

**groupe Prospective et Usages sociaux de
l'automobile**

Temps libre, loisirs, tourisme, quels impacts sur l'automobile et la mobilité ?

**compte rendu de la réunion
du 31 janvier 2001**



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



**ministère
de l'Équipement
des Transports
du Logement
du Tourisme
et de la Mer**

SOMMAIRE

⊞ **Compte rendu de la réunion du 31 janvier 2001**

⊞ **Annexes :**

Annexe 1 : PANORAMA DE L'OFFRE DE LA CLIENTELE EN FRANCE
ET EN EUROPE
F. Payzan – RENAULT, Direction du produit.
Photocopies de transparents.

Annexe 2 : L'IMPACT DE L'USAGE TOURISTIQUE DE L'AUTOMOBILE
SUR L'ENVIRONNEMENT.
Graphiques extraits de l'ouvrage « Tourisme, environnement,
territoires : les indicateurs » - IFEN, décembre 2002.

Annexe 3 : LES VOYAGES DES FRANÇAIS EN 1998.
METL/DAEI/SES-Infos rapides, n° 93, avril 2000, p. 1 à 3.

Paris-La Défense, le 13 août 2002

**Ministère
de l'Équipement,
des
Transports et du
Logement**

**Direction
de la Recherche
et des Affaires
Scientifiques
et Techniques**

**Centre
de Prospective
et de Veille
Scientifique**

**Sous-Groupe
Méthodes
prospectives et
usages sociaux de
l'automobile**

**Président :
Jacques THEYS**

**Rapporteur :
Eliane de
VENDEUVRE
Tél : 01 40 81 14 14
Fax : 01 40 81 14 44**

**Groupe permanent de réflexion sur les véhicules
automobiles du futur**

Compte-rendu de la réunion du 31 janvier 2001 tenue au METL

Thème : Temps libre, loisirs, tourisme et impact sur l'automobile et la mobilité.

L'ordre du jour de la réunion était le suivant :

I – Cadrage du sujet

Evolution de la mobilité globale et du temps libre et conséquences sur l'automobile

Mme Françoise POTIER, Directeur de recherche à l'INRETS, responsable du programme transport/temps libre.

II – L'évolution du tourisme et ses conséquences sur le transport

Mme Marie-Christine KOVACSHAZY, responsable de la prospective, Direction du Tourisme.

III – Quels nouveaux produits automobiles et quels nouveaux services liés aux loisirs ?

Visions prospectives sur les véhicules de loisir à l'horizon 2020 : camping cars, résidences mobiles – comparaisons internationales.

M. Denis SPIRE, Délégué général du Syndicat des véhicules de loisirs.

Les nouveaux imaginaires de la consommation et ses conséquences sur la voiture.

M. François BELLANGER de TRANSIT.

Le marché des 4x4 : la clientèle et ses attentes.

M. Fabien PAYZAN de RENAULT (service recherche et études clientèles)

L'offre de la SNCF en matière de train+location de voiture et son partenariat avec AVIS

M. Jean-Louis JOLARD, Chef de produit, marketing et animation des ventes. Direction grandes lignes.

IV – L'impact de l'usage touristique de l'automobile sur l'environnement.

Impacts sur les encombrements, les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'énergie, la construction d'infrastructure

M. Ghislain DUBOIS de l'Institut français de l'environnement.

Discutants : M. Bernard PREEL du BIPE, M. Philippe CHOLET, responsable de mobilité/transport. PSA ; Direction produits-Marketing.

En introduction, Jacques THEYS, indique que cette séance consacrée au temps libre, aux loisirs et au tourisme est l'occasion d'aborder pour la première fois, dans ce groupe, les déplacements à longue distance.

Trois volets seront développés :

- 1) quelques données de cadrage sur la situation actuelle, les enjeux, la prospective,
- 2) les transformations attendues au niveau des produits et des services liés au tourisme, à la mobilité et à l'inter modalité
- 3) les impacts sur l'environnement des deux diagnostics précédents

I – Cadrage du sujet

L'EVOLUTION DE LA MOBILITE GLOBALE ET DU TEMPS LIBRE ET CONSEQUENCES SUR L'AUTOMOBILE par Mme Françoise, POTIER, Directeur de recherche à l'INRETS, responsable du programme transports-/temps libre

Longtemps marquée par des systèmes bipolaires, la mobilité actuelle se caractérise par des systèmes de **multipolarité mouvante**, que les italiens appellent « mobilités zigzagantes ». Les programmes d'activités se complexifient, les rythmes temporels ne sont plus caractérisés comme auparavant par leur unicité : à une coïncidence des espaces et des temps (tout le monde travaille aux mêmes heures et part en vacances aux mêmes moments en un lieu unique) a succédé une disjonction des espaces et des temps conjuguée à une nouvelle temporalité.

Sous l'effet des nouveaux usages du temps libre, la mobilité croît d'une manière importante; elle devient complexe, variée et aléatoire.

Les concepts et les définitions du loisir et du tourisme sont flous. Pour cette intervention, et d'une manière simple, sont considérées comme activités de loisir et de tourisme toutes les activités non liées au travail, aux études, à la santé et aux activités ménagères quotidiennes. De ce fait, les activités comme, le sport, la culture, la détente, la restauration, les relations sociales, ... sont prises en compte. De même, le tourisme ne se limite pas aux vacances. Ce sont " tous les déplacements comprenant au moins une nuit hors du domicile pour des motifs autres que travail habituel, santé et école ". Les déplacements pour les relations sociales, pour aller voir la famille, rencontrer des amis sont inclus dans le tourisme.

1) De la mobilité travail à la mobilité hors travail

La mobilité des Français ne cesse d'augmenter. Ceci n'est pas une révélation. En revanche, la très forte croissance de la mobilité hors travail, qui participe de manière considérable à cette croissance généralisée de la mobilité, est beaucoup moins connue et étudiée. La mobilité totale des Français a augmenté de 45 % entre 1982 et 1994¹ en termes de voyageurs-km. Cette croissance de la mobilité est principalement le fait de la mobilité longue distance (+56 %)(correspondant à des déplacements à plus 100 km du domicile, assimilables pour 90% aux déplacements de loisir-tourisme) (cf tableau 1). Par ailleurs, la part de cette mobilité longue distance a augmenté dans la mobilité totale pour passer de 38 % à 41%.

¹ d'après les enquêtes nationales transport 1982 et 1994, et confirmés par des enquêtes locales plus récentes.

	Evolution 1982-1994	1982	1994
Part longue distance/total		38%	41%
Voyageursxkm, courte distance	38%		
Voyageursxkm, longue distance	56%		
Voyageursxkm, mobilité totale	45%		

Tableau 1 : Evolution de la mobilité des Français.
Source : enquête transport INSEE-INRETS - F. Potier

Travail fixe	3%
Professionnel	14%
Visites parents-amis	31%
Loisirs	52%

Tableau 2 : répartition des motifs de la mobilité longue distance en nombre de déplacements
Source : enquête transport 1994 - F. Potier

La part de la mobilité « loisir » est maintenant supérieure à celle de la mobilité travail :

- dans la mobilité locale, la part du nombre de déplacements (ou en termes de distances) au titre des loisirs a augmenté de 33% à 40%. En revanche, la part du nombre de déplacements au titre du travail a diminué de 37% à 33% (tableau 3) . En termes d'évolution voyageurs/km, les loisirs ont explosé avec une augmentation de 53 %, tandis que le domicile-travail n'a augmenté que de 28 % ;
- les déplacements touristiques à longue distance ont augmenté de 3,5 % l'an depuis 1985, soit plus que le PNB.

Globalement, les Français se déplacent plus souvent et plus loin que ce soit au quotidien, pour les week-ends et pendant les vacances.

<i>a - Dans la mobilité quotidienne</i>					
	en part de déplacement		en part de distances		évolution voyageurs-km 1982-1994
	1982	1994	1982	1994	
loisirs	33%	40%	36%	42%	+53%
travail	37%	33%	39%	37%	+28%

b - Déplacements LD touristiques : + 3.5% l'an depuis 1985

tableau 3 : Evolution de la mobilité des Français entre 1982 et 1994
source : enquête transport INSEE-INRETS F. Potier

La régression des motifs appelés classiquement "contraints" (travail, professionnel et études) dans la mobilité quotidienne s'explique, d'une part, par la diminution importante du nombre d'actifs depuis 20 ans (la population active est estimée aujourd'hui à 24 millions) et, d'autre part, par la faible augmentation du nombre d'élèves et d'étudiants, enfin, par l'évolution des modes de vie marquée par une très nette régression des retours des actifs à leur domicile pour déjeuner.

L'augmentation des motifs " non contraints " s'explique, quant à elle, (parfois en photographie négative des premiers) par :

- des plages plus larges et plus fréquentes de temps libérés ;
- une augmentation du nombre de célibataires, surtout dans les agglomérations, avec des contraintes financières moindres;
- une augmentation des couples sans enfant ;
- une diminution des familles nombreuses ;
- des retraités plus jeunes, plus urbains et éduqués à la culture des loisirs pendant leur vie active ;
- un nombre croissant d'individus pour lesquels l'ordre des contingences matérielles et temporelles est redistribué pour dégager du temps à soi ;
- une offre marchande de loisir et de culture qui se développe rapidement et qui tente de capter une clientèle de proximité. Notamment, la politique des promoteurs et des aménageurs des grands centres commerciaux est orientée dans cette direction en remplacement de l'hyper marché en tant que locomotive par le multiplexe, le parc de loisir ou la reconstitution du terroir.

2) Les loisirs au quotidien

Tous les indicateurs ont fortement augmenté pour la mobilité quotidienne liée aux "loisirs":

- une forte croissance du nombre de déplacements au cours d'une semaine (lundi au dimanche) pour les loisirs en général : alors que le nombre de déplacements liés au travail n'augmente que de 4%, celui lié aux loisirs en général augmente de 20% ; (15% pour l'agrément et 22% pour les relations sociales). Durant la semaine dite ordinaire – du lundi au vendredi –, cette augmentation est encore plus forte surtout en ce qui concerne les relations sociales dont le nombre de déplacements a augmenté de 44% durant les années 80-90.

- une dilatation de la sphère dans laquelle s'effectuent les activités de loisirs en semaine.

- une évolution des voyageurs-km (indice qui synthétise le nombre de personnes concernées par le déplacement et la distance parcourue lors de ces déplacements) montre la formidable croissance des loisirs durant la semaine (59% du lundi au samedi, moins le dimanche) alors que le travail n'augmente que de 31 % du lundi au vendredi et qu'il diminue durant le week-end. **De plus en plus de Français sont concernés par les déplacements vers des lieux d'agrément toujours plus éloignés de leur domicile.**

EVOLUTION DE LA MOBILITE LOCALE DE 1982 à 1994

En termes de nombre de déplacements

	semaine	samedi	dimanche	ensemble
Travail	5%	- 25%	- 26%	2%
Achats	24%	- 6%	- 24%	13%
Visites famille-ami	44%	38%	7%	33%
Loisir	23%	36%	9%	22%

En termes de distance moyenne par déplacement

	semaine	samedi	dimanche	ensemble
Travail	26%	21%	21%	25%
Achats	24%	32%	5%	25%
Visites famille-ami	10%	10%	-5%	3%
Loisir	32%	20%	22%	26%

En termes de voyageurs-km				
	semaine	samedi	dimanche	ensemble
Travail	31%	- 9%	- 10%	28%
Achats	54%	24%	- 20%	41%
Visites famille-ami	58%	52%	2%	37%
Loisir	62%	63%	32%	53%

Source : enquêtes transport 1982 et 1994 - F. Potier

Ces déplacements de loisirs, réalisés à près de 80 % en voiture, s'effectuent non seulement le week-end, mais de plus en plus tout au long de la semaine. Enfin les comportements de cette mobilité évoluent vers des pratiques plus fréquentes de sociabilité et de culture.

Ajoutons que les transports en commun sont nettement moins utilisés que lors des déplacements contraints puisqu'ils n'avaient pas été pensés dans leur organisation pour ces déplacements de loisir.

3) Le tourisme

L'évolution des pratiques touristiques repose sur des changements structurels profonds. Pour les quinze dernières années, le plus spectaculaire est l'accroissement du fractionnement des congés : les courts séjours ont progressé plus rapidement que les "grandes vacances". Dans le même temps, les Français sont, comme l'ensemble des européens, de plus en plus friands de diversité et préfèrent prendre des vacances fractionnées en deux ou plusieurs fois plutôt qu'un seul congé annuel plus long.

En 30 ans, comment les pratiques de tourisme ont-elles évoluées ? On peut distinguer quatre phases d'évolution.

Avant 1984, le taux de départ en vacances des Français a fortement augmenté. Ce taux a été marqué par une croissance continue jusqu'aux débuts des années 90 : 15% en 1950, 40% en 1960, 50% des Français en 1974, 55% en 1984. Depuis 1984, la progression du taux de départ en vacances s'est fortement ralentie et l'introduction de la cinquième semaine de congés n'a pas eu d'effet sur ce taux.

Entre 1984 et 1990, les courts séjours se développent. Les Français voyagent plus souvent et moins longtemps. Le nombre de courts séjours a fortement augmenté durant les années 80 : 2% l'an entre 1980 et 1985, puis une très forte croissance de 5% par an entre 1985 et 1990. Le modèle du mois entier de congés passé dans un seul endroit, celui des "*grandes vacances*" est alors devenu caduc, il est alors remplacé par le modèle "*plus souvent, moins longtemps et plus loin*".

Dans les années 90, les séjours courts progressent et le tourisme urbain s'affirme. Une nouvelle évolution importante dans la durée des séjours se produit : celle des "séjours courts" de 4-5 jours, les mid-weeks, pendant que les « séjours longs » raccourcissent. Ce changement des comportements dans les pratiques de tourisme a favorisé considérablement le tourisme urbain par les visites répétées de grandes expositions artistiques, les visites ponctuelles de villes, la participation à de grands événements culturels, sportifs et historiques. Le modèle émergent peut se formuler ainsi "**plus souvent, plus diversifié, plus culturel**".

Enfin, **récemment**, l'effet des 35 heures est sensible. C'est l'explosion des déplacements d'une journée pour une destination relativement éloignée, dénommés "**excursions**".

4) La voiture et les déplacements longues distances

80% des courts séjours sont réalisés en voiture ; 72% pour les longs séjours. La différence entre courts et longs séjours est rappelons-le la durée même du séjour : les premiers incluent de 1 à 3 nuits hors du domicile, les seconds au moins 4 nuits hors du domicile.

	avion	car	train	voiture
courts séjours	4%	3%	13%	80%
longs séjours	10%	3%	15%	72%

tableau 4 : Répartition des séjours des Français selon le mode de transport - 1998
source : SDT- DT-ONT

	voiture	train	avion	total
1975	66%	31%	3%	100%
1984	66%	29%	5%	100%
1996	71%	22%	8%	100%

tableau 5 Evolution de la répartition du trafic de voyageurs à longue distance (en voyageursXkm) selon le mode de transport : source : réalisées par l'INRETS avec MATISSE - O. Morellet

3 scénarios d'évolution

	voiture	train	avion	total
évolution par rapport à 1996				
2015-scénario bas	33%	32%	88%	37%
2015-scénario moyen	45%	48%	114%	51%
2015- scénario haut	51%	55%	181%	61%

tableau 6 : scénarios d'évolution
Trafic français de voyageurs à longue distance, estimations faites par l'INRETS et le SES avec MATISSE (voyageursXkm)

5) Les dynamiques socio-économiques en France et en Europe.

- un fort potentiel de départ en tourisme : un quart des Français ne part pas en vacances et un autre quart ne part qu'une seule fois dans l'année ;
- des facteurs démographiques : mono-ménage, retraite.....,
- des facteurs socio-économiques : couples actifs...
- des facteurs d'urbanisation : le taux de départ augmente avec la taille de l'agglomération,
- la RTT et des changements de la relation au travail,

- les nouvelles technologies et le rôle des transports,
- l'impact de l'information et des médias,
- l'impact du marketing et des stratégies de promotion,
- et enfin les situations politiques.

6) Conséquences possibles des mutations de comportements touristiques pour les transporteurs

En se fondant sur une segmentation temporelle des marchés touristiques, il est possible de diagnostiquer les conséquences probables de l'évolution de ces marchés sur les transports. Cinq marchés intéresseront plus particulièrement l'automobile :

1 - Les vacances d'été : elles resteront pour les transporteurs un objet de préoccupation classique lié aux problèmes de pointe qui les caractérisent. La croissance de la fragmentation des congés a pour effet d'augmenter la fréquence des "pointes de trafic". Les "grands départs" constituent, quel que soit le mode utilisé, un phénomène négatif que l'on tente de maîtriser par des régulations tarifaires et une meilleure information routière. Ils posent d'importants problèmes de sécurité routière .

2 - La semaine de vacances aux sports d'hiver - Traditionnel point noir pour les chemins de fer et les gestionnaires d'autoroutes, ces vacances à la neige semblent devoir demeurer à leur niveau actuel.

3 - Les petites semaines (mid-week) : elles continueront à progresser, sous forme de tourisme plus court, essentiellement à moyenne distance, en voiture, à tendance urbaine et culturelle. Ce sera une clientèle croissante pour les villes qui doivent d'ores et déjà la prendre en compte dans leur planification des transports urbains et les PDU.

4- Les week-ends classiques : Importants quantitativement, totalement dominés par la voiture, les déplacements liés aux week-ends classiques constituent un secteur en expansion assurée lié au développement des nouvelles relations sociales et de la motorisation.

5- Les excursions, déplacements en pleine explosion, sont dominés par la voiture et constituent un enjeu économique important pour les autocaristes .

En guise de conclusion, au sein d'une agglomération, on se déplace autrement :

Les lieux de loisirs se sont multipliés et dispersés. Les activités de " temps libres " réalisées hors domicile deviennent plus fréquentes dans des espaces plus lointains, hors agglomération voire hors région, pendant le quotidien, le week-end, les vacances. Les Français choisissent l'offre de loisir qui répond au mieux à leur aspiration, à leur désir, à leur plaisir. *Ils privilégient la qualité de l'offre à sa proximité, alors que dans un passé encore récent, ils ne privilégiaient que la proximité.*

Conséquence de l'évolution de la mobilité, *de plus en plus de visiteurs viennent dans les villes*. Ces flux de visiteurs représentent entre 15 et 25% de la mobilité globale urbaine et se déplacent en même temps que les résidents, créant des encombrements inexplicables. Et l'ensemble des agglomérations françaises d'au moins 20 000 habitants est concerné par ces flux de non résidents qu'ils soient de la journée ou d'une durée plus longue².

² Françoise Potier - Les pratiques de tourisme urbain des Français - INRETS - 1996

Mais les déplacements en voiture générés par les touristes dans les lieux d'"hyper massification" touristique posent d'énormes difficultés aux gestionnaires locaux des transports qui n'ont jamais été réellement abordés dans leur globalité.

II – L'EVOLUTION DU TOURISME ET SES CONSEQUENCES SUR LE TRANSPORT par Mme Marie-Christine KOVACSHAZY, responsable de la prospective à la Direction du Tourisme.

1) Observations générales

Mes propos compléteront mais quelque fois contrediront ceux de Françoise POTIER.

L'Observatoire mondial du tourisme prévoit une multiplication par deux des touristes internationaux d'ici 2020.

Or, la progression annoncée sur l'ensemble du monde ne se manifeste que très légèrement dans notre pays et si l'on fait une rétrospective sur 5 à 6 ans, on note paradoxalement un essoufflement du tourisme des Français.

En effet, si on constate des départs plus courts et plus fréquents, il n'y a eu globalement ni augmentation du nombre de nuitées, ni augmentation du nombre de séjours, au contraire.

Plusieurs raisons posées sous forme interrogative peuvent expliquer cet essoufflement :

- l'inadaptation de l'offre à une demande qui a fortement évolué ces dernières années ?
- des problèmes de statistiques, notamment d'indicateurs concernant le rapport loisirs et/ou vacances qui a considérablement évolué au cours des dernières années ?
- l'influence déjà perceptible de l'aménagement et de la réduction du temps de travail sur les pratiques du temps ?
- la multiplication des "excursions", c'est-à-dire, en vocabulaire touristique, des déplacements à la journée non pris en compte par les statisticiens du tourisme ?
- donnons-nous en France et en Europe un sens nouveau aux vacances qui n'induit plus forcément un déplacement ?
- le tourisme atteindrait-il le sommet de sa courbe de croissance ? Sommes-nous arrivés à une période de maturité de ce marché ?

Le phénomène touristique est important :

- 1) parce qu'il est aujourd'hui un des rares secteurs créateur net d'emploi,
- 2) parce que c'est un outil d'aménagement du territoire,
- 3) et parce que les vacances et les loisirs répondent à des besoins sociaux devenus plus exigeants au cours de ces dernières années

C'est pour ces raisons qu'a été récemment créée, à la Direction du Tourisme, une cellule prospective dont l'objectif est d'examiner les changements récents sans compromission et de voir comment ils sont susceptibles d'évoluer dans les années qui viennent.

Pour cela, il faut bien prendre en considération le fait que le tourisme n'est que le produit, ou plutôt l'un des produits des conditions de vie et des comportements des hommes.

Il faut essayer de voir en l'occurrence en France quels sont les facteurs qui créent les différentes catégories de touristes afin de mieux comprendre le présent touristique mais aussi – et partant – des futurs possibles.

Les déterminants du tourisme sont ainsi le fruit à la fois de nos histoires individuelles, notre âge, notre origine, notre lieu de vie, notre formation et enfin notre génération. [“ Une génération est retenue comme « mutante » lorsque l’époque de sa jeunesse coïncide avec un changement majeur dans le cycle historique et génère une situation qu’elle n’était pas préparée à affronter ” (B. Prétel).]

Mais c’est aussi notre rapport au travail selon qu’il est un plaisir ou une servitude, l’état de l’économie, les structures de la société, le poids des politiques publiques.

Essayons de détailler quelques uns de ces déterminants pour voir comment ils sont susceptibles de marquer le futur.

2) L’IMPACT DES POLITIQUES PUBLIQUES

Le tourisme sera différent, selon la manière dont les politiques publiques évolueront, car elles le façonnent grandement.

La politique d’aménagement du territoire, par exemple, vise aujourd’hui à mieux disperser la population, les ressources et les richesses sur l’ensemble du territoire. Elle consiste à tenter d’inverser la situation qui fait que 80 % des Français se concentrent sur 20 % du territoire. Y réussira-t-elle ?

Le graphique de l’INSEE à échéance de 2020 nous engage à en douter : il montre :

- La continuation de la croissance de la population de la région parisienne
- La progression limitée du Nord-Ouest
- La progression importante de Rhône-Alpes
- La progression importante dans les zones Sud qui va combiner une concentration à la fois des résidents principaux ou permanents et des touristes. Il peut en résulter des problèmes majeurs de circulation mais aussi des conflits d’occupation.

La politique d’aménagement des villes a aussi son rôle sur le développement touristique puisque ce sont les villes qui émettent le plus de touristes. Si le mieux être des villes se développe ainsi que le développement des maisons individuelles et des services en zones périurbaines, cela pourrait peut-être induire un moindre départ vers les espaces touristiques.

Sachant que parallèlement les décrets d’application de la loi montagne et de la loi littoral enfin pris restreignent dans une certaine mesure l’extension d’équipements dans ces espaces touristiques et tendent donc à en limiter le développement touristique.

La politique nationale récente qui cherche à favoriser les communications immatérielles est également importante.

Les nouvelles technologies d’information permettent, en effet, d’étendre le choix de lieux de tourisme, de raccourcir les délais de réservation et aussi de négocier les meilleurs prix.

La façon dont les Français vont répondre à ces nouvelles technologies aura un impact sur le tourisme. Actuellement, c’est environ 40 % des Français qui ont un p.c. à domicile dont 20 % sont reliés à internet. On voit donc que le succès de certains sites de voyages dernières minutes, pour actifs qu’ils soient, ne concernent encore qu’une minorité.

En matière de transports, les réflexions sont contradictoires.

Si l’on prévoit une diminution de la croissance du taux de mobilité des Français et des Européens à moyenne distance, qui s’explique notamment par le vieillissement de la

population, il est clair que parallèlement la politique de développement des transports facilite en revanche les excursions, c'est-à-dire le tourisme de jour ou de proximité. Mais qui dit croissance des pratiques automobiles notamment dit aussi encombrements occasionnant des freins aux départs et des phénomènes de rejet d'un certain nombre de stations notamment sur le littoral. Le développement de politiques de restriction de la circulation dans le centre de certaines stations et les efforts concernant la sécurité routière pourraient contrecarrer la première tendance.

La politique de l'environnement accompagne aujourd'hui – plus qu'elle ne prévient - les risques, les dégradations et les peurs.

La peur de la dégradation des ressources naturelles et plus généralement de notre environnement induit en matière de tourisme côté demande un très fort attrait pour tout ce qui est respectueux de cet environnement. Côté offre, on constate le développement d'hôtels du silence ou de gîtes PANDA dans les parcs régionaux qui répondent à un certain nombre de normes strictes, mais aussi à l'engouement pour tout ce qui est "labellisé" - espace ou équipement – « respectueux de l'environnement ».

Lors d'une enquête faite par le Commissariat général du Plan et la Direction du Tourisme auprès des comités régionaux du tourisme, comportant les questions suivantes :

Quels sont les espaces qui dans votre région vous paraissent très attractifs, moyennement attractifs, très peu attractifs, potentiellement attractifs ? (et dont les réponses détaillées figurent dans l'ouvrage : "Réinventer les vacances : la nouvelle galaxie du tourisme à échéance 2010", documentation française), trois conclusions fortes sont en effet ressorties :

- un fort engouement pour les espaces naturels **labellisés** qui pourrait permettre à terme une légère dispersion des touristes sur ces espaces.
- un fort attrait pour l'eau : l'eau saumâtre, mais aussi l'eau qui court, les rivières, les lacs. Cela peut aller dans le sens du développement d'un tourisme plus rural.
- l'évidence qu'il y a des espaces qui ne pourront jamais être affectés prioritairement au tourisme mais qui en revanche peuvent y développer un tourisme secondaire, d'appoint non négligeable pour le développement local.

Il y a dix ans, nous avons une image positive de la "banane bleue", cette partie de l'Europe, éclairée la nuit de Londres à Milan, qui concentre l'essentiel des richesses des hommes et des potentialités dynamiques sur cette partie de l'Europe et qui glisse peu à peu vers le sud. Or, cette concentration induit un certain nombre d'effets pervers. Aussi, peut-on aujourd'hui considérer que l'on pourrait favoriser une légère dispersion des touristes et des résidents permanents vers ces espaces non éclairés, dont la richesse repose sur les aménités naturelles entretenues en grande partie par les agriculteurs devenus à la fois producteurs de biens et de services (cf. les travaux de l'OCDE).

Qu'est-ce qu'une aménité rurale ? Pour y répondre, pensons à ce qu'évoquent pour un Français ou un étranger les vocables Sancerre, Beaujolais, Bresse : tout à la fois un produit, les hommes qui le font, la région qui le porte et le paysage qui les caractérise.

3) L'IMPACT DES MUTATIONS DE LA SOCIÉTÉ

Si les politiques déterminent largement le tourisme, il faut également s'interroger sur les tendances, tout aussi lourdes, d'évolution de la société.

On connaît les effets de l'actuelle chute de la natalité et le vieillissement de la population en Europe. Contrairement à ce que l'on pensait naguère, l'allongement de la vie ne signifie plus

automatiquement un allongement de l'inactivité aussi importante que nous l'avions imaginé, puisqu'il y aura sans doute dans nos pays un report de l'âge de la retraite.

Mais les seniors restent et resteront très importants dans la mesure où ce sont eux qui possèdent la majorité des résidences secondaires en France et créent une partie du tourisme non marchand (Il y a 2,8 millions de résidences secondaires en France contre 500.000 en Angleterre). Le terme de résidence secondaire est souvent usurpé d'ailleurs car il s'agit souvent aujourd'hui (et demain plus encore ?) d'une bi-résidentialité, voire d'une bi-domiciliarité.

Les sociologues sont partagés sur la question suivante : si nous sommes très mobiles durant notre temps de travail – et nous sommes nombreux à l'être plus qu'avant –, allons-nous poursuivre cette tendance à la mobilité pendant notre vie inactive ou pendant nos vacances ? Ou au contraire, saturés de déplacements pendant nos périodes de travail, allons-nous limiter nos déplacements pendant nos périodes de non travail ? Le tassement du nombre de nuitées et des séjours des Français et le ralentissement de la mobilité à moyenne distance que j'ai mentionnés tout à l'heure seront-ils compensés par des voyages à la journée ou des séjours plus longs et plus loin ?

L'acceptation, comme la peur, de la **mondialisation** engageront-elles à nous rapprocher de nos racines avec des déplacements croissants vers la famille ou les amis, ou comme le croient certains sociologues, aurons-nous de plus en plus tendance à planter nos racines en des lieux choisis et non hérités et parfois en des lieux successifs ?

L'étude des **valeurs** des Européens faite tous les dix ans (ARVAL) montre une croissance de la tolérance à l'égard des autres et du désir de tolérance, comme une forte attention à la bienséance et aux civilités. Toutes **valeurs** déterminantes pour assurer une éthique du tourisme et un respect des cultures et des lieux. Mais l'on note aussi la revendication du droit à la paresse qui suppose qu'on reste chez soi ou qu'on se déplace simplement dans un autre endroit sans y bouger. C'est le comportement dit de Robinson Crusoé plutôt que de Philéas Fog. Il est clair que si le premier concerne plus d'individus, le second induit plus de dépenses.

La famille n'est plus une institution, mais un lieu de solidarité. L'éclatement des familles génère un développement de la mobilité des enfants qui circulent d'une famille à l'autre, ainsi que des regroupements de loisirs et vacances épisodiques, et sous des configurations différentes, supposant tout à la fois des lieux de séjour, des moyens de locomotion et des hébergements de types et de tailles nouveaux.

Le graphique ci-dessous montre l'inversion des parts du PIB à parité de **pouvoir d'achat** entre les pays développés et les pays en émergence entre 1960 et 2030. Il indique les pays d'où sont susceptibles d'arriver les touristes en France si l'on considère toujours que l'augmentation du pouvoir d'achat dans un premier temps entraîne le développement du tourisme ; et ce quelle que soit la culture du vacancier et le contexte international (et si nous savons nous adapter à leurs demandes).

Les rapports du travail et du tourisme. A l'heure actuelle, si on prend en considération le temps biologique et physiologique, le temps de non travail représente 90 % de la vie d'un homme. Il est partout en progression très importante. Ce chiffre doit prendre en considération la place que les femmes occupent aujourd'hui dans la population active (50 % en France depuis

2000), un changement de rôle qui a changé beaucoup de choses concernant l'occupation du temps de non travail.

Ces évolutions s'accompagnent partout en Europe (premier centre émetteur de touristes vers la France) d'un éclatement du temps de travail et d'une diversification des durées et des usages du temps libre. L'éclatement des temps de vacances crée la diversification des formes de vacances. Les temps de non travail vont alternativement à la formation, aux loisirs, aux vacances et au tourisme ou à toutes activités simultanément. C'est ce qu'on appelle la **polychronie** (qui complique bien le travail des statisticiens !)

Si cette tendance au raccourcissement du temps de travail semble forte en France, le graphique ci-dessous montre que depuis 1980, le rallongement du temps de travail est significatif en Suède et aux USA. Que faut-il en penser pour l'avenir ?

A l'avenir, il semble en tout cas que la classique partition en trois âges de la vie (âge de formation, de travail et de retraite) sera remise en cause. La tendance lourde semble aller vers le développement d'alternances d'activités et de repos.

Pour terminer, je vous montre cette pyramide de Maslow que j'ai associée à différents types de tourisme.

Ainsi, voit-on bien que tandis que les besoins physiologiques induisent le tourisme thermal, les besoins de sécurité, d'appartenance, d'estime, d'envie de s'accomplir, induisent un tourisme familial, sportif et culturel

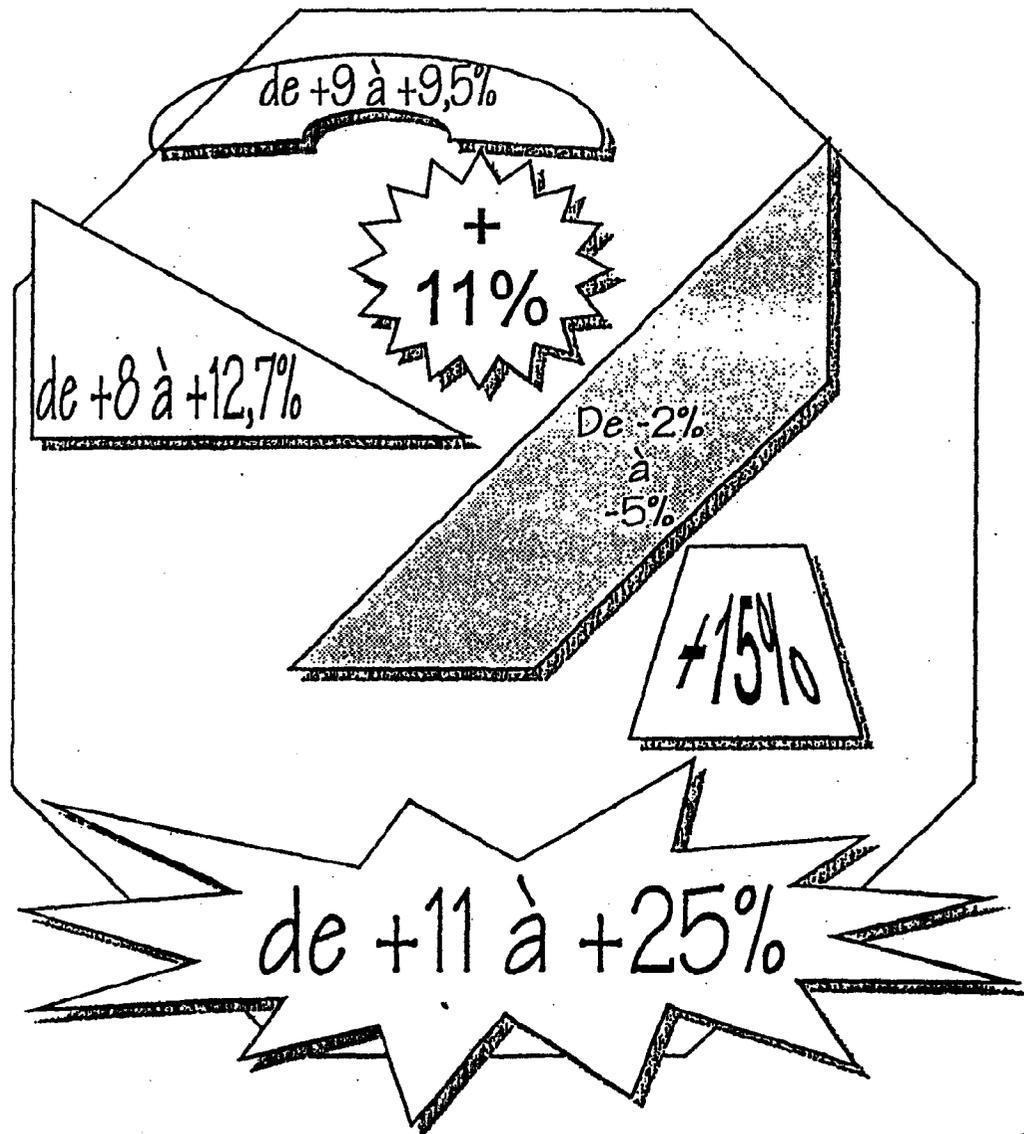
Ce qui demain peut bouleverser, au moins en partie les choses, c'est que, **alors que dans le passé, la pratique de ces types de tourisme supposait un déplacement, elle est, à l'heure actuelle, possible sans se déplacer** tant l'offre de loisirs in situ, dans les villes notamment : thérapie, fun shopping etc... se développe abondamment.

La question est ainsi de savoir quel va être l'équilibre entre la pratique de ces nouvelles offres et le désir de voyager. Il variera bien sûr selon les catégories socioprofessionnelles, la formation, l'âge et la génération, le lieu de résidence et le pays, mais il variera aussi selon la qualité et l'appétance de toutes les formes d'offres.

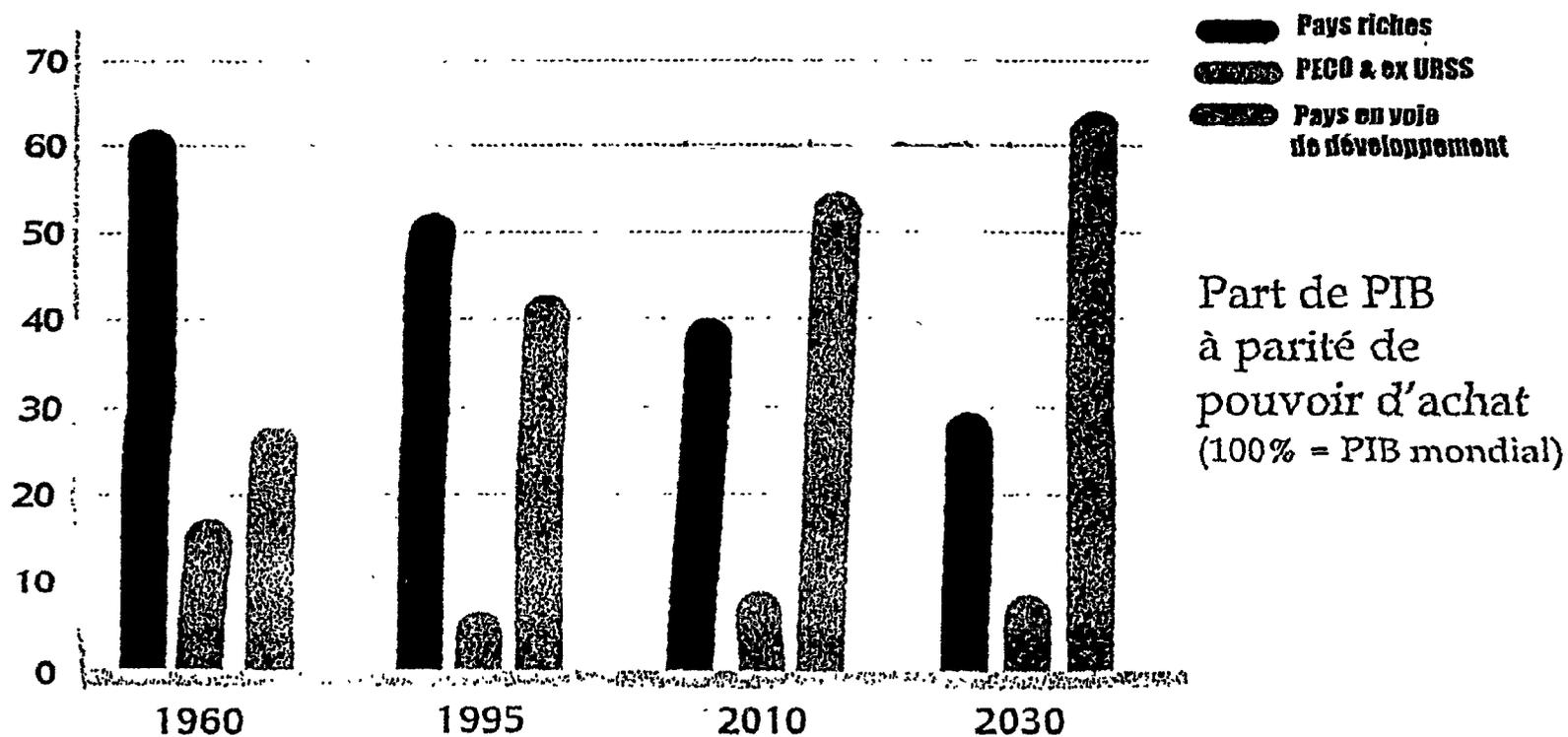
Ainsi pouvons-nous nous interroger sur la portée actuelle de cette phrase de Proust : " le seul véritable voyage ne serait pas d'aller vers d'autres paysages, mais d'avoir d'autres yeux ".

La démographie française en 2010

* plus de 2,2 millions d'habitants supplémentaires au sud d'une ligne Bordeaux-Annecy



L'économie les clientèles de demain



Source : CEPII • 1996-1997

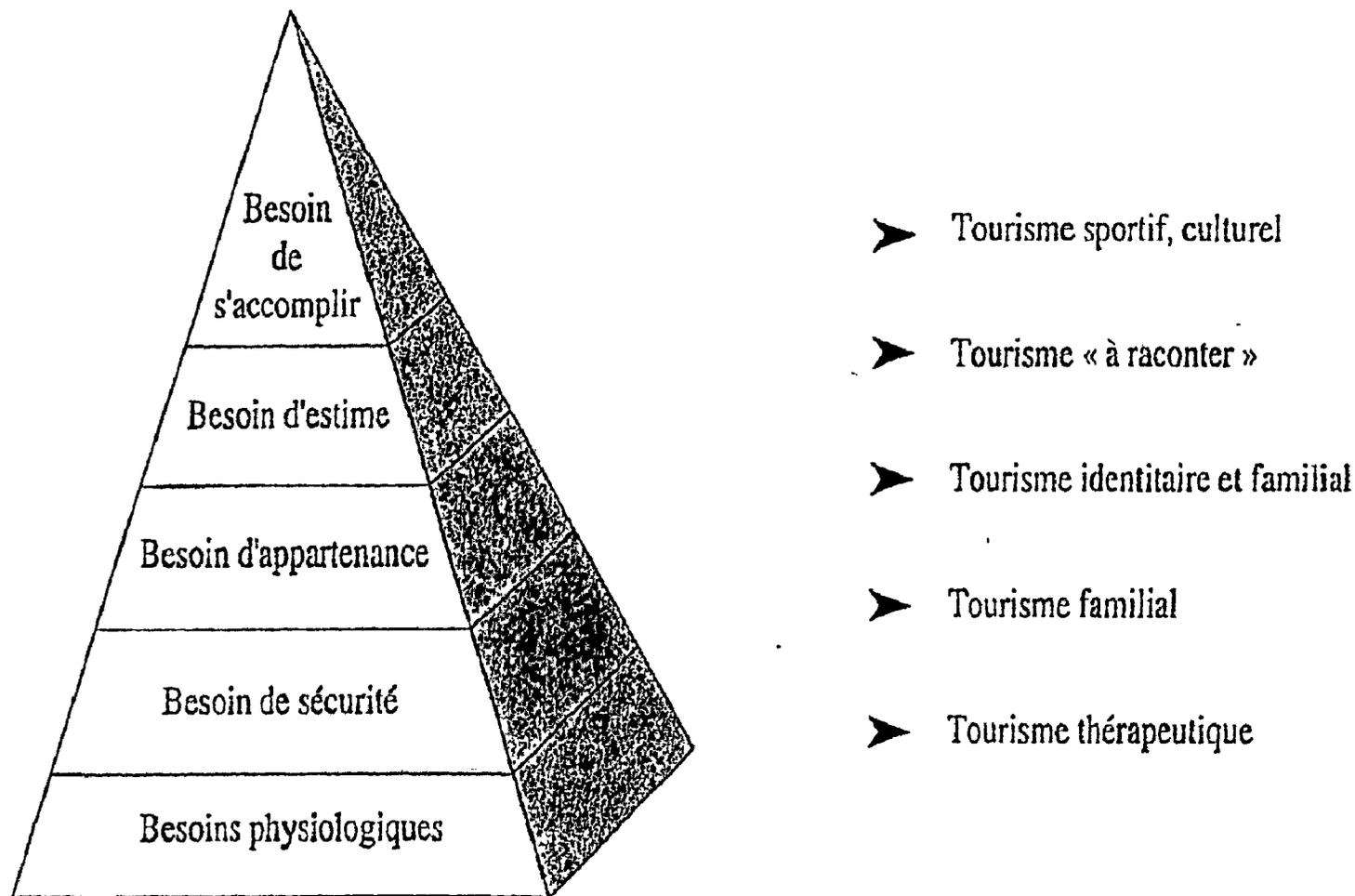


REINVENTER LES VACANCES

La nouvelle galaxie du tourisme • Prospective 2010

Le désir de loisirs est un désir qui relève aujourd'hui de la quasi-totalité des niveaux de la pyramide de Maslow.
Nécessite-t-il toujours le départ ?

Pyramide de Maslow



Discussion

Bernard PREEL : lorsqu'on demande régulièrement aux Français depuis dix ans : que feriez-vous si vous aviez plus de revenus ?, le voyage vient toujours en premier. C'est vrai non seulement de ceux qui sont exclus mais aussi des catégories supérieures. Cette permanence dans les résultats des enquêtes montrent que le voyage est le désir refoulé majeur de la plupart des Français. Donc le plaisir du voyage est un désir qui fait vendre.

Lorsqu'on analyse les enquêtes sur le budget des ménages, on s'aperçoit que le poste des dépenses de loisir et de vacances est celui sur lequel les inégalités sociales sont les plus fortes. Pour les tours Operator ou pour les voyages organisés par transports aériens, l'écart entre un ouvrier et un cadre supérieur est de 1 à 9. Globalement il est de 1 à 5. Cela montre qu'il y a un potentiel de développement.

S'agissant de l'aspect socio-démographique, on s'aperçoit qu'il y a deux temps nouveaux de la vie qui, avant, étaient le privilège des classes riches, et qui sont en train de se généraliser et de s'étendre en durée : ce sont la longue jeunesse et la longue retraite active – des périodes de 10 à 15 ans pendant lesquelles on n'a pas de responsabilité professionnelles et pas de responsabilités familiales. Les personnes dans ce cas ont un comportement vis-à-vis du temps et du revenu complètement différent de celles qui se retrouvent quelque fois avec de l'argent, mais pas de temps pour l'utiliser.

On aurait tort de considérer que le vieillissement est porteur de dépendance. En Europe et en France, on est vieux de plus en plus tard. Ce n'est pas parce qu'il y a vingt ans, les gens de 65 ans n'osaient plus prendre une voiture, que dans vingt ans les gens de 65 ans feront de même, bien au contraire. Les études de l'OCDE ont montré clairement que le vieillissement allait de pair avec un attachement plus fort à la voiture. Les effets de génération jouent aussi. Les plus de 70 ans auront une facilité croissante à utiliser la voiture.

Dans l'évolution des ménages, le développement de la bi-activité a été une des révolutions les plus importantes de la bourgeoisie :

- la famille traditionnelle avec madame à la maison et monsieur au travail, représente moins de 10 % des ménages en France aujourd'hui.
- Le couple bi-actif avec des enfants représente 25 % des ménages. Cela regroupe 35 à 40 % de la population. Ces couples constituent la matrice des comportements en terme d'évolution familiale.

Quant-à-l'offre touristique, elle en est encore à l'âge de pierre car elle est essentiellement organisée sur la base des consommations intermédiaires.

Pour les loisirs, on vous dit à la limite : débrouillez-vous, utilisez le patrimoine naturel et le patrimoine culturel, mais ne payez surtout pas pour lui.

Donc l'organisation industrielle du tourisme en France et en Europe, aujourd'hui, est organisée en terme de transport si on est un pays émetteur et en terme d'hébergement si on est un pays récepteur, mais assez peu sur la finalité et les pratiques du tourisme.

L'avenir va venir de ceux qui seront capables d'organiser le loisir réellement. J'ai l'intuition qu'une sorte de rencontre est en train de se programmer entre le loisir urbain et les longues vacances. Des organisations de loisir franchissent un cap important en mettant en place des nuités autour des activités de loisir.

En 1986, l'organisme néerlandais, Center Parks, a inventé en France le concept de vacances de courts séjours avec des " mid-weeks " et des longs week-ends. Le taux de remplissage a été de 80 %. C'est un concept qui se développe.

On assiste aussi à des changements de structure. Aujourd'hui, les pays qui commandent sont les pays émetteurs et pas les pays récepteurs, ce qui montre bien que le transport reste dominant. Une grande partie de l'industrie touristique française, sauf ACCOR, est en train d'être prise en main par les Allemands parce qu'ils représentent le premier marché émetteur au monde.

Les évolutions de long terme décrites par l'INSEE, entre 1975 et 1995, montrent que le nombre de nuités vacancières n'ont augmenté que d'une unité (15 nuités par Français en moyenne en 1975 ; 16 nuités en 1995). Les développements ne se font pas au niveau des nuités mais au niveau du volume des dépenses.

Lorsqu'on parle de vacances, il faut aussi parler de la télévision. Or tout le monde consacre 40 % de son temps de loisir à la télévision. Le temps passé à la télévision (plus de 50 milliards d'heures en France) est supérieur au temps passé au travail professionnel.

La première demande de temps libre est pour se reposer, s'occuper de soi, de son mari, de ses enfants, et se retrouver entre parents et amis. Ce sont aussi les premières demandes de la RTT. Ce n'est pas de partir en vacances mais de décompresser. Or ces demandes ne sont pas professionnalisables.

Enfin, il y a un phantasme sur les voyages qui fonctionne dans les concours ou les jeux mais n'est pas représentatif du tourisme en général. Le « tour » réalisé dans les circuits ne représente que 10 % du tourisme. 90 % du tourisme porte sur la villégiature, c'est-à-dire le fait de transporter d'un lieu à un autre. Est-ce du tourisme ? Vous êtes considéré comme touriste dès lors que vous ne couchez pas chez vous. Le ministère de tourisme arrive ainsi à démontrer que 11 à 12 % du PIB est consacré au tourisme, ce qui est un mensonge. Dire que la France est le premier récepteur au monde n'est pas vrai non plus.

Marie-Christine KOVACSHAZY : ce ne sont pas les chiffres du ministère du tourisme mais ceux calculés sur des bases que nous imposent les accords internationaux. Je reconnais avec vous qu'ils ne recouvrent pas toujours une réalité certaine.

Yves TUGAYE : l'on voit que la RTT a joué sur le desserrement du temps hors travail. Mais elle a aussi posé des problèmes d'organisation individuelle qui ont surpris les gens. Or il est possible qu'on assiste à une réorganisation de l'offre de loisirs qui devrait conduire à plus de déplacements à long terme..

Marie-Christine KOVACSHAZY : vous avez raison. L'étude que nous avons fait réaliser sur ce sujet, montre qu'il n'y a pas encore de réorganisation de l'offre pour ce type de demande. Jusqu'à présent l'offre de loisirs ou des services " à heures dites creuses " se dirigeait vers les femmes inactives ou vers les seniors. Aujourd'hui elle doit être plus variée et se diriger aussi vers des hommes et des femmes en pleine activité. Il faut donc reconsidérer, notamment, l'offre de services de loisirs et de services publics ou privés au sein de la ville.

On peut déjà tirer quelques conclusions sur les effets de la RTT. On sait déjà que ce sont les cadres qui vont en être les premiers bénéficiaires car ils jouiront de jours et de semaines

supplémentaires entières. Ils pourront les utiliser à la formation, à un séjour à domicile ou au tourisme. Nous pensons qu'il va y avoir un développement des courts séjours. Mais il est clair que ce n'est pas la totalité du temps libéré qui va aller au tourisme, ni même aux vacances. Mais les mouvements que l'on signale et qui sont en contradiction avec les statistiques pourraient s'expliquer encore une fois en partie par le tourisme à la journée occulté dans les statistiques.

Par ailleurs, nous avons vu poindre dans les entreprises qui ont bénéficié de la loi Robien – donc dans lesquelles nous avons un temps d'analyse plus long – un changement chez ceux qui ne partaient pas, et qui commencent à partir un peu, peu de temps, pas loin, en camping mais qui se familiarisent avec le départ. D'autres, plus contraints qu'avant, pourront peut-être à l'inverse partir moins.

Le chiffre officiel de 40 % de non partants, cité par Françoise POTIER, serait plutôt de 33 %, en incluant d'ailleurs ceux qui ne veulent pas partir. Lorsqu'on pose la questions non sur l'année civile mais sur 18 mois, on tombe à 17 % de non partants et on se rapproche dès lors apparemment du chiffre incompressible de ceux qui n'ont ni les moyens financiers ni les moyens physiques de partir.

Françoise POTIER : les 40 % correspondent à des départs en vacances, les 33 % à des départs en tourisme, avec au moins une nuit hors du domicile.

Jacques ANTOINE : les problèmes de sécurité dans les pays d'accueil et les effets du terrorisme sont en prospective des facteurs à prendre aussi en considération

Marie-Christine KOVACSHAZY : Je suis d'accord avec vous, mais on ne peut pas les prévoir sauf s'ils sont répétés ! Je pense notamment aux difficultés que va avoir l'Algérie qui demande actuellement l'assistance de la France pour développer sa politique touristique. On sait aussi que les problèmes dans l'ancienne Yougoslavie ont induit une chute considérable du nombre de départs des U.S.A. sur l'ensemble de la partie centrale et orientale de l'Europe sur 2 ans. Par ailleurs, s'il semble y avoir une reprise de la croissance depuis 2000, les ménages ont, dans un premier temps, privilégié les nouvelles technologies (notamment les portables) et non le tourisme. Doit-on revoir l'affirmation selon laquelle le tourisme (ou les vacances ?) serait le premier secteur bénéficiaire d'une croissance des revenus ? N'y a-t-il pas loin de l'intention à l'action ? La hiérarchie des choix change-t-elle ?

Maurice GIRAULT : à propos de la reprise économique, la question plus générale est celle de l'impact des revenus sur le niveau de tourisme et sur l'utilisation de la voiture.

Vous montriez dans vos transparents comment des dépenses de tourisme et le nombre de déplacements sont directement fonction des revenus. Pour ce qui est de la possession de l'automobile, de son usage et des kilomètres parcourus, les courbes sont parfaitement nettes. Ce qui veut dire que dans des projections, avec une croissance, il y aura forcément un développement important. On a des données pour faire jouer des effets de structure. A l'INRETS, vous devez avoir des données.

Françoise POTIER : oui, mais ces données ne sont pas fondées uniquement sur les loisirs. Les déplacements de loisirs sont irréguliers, complexes et demandent des enquêtes sur de longues périodes. Dans les enquêtes Parc Auto faites par la Sofres, les chercheurs font un zoom sur les déplacements travail, mais on n'en fait pas sur les déplacements loisirs.

Bernard PREEL : On ne peut pas dire qu'en France, dans les dernières années, le tourisme a été stagnant alors que le Ministère continue à dire que le tourisme stagne.

Françoise POTIER : je voudrais préciser que pour l'analyse des mobilités de loisir, on a du prendre en compte l'évolution de systèmes différents que ce soit dans la sphère quotidienne (graphique) ou dans la sphère non quotidienne. On est passé d'un système de bi-polarité à un système de multipolarité mouvante. La complexité vient de là. Par ailleurs, **le temps libre n'implique pas forcément une mobilité**. De nombreuses personnes passent leur temps libre ou leurs vacances chez elles. Elles font du bricolage ou regardent la télévision....

Jacques THEYS : je sens un décalage entre vos deux types de message. Au début, vous nous avez présenté des tableaux de rétrospective sur le passé en disant que ce qui augmentait beaucoup au niveau des déplacements, c'étaient les déplacements liés aux loisirs et aux vacances ; puis ensuite vous nous avez dit qu'en fait le tourisme et les loisirs ne se développent pas autant qu'on pourrait le penser et qu'ils ne signifient pas nécessairement plus de mobilité et de déplacements.

Je voudrais savoir si ce que vous avez dit sur la période rétrospective peut être prolongé sur la période à venir et mieux comprendre cette apparente contradiction.

Françoise POTIER : pour moi, il n'y a pas de décalage ou de contradiction. J'ai parlé de la mobilité et non pas de l'immobilité. Les gens qui se déplacent, le font plus souvent, plus loin. Si on se fonde sur les données récentes du tourisme, on s'aperçoit qu'il y a une stagnation, mais elle est due à des interprétations trop rapides des statistiques. D'autre part les formes de mobilité liées aux loisirs et au tourisme ont évolué. On n'est plus dans un système uniquement de vacances assez loin du domicile, mais dans un système de mobilité multi-types. On trouve aussi une constante qui est de rester chez soi. En même temps la mobilité entraîne la mobilité. Des études ont été menées qui montrent que la mobilité des déplacements domicile travail influence la mobilité du temps hors travail. Je voudrais rajouter que dans les scénarios réalisés par l'INRETS et le SES, la voiture représente encore au minimum 66 % des voyageurs/km.

Marie-Christine KOVACSHAZY : l'échantillon sur lequel s'appuie le suivi des déplacements touristiques des Français a été récemment porté de 10 000 à 20 000 personnes. Le questionnaire est l'objet de la plus grande attention. Il y a d'ailleurs un phénomène qui intéresse l'automobile, c'est le développement des " excursions " (voyages dans la journée) qui n'entrent pas dans la statistique touristique et qui pourraient expliquer la relative stagnation des données statistiques par rapport à ce que nous constatons à la SNCF ou ailleurs. Ces déplacements se font dans la plupart des cas en automobile.

A ce propos je signale le développement, en région parisienne, de l'offre de tourisme en banlieue qui n'entre pas dans les statistiques (qui considèrent qu'est touristique un déplacement incluant un hébergement d'au moins une nuit).

Jacques THEYS : comment se fait la répartition modale, entre l'avion, le TGV et la voiture des nouveaux déplacements liés à la RTT ? Et que peut-on dire de cette répartition modale en rétrospective ?

Françoise POTIER : les chiffres que nous possédons ne nous permettent pas d'y répondre. Nous n'avons pas pu les obtenir d'Air France et de la SNCF, car ce sont des données trop commerciales.

Marie-Christine KOVACSHAZY : nous avons ces chiffres sur la base de l'échantillon dont j'ai parlé, en rétrospective de 5 à 10 ans. Ils montrent une progression de l'automobile, du train et de l'avion et une régression de l'autocar notamment.

Bernard PREEL : quand on analyse la prospective du tourisme, on raisonne en quantité physique, en taux de départ, en nuités, en taxes, mais on raisonne très rarement en dépenses. L'un des arbitrages importants, se fait au niveau des dépenses. Or le raisonnement sur ce qu'on dépense physiquement pour les vacances est inexistant. C'est pourtant là que se joue une partie de l'avenir du tourisme.

Jean VIARD

Extraits d'une intervention faite le 12 mars 2002 lors du séminaire du CGPC sur *les mobilités, au carrefour des valeurs de notre société.*

Les impacts des 35 heures sur l'utilisation du temps libre dans les différents groupes sociaux.

1) Comment les vacances ont-elles complètement transformé l'imaginaire des territoires et les pratiques territoriales ?

On a un déplacement massif du lien social du monde du travail au monde du non-travail qui est à mon avis un des éléments structurants de nos sociétés... On est en train d'accéder à la démocratisation du temps libre au sens d'Aristote, c'est-à-dire le temps libre qui n'est pas le temps à côté du travail. On a longtemps été dans une logique du temps libre comme temps de repos du travailleur fatigué avec toute une logique du repos, en fin de semaine, en soirées, etc. avec une rupture annuelle. A côté, il y a un autre modèle, Corbin l'a bien montré, qui découlait de la vieille idée : le temps libre, c'est le temps des gens qui ont le temps de penser à la vie collective, de penser à la société, qui ne sont pas contraints dans leurs relations sociales par une entrée professionnelle particulière.

Si l'on veut faire un peu d'histoire, il faut se rappeler que les congés payés, c'est 36 et le basculement de la population de « rurale » vers « l'urbain », c'est 32. C'est dans ce type de société qu'on va, petit à petit, commencer l'éducation populaire à la mobilité vers des hauts lieux qui ont été construits, mis en désir par les élitantiels. C'est ce qui s'est passé lorsqu'on a lancé la Côte d'Azur, les stations, puis la montagne, puis beaucoup plus tard la campagne. On a mis en place un processus d'éducation populaire à ce type de destination et ce processus de démocratisation va nous accompagner jusqu'aux années 80.

Ce n'est que dans les années 80 que la majorité de la population part en vacances. On a là un phénomène de démocratisation qui est d'ailleurs maintenant à peu près bloqué. On se retrouve effectivement avec une poche de non-départs radicaux d'à peu près 25 %. Il n'y a plus de non-départs, mais il y a des non-départs choisis et des non-départ d'exclusion.

Ce qui est intéressant depuis vingt ans, c'est une appropriation de l'ensemble des temps libres par les acteurs qui vont réintroduire ce qu'ils ont appris dans le temps de vacances mais aussi à travers le sport, la culture et le réinjecter notamment à l'intérieur de leur logement. Cet acquis va être introduit à l'intérieur notamment du logement qui est un élément tout à fait central pour en gros 70 % des Français. C'est le développement du transat et du barbecue puisque la majorité des Français accède à un jardin et le fait de recevoir à l'intérieur du domicile des gens qui n'appartiennent pas à la parentèle, ce qui me semble un élément extrêmement important des transformations sociales de nos sociétés.

Ce grand mouvement de démocratisation a des conséquences multiples. C'est le fait de recevoir chez soi. Ce sont les déplacements pour aller voir des amis à l'intérieur du temps de la semaine. Il y a aussi ceux qui ont la capacité de modifier leur stratégie résidentielle en fonction de ce critère et ceux qui ne l'ont pas. Il y a ceux qui vont avoir la capacité à transformer leur maison pour qu'elle soit bi-fonctionnelle c'est-à-dire tantôt une maison de temps libre, tantôt une maison domicile/travail, parce qu'il y a une transformation évidemment du logement, de son positionnement, du choix de la position résidentielle, etc...

L'ensemble des temps libres vont se mettre à s'auto organiser les uns par rapport aux autres. On va faire des choix entre partir en vacances, aller faire du jogging, recevoir des copains le

dimanche, partir en vacances dans deux ans ou au contraire partir en vacances très régulièrement.

On n'est plus dans le modèle traditionnel domicile/travail avec la fenêtre des vacances, mais dans un modèle de télescopage de l'ensemble des pratiques. Par exemple le nombre de départs en vacances recule, non pas le nombre de départ moyen (le nombre de voyages des Français a reculé de 10 % en dix ans même si le taux de départ en vacances qui tourne entre 61 et 62 % est en très légère progression, mais c'est le taux de départ des gens qui partent une fois dans l'année).

Les 35 heures d'une certaine façon révèlent un mode d'organisation de la société et un mode d'attente des gens. Les gens ne font rien de nouveau mais ils font autrement et plus tranquillement ce qu'ils faisaient déjà... Ce qui se passe dans notre société aujourd'hui, c'est **la prise de pouvoir des individus sur leurs emplois du temps mais pas sur la masse de temps.**

La première des choses que cela entraîne qui est tout à fait fondamentale, c'est **une nouvelle logique résidentielle...** Dans cette société, **l'art de vivre devient un aménageur du territoire...** Un certain nombre de choix résidentiels change de nature et de motivation. Il change de nature aussi du fait de la bi-activité des couples... Je serai attentif à un groupe qui est peut-être minoritaire et qui me semble très porteur de modèles, c'est le développement d'un **système bi-résidentiel...** Je ne prétends pas que c'est le modèle de la société française, mais je crois qu'il est extrêmement important. Il y a différents types de modèles. On avait éduqué la masse de la population à des modes d'alternance, massivement, à travers au début des départs en vacances : et petit à petit, ces modes d'alternances ont tendance à pénétrer peu ou pour une partie importante de la population à l'intérieur des mobilités, si ce n'est quasi quotidiennes, en tout cas hebdomadaires et on est là face à des phénomènes qui sont aussi très porteurs de développement dans certaines régions.

2) Je finirai sur les 35 heures en terme d'effet sur les usages du temps.

Massivement dans les milieux populaires, les 35 heures, c'est l'accès aux week-end bourgeois, c'est-à-dire à un week-end d'inactivité au domicile. Cela entraîne une augmentation notamment, de réception des amis le samedi.

Un autre type de pratique se trouve chez les gens super-occupés, au niveau culturel (bac plus 4). Ils augmentent leur consommation de livres, de disques, de musique, etc... Il y a aussi une augmentation du très court séjour cher, trois jours en couple parce que le couple devient un lieu de stress. Ce besoin de se ressouder devient un enjeu déterminant des déplacements de la famille.

Derrière ces deux modèles, il y a une recherche de gain de temps, c'est-à-dire que les gens utilisent leurs possibilités de temps pour gagner encore du temps. Sur la R.A.T.P., les pointes de trafic commencent aussi bien plus tôt le matin qu'après. On a là des phénomènes de lissage du temps.

Dans ce type de mutation, on a l'impression d'une immense mobilité. En fait, **l'essentiel des pratiques de mobilité des gens est dans un territoire de proximité.** L'essentiel des départs en vacance des Français se passe, soit dans leur région, soit selon le modèle de vacances des Lyonnais, dans l'ensemble Provence-Alpes-Côte-d'Azur. **Cela veut dire que chaque région française a un territoire de temps libre.** Paris, pour des raisons évidentes a des pratiques territoriales notamment dans le temps libre qui sont quasiment hexagonales, ce qui est une exception totale.

En résumé, je dirai que le temps libre est un réorganisateur territorial et un réorganisateur social. Tout cela est aussi fondamentalement lié au nouveau statut de la femme. Il y a le fait que les femmes sont massivement entrées dans le marché du travail... La France est un très rare

modèle à l'intérieur des sociétés européennes à être paritaire au niveau du temps de travail à plein temps puisque le temps de travail partiel est assez faible.
On est face là à des questions qui peuvent évoluer dans les prochaines années.

III – QUELS NOUVEAUX PRODUITS AUTOMOBILES ET QUELS NOUVEAUX SERVICES LIES AUX LOISIRS ?

• **LES NOUVEAUX IMAGINAIRES DE LA CONSOMMATION ET SES CONSEQUENCES SUR LA VOITURE** par M. François BELLANGER, TRANSIT.

Il y a tout un moteur de la consommation qui s'appuie sur cette idée de loisir, d'imaginaire du voyage et du lointain. Les nouveaux temps de loisir vont avoir des conséquences directes sur la forme de nos villes de demain pas seulement à travers les vacances mais aussi à travers de nouvelles pratiques de la consommation et de la distribution.

Selon les études faites par le CETELEM, 36 % des Français disent ne pas voir de temps libre et 63 % disent ne pas avoir assez de temps libre. Donc il y a un ressenti et un vécu. Je voudrais me concentrer sur la conséquence de ce vécu par rapport à la consommation.

Pour un Français sur deux, faire ses courses alimentaires, est devenu aujourd'hui une corvée. Et pour 40 %, faire ses courses non alimentaires, est une corvée. Cela a des conséquences directes sur la fréquentation du commerce. Le temps moyen passé dans un hypermarché, il y a 20 ans, était de 90 minutes. Il est aujourd'hui de 50 minutes. Mais si les gens passent moins de temps à faire leurs courses, ils fréquentent plus de magasins. Pourquoi ? Parce que sur un trajet automobile, ils profitent de leur déplacement pour faire plus de choses. Il y a 15 ans, 55 % des Français utilisaient leur voiture pour faire leurs courses. Aujourd'hui, ils sont 88 % à l'utiliser pour faire des courses mais ils le font à l'occasion d'un déplacement, ce qui relativise le débat par rapport à la voiture et à la consommation. Les Français fréquentent en moyenne 3,5 magasins pour l'alimentaire, comparé à 2,8 il y a quinze ans.

Pour satisfaire les consommateurs, les grands distributeurs offriront demain soit du gain de temps, soit du temps plaisir.

Le gain de temps va passer par :

- le développement des canaux de proximité
- le développement des lieux de transit en lieux de commerce. Ils toucheront la gares, les métros, les stations services.
- Internet. Pour l'instant internet ne fait pas gagner de temps, si l'on ajoute le temps de connexion, le temps de commande, le temps de livraison et le temps de disponibilité des produits.

Pour offrir du « temps plaisir » qui incitera les gens à se déplacer dans les magasins en périphérie, le commerce est entré dans une phase de mutation. L'exemple est donné par les Américains avec les « funshopping » et autres « retaintment ». Les magasins deviennent autre chose qu'un lieu de consommation ; ils vendent de l'ambiance, du dépaysement, des loisirs. On n'est plus dans une problématique du m².

Ce phénomène apparaît en France surtout dans le secteur des loisirs et du sport. Decathlon monte des parcs de sport en périphérie de villes où l'on peut passer la journée et apprendre à faire du vélo et du tennis. Truffaut transforme ses magasins où sont donnés des cours de jardinage. Delbar, une enseigne de pépiniéristes, a créé un écopole de 6.000 m² dans le nord où

l'on peut cultiver un petit bout de jardin. Le BHV a monté un brico-café où l'on apprend à bricoler. Castorama a accueilli 200.000 stagiaires l'année dernière pour apprendre à bricoler son bateau. Nature et Découverte a offert 100.000 sorties à des scolaires. Cette activité scolaire a progressé de plus de 33 %. Conforama et la Fnac proposent des cours d'informatique payants. Les musées, de leur côté, deviennent des espaces marchands. Aux U.S.A. les espaces marchands des musées ont progressé de 30 % alors que les surfaces d'exposition n'ont progressé que de 3 %. Carrefour a signé un accord avec le Louvre pour accueillir un certain nombre d'expositions. La première était sur Toukankamon et l'Égypte. Monoprix a signé, il y a un mois, un accord avec la maison du violon pour vendre des violons et en même temps des cours pour les enfants.

On ne comprend pas toujours ce jeu souterrain de la grande distribution qui va encore s'accroître dans les années à venir avec les mégacentres commerciaux de périphérie.

C'est un phénomène qui existe aux U.S.A. depuis longtemps. Mall of America, le plus grand centre commercial en Amérique, abrite le premier parc de loisirs indoor, près de Minneapolis.

On nous avait dit que ce phénomène ne toucherait pas l'Europe. Ce n'est pas vrai. Des centres créés selon le même principe ont vu le jour ces dernières années tels que New Water au sud de Londres, le centre Vasco de Gamma à Lisbonne, Val d'Europe, près de Disneyland. Ce dernier centre d'une surface de 86.000 m² a en plus 12.000 m² dédiés aux loisirs.

L'imaginaire du centre commercial est en train d'évoluer et de se déplacer. Il y a vingt ans, on allait dans un centre commercial pour des produits, il y a dix ans, on y allait pour des enseignes, aujourd'hui on y va pour des loisirs. La locomotive commerciale d'un centre, ce n'est plus l'hypermarché, c'est le multiplexe de cinéma. Tout est fait pour capter le nouveau temps libre. L'imaginaire du loisir est quelque chose d'important pour les distributeurs.

Quelles conséquences sur la voiture ?

De nouveaux imaginaires sont en train de se produire également dans le marché de l'automobile. Le premier est celui de la modularité et de l'extension de l'espace concrétisé dans le monospace. Il est très virtuel car 99,9 % des gens n'utilisent l'Espace que pour faire un déplacement. Faire une voiture moyenne ne veut rien dire. Les classes moyennes ne veulent pas une « voiture moyenne ». Elles veulent une voiture qui corresponde à leur mode de vie. Comme on n'est plus dans une logique de segmentation traditionnelle, on segmente le même produit au moyen de nouvelles grilles d'analyse à travers lesquelles on ne regarde pas uniquement le pouvoir d'achat, le CSP... etc, mais aussi les modes de vie. Avec la Scenic et la Picasso Xara, on achète un imaginaire de modularité et de la place pour les enfants.

Cet imaginaire est encore plus caricatural avec les 4x4. L'acheteur se dit : comme je ne peux pas aller tous les week-ends en Afrique, je m'en offre un à Paris simplement pour me faire un créneau sur le trottoir ! C'est la même chose pour la 206 décapotable qui a un succès fou et qui coûte beaucoup plus cher que la 206 classique.

Il y a aussi le courant du retro qui fait le succès de la coccinelle et de la PT Cruiser et qui permet à chacun d'affirmer sa particularité. Dans le dernier salon de Detroit, tous les concepts de voiture étaient des concepts-cars de loisir tels des 4x4 ou des coupés loisir.

Renault vend beaucoup plus un imaginaire que des réalités d'utilisation. Cet imaginaire a été construit par la publicité et par le marketing.

Aujourd'hui, lorsqu'on pense loisir et automobile, c'est à la fois le loisir comme moteur de la mobilité, mais aussi le loisir comme source d'imaginaire des produits de demain.

Discussion

Maurice GIRAULT : quand on analyse la mobilité, on voit que la mobilité locale à moins de 80 km prédomine en quantité. Elle s'est fortement développée sur tous les thèmes qui ont été évoqués.

Françoise POTIER : en déplacements, mais pas en kilomètres.

Jacques THEYS : voit-on apparaître de nouveaux imaginaires urbains liés à l'évolution des loisirs ?

François BELLANGER : oui. Les distributeurs vont s'appuyer sur les loisirs pour développer de vraies stratégies urbaines et pour devenir des acteurs de l'aménagement urbain. C'est la cas de NESTLE et de DISNEY aux U.S.A. Ces distributeurs disent : Pour nous, le loisir est le moteur de la ville de demain. On va vous imaginer des quartiers.

En France VIRGIN tente de devenir un opérateur urbain dans le quartier latin en rachetant l'immeuble de Hachette. DECATLON a des projets de type "center park" beaucoup plus ambitieux qu'Aquaboulevard. Des imaginaires de loisir et de culture vont générer de nouveaux concepts sur de l'aventure artificielle ou sur de la vidéo. Ces imaginaires impliqueront aussi des déplacements.

Abel GUGGENHEIM : est-ce que ce n'est pas finalement un moindre mal que toutes les fonctions qui étaient auparavant urbaines, soient mises en banlieue ?

François BELLANGER : je ne dissocie pas banlieue et urbain. Donc le fait que ces fonctions aillent en banlieue n'est pas forcément une mauvaise chose. La centralité n'est pas forcément porteuse de valeurs.

On ne peut plus analyser la distribution en terme de dichotomie, périphérie/centre-ville.

Aujourd'hui, la problématique des distributeurs n'est pas de se mettre "là ou là", mais "là et là".

Aujourd'hui, Casino est à la fois sur TPS avec téléachat, sur internet avec "c'est mes courses", en centre ville avec ses mini-casinos. Il vient de prendre le contrôle à 50 % de MONOPRIX pour avoir des magasins de proximité en centre ville et il installe des hypermarchés en périphérie. Si Virgin a un mégacentre sur les champs Elysées, il ouvre dans le même temps un mini-magasin dans la gare Montparnasse et à la Défense parce qu'il sait qu'il va toucher des gens qui n'auront pas le temps d'aller sur les champs Elysées.

La stratégie de la distribution n'est pas d'attendre que les gens viennent à elle, mais elle est de s'inscrire dans leur nouvelle temporalité, leur nouvelle mobilité et de faire un offre produit qui corresponde à ces moments-là.

Donc il y aura des mégacentres périphériques, mais aussi des stratégies de revitalisation de centres urbains, de façon discrète.

Jacques THEYS : ne va-t-on pas aussi vers une vente de loisirs à longue distance par les centres commerciaux ?

François BELLANGER : oui, la progression du chiffre d'affaires des hypermarchés comme Carrefour ou Leclerc sur le voyage est de 15 % par an.

• **VISIONS PROSPECTIVES SUR LES VEHICULES DE LOISIR A L'HORIZON 2020 :
CAMPING CARS, RESIDENCES MOBILES – COMPARAISONS INTERNATIONALES,**
par M. Denis SPIRE, Délégué général du Syndicat des véhicules de loisirs.

La gamme des véhicules de loisir comprend la caravane qui a surtout démarré après la guerre, le « camping car » qui a émergé au début des années 70, puis le « mobile home » qui connaît un véritable développement depuis vingt ans et enfin la remorque bagagère.

La France est le premier pays réceptif en matière de camping. Le camping représente le premier hébergement non marchand, après la famille, les amis, et les résidences secondaires.

Le marché de la caravane, après avoir atteint sur le marché français, près de 90.000 unités neuves à la fin des années 70, n'en représente plus aujourd'hui que 13.000. Mais ce secteur progresse grâce aux exportations. Le parc de caravanes est estimé à 1.100.000 unités.

La remorque a un taux de croissance de 10 à 15 % l'an.

Dans mon exposé, je vous parlerai surtout du camping-car et de la résidence mobile qui ont une très forte progression.

Le camping-car en chiffres

Le parc de camping-cars est estimé à 170.000 véhicules

En 1995, les ventes représentaient 5.700 véhicules neufs.

En 2000, les ventes représentaient 12.291 véhicules neufs. La progression est de 20 % par an.

Le marché de l'occasion en 2000 est estimé à 31.917 véhicules.

En Europe, les ventes sont passées dans le même temps de 25.00 à 50.000 camping-cars. Les principaux pays concernés sont l'Allemagne, la France (2^{ème} marché européen) l'Italie et le Royaume uni. Le parc total est estimé à 500.000 véhicules.

La France est le pays qui a le potentiel de progression le plus important. Pourquoi ?

70 % de nos clients ont plus de 50 ans. Ils ont un double revenu, n'ont plus rien à payer et ont un gros patrimoine. Ce sont des retraités ou des pré-retraités. Pour eux, transmettre le patrimoine à leurs enfants n'a plus d'importance ; ils préfèrent jouir de leur bien éventuellement avec leurs enfants. Ces gens ont du temps, de l'argent et des revenus confortables.

Les tranches d'acheteurs se répartissent ainsi :

1^{ère} tranche : 180.000 à 260.000 F (30 % des acheteurs)

2^{ème} tranche : 140.000 à 180.000 F (16,6 % des acheteurs)

3^{ème} tranche : 260.000 à 400.000 F (16, % des acheteurs)

Ces acheteurs sont très consommateurs de visites touristiques de la France profonde. Ils aiment le patrimoine. Ils vont trois fois par semaine dans un restaurant local.

Dans une perspective à 2020, on devrait vendre plus de 50.000 camping cars neufs par an, en tenant compte des classes d'âge. D'ailleurs le nombre de nos usines double. Notre cible est inférieure à 1/1.000^e du potentiel que l'on pourrait toucher.

Donc le camping car va se développer.

Il repose sur trois valeurs motrices du loisir : nature, liberté, convivialité.

L'apport économique des camping-caristes

Le camping-cariste va partout dans des endroits où il y a du potentiel touristique mais pas d'hôtel. Il apporte sa chambre sur des roulettes, ce qui ne nécessite pas d'investissement sur place. Il amène de la clientèle hors saison. Pour ces raisons, il est très prisé des "stations vertes".

Dans un premier temps, l'accueil de ces véhicules dans les communes touristiques surtout en juillet et août sur le littoral a posé problème. Ensuite ce problème a été peu à peu résolu.

Sur 1174 communes recensées dans un guide d'accueil comme étant intéressantes pour le camping-car en France, il ne reste plus que 50 communes refusant d'appliquer la réglementation en matière d'accueil.

Les maires se sont rendus compte que les camping-caristes représentaient un apport économique intéressant sans investissement et qu'ils faisaient vivre le tissu économique local.

La mobilité des camping-caristes.

En terme de mobilité, le camping-cariste se déplace plusieurs fois et toute l'année. Il fait beaucoup de courts séjours. Il parcourt en moyenne 10.000 km par an. Plus de la moitié des voyageurs utilisent leur camping-car une à deux fois par mois et 14,9 % spécifiquement pour les sports d'hiver.

60 % utilisent le camping-car en France et 40 % pour voyager à l'étranger.

La France est un pays très réceptif pour le camping-car. Grâce à des formules de location avec des sociétés d'Amérique du nord, du type "fly and drive", des camping-cars sont offerts à la location à l'arrivée des touristes à l'aéroport de Paris.

Les catégories socio-professionnelles

Le camping-cariste se recrute parmi les cadres et professions libérales (24,4 %), suivis par les employés (20 %), les agents de maîtrise (14,4 %), les enseignants (10,5 %), les artisans et commerçants (10,3 %).

Plus de 30 % des camping-caristes étaient précédemment caravaniers et plus de 30 % des caravaniers pratiquaient avant la tente.

La résidence mobile

Il y a quinze à vingt ans, l'on comptait peu de constructeurs français. Les Français achetaient surtout des résidences mobiles britanniques d'occasion parce que la législation en Grande-Bretagne interdisait de conserver une résidence mobile plus de dix ans. Par la suite la législation a évolué et des industriels français sont apparus. Dix nouvelles usines ont été créées depuis cinq ans.

Le parc français est estimé à 170.000 unités pour plus de 20.000 unités vendues annuellement.

Le produit français confortable, attrayant et s'intègre bien dans chaque région. Il ne voyage que sur plateau et en convoi exceptionnel pour changer de terrain.

Ce produit progresse pour plusieurs raisons. Les utilisateurs sont souvent d'anciens campeurs, qui ont plus de moyens et préfèrent avoir des vacances en plein air et le confort d'une résidence secondaire sans avoir à payer les taxes afférentes.

C'est la poule aux œufs d'or pour les gestionnaires de terrains de camping. Le mètre installé coûte 10.000 F, soit pour un mobile-home de 8m de long sur 4 m de large, un coût de 80.000 F vendu au gestionnaire. Le marché se répartit en 80 % vendus au gestionnaire du terrain de camping qui va les louer et 20 % achetés par des particuliers qui vont acheter un mobile-home

et louer à l'année un emplacement dans le terrain de camping. Ils l'installent à proximité de leur résidence principale (à 80 ou 100 km).

Le plus mauvais des gestionnaires va louer l'emplacement 3.500 F la semaine pendant 15 à 18 semaines. En moins de deux ans, ce prix sera amorti après un achat fait en leasing.

C'est un produit qui a un très bel avenir devant lui.

Discussion

Françoise POTIER : dans les arbitrages, il faut comparer la location de 3.500 F la semaine pour 40 m², à la location d'une maison.

Denis SPIRE : c'est une fausse comparaison, car cet ancien client de camping trouve sur place la convivialité et beaucoup de services : des supermarchés, des animations le soir, des équipements sportifs, etc. Ce n'est pas le même mode de vacances.

Jacques THEYS : j'ai trois questions à vous poser :

- 1) que s'est-il passé pour que les gens abandonnent la caravane et fassent du camping-car ?
- 2) quelles conséquences vont avoir les 35 heures sur l'utilisation du camping-car ?
- 3) comment expliquer que ces véhicules de loisir ne soient pas construits par les constructeurs automobiles ?

- **LE MARCHÉ DES 4 x 4 : LA CLIENTELE ET SES ATTENTES**, par M. François PAYZAN, RENAULT – service recherche et études clientèles.

Ma présentation se réfère à une étude présentée, il y a un mois, chez Renault, sur le panorama de la clientèle des 4 x 4 en France et en Europe.

La part des 4 x 4 représente en chiffre d'affaires brut 3,9 % du marché européen de l'automobile, avec cinq grands pays concernés (France, Allemagne, Grande.Bretagne, Italie, Espagne). La France est en retrait avec 2,8 %. En terme d'évolution, cette part augmente de façon régulière (véhicules vendus). **Le volume double tous les cinq ans.**

En France, la clientèle des 4 x 4 se répartit en trois grandes catégories :

- 1) " les quatre-quatreux ". Ce sont des aficionados du 4 x 4 qui font du tout terrain pendant le week-end et pour qui le 4 x 4 est un loisir.
- 2) ceux pour qui le 4 x 4 s'impose comme une nécessité, une utilité.
- 3) un groupe intermédiaire qui explique d'essentiel de la progression des 4 x 4 mais dont on cerne mal les aspirations réelles.

Les grandes familles de 4 x 4 sont actuellement :

- 1) les 4 x 4 rustiques : type « jeep américaine du débarquement »,
- 2) les 4 x 4 aventures (courts et longs). Ils font référence à un aspect sportif.
- 3) Les 4 x 4 berlinisés. Ils ont des références floues et une identité hybride qui s'inspire des premiers.

On ne peut pas dire qu'un type de clientèle achète un type de 4 x 4. Le 4 x 4 rustique n'est pas réservé à la clientèle qui a besoin de monter des cotes à la montagne. Elle peut habiter en ville.

La clientèle, selon les données fournies par les commerciaux se caractérise de la manière suivante :

- le 4 x 4 est majoritairement une voiture d'homme ; mais les femmes représentent entre 12 et 20 % des conducteurs.
- le 4 x 4 est plutôt un produit des quadra, entre 40 et 50 ans.
- les possesseurs de 4 x 4 vivent autant dans des communes rurales que dans une ville de plus de 100.000 habitants.
- le 4 x 4 est plutôt une voiture de riche, mais cela dépend des modèles.
- le 4 x 4 est plutôt une voiture principale, sauf pour certains modèles urbains qui sont des secondes voitures.
- entre 50 et 60 % des possesseurs de 4 x 4 quittent la ville une fois par mois. **Mais la moitié des possesseurs ne font jamais de tout terrain.**

Le 4 x 4 et le loisir.

Il y a deux aspects dans le loisir : l'aspect imaginaire et l'aspect réalité.

L'aspect réalité : les 4 x 4 ne semblent pas être plus des véhicules de loisir qu'une berline ou un break ou un autre véhicule.

L'aspect imaginaire : l'achat est très motivé par l'imaginaire des voitures qui peuvent symboliser l'aventure. Ces imaginaires ne faisaient pas sens il y a quinze ans alors qu'ils en font davantage aujourd'hui. Dans la réalité, cela ne correspond pas à une augmentation de l'usage loisir de l'automobile.

Si on interroge les gens sur les raisons pour lesquelles ils ont acheté leur 4 x 4, on se rend compte qu'ils ont souvent une vision craintive de l'environnement automobile, notamment dans les zones urbaines : les routes glissantes, le mauvais temps, les bouchons. Acheter un 4 x 4, souvent pour une utilisation professionnelle, c'est pour eux, se libérer des contraintes quotidiennes, c'est une forme d'évasion. En fait, les 4 x 4 sont souvent des véhicules principaux, utilisés dans une vie quotidienne normale, sur des routes normales. Il entre beaucoup de marketing et de communication dans cet usage.

Discussion

Maurice GIRAULT : quels sont les kilométrages annuels moyens parcourus par ces véhicules ?

Fabien PAYZAN : il n'y a pas de différence avec des véhicules normaux.

X (dame) : quelle distinction faites-vous entre l'aspect imaginaire et le besoin de sécurité ?

Fabien PAYZAN : l'aspect sécuritaire est très fort ; il est inclus dans l'imaginaire. La sensation d'être plus haut que les autres est très importante. Mais on n'est pas assuré d'être plus en sécurité dans un 4 x 4 que dans une berline.

X (dame) : pour moi, ce n'est pas imaginaire, c'est une réalité physique.

Philippe CHOLET : Si, chez PSA, nous partageons avec Renault les mêmes outils de vision des acheteurs de 4 x 4, par contre nous n'avons pas la même vision de la croissance de ce marché. Le 4 x 4 représente, dans l'imaginaire de ceux qui n'en ont pas, l'épouvantail même de l'automobile. A mon avis, il ne va pas beaucoup se développer en Europe parce qu'on n'est pas aux Etats Unis.

Ce ne sont pas tellement les 4 x 4 très agressifs qui intéressent les gens (même s'il y a une petite clientèle pour cela) parce que ce n'est plus vraiment dans l'air du temps. Par contre ils sont intéressés par un véhicule qui offre un certain volume, qui permet une certaine différenciation ainsi qu'une polyvalence réelle ou imaginaire. Cette hybridation d'un certain nombre de concepts actuels fait que les versions 4 x 4 sont appréciées. On constate, dans les enquêtes faites auprès des clients, qu'un tiers des personnes consultées ne savent même pas ce qu'est un 4 x 4. Pour beaucoup de gens, la fonctionnalité technique de certains 4 x 4 n'est pas importante.

Jacques THEYS : la perspective d'un développement futur des loisirs liée aux 35 heures va-t-elle jouer un rôle important dans le choix ce type de véhicule ?

Fabien PAYZAN : cela va jouer un rôle à l'envers. Certains types de véhicule ne facilitent pas le loisir. Mais la plupart des voitures aujourd'hui apportent des prestations de polyvalence qui correspondent à la plupart des situations que peuvent rencontrer les gens.

Bernard PREEL : cette notion de loisir et de plaisir n'est-elle pas en train de s'infiltrer dans toutes les activités comme on l'a vu ce matin ? N'est-ce pas une tendance très forte d'injecter des concepts de loisir dans la voiture ?

Fabien PAYZAN : oui, si on prend le loisir dans le sens de vivre différemment. Si les gens se balladent en 4 x 4 pour des trajets domicile-travail, s'ils passent à des véhicules alternatifs, c'est parce qu'ils veulent vivre différemment.

Patrick CARLES (Sareco) : voyez-vous une contradiction ou pas entre le comportement ludique dans l'usage de la voiture et la volonté de diminuer l'usage de la voiture dans le cadre des PDU ?

Fabien PAYZAN : le plaisir automobile dans le sens « vrom-vrom » a tendance à baisser. De plus les femmes qui conduisent de plus en plus ne sont pas du tout dans ce rapport à l'automobile.

Ce qu'on pourrait interpréter comme une sorte de désaffection de l'automobile peut être contrebalancé par un attrait pour ce qui est plus original, plus « fun » et non berliniste.

Il y aura toujours un fort attachement affectif à l'automobile et à tout le symbole qu'elle représente.

Philippe CHOLET : s'agissant des PDU, on peut effectivement s'interroger, dans le cadre d'une société démocratique, sur l'objectif de vouloir baisser la mobilité automobile alors même qu'on n'a pas l'impression que ce soit dans le sens dans lequel va la société naturellement.

Maurice GIRAULT : les exposés précédents m'ont conforté dans le sentiment que les objectifs des politiques publiques mises en œuvre dans les PDU veulent infléchir une tendance relativement forte qui est une croissance de la mobilité en ville. Ces politiques sont donc tout à fait volontaristes.

Françoise POTIER : c'est vrai que la mobilité en général risque d'augmenter, surtout de banlieue à banlieue. En face, les transports en commun ne sont pas adaptés pour ces déplacements. De nombreuses infrastructures en périphérie ont été faites pour le domicile-travail et sont maintenant utilisées en majorité pour les déplacements locaux de loisir et pour le

transit. Donc la position actuelles des transporteurs publics est de mieux adapter leur offre à ces nouvelles demandes.

Jacques THEYS : pensez-vous que la dimension loisir, temps libre est prise en compte de manière satisfaisante dans les PDU ?

Françoise POTIER : non, mais elle commence à être intégrée par certaines villes dans la mesure où des interrogations portent sur les fréquences pas seulement aux heures de pointes et sur la durée du service beaucoup plus tard dans la nuit. D'où l'hypothèse de la ville 24 h sur 24 h. L'on peut penser, par ailleurs, à des modes de transport fonctionnant en rabattement pour les hôtels en périphérie.

Stéphane ZOLBACH (Matra) : les encouragements à ne pas utiliser son véhicule en ville en application des PDU et l'augmentation du temps libre, ne vont-ils pas inciter l'utilisateur de l'automobile à ne plus faire de tourisme urbain mais plutôt à se réapproprier le réseau secondaire rural ?

Françoise POTIER : je ne le pense pas car on va vers plus de culturel et plus de sociabilité qu'on ne trouve pas en rase campagne. Les urbains vont vers l'urbain en faisant beaucoup de déplacements par le train ou l'avion.

Louis SERVANT : les trois scénarios que vous avez évoqués ce matin, le bas, le moyen et le haut, donnent pratiquement les mêmes résultats.

Françoise POTIER : ces résultats ont été publiés dans la revue RTS n° 56, tome 1, paru en juillet-septembre 1997. Ces scénarios ont été faits à partir d'un modèle MATIS, élaboré par Olivier Morelet de l'INRETS qui a pris en compte des variables transports et aussi des variables socio-économiques.

Maurice GIRAULT : la seule variable qui distinguait ces trois scénarios était la croissance économique. Dans le modèle MATIS, la part de l'automobile était stable. La croissance forte profite à l'avion plutôt au détriment du train. Le modèle MATIS qui est bien conçu pour estimer les variations des effets d'offre, a tendance à sous-estimer un peu l'impact de la croissance économique. L'écart entre ces trois scénarios en terme d'évolution de mobilité est un peu gommé. Dans nos propres travaux, nous trouvons que la croissance a un impact beaucoup plus directe sur la croissance de la mobilité.

François POTIER : j'avais essayé de regarder l'évolution de la mobilité entre 1996 et 2015 entre les trois scénarios. Dans le scénario bas, l'avion augmente de 90 % et dans le scénario haut de 181 % tandis que le train augmente peu. Partant du fait que les loisirs représentent actuellement 80 % des déplacements à longue distance et les voyages professionnels 10 % ; pensant que la mobilité professionnelle ne va pas grandir, c'est sur les loisirs que porterait cette augmentation.

Yves TUGAYE : je me demande si les outils d'analyse qui ont été montrés ne sont pas un peu désuets par rapport à ce qui peut être projeté pour l'avenir, notamment sur les questions de l'intermodalité et des services.

François POTIER : je suis entièrement d'accord avec vous. S'appuyer sur un mode principal pour définir un déplacement n'est pas forcément la meilleure solution. La notion de service au sens large est aussi extrêmement importante. L'information voyageur, par exemple, est à revoir.

Références bibliographiques

- Revue française du marketing. ADETEM. N° 179/180. (2000/4-5). Numéro spécial sur le marketing automobile. Articles de :
 - Jacques Antoine et Daniel Bachelet : scénarios prospectifs socio-économiques du marché automobile en Europe.
 - Bernard Prével : pour un marketing générationnel.
- Les voyages des Français en 1998. SES INFOS RAPIDES. N° 93. Avril 2000.6.p. Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement.
- Tourisme, environnement et territoires : les indicateurs. Chapitre : le touriste sur la route. Publication de l'Institut de l'Environnement. Décembre 2000
Les usages du temps après les 35 heures : rupture ou continuité ? Numéro spécial de FUTURIBLE préparé par Gilbert Cette, Jean-Yves Boulin et Jacques Theys. Octobre 2001.
- **L'OFFRE DE LA SNCF EN MATIÈRE DE TRAIN + LOCATION DE VOITURE et son partenariat avec AVIS par M. Jean-Louis JOLARD, Chef de produit, marketing et animation des ventes. SNCF. Direction grandes lignes.**

Dans les années 70, la location de voiture ajoutée à l'achat d'un billet n'était pas conçue par la SNCF comme de l'intermodalité. C'était offrir un service supplémentaire.

Dans les années 90, avec la nouvelle gamme tarifaire de la SNCF et le partenariat avec AVIS, la SNCF a fait de cette offre un produit d'intermodalité. Des produits d'intermodalité existent aussi en partenariat avec des compagnies aériennes.

L'objectif de la SNCF était de fidéliser sa clientèle au train et d'inciter à la location de voitures après un trajet en train. Le mélange des deux permet de susciter l'envie du transport ferroviaire grâce à l'autonomie apportée par la location de voitures à l'arrivée.

Plus de 62 % des Français n'utilisent que la voiture au delà de 100 km. Ils sont le premier champs d'investigation pour la SNCF.

Le principe du train plus location de voiture offre les avantages suivants :

- faire une seule démarche pour deux prestations,
- avoir une prise en charge complète. La voiture est mise à disposition à l'arrivée dans 196 gares dont 3 gares nouvelles : Valence, Avignon et Aix-en-Provence
- bénéficier d'une offre moins chère. Une réduction SNCF s'accompagne d'une réduction chez AVIS
- pouvoir choisir un véhicule dans huit catégories dont deux catégories nouvelles : la catégorie J avec la Smart et la catégorie H avec la Scénic ou la Picasso.

La réservation train + location de voitures peut être faite : aux guichets des gares, dans les boutiques SNCF, par téléphone en appelant Ligne Directe, par minitel au 36 15 SNCF, par Internet (SNCF.com) ou directement à une agence Avis.

Les principales destinations vendues correspondent à des destinations touristiques. La première est Avignon. A l'exception de Paris Gare de Lyon, les gares sont situées en province, au delà de 200 km. Aucune gare de banlieue ne fait de la location.

Les cibles train + location de voitures

En 2000, il y a eu un peu moins de 100.000 locations. (ce chiffre est en augmentation de plus de 39 % par rapport à l'année passée).

83 % des locations concernent la cible Privés/Loisirs

17 % des locations concernent la cible Affaires

Les types de produits vendus se répartissent ainsi

20 % grand public (sans réduction)

28 % cartes

30 % Découverte

6 % abonnés (projet de les développer dans les PME-PMI)

16 % autres

Les axes de développement du partenariat avec AVIS se résument à :

- anticiper les évolutions du marché de la location de voitures. Pourquoi ne pas faire de la location de la voiture électrique, du 4 x 4 et même du camping-car dans certaines villes ?
- miser sur la filiale Internet SNCF.COM
- donner une suite au lancement du TGV EST

Avec une croissance forte des déplacements loisir, nous espérons un développement de la location de voiture.

Discussion

Noël BUREAU : quelle est la distance kilométrique journalière effectuée par cette voiture de location ?

Jean-Louis JOLARD : les clients ont systématiquement un forfait de 250 km pour une location d'une journée et plus. Ils font en moyenne 160 à 180 km par jour. On est dans le privé loisirs.

Yves TUGAYE : comment vous situez-vous par rapport à la formule concurrente qui est l'auto-train ?

Jean-Louis JOLARD : ce n'est pas une formule concurrente. En général les personnes qui prennent « l'autoroute sur le train », partent pour une semaine et plus. La location de voiture comprend la formule par jour, week-end et semaine. La location moyenne tourne autour de deux à trois jours souvent dans le week-end. La formule semaine/gare est la moins utilisée. Le produit auto-train devra être redéfini car il pose un problème de rentabilité.

Marie-Christine KOVACSHAZY : avez-vous constaté l'allongement du week-end ?

Jean-Louis JOLARD : oui, on l'a constaté légèrement, par contre on a du mal à voir les causes exactes. On a eu une envolée de la location avec le train cette année à partir du mois de mai, pendant les week-ends et les ponts.

Depuis la réduction du temps de travail, une certaine clientèle commence à partir le vendredi après-midi, même s'il y a toujours affluence le vendredi soir. Les départs le jeudi soir commencent à apparaître, mais c'est moins net. Par contre, il y a beaucoup de retours le lundi. Le mois de mai a été un déclencheur des départs pour ces week-ends, depuis que la RTT existe.

Tout cela est suivi au jour le jour par un service de la Direction Grandes Lignes pour faire de la prospective.

Jacques THEYS : quelles sont les attentes de votre clientèle pour ce type de déplacement?

Jean-Louis JOLARD : il n'existe pas actuellement d'offre adéquate de location de voitures pour quelqu'un habitant une grande ville, qui ne veut pas avoir de voiture mais qui veut pouvoir en louer une à des tarifs intéressants plusieurs fois dans l'année. Cela pourrait se combiner avec le train. Nous avons eu des propositions des loueurs, mais elles ne vont pas assez loin.

Maurice GIRAULT : vos clients voyagent-ils seuls ou pas ?

Jean-Louis JOLARD : en général, ils sont deux. La carte senior marche très bien. Les catégories les plus louées sont la A avec la Twingo et la B avec l'Opel Corsa.

IV - L'IMPACT DE L'USAGE TOURISTIQUE DE L'AUTOMOBILE SUR L'ENVIRONNEMENT, par M. Thierry LAVOUX et Ghislain DUBOIS de l'Institut français de l'environnement.

L'introduction est faite par M. Thierry LAVOUX, chef de département à l'IFEN.

Créé depuis 1992 et basé à Orléans, l'IFEN est sous la tutelle du ministère chargé de l'environnement. Il est principalement chargé du rapport sur l'état de l'environnement et plus généralement de l'information sur l'environnement en France. Il est également correspondant de l'Agence européenne de l'environnement, basée à Copenhague.

L'une de ses missions est de s'interroger sur les informations susceptibles d'infléchir les politiques publiques et d'aider les décideurs en matière d'environnement. A ce titre, l'intégration de l'environnement dans les politiques sectorielles est un principe de politique publique qui nous paraît central.

Pourquoi s'être penché sur le tourisme ? Ce thème était déjà présent dans le 5^e programme d'action communautaire (1992-2000). Il était considéré comme un des secteurs cibles dans le domaine de l'environnement. L'Agence européenne cite le secteur du tourisme, comme un des plus porteurs d'enjeux pour l'environnement. Il vient en tête des recommandations pour les politiques publiques.

Pour toutes ces raisons, nous avons décidé, il y a deux ans, de nous consacrer à cette question, en essayant de la problématiser et ensuite de choisir des indicateurs que nous avons tenté de chiffrer.

Je passe la parole à Ghislain DUBOIS qui est une des trois personnes qui a travaillé à temps complet sur cette question pendant 18 mois. Il va vous parler des pressions sur l'environnement exercées par les transports touristiques en automobile et ensuite des réponses mises en œuvre par toute une gamme d'acteurs pour juguler ces impacts.

L'exposé de M. Ghislain DUBOIS :

(cette présentation est issue de l'ouvrage « Tourisme, environnement, territoires : les indicateurs », publié par l'Institut de l'Environnement. Décembre 2000).

Je vais essayer de traiter cette question des pressions sur l'environnement exercées par les transports touristiques:

- En rappelant les principales caractéristiques des déplacements en automobile par rapport aux autres modes de transports, ainsi que les facteurs déterminants de leur pression sur l'environnement.
- En détaillant un certain nombre de pressions liées aux déplacements touristiques : les encombrements routiers, la consommation d'énergie et la contribution aux émissions de gaz à effet de serre, enfin les difficultés de gestion de la circulation et du stationnement dans les sites touristiques
- Enfin en développant un certain nombre de réponses apportées pour diminuer ces pressions, ou pour mettre en place des alternatives à l'automobile pour les déplacements touristiques
- J'aborderai également la relation entre tourisme et créations d'autoroutes (rôles des autoroutes dans le développement touristique, et rôle du tourisme dans la création d'autoroutes).

Cette journée concerne toutes les utilisations personnelles (autres que professionnelles) de l'automobile. Mon thème de travail est plus restreint : il s'agit des phénomènes de tourisme, c'est à dire de **tous les déplacements impliquant au moins une nuit hors de son domicile habituel, en insistant sur les voyages d'agrément plutôt que sur les voyages d'affaire**. Les loisirs de proximité, qui n'impliquent pas de nuitée ne sont donc pas pris en compte, bien que leurs effets sur l'environnement ne soient pas négligeables.

Sans vouloir trop insister sur la publication de l'IFEN, je souhaite seulement rappeler une des caractéristiques de la démarche « indicateurs » que nous avons retenue :

- L'objectif des indicateurs est de faire le tour d'horizon d'un sujet assez vaste, en illustrant chaque problématique retenue par un corps de données suffisamment représentatives. Souvent, les indicateurs ne font que soulever ou évaluer une question dans ses grandes lignes. Ils n'épuisent pas toute la connaissance.
- Les méthodologies de traitements réalisés, qu'il serait cependant trop long de les rappeler ici, sont exposées de manière assez détaillée dans la publication. Le suivi des relations entre tourisme et transports nécessite de manier des sources dont les champs ne se recoupent pas toujours (enquête aux frontières (la dernière date de 1996, et la prochaine est en cours), enquête Sofrès/ SDT (1992 à maintenant), enquêtes Vacances (de 1964 à 1994), enquêtes « Transports et communication » de 1982 et 1994.

1) Caractéristiques des déplacements touristiques et déterminants des impacts environnementaux.

Avec l'évolution du taux de départ en vacances - près de 3 Français sur 4 sont partis au moins une fois en vacances en 1998 (direction du Tourisme / Sofrès, enquête SDT), la France connaît une mobilité touristique généralisée et en plein développement. Les impacts sur l'environnement des transports touristiques sont déterminés par

1. Le choix d'un mode de transport pour se rendre à destination (souvent l'automobile)
2. L'intensité (fréquence, durée, distance) de son utilisation
3. La concentration dans l'espace et dans le temps des départs en vacances.

a) Domination de l'automobile

Bien que les enquêtes utilisées ne soient pas facilement comparables, on peut dire raisonnablement que les touristes étrangers venant en France utilisent moins fréquemment leur voiture que les Français. Ce mode de transport est utilisé pour sortir de France pour 57% des séjours en 1996 (auxquels il faut rajouter les VI sur bateau et Shuttle : maximum : 64%), alors que **plus de 78% des Français utilisent leur voiture pour faire du tourisme**. La part de l'autocar et de l'avion, avec 14% et 14% des séjours, est plus importantes pour les touristes étrangers que pour les Français, celle du train, avec 6,5%, est plus faible. Ce recours plus important des touristes étrangers aux modes de transports collectifs s'explique d'abord par les distances parcourues plus importantes (avion), mais aussi par le fait que les villes sont la destination privilégiée des touristes étrangers, par le nombre plus important de séjours organisés (bien que 78% de leurs séjours ne soient pas organisés) et de voyages d'affaires (voyages d'affaires de courte durée, prise en charge des congressistes sur leur lieu de séjour...).

Les Français manifestent une certaine réticence à emprunter les transports en commun, particulièrement le train et l'autocar, pour faire du tourisme. Un chiffre montre l'importance de la voiture : celle-ci est utilisée pour 58% des voyages personnels à plus de 1000 km du domicile (Enquête Transports). Cette tendance de fond s'explique d'abord par un individualisme dans l'organisation du séjour (seuls 9% des séjours des Français utilisent les services d'une agence de voyage), mais peut-être aussi par l'organisation spatiale de la « France touristique », dans laquelle les séjours en milieu rural jouent un rôle important (la campagne est le premier espace de destination en terme de nuitées pour les séjours des Français passés en France).

Evolution de cette répartition modale

Si l'on considère maintenant l'évolution de cette répartition modale, le fait marquant pour le tourisme des Français est la croissance des déplacements en avion, liée à l'augmentation des séjours à l'étranger des Français, et la baisse lente mais constante du train. Les déplacements en avion ont plus que doublé depuis les années 1980, au rythme de la progression des séjours à l'étranger des Français. On remarque également une légère baisse du nombre de séjours en automobile.

Pour le tourisme des étrangers, l'évolution 1982-1996 montre une diminution des séjours en train (de 13% à 6,5%).

Evolution des déplacements automobiles par motifs

En ce qui concerne plus précisément l'évolution des déplacements en automobile, à partir de l'exploitation des résultats des enquêtes Transports de 1982 et 1994, on peut faire les constats suivants :

Globalement, les déplacements liés au travail (déplacements professionnels et trajets domicile-travail correspondent en 1994 à 36% du total des déplacements contre 61% pour les déplacements personnels et 3% pour les voyages à l'étranger. Les vacances et les sorties de week-end ont représenté en 1994 respectivement 12% et 19% des 326 milliards de km parcourus en automobile par les ménages. Ces deux motifs de déplacements ont augmenté de 31% et 28% entre 1982 et 1994, mais moins rapidement que les autres motifs.

Le fait marquant est l'évolution de la catégorie « autres déplacements privés », qui comprend notamment les loisirs de proximité. Elle connaît la plus forte progression, avec 75%.

b) Plus loin, plus souvent, moins longtemps : l'augmentation de l'intensité en transports du tourisme

Plus que la croissance des nuitées, ce sont les modifications du comportement des ménages, qui expliquent en grande partie l'augmentation de la mobilité et des impacts qui lui sont associés.

La diminution de la durée des séjours, alors que le nombre de nuitées stagne, a entraîné mécaniquement une augmentation de l'intensité en transports du tourisme : on part en fait plus souvent, moins longtemps et plus loin.

La durée moyenne des séjours de vacances est passée de 18 à 13 jours entre 1975 et 1994 (Insee, enquête Vacances). Celle des séjours personnels tend à se rapprocher des 10 jours en 1998 (SDT). Le nombre de voyages personnels par personne est par an est passé de 3,1 à 4,8 entre 1982 et 1994 (Insee, enquêtes Transports). Il tend à se stabiliser autour de 4 voyages par personne en 1998 (SDT). La distance moyenne d'un voyage à plus de 100 km de son domicile est passée de 800 à 890 km entre 1982 et 1994. Ces trois évolutions suffisent, comme on l'a vu, à faire **augmenter de 31% le nombre de kilomètres parcourus pour motif de vacances entre 1982 et 1994**, alors que le nombre de nuitées de vacances des Français reste constant sur la même période. (100 mds de km parcourus pour raison de tourisme).

Arrive-t-on à une saturation des besoins ? J'aurai tendance à penser que c'est le rapport entre le loisir de proximité et la volonté de partir en vacances qui influera dans l'avenir cette évolution des nuitées. Si l'on a la possibilité de trouver un dépaysement à côté de chez soi, peut-être qu'on partira moins en vacances. Si la qualité du cadre de vie se dégrade, on sera tenté de fuir la ville et on continuera à faire du tourisme.

c) La concentration spatiale et temporelle des déplacements touristiques

Un autre facteur conditionnant les pressions des déplacements touristiques sur l'environnement est la concentration spatiale et temporelle du tourisme, et donc des déplacements touristiques.

La concentration spatiale

La concentration spatiale des hébergements, est importante, aussi bien *en stock*, concernant les hébergements existants, qu'en tendance.

En stock, la capacité d'hébergement en HCR est essentiellement concentrée sur le littoral atlantique, méditerranéen, et dans les Alpes du Nord, ainsi qu'à Paris. Ceci ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'autres régions touristiques, mais le gros des déplacements va dans les régions qui viennent d'être citées.

La concentration spatiale a par ailleurs tendance à s'accroître, *en flux*, pour les constructions récentes.

(Les résidences de tourisme s'implantent dans les régions très touristiques qui peuvent leur assurer un bon taux de rentabilité, c'est-à-dire dans les espaces les plus recherchés).

La concentration temporelle

La concentration spatiale se double d'une concentration temporelle du tourisme. Plus de 30% des séjours et de 40% des nuitées se déroulent en juillet-août.

L'indicateur sur la saison, issu d'un traitement de l'Inventaire Communal de l'Insee, montre une photographie de l'intensité touristique de la France (perçue par les élus locaux) mois par mois. Le contraste est saisissant entre août et novembre (à remarquer, la Sologne, et sans doute le tourisme viticole en Bourgogne et dans le Bordelais)

La conséquence de cette saisonnalité est la saisonnalité des modes de transport, d'ailleurs très variable. La saisonnalité de l'automobile est plus forte que celle du train et de l'avion.

L'effet du tourisme sur la circulation des grands axes

Le trafic hebdomadaire par mode de transport en 1998 est représenté par un graphique retenant la base 100 pour la valeur moyenne de chaque mode.

Le trafic TGV est peu marqué par l'effet « grandes vacances », même si une pointe est constatée lors de la première semaine de juillet. L'effet des petites vacances scolaires et des ponts du printemps est en revanche clairement visible. Le train est le mode de transport privilégié des courts séjours, en particulier en milieu urbain (19% des séjours en ville empruntent le train contre 11% pour l'ensemble des espaces - direction du tourisme). Il semble également associé aux séjours traditionnels de visite à la famille (Toussaint, Noël).

Le trafic aérien s'avère beaucoup moins corrélé aux périodes de vacances. 39 % des voyages en avion s'effectuent pour motifs professionnels, contre 29% pour le train et 11% pour l'automobile (Insee, enquête Transports 1994).

La circulation automobile présente un profil très marqué par la saison estivale, avec une croissance quasi continue au premier semestre, une pointe pendant la première semaine d'août, et une décroissance au second semestre. L'effet des petites vacances scolaires sur le trafic est également visible tout au long de l'année. Le trafic augmente de 34 % en période de pointe par rapport à la moyenne.

Ces deux tendances auront des effets sur la demande d'infrastructure et sur les encombrements

2) Les impacts des déplacements touristiques sur l'environnement

On peut étudier deux séries d'impacts des déplacements touristiques : ceux liés au déplacement du lieu de résidence vers le lieu de vacances (sur la route : encombrements et émissions de GES), et ceux liés à l'utilisation de l'automobile sur le lieu de vacances (gestion de la circulation, du stationnement, pollution de l'air...).

a) Sur les routes

a)1 Les encombrements routiers

La saturation des infrastructures de transport les jours de grands départs et de retours de vacances est un phénomène bien connu des Français. Le suivi des bouchons, des « chassés-croisés » est devenu un rituel médiatique. On a vu que la voiture est particulièrement privilégiée pour les départs en vacances d'été, synonymes de séjours plus longs que pendant le reste de l'année, et pour lesquels la nécessité de disposer d'un véhicule particulier sur son lieu de villégiature se fait plus ressentir. Elle est donc plus directement concernée par les encombrements.

L'étalement des congés, destiné à pallier à cette situation, n'est pratiqué que pendant les petites vacances scolaires, d'ailleurs plus en réponse aux revendications des professionnels des sports d'hiver que dans le but de limiter les encombrements. Il est pratiqué pour les vacances d'été par de nombreux pays européens. D'autres rigidités sont en outre responsables de ces encombrements : locations et réservations d'hôtels obligatoires du samedi au samedi, nécessité de reprendre le travail le lundi, pratique encore répandue d'une fermeture annuelle de l'entreprise en été... La diminution du temps de travail, avec la diversification des rythmes hebdomadaires qu'elle suppose, pourrait jouer un rôle favorable dans le sens d'un assouplissement de ces contraintes. Parallèlement, le Centre national d'information routière (CNIR) mène des actions préventives de promotion des itinéraires "Bis" mis en place sur tout le territoire national.

Très récemment, il faut insister sur les changements induits par la mise en œuvre des 35 heures, de la météo à 5 jours, et du nombre croissant de préretraités (qui se conjugue avec le vieillissement de la population, et viennent grossir les rangs des touristes non contraints par des périodes de départs en vacances), qui rendent les prévisions plus difficiles. Ceci faisait titrer récemment à Libération « Bison paumé », au lieu de « Bison futé » !

A long terme, ce vieillissement de la population, la diminution du temps de travail et l'augmentation d'une fréquentation de proximité européenne (avec des périodes de vacances différentes) devrait plutôt jouer un rôle bénéfique.

Le rôle du tourisme dans les encombrements routiers en province en 1998.

L'année 1997 a totalisé plus de 860 000 heures-kilomètres d'encombrements en France, dont près de 120 000 en province, où les autoroutes A7, A6, A50, A9 et A51 sont régulièrement les

plus encombrées. Le jour de la semaine le plus encombré est le vendredi, qui cumule forte activité économique de fin de semaine et départs en week-end. **Les dix jours les plus encombrés sont tous expliqués par des départs ou retours de vacances** : chassé croisé des grandes vacances pour le 2 août, pont du 14 juillet pour le 12 juillet, retours de ponts et de vacances pour le 16 août...

Les encombrements routiers en province en 1998

Les encombrements en Ile-de-France et sur le boulevard périphérique, qui représentent 90% du volume total - chiffre toutefois sous-estimé en raison d'un comptage automatisé en Ile-de-France - n'ont pas été représentés ici. Les encombrements sont variables d'une année sur l'autre, selon les conditions météorologiques ou les travaux effectués dans l'année. Quelques tendances lourdes se dégagent cependant. En province, la majeure partie des encombrements est due à la circulation d'agrément : sorties de loisirs pour le week-end, mais surtout départs et retours de vacances. Les plus importants sont situés dans les grandes métropoles (agglomérations lyonnaises, marseillaises et lilloises), mais aussi sur quelques axes autoroutiers : la saturation de l'axe Paris Lyon Marseille est marquante (A6, A7), les encombrements sur l'A9 et l'A10 sont également constants d'une année sur l'autre. On remarque également les bouchons correspondant aux goulets d'étranglement sur la route des vacances (tunnel de Fourvière, fin de l'A51 à Sisteron, Albertville, Millau), voire sur quelques sites touristiques très fréquentés (Saint-Tropez, Mont Saint-Michel, Cagnes-sur-Mer...).

Un facteur d'aggravation locale des encombrements est *l'augmentation de la circulation de transit des touristes à laquelle s'ajoute celle des poids lourds.*

La position de la France en fait un axe de transit pour un tourisme international principalement orienté des pays de l'Europe du Nord (Grande-Bretagne, Allemagne...) vers ceux du Sud (Espagne, Italie). Cette circulation de transit en plein développement peut accentuer les saturations d'infrastructures routières (notamment sur les autoroutes A6, A7 et A9) en période de pointe. Le transit a fortement augmenté entre 1982 et 1996, passant de 6 à 23 millions de personnes. Cette circulation utilise en grande majorité la route. Les effets de ce phénomène sur les saturations d'infrastructures sont faibles à certaines périodes, mais importants à d'autres, lorsqu'elles se cumulent avec la circulation des Français les jours de départs en vacances. Cela représente moins de 10 % des déplacements touristiques des Français.

a)2 Les émissions de GES liées aux déplacements touristiques en automobile

Une autre série d'impacts des déplacements en automobile concerne les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre.

Etant donné le problème du réchauffement climatique, l'incertitude sur les contraintes qui vont peser sur les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre et du fait de la contribution croissante des transports au gaz à effet de serre, ce thème nous a paru prioritaire, dans une vision prospective.

11 % de la consommation d'énergie des transports (tous modes confondus) sont dus aux voyages personnels des Français à plus de 100 km de leur domicile (ce qui se rapproche de la définition du tourisme d'agrément).

Les émissions de polluants atmosphériques des transports touristiques en automobile des résidents.

Les indicateurs qui suivent ne concernent que les transports en **automobile** des personnes **résidents en France**. Ne sont donc pas pris en compte les déplacements touristiques des non résidents en France (tourisme international), et les déplacements en train et en avion des résidents..

Le profil des émissions de polluants associées aux transports touristiques dépend d'abord du mode de transport choisi, puis pour l'automobile du type de trajet, ainsi que du type de motorisation et de véhicules utilisés. Ces paramètres, pris en compte dans cette modélisation des émissions des transports touristiques, peuvent influencer fortement la part d'émissions attribuée au tourisme. Les déplacements touristiques en automobile se caractérisent par une vitesse élevée, un recours plus fréquent à des véhicules diesel, ainsi qu'à des véhicules récents et donc plutôt bien entretenus (Enquête Transports)

Le premier constat est celui d'une contribution importante du tourisme aux émissions des transports : **la part des déplacements touristiques dans le transport routier varie entre 6% et 26% pour les polluants étudiés**, avec une sur-représentation des composés chimiques émis à vitesse élevée (oxydes d'azote), ou propres aux véhicules récents comme l'ammoniac (NH₃). Le tourisme contribue par conséquent à la responsabilité grandissante des transports dans l'émission des polluants atmosphériques.

La part du secteur des transports dans le total des émissions France entière est passée entre 1960 et 1990 de 8 % à 39 % pour le dioxyde de carbone (CO₂) (Citepa).

Comparée aux émissions France entière de 1994, la part des transports touristiques en automobile devient négligeable pour des polluants comme le méthane (CH₄ : 0,1%) ou l'ammoniac (0,1%), majoritairement d'origine agricole, mais reste importante pour le monoxyde de carbone (4,1%), les oxydes d'azote (11,8%), les composés organiques volatils (COV : 2,4%) et le dioxyde de carbone (5,5%), principal responsable de l'effet de serre. La contribution de ces déplacements au potentiel de réchauffement global à l'horizon de 100 ans (PRG₁₀₀) atteindrait **3,8%** du total des émissions France entière. Elle devrait logiquement augmenter dans un contexte de croissance du secteur du tourisme.

La contribution de l'ensemble des déplacements touristiques à l'effet de serre est d'ailleurs plus importante, puisque cette évaluation ne traite que des déplacements touristiques des résidents (tourisme domestique) en automobile. Pour calculer cette contribution, il serait nécessaire tout d'abord d'ajouter aux chiffres fournis ici les émissions dues aux déplacements en avion des résidents (qui représentent près de 15% du kilométrage parcouru en automobile pour des voyages personnels à plus de 100 km de son domicile (Insee, enquête Transports) et émettent entre 2 et 4 fois plus de gaz à effet de serre par passager.km). Les déplacements en train des résidents (près de 20% du kilométrage parcouru en automobile pour une émission unitaire jusqu'à 3 fois inférieure) seraient également à prendre en compte. Enfin, les déplacements des touristes étrangers en France représentent près de 30% des déplacements touristiques réalisés par les résidents, avec une utilisation de l'avion plus importante. L'idée d'un volume d'émissions de l'ensemble des transports touristiques près de deux fois supérieur aux chiffres présentés ici pour les transports en automobile des résidents, paraît raisonnable, soit **entre 7 et 8% du total France entière**, paraît raisonnable.

Ce n'est pas négligeable quand on sait que la part des transports dans le volume France d'émission de CO² est passé de 8 % à près de 40 % . Avec un tourisme qui croit, les émissions dues au tourisme croissent.

L'impact environnemental d'un départ en vacances

Cet indicateur plus « communication » insiste sur l'impact des comportements individuels.

Si le confort, la durée ou le prix du trajet sont des critères de choix d'un mode de transport pour se rendre sur son lieu de vacances, il n'en va pas toujours de même pour les consommations d'énergie (généralement ignorées pour le train et l'avion mais connues pour l'automobile puisque l'utilisateur les paye directement), et encore moins pour les émissions de polluants liées au déplacement.

L'exemple d'un trajet Paris-Nice réalisé un jour de pointe par deux adultes et deux enfants montre pourtant qu'une famille qui choisit l'avion aura contribué à l'émission d'une quantité de polluants atmosphériques supérieure pour toutes les catégories de polluants, et à une contribution au potentiel de réchauffement climatique plus de 5 fois plus importante (150 kg équivalent carbone contre 30) que pour un trajet en train diesel, 3 fois plus importante que pour un trajet en automobile. Si c'est une personne seule qui voyage, l'automobile devient légèrement plus polluante que l'avion. De cette confrontation entre l'automobile et l'avion, c'est donc... le train qui sort gagnant dans tous les cas.

(L'avion ne représente cependant que 2% des voyages personnels sur ce type de distance, contre 18% pour le train et 80% pour l'automobile (Insee, enquête Transports)).

Les raisons de ce plébiscite pour l'automobile sont multiples : confort et indépendance du trajet, liberté de déplacement sur son lieu de vacances (la voiture est particulièrement utilisée lors des vacances d'été), mais aussi prix apparent du trajet en voiture. Les coûts d'amortissement du matériel sont en effet compris dans les prix des trajets en train et en avion, mais pas toujours perçu par les ménages dans leur choix d'un mode de transport. Si le prix apparent du trajet en automobile (carburant et péage) est toujours inférieur à celui des autres modes de transports, il n'en est pas de même du prix réel, qui peut dépasser celui d'un trajet en avion. L'illusion sur le coût réel du trajet est cependant tempérée par le fait qu'un ménage qui possède une voiture assume déjà une partie du coût d'amortissement de son véhicule pour d'autres motifs de déplacement, et aura donc tendance à favoriser ce mode de transport pour ses vacances.

b) Les pressions de l'automobile sur le lieu de vacances

Les impacts des transports touristiques en automobile concernent aussi la vie quotidienne des sites et stations touristiques : utilisant surtout la voiture pour partir en vacances, le touriste l'abandonne rarement une fois parvenu à destination. Selon une enquête menée par l'Afit (Agence Française de l'Ingénierie Touristique) en 1998, plus de 70% des 214 gestionnaires de sites touristiques ayant répondu déclarent avoir des problèmes liés à la circulation motorisée. Plus de 50% estiment les touristes fréquentant leur site sensibles à ces problèmes.

b)1 Les problèmes de circulation dans les lieux touristiques

La facilité de circulation et de stationnement comme élément de satisfaction/insatisfaction par rapport au lieu de vacances.

Selon une enquête réalisée par le Credoc en 1998, la facilité de circulation automobile, la possibilité de stationnement et la facilité de se déplacer à pied ou en vélo ne constituent pas des éléments particulièrement importants pour juger de la qualité de l'environnement du lieu de vacances. Citée en première réponse par 1% à peine des personnes interrogées, la facilité de circulation automobile arrive loin derrière le calme (43% en première réponse) ou la qualité des eaux de baignade (12% en première réponse, témoignant à la fois de l'importance de cette pratique en vacances et de l'impact sur le public des campagnes de communication sur ce sujet).

Si on ne choisit pas son lieu de vacances en fonction de la fluidité de la circulation automobile sur place, ce thème arrive en revanche en tête des éléments d'insatisfaction (15,6% des personnes interrogées le citent), logiquement talonné par le stationnement des voitures (12,5%).

C'est donc un motif important d'insatisfaction, mais pas déterminant dans le choix d'une destination.

L'état de la circulation et du stationnement en ville en période touristique en 1995.

Selon une enquête menée en 1995 par l'Inrets auprès de 230 agglomérations de plus de 20 000 habitants, le stationnement est « difficile » ou « saturé » en période de pointe dans près de 40% des cas, la circulation dans 30 à 40% des cas. Les villes de 20 000 à 50 000 habitants connaissent des difficultés saisonnières plus importantes que les villes de plus de 50 000 habitants, qui n'estiment leur stationnement et leur circulation saturés que dans 3% et 2% des cas. Ces chiffres montrent bien l'étendue du problème lié à la circulation touristique en ville, mais le relativisent également dans une certaine mesure. Plus de 60% des villes ne rencontrent en effet apparemment pas de difficulté supplémentaire de gestion du trafic en période de pointe touristique : il est possible que cette situation s'explique par le départ des habitants des villes concernées, qui a pour effet de limiter le trafic pendant les périodes de vacances.

Les sites et stations touristiques (de moins de 20 000 habitants) semblent donc nettement plus concernés par ces problèmes de saturation que les villes.

b)2 La qualité de l'air et le tourisme en ville

La relation tourisme / environnement se traduit aussi dans la gêne qu'éprouvent les touristes causée par les effets de la circulation automobile, même si celle-ci n'est pas majoritairement d'origine touristique.

Les nuisances environnementales ressenties par les promeneurs en ville

On ne dispose pas d'enquête spécifique auprès des touristes portant sur leur sensibilité aux nuisances urbaines. Néanmoins, une des questions de l'enquête sur les pratiques environnementales des ménages (Insee - Ifen) abordant cet aspect a été posée à un échantillon de personnes s'étant promenées plus d'une heure en ville durant l'année écoulée, sur leur lieu de résidence ou ailleurs. C'est le manque de propreté des trottoirs qui apparaît comme le motif de gêne le plus important (65% des personnes interrogées ont ressenti une gêne fréquente ou occasionnelle), suivi de la densité de la circulation automobile (58%) génératrice de bruit, de pollution et d'entrave à la circulation à pied. 43,5% des personnes déclarent en outre avoir été spécifiquement gênées par la pollution de l'air.

La qualité de l'air dans les sites et les villes touristiques

Les touristes visitant Paris peuvent être parfois exposés à une qualité de l'air médiocre. Les polluants sélectionnés ici ont pour origine principale la circulation automobile, de façon directe pour les poussières (forte responsabilité des moteurs diesel, en particulier) et le dioxyde d'azote (NO₂), de façon indirecte pour l'ozone, polluant secondaire formé à partir des oxydes d'azote et des composés organiques volatils, sous des conditions atmosphériques déterminées. L'objectif n'est pas ici de dire que le tourisme est responsable de cette pollution de l'air, mais qu'il peut-être victime des nuisances de la circulation automobile.

En ce qui concerne les poussières, deux des sites sélectionnés (Tour Saint-Jacques et 13^{ème} arrondissement) ont dépassé à plusieurs reprises au cours de l'année la valeur guide établie au niveau européen, comme 37% des sites suivis en France en 1995. Outre leurs effets sur la santé (altération des fonctions respiratoires, même à faibles doses), les poussières sont responsables d'une dégradation du patrimoine bâti et entraînent des coûts de nettoyage considérables. Trois sites ont également dépassé la valeur de référence de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) pour la concentration moyenne journalière en NO₂ (comme 14% des sites français mesurant ce paramètre en 1995). C'est en général en centre-ville, et sur les sites proches des voies de circulation que les concentrations les plus importantes en NO₂ sont relevées. L'ozone, enfin, a atteint des concentrations dépassant la norme européenne de 180 µg/m³ en moyenne horaire pour cinq des sites sélectionnés. La même année, 62% des stations mesurant ce polluant avaient également dépassé ce seuil, ce qui montre le caractère généralisé de la pollution par l'ozone. Celle-ci affecte également les zones périurbaines, même naturelles, situées sous le vent des agglomérations, comme l'atteste le résultat obtenu dans la forêt de Rambouillet.

3) Réponses et alternatives

L'usage prédominant de la voiture s'enracine dans une organisation de la France touristique (importance de la campagne), dans l'individualisme des Français dans leurs vacances et sans doute dans les choix d'infrastructures aussi. L'automobile est jugée par eux plus confortable et plus pratique.

Plusieurs catégories de réponses peuvent être apportées :

a) Des vacances sans ma voiture (ou presque) ?

L'une des alternatives concernent tous les séjours de vacances sans l'utilisation de la voiture. Ces séjours qui se développent se caractérisent par une recherche de rupture par rapport au quotidien

Il faut citer le tourisme fluvial, le tourisme à vélo, la randonnée.

Ce tourisme ne diminue pas vraiment les impacts sur l'environnement, mais il est intéressant au niveau des mentalités.

Dans les trois cas, tout dépend des incitations et des politiques d'aménagement menées. Par exemple, Voie navigable de France s'est lancé dans le tourisme fluvial en essayant de réaliser des aménagements paysagers des berges de ses rivières et en cherchant à calculer les apports économiques de cette filière.

Le projet de réseau des itinéraires cyclables d'intérêt national, adopté par un CIAT en 1998, a pour but de baliser des routes secondaires de longue distance et de relier plusieurs pays européens.

Un état d'avancement des plans départementaux de promenades et de randonnées a été établi en 1984.

b) Le développement de l'intermodalité

Deux formules existent pour se rendre sur le lieu de vacances : l'auto-train, le train plus auto. L'évolution depuis 1980 de la formule auto-train montre une stagnation, voire une légère diminution.

D'un point de vue environnemental, l'impact positif de cette formule, qui a transporté 250 000 véhicules en 1998, reste assez faible comparé aux 200 millions de voyages personnels annuels des Français en automobile.

c) Sur le lieu de vacances : les circulations douces

Les initiatives de circulation douces ont été très bien étudiées par l'Afit (Agence française d'ingénierie touristique). Gérer le problème automobile dans les sites et les villes touristiques demande une gestion très fine de la circulation et du stationnement : zones de stationnement différenciées (touristes et résidents, selon la durée et l'éloignement du centre ville), incitation et dissuasion (parkings de délestage). De l'avis général, tout commence par une politique de réglementation du stationnement.

La continuité des solutions, depuis le départ en vacances jusqu'au lieu de vacances est un aspect très important. On aura beau offrir des tarifs attractifs en TGV pour partir, si les gens ont besoin de leur véhicule sur leur lieu de vacances, ils partiront en voiture. La location de véhicules individuels (scooters, automobiles), si possibles électriques, dans les sites touristiques, peut-être une solution lorsqu'il n'est pas possible d'utiliser des transports en commun (sites naturels, tourisme rural, habitat dispersé).

Un autre type d'initiative est à signaler : la labellisation environnementale des hébergements, notamment dans les PNR et PN prend de plus en plus en compte un volet transports. Les gîtes Panda (WWF et fédération des gîtes de France) demandent par exemple à leurs adhérents d'aller chercher les touristes à la gare, les PNR incitent les professionnels à se faire livrer en commun, pour éviter des transports de marchandises trop fréquents.

d) le rôle des choix d'infrastructures

Des communes ont mis en place des dessertes par autocar saisonnier. Le fait de pouvoir rendre le territoire accessible par les transports en commun tout au long de l'année influence la répartition modale des déplacements.

4) Construction d'infrastructures, accessibilité du territoire et développement touristique.

a) L'influence des créations d'autoroutes sur le développement touristique.

Le discours actuel est de dire que le tourisme dépend énormément de l'amélioration de l'accessibilité du territoire.

Certains exemples le montrent bien. La création de la ligne TGV Paris-Lille ou la construction de l'A 16 vers la baie de Somme semblent avoir bien relancé le tourisme des régions du Nord. Le tunnel sous la Manche a induit un tourisme anglais de proximité dans le Pas-de-Calais. Les Center Parcs ont une politique d'implantation de leurs installations à moins de 200 km d'un grand bassin de population.

Une carte sur la densité de population à proximité des communes montre qu'elle augmente en fonction de la proximité des zones de chalandise des grandes villes.

Pourtant historiquement, les premières régions touristiques comme la côte d'azur ou la haute Savoie se sont développées à l'écart des grands foyers de population.

Quelle est la situation actuelle ?

L'intensité du tourisme selon d'accessibilité des communes.

Un traitement des informations de l'Inventaire communal (1998) et du Recensement de la population (Insee, 1999) a permis de répartir les communes selon leur temps d'accès à la bretelle d'autoroute la plus proche, puis de calculer la capacité d'accueil touristique et la population moyenne de chaque catégorie de communes.

Sur l'ensemble du territoire, on trouve potentiellement moins d'habitants que de touristes dès qu'on se situe à plus d'une heure d'autoroute, alors que la population a tendance à se concentrer à proximité des grandes infrastructures de transport (qui ont sans doute été construites parce que la population s'y trouvait déjà).

Par contre le tourisme naît « en creux », à l'écart du système urbain existant. Historiquement, on ne peut pas dire que les conditions d'accessibilité soient déterminantes.

L'approche par type d'espace est nettement diversifiée : la haute montagne semble n'être peuplée que de touristes et est peu sensible à l'éloignement par rapport à l'autoroute. Le littoral garde de fortes concentrations d'habitants et de touristes quelque soit cet éloignement. Curieusement, les plus fortes concentrations d'habitants se trouvent à moins de 15 minutes des autoroutes, et à plus d'une heure: faut-il y voir deux types d'installations humaines sur le littoral : une plus professionnelle, et donc plus sensible aux conditions de desserte, l'autre plus résidentielle, et donc plus sensible à la qualité de l'environnement ? Ceci est peut-être également lié à la capacité du tourisme à « préparer » l'installation de résidents permanents en amenant avec lui les équipements de base (transports...), et donc à induire une artificialisation plus permanente de ces espaces.

En zone rurale, la capacité d'accueil moyenne augmente avec l'éloignement de l'autoroute, alors que la population diminue. **Le tourisme, en occupant des lieux délaissés par leurs habitants, semble donc capable de repeupler, en dépit des difficultés d'accès et même si c'est de manière saisonnière, ces zones rurales éloignées.**

L'évolution entre 1988 et 1998.

Deux cartes de la France montrent côte à côte :

- l'évolution de la distance des communes à la bretelle d'autoroute la plus proche entre 1988 et 1998,
- l'évolution de la capacité d'hébergement entre 1990 et 1990.

Les créations récentes d'infrastructures ont grandement modifié les conditions d'accès des communes françaises entre 1988 et 1998 ; la desserte autoroutière de près de la moitié d'entre elles s'est améliorée.

. Dans une approche France entière, l'effet des constructions d'autoroutes sur la création d'hébergements est assez net, et entraîne surtout un développement des résidences secondaires (+14,5% en moyenne pour un rapprochement de plus de 50 km contre +7,6% sans rapprochement), alors que l'effet est quasiment nul pour les hébergements marchands (-11,8% contre -10,6%). Il semble donc que **l'accessibilité joue un rôle important dans l'implantation des résidences secondaires**, ce qui paraît logique, étant donné l'usage de courts séjours qui en est fait. Par ailleurs, cet effet est plus net quand le rapprochement est important : les communes s'étant rapprochées de 5 à 20 km et de 20 à 50 km ont vu leurs hébergements se développer moins vite que celles s'étant rapproché de plus de 50 km.

La campagne et la montagne sont les espaces les plus sensibles à cette amélioration de l'accessibilité, avec respectivement 4,7% et 7,9% d'augmentation de capacité d'accueil pour plus de 50 km de rapprochement, contre -0,5% et 1,2% pour une stabilité de la distance à l'autoroute. En revanche, les autoroutes n'ont aucun effet significatif sur le littoral (8,3% contre 8,6% pour les mêmes catégories de communes que précédemment). Ceci est probablement dû à une certaine saturation de cet espace, et au fait que le développement touristique s'y explique par d'autres raisons, notamment l'existence de concentrations d'hébergements anciennes et qui continuent à se développer.

S'il est un endroit où l'impact de la construction d'infrastructures sur le développement des hébergements touristiques est indéniable, c'est **les entrées de ville**. L'autoroute attire les hébergements qui induisent une circulation automobile et une utilisation incontournable de la voiture. C'est la confirmation du développement de l'hôtellerie péri-urbaine et de l'émergence d'un hébergement d'étapes dans les entrées de ville, aussi utilisé pour le tourisme d'agrément.

b) Le rôle du tourisme dans la création d'autoroutes.

Le tourisme joue plus ou moins un rôle.

L'argument « trafic » ne semblait pas pouvoir justifier les infrastructures à profil de trafic très saisonniers que nous avons étudiées, avec pour certaines un trafic moyen faible. Reste l'argument « desserte, désenclavement » du territoire et « tourisme ».

L'argument « tourisme » a été souvent avancé pour des infrastructures qui ne sont parfois utilisées à pleine capacité que quelques jours par an.

Discussion

Y. TUGAYE : il faut comparer l'hébergement qui a augmenté avec l'accessibilité. Par exemple, il est préférable de s'installer dans une station des Alpes du Nord plutôt que dans les Alpes du Sud grâce aux autoroutes permettant d'y accéder depuis Paris.

G. DUBOIS : on calcule pour chaque catégorie de commune en fonction de son temps d'accès à l'autoroute en 1998, sa population moyenne et sa capacité d'accueil moyenne.

On voit en montagne les effets dont vous parlez, c'est-à-dire, une population moyenne assez faible et qui diminue très vite en fonction de l'éloignement à l'autoroute. Par contre, la capacité d'accueil, donc le tourisme, est plus forte et diminue moins vite que la population en fonction de l'éloignement à l'autoroute. Elle a même tendance à augmenter à plus d'une heure d'autoroute.

C'est encore plus marquant à la campagne où la capacité d'accueil moyenne augmente en fonction de l'éloignement à l'autoroute et où la population diminue.

A plus d'une heure d'autoroute, il y a autant d'habitants que de touristes dans les communes. Le tourisme peut repeupler les campagnes !

Y. TUGAYE : vous n'avez pas évoqué un sujet qui est tout aussi important. C'est le rejet croissant par les populations des vallées alpines du trafic de marchandises et de la réouverture du tunnel du Mont blanc non pas au trafic touristique mais au trafic de marchandises. C'est un signal d'alerte, peut-être un phénomène porteur d'avenir.

G. DUBOIS : on ne peut pas dire que les stations touristiques soient gênées par le fond de la vallée. Par contre les questions d'imaginaire sont très importantes.

Le fait d'être gêné sur le chemin des vacances par des files de camions remet certainement en cause une certaine idée de la montagne.

Lionel FORTIN : qui a réellement mesuré ce qu'était la pollution de l'air à Chamonix ? Qui a fait des mesures de bruit dans ces vallées ?

J'aimerais savoir si la pollution à Paris s'améliore ou pas. Je crois savoir quand on regarde les chiffres que cela s'arrange.

L. SERVANT : les médecins constatent l'accroissement d'asthmatiques. Le nombre d'enfants asthmatiques a doublé en dix ans.

P. CHOLET : Pourquoi y a-t-il plus d'asthmatiques maintenant qu'avant spécialement dans les pays civilisés ? D'après les médecins, c'est parce que nous sommes dans des civilisations sur-médicalisées, donc l'organisme est hyper protégé et il sur-réagit à des micro agressions. Les asthmatiques sont plus sensibles à la pollution de l'air que les non-asthmatiques. Il faut d'autant plus se préoccuper de la qualité de l'air.

L. FORTIN : en valeur absolue, le CO² augmente parce que le trafic augmente plus vite que les performances. Pour l'ensemble des autres polluants, c'est l'inverse.

G. DUBOIS : il y a une contradiction entre demande de nature et demande de transport. Il est sur que la demande de nature induit une demande de transport.

Y. TUGAYE : les stations de ski sans voitures sont celles qui marchent le mieux.

G. DUBOIS : il y a des initiatives de labellisation des hébergements qui intègrent maintenant un volet transport. Dans le cas des gîtes PANDA, il est prévu d'aller chercher les clients à la gare, s'ils le demandent. Les parcs naturels incitent les promotionnels du tourisme à se faire livrer leurs marchandises en commun.

Liste des participants à la réunion du 31 janvier 2001

Intervenants :

BELLANGER François	Transit Consulting
CHOLET Philippe	PSA
DUBOIS Ghislain	IFEN
JOLARD Jean-Louis	SNCF
KOVACSHAZY Marie-Christine	Direction du Tourisme
LAVOUX Thierry	IFEN
PAYZAN Fabien	RENAULT
POTIER Françoise	INRETS
PREEL Bernard	BIPE
SPIRE Denis	Syndicat des véhicules de loisirs

Participants

ANDAN Odile	L.E.T. Lyon
ANTOINE Jacques	CESEM opinion
BIARD Florent	MATRA Automobile
BONNET Michel	METL/PUCA
BRENU Alcyone	Groupe interministériel Véhicules électriques
BRIFAUT Nicolas	NESTLE (out of home), stagiaire
BRUN Gérard	METL/DRAST
BUREAU Noël	Consultant
CARLES Patrick	SARECO
CHAPULUT Jean-Noël	METL/CGPC
COSTE Jean-François	AIPCR
D'AUTUMNE Agnès	METL/DAEI/SES
DANIEL Martine	METL/PREDIT
DE LALONDES Sandrine	DREIF/DIT
DE VENDEUVRE Eliane	METL/DRAST/CPVS
DELGOSHA Shahrzad	SNCF
DUBEL Jean-Pierre	DREIF
ESPINASSE Catherine	Consultante
FORTIN Lionel	METL/DR/PB
GAGNEUR Jacques	MTI Conseil
GALLAND Jean-Pierre	METL/DRAST/CPVS
GIRAULT Maurice	METL/DAEI/SES
GRANCHER Madeleine	METL/CGPC
GUGGENHEIM Abel	FNAUT
HEDDEBAUT Odile	INRETS
LALIERE Marc	Consultant
LAPIERRE Elisabeth	STIF
LAVERGNE Richard	MINEFI – Observatoire de l'énergie
LE GAL François	ARENE Ile de France
MADRE Jean-Loup	INRETS
MOUANGUE Serge	RENAULT/design industriel
NUGUE Brigitte	AFIT (tourisme)

POCHET Pascal
SAGE Elisabeth
SANCHEZ Bernard
SAUVANT Alain
SERVANT Louis
SICSIC Josette
THEBERT Marianne
THEYS Jacques
TUGAYE Yves
WACHTER Serge
YGUEL Francis

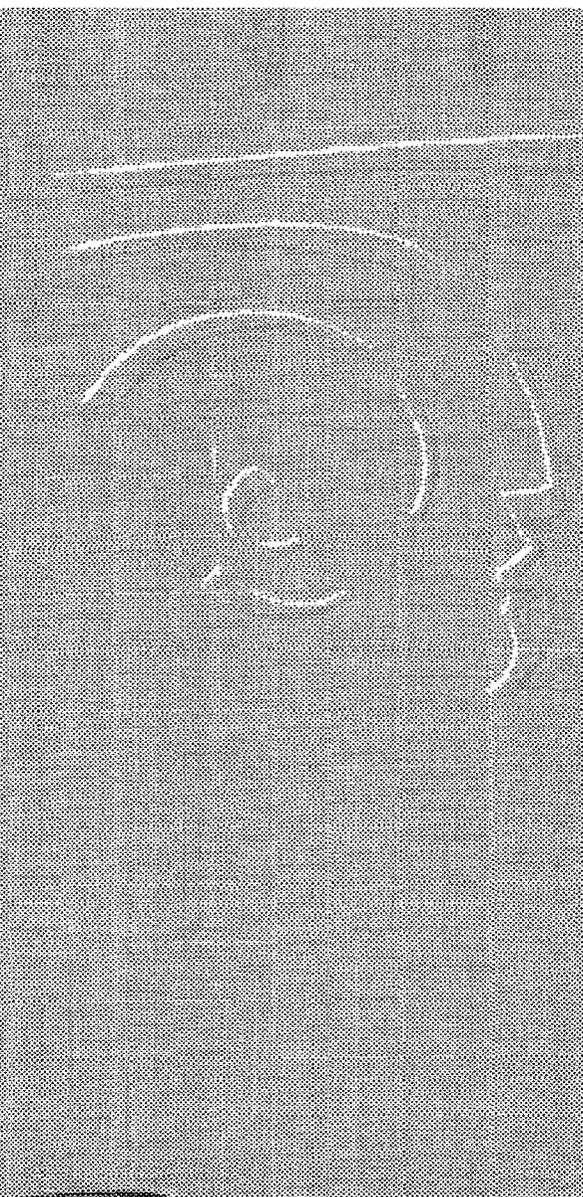
L.E.T.
PSA Peugeot Citroën
ENERDATA
METL/DAEI/SES
IAURIF
Touriscopie
Université PARIS X/PSA
METL/CPVS
METL/PREDIT
METL//DRAST/CPVS
METL/PREDIT

ANNEXE 1

PANORAMA DE L'OFFRE DE LA CLIENTELE EN FRANCE ET EN EUROPE

Fabien PAYZAN, Renault, Direction du produit.

Photocopies de transparents



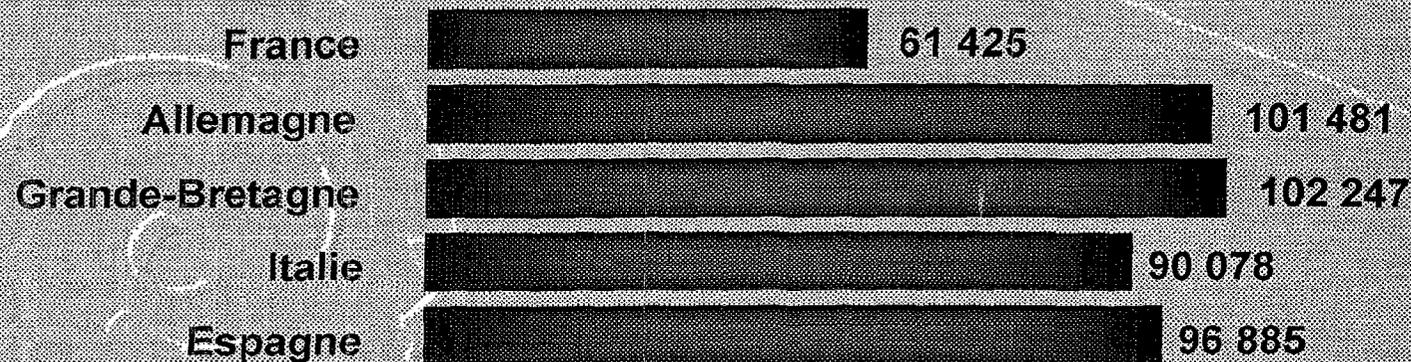
De Suzuki Jimny à Mercedes Classe M...

**Panorama de l'offre et de la clientèle 4X4
en France et en Europe**

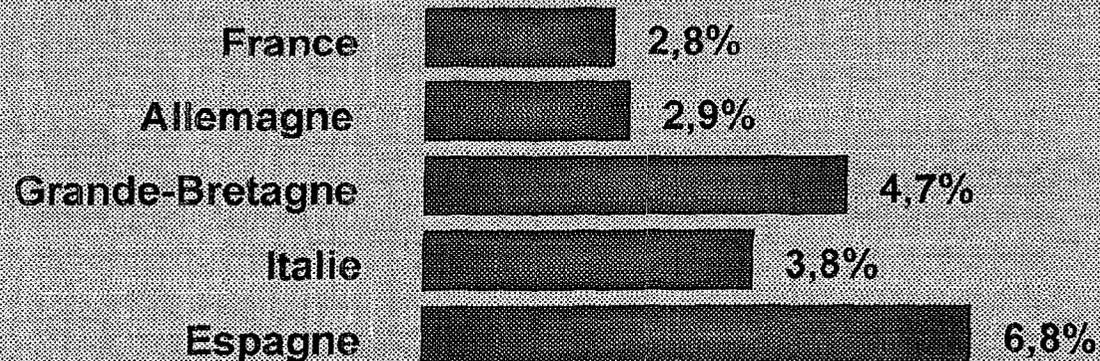
Le poids des 4X4, en volume et en pénétration sur le MTM

Proposition de segmentation

Le marché des 4X4 en volume (11/99 -> 10/00)



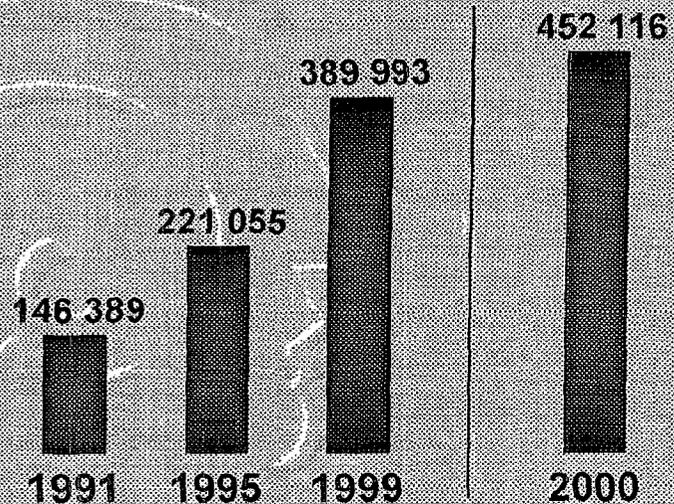
Le marché des 4X4 en pénétration sur le MTM (11/99 -> 10/00)



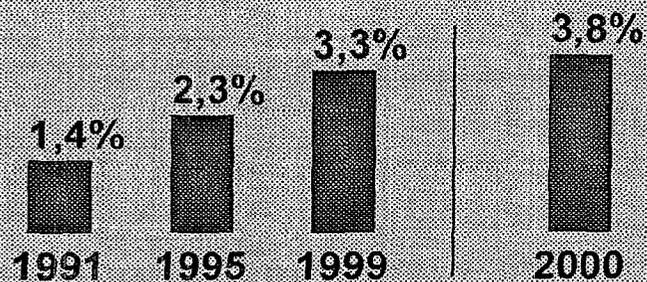
Evolution du poids des 4X4, en pénétration sur le MTM des 5 Grands

Proposition de segmentation

Evolution des ventes de 4X4 sur les 5 Grands



Evolution de la pénétration des 4X4 sur le MTM européen (5 Grands)



La clientèle de Mercedes Classe M

Prix moyen payé à l'achat : 291 KF

Citation 4X4

Classe M est le plus masculin des 4X4 (7% de femmes seulement)

→ un taux au niveau des berlines de S1 mais inférieur aux breaks de S1.

46 ans d'âge moyen soit seulement 3 ans de plus que les Grands monospaces

- 10 ans de moins que les berlines de S1 et S2, 2 ans de moins que les breaks de S1
- «en ligne» avec les autres 4X4
- 7% seulement de retraités, c'est peu pour un 4X4 et exceptionnel pour Mercedes !

Pas bien vieux mais déjà très riches...

Les revenus des possesseurs de Classe M sont proches de ceux de la clientèle S2.

- 613 KF annuels bruts soit -6% / S2, +21% / breaks de S1, +85% / Gds. monospaces
- nettement au-dessus de Discovery (+55%)

Plus d'1 client sur 2 est patron / gros commerçant / profession libérale (56%)

- un niveau bien supérieur au S1 (berlines et breaks) et au S2.
- une explication essentiellement socio-économique
- les cadres sup. représentent 17% des clients (taux «en ligne» avec l'univers 4X4)

Classe M se révèle aussi familial que Freelander 5P : 60% de foyers avec enfant(s)

- le plus familial des 4X4 avec Freelander
- point de rupture forte avec les berlines de S1 et de S2, proche des breaks de S1.

60% des possesseurs de Classe M ne font jamais de tout-terrain

- un des taux les plus bas des 4X4