

BIBLIOGRAPHIE

ÉTUDES SUR LE TOURISME

INTRODUCTION À L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE PAR A. PAYAN.

Depuis longtemps, A. Payan, Professeur à l'École hôtelière consacre son activité à la formation des techniciens supérieurs du tourisme. Il nous livre le fruit de nombreuses années de réflexion et d'enseignement sur le Tourisme dans un cours photocopié, qui rendra bien des services à ceux qui veulent rapidement faire connaissance avec l'économie touristique.

Après un bref historique, M. Payan étudie la dépense touristique et son incidence sur l'économie régionale et nationale, les migrations nées du tourisme, l'équipement et les investissements. Les politiques de prix, de tarifs et de changes. Tout cela en 56 pages. On peut malgré tout formuler le vœu que M. Payan, après nous avoir donné un résumé commode des principaux problèmes de sa discipline, nous propose sous peu un ouvrage plus ample, dont nous manquons bien cruellement, au moins à l'échelon régional.

PUBLICATIONS DU CENTRE D'ÉTUDES DU TOURISME. (I.A.E. UNIVERSITÉ MARSEILLE).

Le Centre d'Études du Tourisme sous la présidence de M. le Professeur Wolkowitsch, puis sous celle de M. BARBIER, avec la très étroite et très active collaboration de M. BARETJE, publie régulièrement des études sur le Tourisme. Dix volumes au total ont déjà été diffusés¹.

Le volume n° 2, n° 5 et n° 39 sont des volumes de bibliographie touristique. La multiplication des publications ne donne guère la possibilité de les suivre toutes par le détail et l'on doit être bien reconnaissant à M. BARETJE pour ces fiches très utiles. Le volume n°6 fait l'inventaire des équipements collectifs de tourisme sur le littoral méditerranéen à la date de 1964, résultat d'un travail d'équipe.

Les autres volumes sont des études scientifiques, le plus souvent des diplômes d'études supérieures. Le volume n° 2 est la traduction française de la thèse d'agrégation du Professeur K. KRAPP (traduction par M. BARETJE) et dont le titre est: "La consommation touristique". Il s'agit d'une étude économique qui, après avoir consacré une première partie à l'analyse théorique de la consommation touristique, examine ensuite le formation et le jeu combiné de

¹N°1 : Colloque international Centre d'Études du Tourisme de l'Institut d'administration des entreprises de l'Université d'Aix-Marseille. 8/10 mai 1962. Nice.

N° 2 : La consommation touristique, 1964, 113 p, dactyl. par Prof. Kurt KRAPP.

N°3 : Thèmes touristiques, régionaux, nationaux, internationaux, 1964, 179 articles, dactyl.

N° 4 : Le tourisme dans le Champsaur et le Valgaudemar, 1964, 179 p. dactyl. par Claudine RIOU.

N°5 : Bibliographie touristique, 1965, 177 p dactyl. par M. BARETJE (R)

N°6 : Inventaire des équipements collectifs de tourisme sur le littoral méditerranéen, 1965 (B. du Rhône, Var, Alpes-Mmes) par ROUX et BARETJE.

N°7: Le Tourisme dans les Bouches-du-Rhône, 1965, 83p.dactyl. par M. BOYER.

N° 8 : Thèmes touristiques, régionaux, internationaux, tome 2, 1965, 160 p (4 articles): Bibliographie touristique, tome 2, 1965, 174 p. R. BARETJE.

N° 9 Bibliographie touristique, tome 2, 1965, 174 p. R. BARETJE

N°10 : Bibliographie touristique, tome 3, 1966, 210 p. roneo. R. BARETJE.

facteurs la déterminant, puis les types différents qui en existent.

Les volumes n°4 et n°7 sont pleins d'intérêt mais échappent à notre domaine régional. Leur lecture servira de référence aux chercheurs locaux². Le D.E.S. de M^{lle} Claudine RIOU a pour centre d'études le "Tourisme dans le Champsaur et le Valgaudemar", diplôme dirigé par M.WALKOWITSCH. L'étude s'ordonne en trois parties: les données naturelles et humaines et leur influence sur la physionomie du tourisme, les éléments de ce dernier, les retouches apportées par le tourisme à l'équilibre économique régional. Le volume n°7 est un travail de recherches de M. BOYER sur le "Tourisme dans les Bouches-du-Rhône". Les formes, l'équipement et le rôle du tourisme dans le département, telle est l'architecture générale de l'étude qui se termine par un chapitre de politique du tourisme.

Le volume n°1 comportait les actes du Colloque tenu à Nice sur le problème touristique et dont M. DEVUN a rendu compte dans ce bulletin même.

Les volumes n°3 et n°8 regroupent divers travaux sous le titre général

"Thèmes touristiques". Il s'agit d'une série d'articles importants qui n'intéressent pas tous directement notre région, mais dont l'intérêt méthodologique est très grand.

Le sommaire nous apporte les titres suivants :

Vol. n° 3.-

M. WOLKOWITSCH : Recherches sur le Tourisme.

R. BARETJE : Importance et limites du Tourisme en tant que facteur d'amélioration du commerce extérieur des pays en voie de développement.

D. RIOU Évolution touristique du littoral méditerranéen entre Toulon et Marseille.

R.BARETJE Évaluation des Recettes touristiques dans les Alpes du Sud: une approche méthodologique régionale.

M. BOYER : Les vacances des Français, leur évolution.

F. DUNON : La protection juridique du patrimoine touristique. Vol. 8.-.

R. BARETJE : Déséquilibres économiques entraînés par le tourisme dans un contexte d'expansion économique

P. DEFERT.: Introduction économique au programme d'équipement sportif hivernal du Grand Sasso.

M.BOYER : Problèmes de mesures statistiques du phénomène touristique.

E.PASTORELLI : Le Tourisme à Nice de 1919 à 1936.

Le D.E.S. de Mme Schor-Pastorelli traite un sujet fort important, puisqu'il s'agit d'une période marquant la reconversion fondamentale du tourisme niçois. L'auteur marque les principales étapes de cette évolution. Prospérité de l'immédiate après-guerre, ralentissement de l'activité, crise, adaptation lente et difficile de la station à un tourisme qui ne va plus être aristocratique et hivernal. Toute la géographie nouvelle de Nice est issue de la crise de structure de l'économie locale analysée dans cet article.

E. DALMASSO.

²Des comptes-rendus plus détaillés ont été dressés par des étudiants de géographie régionale en 1965-66 au Laboratoire de Géographie de Nice.

HORTICULTURE ET MARCHE-GARE DANS LES A.M.

ENQUÊTE DE L'ASSOCIATION DES ÉTUDIANTS EN SCIENCES ÉCONOMIQUES DE NICE.³

L'enquête menée par les Étudiants en Sciences Économiques de Nice s'organise en trois parties.

La production horticole dans le département retient d'abord l'attention. Les enquêteurs y ont rassemblé des données numériques assorties d'un bref commentaire. Le caractère généralement dispersé de cette documentation fait sentir la commodité de cette synthèse.

- Les cultures florales occupent 3.400 hectares dans le département des Alpes-Maritimes, soit 80 % de la superficie totale cultivée en 1963. Les cultures de plein air occupent 88,2 %. Il s'agit à 67 % d'entreprises en faire valoir direct. 50 % des exploitations ont été créées par les exploitants actuels. Les horticulteurs ont-plus de 55 ans dans la proportion de 40 %, et 96 % n'ont aucune formation professionnelle.

- La production est passée de 6000 tonnes en 1920 à 24.000 tonnes en 1960. La répartition des cultures est ainsi faite: 1950 ha d'œillets, 400 ha de roses, 450 ha de mimosa, 600 ha de divers.

Le marché-gare occupe la deuxième partie. Construit de 1963 à 1965, il représente un coût de 50 millions de francs. Le 11 ha de superficie à la disposition de 1500 producteurs, 62 expéditeurs concessionnaires, 400 acheteurs non concessionnaires. Dès la première année, 6000 tonnes de fleurs ont été commercialisées. La section fleurs est doublée d'une section "fruits et légumes" de 15 ha où 1000 producteurs peuvent commercialiser 120.000 tonnes /an achetées par 1200 détaillants.

Le problème de la commercialisation termine l'étude. Ce n'est pas le marché régional ni le marché étranger (pour l'instant) qui forment les grands débouchés, mais le marché national. La distribution est assurée par des grossistes-expéditeurs, des ventes directes par les producteurs, des diffusions directes (camionneurs).

Les problèmes fiscaux et publicitaires terminent cette plaquette fort bien présentée et qui est un indice sûr du dynamisme des étudiants niçois.

E. DALMASSO

³C. FARAUT et J.P. PERRUCHE, 1966 - 40 p.

LES ZONES D'ATTRACTION COMMERCIALE DE LA REGION PROVENCE-COTE D'AZUR-CORSE.⁴

N° SPÉCIAL 1965 DE LA REVUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DE
MARSEILLE. ÉTUDE RÉALISÉE DANS LE CADRE DE L'INSTITUT DE
RECHERCHES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES D'AIX-MARSEILLE

Cet ouvrage prend place dans la série des enquêtes sur l'attraction commerciale des villes, lancées par M. le professeur C'est le résultat d'un travail d'équipe et d'un travail interdisciplinaire.

Ouvrage de recherches, sa présentation analytique et sa richesse rendent difficiles un compte-rendu. Nous retiendrons donc que les aspects généraux et ceux relatifs au département des Alpes-Maritimes en nous excusant auprès des auteurs pour cette "mutilation".

La présentation de la méthode d'enquête est évidemment très intéressante. L'attraction commerciale des villes se manifeste par le rôle de leurs grossistes, par le rayonnement des commerces ambulants et par l'attraction qu'elles exercent sur les consommateurs ruraux. C'est ce dernier aspect qui est étudié.

Ayant le choix entre plusieurs centres d'importance inégale, les consommateurs prennent des habitudes d'achat qui, globalement, divisent l'espace géographique en une série de zones centrées sur les villes. Pour connaître les lois de ce partage, la méthode théorique fondée sur l'application de "la loi de Reilly" est insuffisante, et c'est la méthode concrète de M. Piatier qui a été utilisée. Un questionnaire portant sur les caractères de la commune, sur la vente des produits locaux, sur les habitudes d'achat, a été diffusé. Une méthode de pondération statistique a permis de classer partir d'un centre d'attraction, trois zones d'intensité décroissante:

- zone d'attraction exclusive (80 à 100 % des déplacements)
- " " " prépondérante (50 à 79% " ")
- " " " sensible (20 à 49 % " ")

Les centres ont été eux-mêmes hiérarchisés en centres principaux, secondaires et élémentaires d'après leur indice qui est le nombre de "consommateurs théoriques"⁵ de la zone extérieure au centre. Le tout a été traduit en cartes.

Les résultats généraux font apparaître 14 centres principaux et 25 centres secondaires. Le rôle des facteurs naturels (relief et distance), celui des facteurs humains (fonction de la ville, densité et richesse de la région) sont des éléments importants dans l'étendue des aires d'influence. La côté de la zone d'attraction, il y a lieu de distinguer la zone de "présence" des centres, beaucoup plus vaste. Le niveau supérieur de cette zone de présence n'est représenté que par deux villes, Marseille surtout, et Nice. Le niveau subordonné comprend

Toulon, Cannes. Enfin, il ne faut pas négliger les grandes villes extérieures à la région et exerçant une influence notable. Montpellier, Nîmes, et surtout Grenoble qui déborde largement sur les Hautes-Alpes.

Les différentes cartes et leur commentaire sur les Alpes-Maritimes donnent les conclusions suivantes:

- Prééminence absolue de Nice sur le département.
- Rôle effacé des autres centres principaux, Cannes et Grasse.

⁴ Par G. MARCY, B. BARBIER, N. DELEFORTRIE-SOUBEYROUX. A. STRAZZIERI.

⁵ Pour sa détermination, cf, l'ouvrage p.14.

- Pullulement de petits centres à l'intérieur.
- Constance dans le tracé de la zone de chaque ville.
- Débordement de l'influence niçoise sur la moitié orientale du Var.

Avec 14 cartes très expressives, le mécanisme du commerce local est "démonté" sous nos yeux. Et au-delà de l'intérêt intellectuel, on saisit combien ce travail peut-être utile pour des agents économiques, préoccupés de réalisations pratiques.

E. DALMASSO