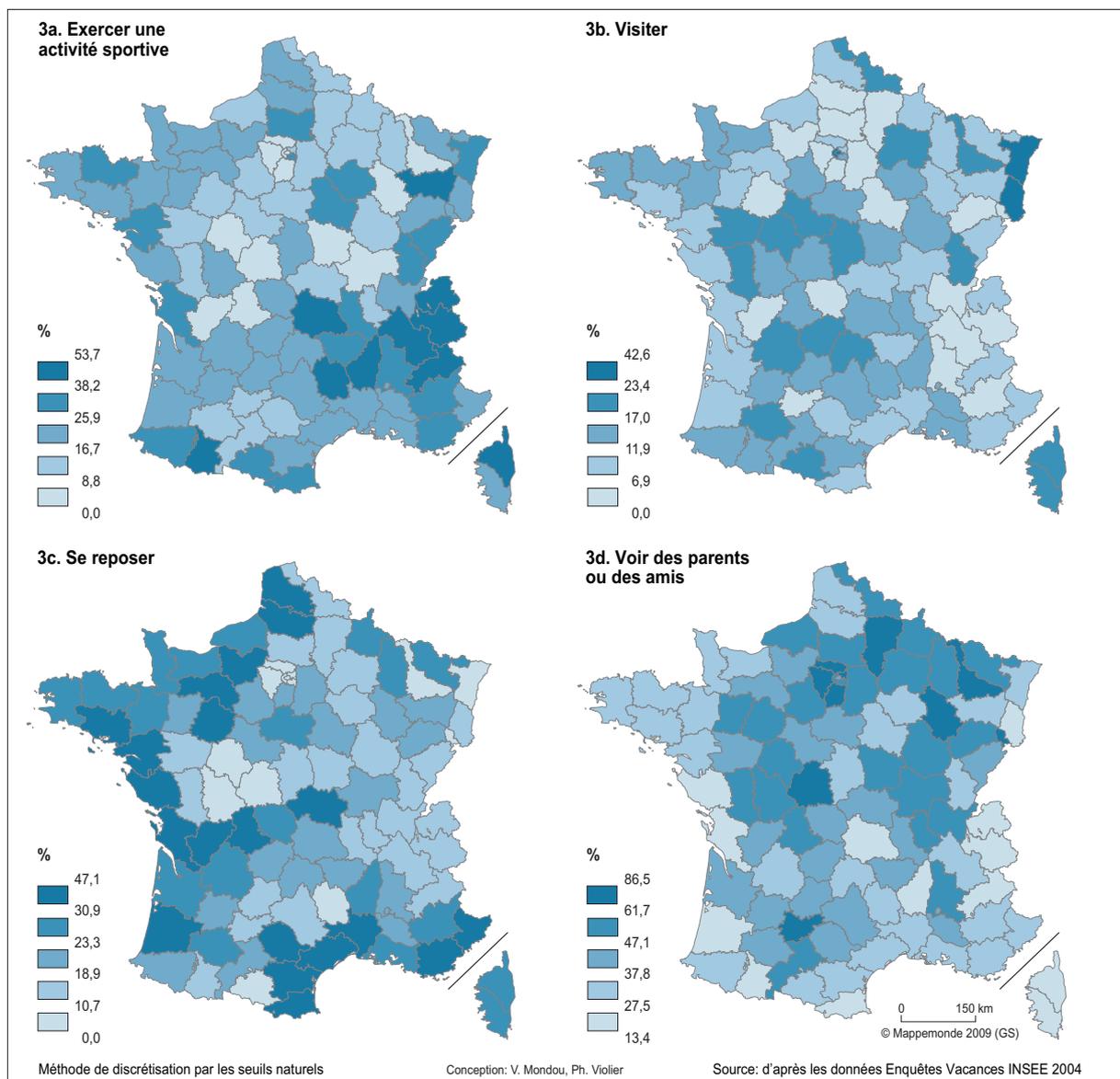
2. Répartition des séjours en France métropolitaine (tous motifs confondus)

littoraux apparaissent moins comme des destinations en adéquation avec un projet « Sport » — à l'exception de certains départements de la côte atlantique bien positionnés par rapport à des pratiques comme le nautisme (Morbihan, Charente-Maritime) ou le surf (Landes et Pyrénées-Atlantiques) — que comme des destinations « Repos » telles que les départements de la côte méditerranéenne.

La visite dessine également une carte très spécifique (fig. 3b). Les départements montagnards et littoraux les plus fréquentés s'effacent quelque peu, tandis que des départements de l'intérieur se distinguent et certains même ressortent particulièrement. Si Paris, peu visible sur la carte en raison de la taille réduite du territoire, et les Hauts-de-Seine tendent à s'effacer pour les motifs liés au repos ou à la pratique sportive, ils retrouvent leur place pour le motif « Visite ». Les deux départements alsaciens, grâce à leur réseau urbain attractif (Strasbourg, Colmar), à leur vignoble et aux paysages qui y sont associés, sont particulièrement bien représentés pour ce même motif. La vallée de la Loire, déjà présente pour tous les motifs confondus, affirme sa position par son offre patrimoniale reconnue internationalement. La Dordogne, grâce à sa thématique de la préhistoire, et sans oublier sa gastronomie, constitue également un lieu de découverte apprécié.

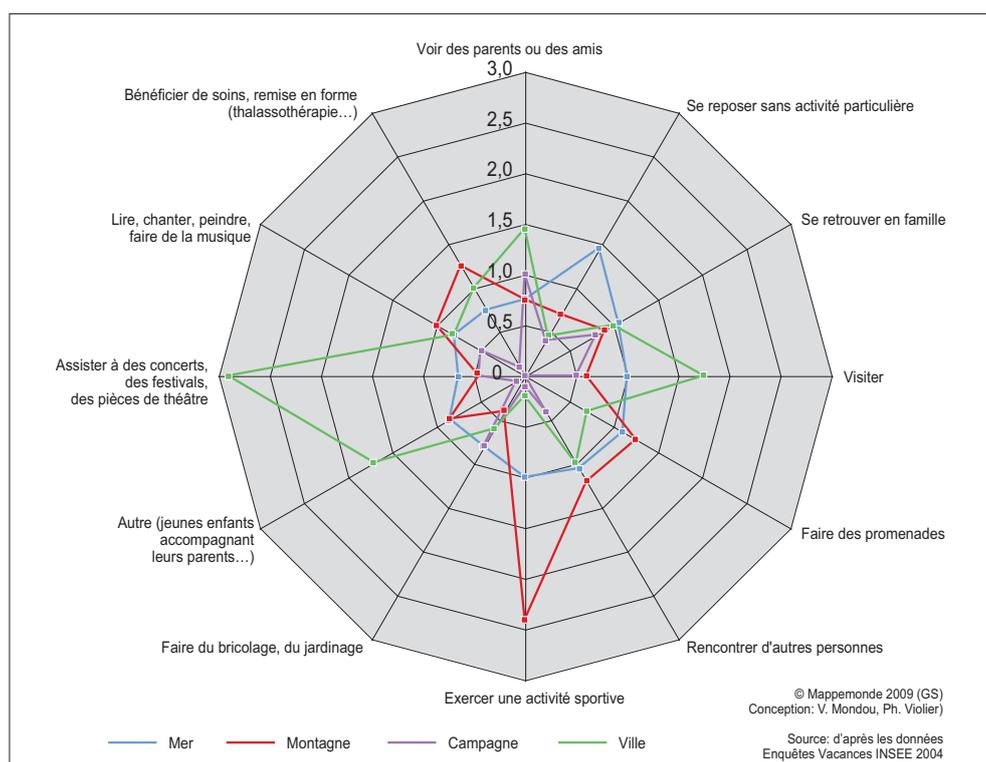
Le repos renforce la spécialisation des départements côtiers (fig. 3c), la plage confirmant ainsi sa vocation au farniente. Inversement, le motif « Voir des parents ou

des amis » est moins discriminant, même si les départements globalement les plus touristiques ne disparaissent pas, loin s'en faut (fig. 3d). D'un côté, on ne choisit pas la résidence de ses parents et amis ; on va là où elle se trouve puisque l'idée est de bénéficier de cet hébergement gratuit. De l'autre, la part d'hébergement assurée par les parents et amis (hébergement principal ou résidence secondaire) dans les départements touristiques est supérieure à la moyenne et aux départements non-touristiques. Cela rend compte de ce que l'opportunité d'un hébergement gratuit peut induire des choix de destination. Cette approche pose la question de la nature même du tourisme et des distinctions à opérer avec d'autres mobilités, comme ici avec celles induites par les relations sociales. De nombreux auteurs les incluent d'emblée, prétextant que les institutions, des offices de tourisme à l'Organisation mondiale du tourisme, le font, et que cela est commode pour compter. Cette posture ne nous semble pas contribuer à la connaissance des mobilités en général et du tourisme en particulier, pour lequel la « récréation » et le choix constituent deux critères importants alors que les relations sociales et familiales peuvent relever d'autres logiques peu « récréantes », peu choisies.



3. Répartition des séjours en France métropolitaine selon les motifs principaux

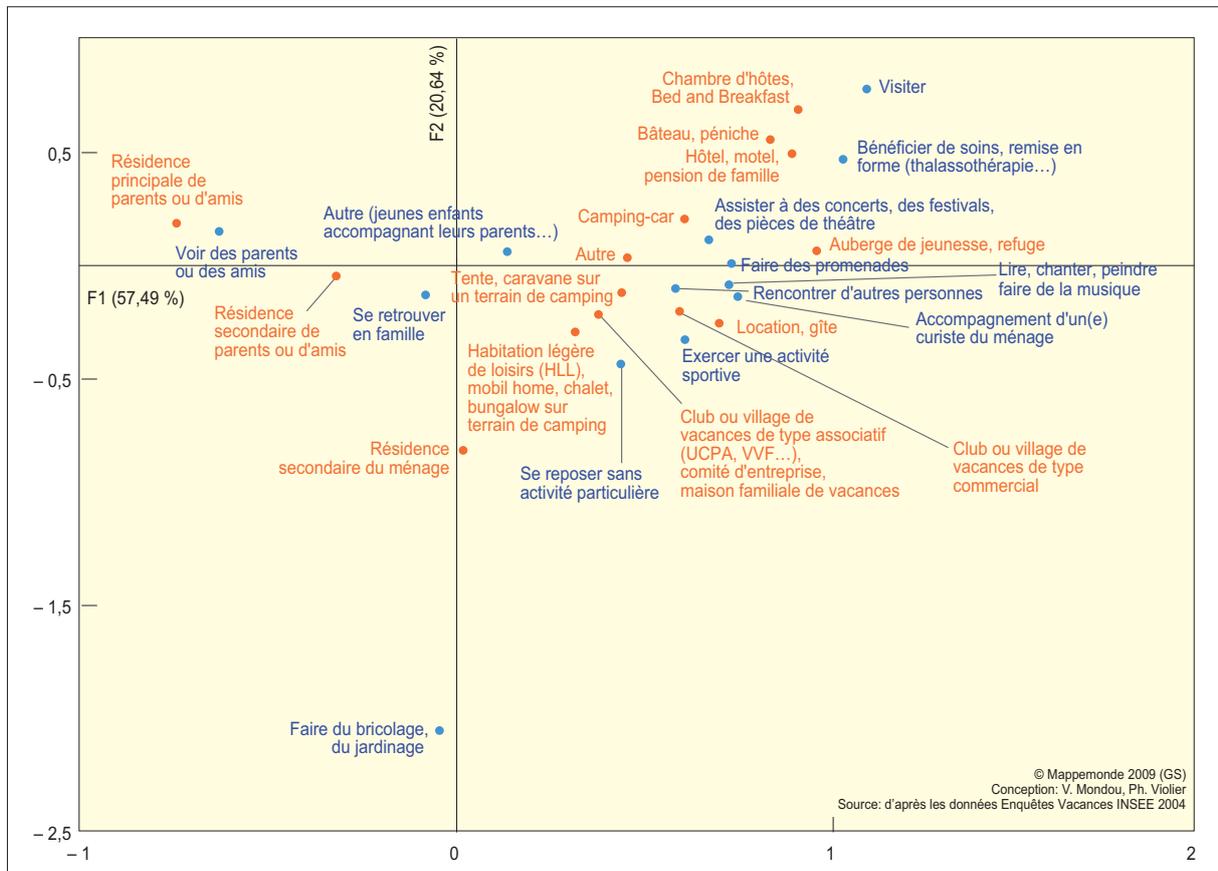
Cette articulation entre espace et pratique peut être renforcée par le calcul d'un indice de spécialisation (1). La représentation polaire associée à cet indice est éclairante sur le profil de chaque espace (fig. 4). La mer est un espace consacré au repos. La montagne paraît clairement marquée par l'exercice des pratiques sportives, les promenades et par l'accompagnement des curistes. La campagne est d'abord l'espace du repos des familles dans le cadre de la résidence secondaire, on y pratique surtout le jardinage, le bricolage et on y rejoint les parents et amis. On y pratique, en seconde motivation, des loisirs comme « Lire, chanter, peindre, faire de la musique ». C'est donc un espace familier et connu qui favorise la détente. La ville est marquée par une ambivalence forte. Elle est fréquentée dans le cadre des relations sociales et familiales — ce qui n'est pas étonnant dans un pays très urbanisé — mais elle l'est aussi pour des visites et pour assister à des spectacles et festivals. Ainsi, une part non négligeable de la fréquentation urbaine ne relève pas strictement du tourisme. Cela n'empêche bien évidemment pas une promenade en ville, voire la visite de tel ou tel site ou monument, mais alors le choix de la destination ne relève pas de l'image du lieu, de ce que l'on peut y mettre en œuvre comme projet, mais plutôt de la localisation des connaissances. Cela rend compte de près de la moitié de la fréquentation de la ville au motif exclusif de la visite aux parents et amis. Inversement, la pratique touristique de la ville, sans attache familiale ou sociale, représente moins du cinquième de la fréquentation, tandis qu'un quart allie les deux.



4. Indice de spécialisation des espaces touristiques (voir aussi l'annexe 1)

Ces motifs trouvent leur corollaire dans le mode d'hébergement. Ainsi pour chaque projet se détache un type d'hébergement adapté aux besoins des touristes (fig. 5). L'analyse factorielle des correspondances montre les rapprochements entre chacun des items (2). Le projet fondé sur les relations sociales (parents et amis) se traduit par une très grande majorité (80 %) d'hébergement non marchand. Le repos et

le sport-loisir sont associés à des modes d'hébergement permettant une sédentarisation temporaire (camping, locations, villages de vacance) se distinguant en cela de « Visiter » qui est associé à des modes adaptés à l'itinérance comme l'hôtel ou les chambres d'hôtes.



5. Relation entre motif de mobilité et types d'hébergement (Analyse factorielle des correspondances)

2. Élargissement au pays de destination et recours à un intermédiaire

Cette analyse des relations entre projets et types d'espace peut être transposée à l'espace international confirmant, à une autre échelle, le lien entre le motif et la destination choisie par les touristes interrogés. Le questionnement repose sur l'opposition entre la notion de familiarité avec les lieux et celle d'altérité.

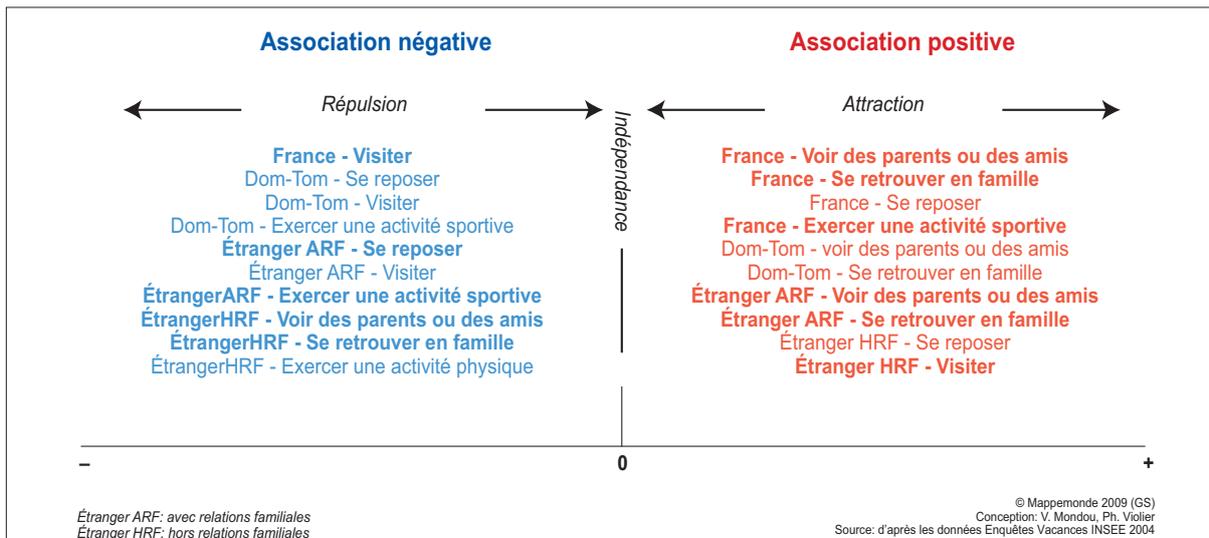
La première modalité permettrait d'identifier une relation entre l'espace national, connu et donc davantage consacré au repos, contrairement aux pays étrangers où la visite, associée à la découverte, primerait. L'altérité est mesurée par le différentiel culturel existant entre le pays de résidence des touristes et le pays de destination. Nous abordons ainsi la dialogie présente au cœur du tourisme. D'une part, la diversité du Monde donne tout son sens au tourisme. En effet, quel intérêt y aurait-il à parcourir un Monde uniforme? Cette remarque invalide d'ailleurs les discours sur l'uniformisation du Monde, puisque plus la mondialisation progresse, plus les mobilités s'accroissent (Gay, Violier, 2007; Coëffe, Pébarthe, Violier 2007). Le tourisme est ainsi un mode d'être au Monde dont l'art est d'en exploiter les diverses facettes et les combinaisons multiples comme, par exemple, de jouer avec les

différences climatiques et ainsi partir se reposer pendant l'hiver de la zone tempérée dans une station touristique ou un comptoir de la zone tropicale, de découvrir les spécificités culturelles héritées ou toujours actives de nombreuses régions du Monde... D'autre part, la diversité du Monde oppose à la mobilité des touristes ses différentes dimensions qui restent à étudier et dont nous ne pouvons en l'état donner que quelques éléments (langues, manque d'information, inégalités économiques et sociales, aptitude du corps...). Les touristes peuvent recourir, pour affronter cette altérité, à des technologies mises en œuvre par des organisations spécialisées (tour-opérateurs, chaînes hôtelières...) ou non (sociétés de transport) qui créent des « sas » comme les hôtels internationaux, les autocars climatisés, le groupe guidé (Ceriani *et al.*, 2005), voire les comptoirs autosuffisants (Gay, 2000). Le système touristique a ainsi échafaudé au cours du temps des moyens pour permettre aux touristes d'affronter le Monde (Tissot, 2000 ; Équipe MIT, 2002, 2005).

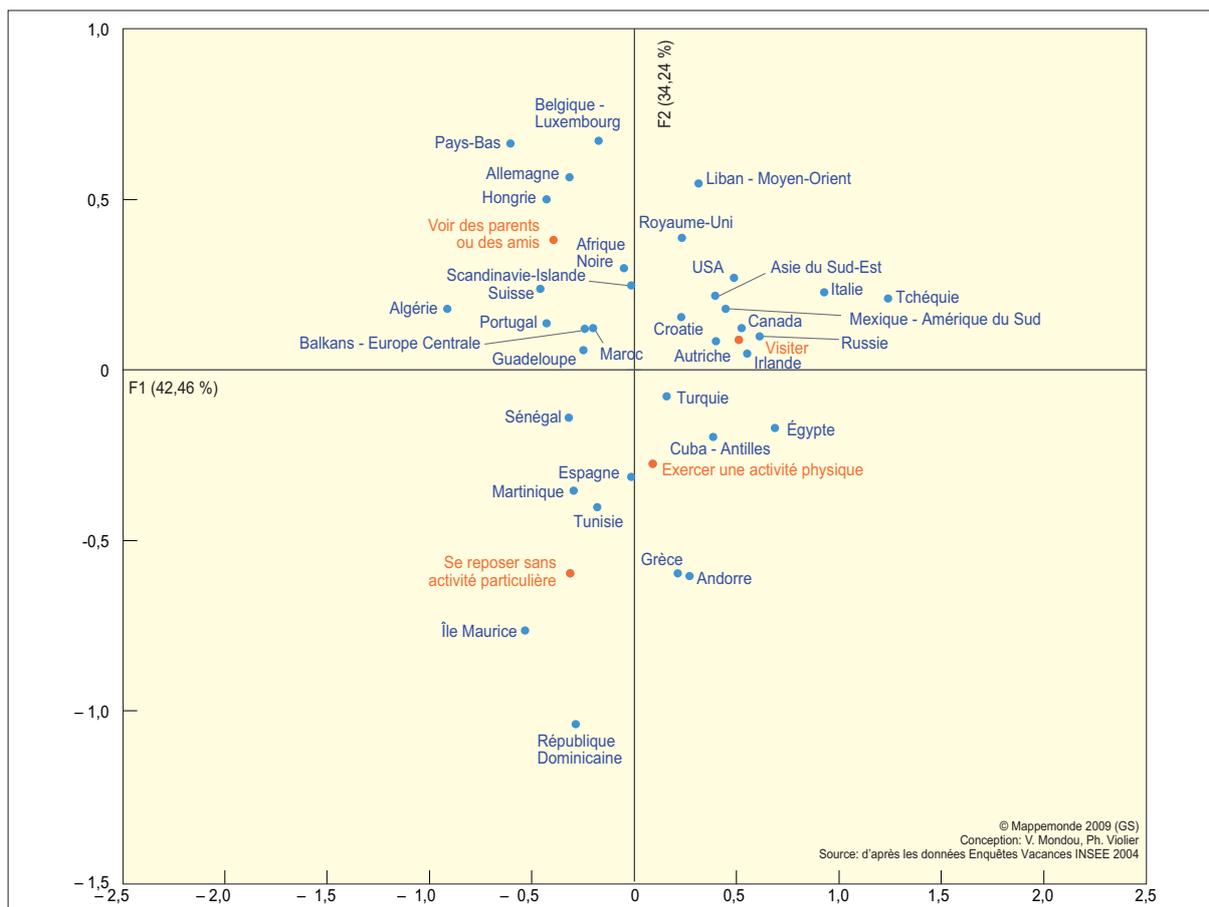
Afin d'affiner ces deux grandes catégories (France/étranger), plusieurs subdivisions ont été effectuées. L'Outre-Mer français est distingué de l'espace métropolitain et les déplacements vers l'étranger sont séparés selon qu'il existe ou non un lien de parenté avec des résidents du pays (étranger avec relations familiales, étranger hors relations familiales). Afin de vérifier cette relation, l'écart entre la situation observée et la situation théorique d'indépendance a été testé. La comparaison entre deux variables qualitatives se prête à ce type d'analyse car elle met en évidence des phénomènes de répulsion ou au contraire d'attraction entre les différentes combinaisons. Lorsque la valeur est négative, cela indique une forme de « rejet » entre les variables, alors que la valeur positive est signe d'une « préférence ». L'intensité de cette relation est caractérisée par l'importance de la valeur. L'ensemble de ces relations est représenté dans un graphe (fig. 6) (les tableaux en annexe 2 permettent de décomposer les étapes de la comparaison, 3). La France se caractérise par une surreprésentation des visites aux parents et aux amis et par une association positive avec le repos ; à l'inverse, elle n'est pas associée au motif « Visiter ».

Les liaisons avec les destinations à l'étranger hors relations familiales valorisent au contraire la visite mais le repos n'est pas absent. Lorsque les déplacements se font à l'étranger dans un cadre familial, ce sont bien sûr les relations sociales qui dominent, activités peu compatibles avec le repos et la visite (association négative). Dès lors, l'ambivalence des destinations à l'étranger apparaît.

La même analyse peut être affinée par l'étude, non plus de grandes catégories, mais directement des pays (ou des regroupements de pays). Des degrés de spécialisation variables sont observés selon les types de destinations (fig. 7). Dans le registre des destinations très spécialisées, on note deux profils différents. D'une part, se distinguent des destinations balnéaires affirmées, fortement associées au repos : les îles tropicales ou certains États ayant choisi ce créneau comme la Tunisie, mais aussi les pays fortement associés à la visite (Italie, Canada, Mexique et Amérique du Sud, États-Unis). D'autre part, certaines destinations ont une fréquentation plus diversifiée car se cumulent au moins deux motifs. Là encore deux cas de figure s'observent. Premièrement, des pays comme l'Espagne ou la Turquie cumulent deux grandes logiques : « Se reposer » et « Visiter » en raison du patrimoine présent dans quelques grandes villes et/ou régions mais aussi de leurs rivages de mer chaude. Deuxièmement, certaines destinations se positionnent entre « Visite à des parents ou amis » et « Visiter », qui correspondent à des pays connus des Français en raison de



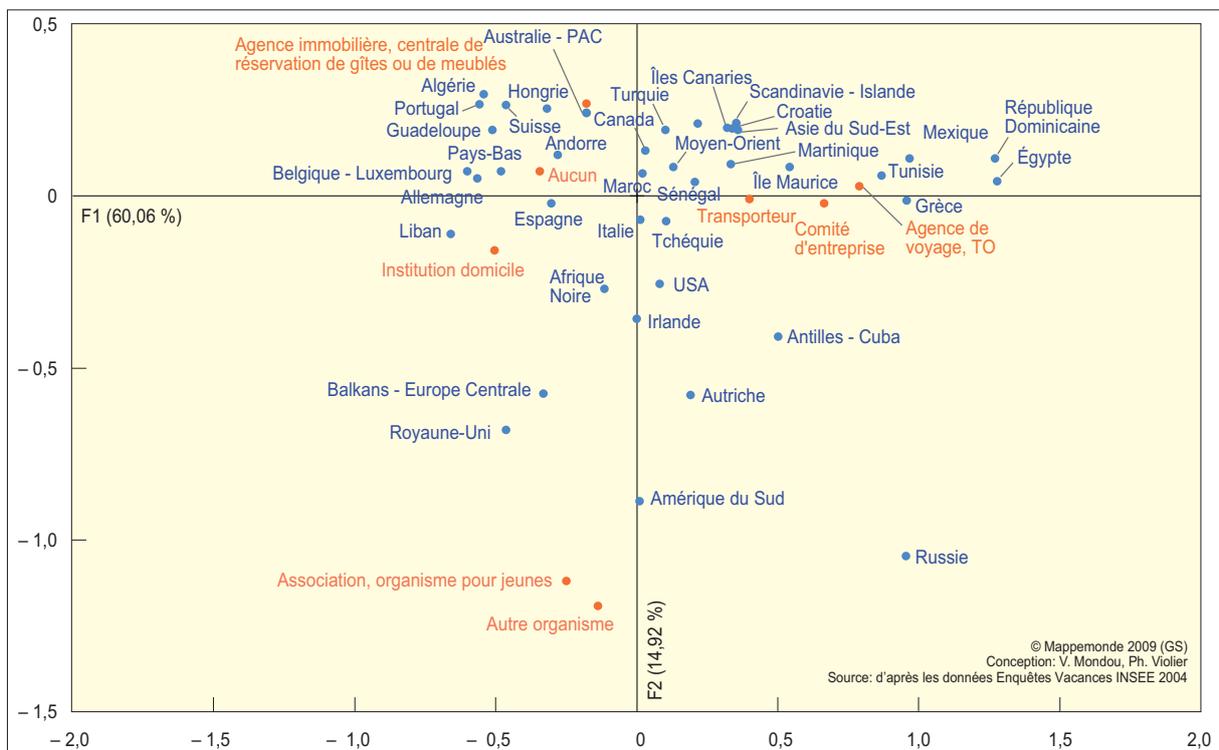
6. Signe de la contingence : croisement entre la destination et le motif



7. Pays de destination croisé avec le motif (Analyse factorielle des correspondances)

relations anciennes et historiques. Aujourd'hui elles font partie de leur univers mental et cette proximité les incite à les découvrir. De plus, les effets des migrations de travail jouent aussi leur rôle. Il s'agit soit de mobilités liées à l'entretien des liens familiaux et sociaux de la part de personnes installées en France, soit de relations construites en France et qui induisent des mobilités de découverte dans un cercle plus large. Afrique Noire, Maroc, Liban et Moyen-Orient constituent cet ensemble de destinations fondé sur cette double dynamique.

Enfin, une dernière approche rend compte de la relation entre le recours à un intermédiaire et le pays de destination (fig. 8). Deux éléments explicatifs se combinent. Dans un premier temps, on mesure les effets de mobilités non touristiques sur le tourisme. Des liens, notamment familiaux et amicaux, ont été maintenus suite aux migrations de travail ce qui donne lieu à des mobilités touristiques que l'on peut qualifier de post-migratoires (retour au pays souvent). Le recours aux intermédiaires est d'autant moins nécessaire que des liens ont été conservés et agissent soit pour l'hébergement, soit pour faciliter l'accessibilité au pays. Les liens historiques jouent dans le même sens et par exemple la francophonie facilite l'accessibilité de certains pays aux Français, ce qui peut contribuer à faire diminuer le recours aux intermédiaires (Canada, Maroc...). Dans un second temps, il apparaît que plus un pays est chargé d'altérité, plus le recours aux intermédiaires est nécessaire. Toutefois l'apprentissage acquis par les touristes dans la pratique touristique, les voyages en général, mais aussi hors du tourisme (apprentissage des langues étrangères dans le cadre scolaire par exemple) leur donne les moyens d'une plus grande autonomie.



8. Recours à un intermédiaire (Analyse factorielle des correspondances)

L'ensemble de ces analyses a montré l'adéquation entre le projet des touristes et les destinations. Cette relation apparaît à différentes échelles, nationale comme internationale. On se rend compte que le choix du pays de destination n'est pas neutre dans le programme d'activités touristiques. Les espaces caractérisés par une activité dominante s'opposent à d'autres beaucoup plus polyvalents. À l'échelle nationale, les choix effectués par les touristes marquent aussi fortement le territoire. Au-delà d'une répartition inégale des flux touristiques, la mise en œuvre du projet touristique se traduit par une fréquentation différenciée des espaces. Enfin, l'hypothèse de l'importance du projet du touriste dans le système touristique est elle aussi vérifiée. Les modalités d'application de ce projet impliquent un choix de mode d'hébergement différencié et le recours ou non à un intermédiaire. En effet, le passage par un tour-opérateur pour mettre en œuvre un projet s'inscrit dans une démarche rationnelle de la part d'un individu qui évalue les risques liés à la confrontation à l'altérité.

Bibliographie

- BARON-YELLES N. (1999). *Le Tourisme en France: territoires et stratégies*. Paris: Armand Colin, coll. «Prépa Géographie», 219 p. ISBN: 2-200-01923-8
- CERIANI G., COEFFÉ V., GAY J.-Ch., KNAFOU R., STOCK M., VIOLIER Ph. (2008). « Conditions géographiques de l'individu contemporain ». *EspacesTemps.net*, 13.03.2008, <http://espacestemp.net/document4573.html>
- CERIANI G., DUHAMEL Ph., KNAFOU R., STOCK M. (2005). « Le tourisme et la rencontre de l'autre ». In *L'Autre: cliniques, cultures et sociétés*, Vol. 6, n° 1, p. 71-82. *Chiffres clés du tourisme. Édition 2007*. Paris: Direction du tourisme. http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/stat/chiffres/att00009212/ccles_fr.pdf
- CLARY D. (1993). *Le Tourisme dans l'espace français*. Paris: Masson, coll. «Géographie», 358 p. ISBN: 2-225-84201-9
- DEWAILLY J.-M., FLAMENT É. (2000). *Le Tourisme*. Paris: Sedes, coll. « Campus Géographie », 191 p. ISBN: 2-7181-9071-X
- COEFFÉ V., PÉBARTHE H., VIOLIER Ph. (2007). « Mondialisations et mondes touristiques ». *L'Information géographique*, vol. 71 (2/2007), p. 83-96
- CUVELIER P. (1998). *Anciennes et nouvelles formes de tourisme: une approche socio-économique*. Paris: L'Harmattan, coll. «Tourismes et sociétés», 238 p. ISBN: 2-7384-6993-0
- ELIAS N., DUNNING É. (1998). *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*. Paris: Pocket, coll. «Agora», 392 p. ISBN: 2-266-07044-4
- Équipe MIT (2002). *Tourismes, 1. Lieux communs*. Paris: Belin, coll. «Mappemonde», 319 p. ISBN: 2-7011-3248-0
- Équipe MIT (2005). *Tourismes, 2. Moments de lieux*. Paris: Belin, coll. «Mappemonde», 349 p. ISBN: 2-7011-4217-2
- FRANCASTEL S. (2008). «Le tourisme des Français en 2007 ». *Tourisme Infos Stat*, n° 2008-4, 10 p. http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/stat/tis/att00018288/TIS_bilan_SDT2007_2008-4.pdf
- GAY J.-Ch. (2000) « Deux figures de retranchement touristique: l'île hôtel et la zone franche ». *Mappemonde*, n° 59, p.10-16

- GAY J.-Ch., VIOLIER Ph. (2007). «Tous touristes! Le Monde comme espace touristique», p. 257-272. In RETAILLÉ D., *Mondialisation*. Paris: Nathan, coll. «Nouveaux continents», 320 p. ISBN: 978-2-09-160394-0
- INSEE (2005). *Le Tourisme en France, édition 2005*. Paris: Insee, coll. «Insee Références», réalisé en partenariat avec la Direction du tourisme.
- LE JEANNIC Th., RIBERA J. (2006). «Hausse des départs en vacances, mais 21 millions de Français ne partent pas». Paris: Insee, coll. «Insee Premières», division «Conditions de vie des ménages», n° 1093, juillet. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=IP1093#sommaire
- TISSOT L. (2000). *Naissance d'une industrie touristique: les Anglais et la Suisse au XIX^e siècle*. Lausanne: Éditions Payot Histoire, coll. «Histoire Payot», 302 p. ISBN: 2-601-03257-X
- URBAIN J.-D., KRÉMER P. (2006). «1936-2006: il était une fois les vacances, entretien avec l'anthropologue Jean-Didier Urbain». *Le Monde* 2, 10.06.2006, p. 42-45.
- VIOLIER Ph. (2007). Cartes «Activités nautiques», «Prendre soin de son corps», «Activités aquatiques». In SAINT-JULIEN Th., SILLÈRE G., dir., *Atlas de France*. Paris: La Documentation française, CD-rom

Notes

1. L'indice de spécialisation correspond à la part de chaque motif par espace (mer, montagne, campagne, ville) rapportée au total de chaque motif, tous espaces confondus. Cet indice varie autour de 1. Plus l'indice s'approche de 0, moins cet espace est lié à un type de pratique.
2. L'analyse factorielle des correspondances (AFC) est une méthode statistique d'analyse des données adaptée à des variables qualitatives. Les relations entre les caractères sont d'autant plus fortes qu'elles s'éloignent du croisement entre les deux axes.

Adresses des auteurs

Véronique Mondou, UMR 6590 ESO-CARTA, Université d'Angers. Courriel: veronique.mondou@univ-angers.fr

Philippe Violier, UMR 6590 ESO-CARTA, Université d'Angers. Courriel: philippe.violier@univ-angers.fr

Annexe 1

Croisement entre les deux premiers motifs regroupés et les types d'espace : construction de l'indice polaire

Part de chaque motif par espace					
Motifs 1 et 2 regroupés	Mer	Montagne	Campagne	Ville	Ensemble
Voir des parents ou des amis	30,77	29,37	39,26	56,43	39,61
Se reposer sans activité particulière	45,77	23,58	10,89	14,14	31,41
Se retrouver en famille	30,52	26,38	24,77	28,35	29,13
Visiter	14,38	9,03	6,86	26,22	15,23
Faire des promenades	14,73	15,72	0,00	8,81	13,33
Rencontrer d'autres personnes	5,57	6,38	1,98	5,46	5,64
Exercer une activité sportive	5,26	12,35	0,00	0,78	5,17
Faire du bricolage, du jardinage	2,09	1,02	2,24	1,52	2,68
Autre (jeunes enfants accompagnant leurs parents...)	1,91	1,89	0,00	3,80	2,26
Assister à des concerts, des festivals, des pièces de théâtre	0,51	0,33	0,36	2,44	0,86
Lire, chanter, peindre, faire de la musique	0,27	0,33	0,18	0,28	0,34
Bénéficier de soins, remise en forme (thalassothérapie...)	0,13	0,20	0,00	0,17	0,16
Part de chaque motif dans le total des motifs					
Motifs 1 et 2 regroupés	Mer	Montagne	Campagne	Ville	Ensemble
Voir des parents ou des amis	0,78	0,74	0,99	1,42	1,00
Se reposer sans activité particulière	1,46	0,75	0,35	0,45	1,00
Se retrouver en famille	1,05	0,91	0,85	0,97	1,00
Visiter	0,94	0,59	0,45	1,72	1,00
Faire des promenades	1,11	1,18	0,00	0,66	1,00
Rencontrer d'autres personnes	0,99	1,13	0,35	0,97	1,00
Exercer une activité sportive	1,02	2,39	0,00	0,15	1,00
Faire du bricolage, du jardinage	0,78	0,38	0,84	0,57	1,00
Autre (jeunes enfants accompagnant leurs parents...)	0,85	0,83	0,00	1,68	1,00
Assister à des concerts, des festivals, des pièces de théâtre	0,60	0,39	0,42	2,85	1,00
Lire, chanter, peindre, faire de la musique	0,79	0,97	0,52	0,81	1,00
Bénéficier de soins, remise en forme (thalassothérapie...)	0,82	1,25	0,00	1,02	1,00

Annexe 2

Tableaux de contingence : croisement entre la destination et le motif (écart entre la situation observée et la situation théorique d'indépendance)

Le premier tableau présente la situation observée avec les données recueillies auprès des personnes interrogées (tableau de contingence), les calculs du deuxième tableau correspondent aux valeurs supposées en cas d'indépendance totale entre deux variables (la fréquentation de la France ne serait pas reliée à un motif en particulier, ...). Ces valeurs sont obtenues à partir du rapport entre les effectifs totaux des lignes et des colonnes rapportés au total (ex. $(178 \times 6280) / 19667$). La différence entre les deux tableaux permet d'obtenir une nouvelle valeur, son signe indique la nature de la relation entre les modalités des deux caractères.

	France	Dom-Tom	Étranger avec relations familiales	Étranger hors relations familiales	TOTAL
Situation observée (N)					
Voir des parents ou des amis	5273	61	600	346	6280
Se retrouver en famille	4099	52	441	339	4931
Se reposer	2771	24	84	482	3361
Visiter	1012	16	77	992	2097
Exercer une activité physique	2583	25	48	342	2998
TOTAL	15738	178	1250	2501	19667

	France	Dom-Tom	Étranger avec relations familiales	Étranger hors relations familiales
Situation d'indépendance théorique (N')				
Voir des parents ou des amis	5025,40	56,84	399,15	798,61
Se retrouver en famille	3945,90	44,63	313,41	627,06
Se reposer	2689,55	30,42	213,62	427,41
Visiter	1678,07	18,98	133,28	266,67
Exercer une activité physique	2399,07	27,13	190,55	381,25
N-N'				
Voir des parents ou des amis	247,60	4,16	200,85	-452,61
Se retrouver en famille	153,10	7,37	127,59	-288,06
Se reposer	81,45	-6,42	-129,62	54,59
Visiter	-666,07	-2,98	-56,28	725,33
Exercer une activité physique	183,93	-2,13	-142,55	-39,25