



54ème colloque
ASRDLF

5-7 juillet 2017, Athènes, Grèce



15th conference
ERSA-GR



Les défis de développement pour les villes et les régions dans une Europe en mutation

Evènementiel et complémentarités des habitants et des touristes. Le cas du marché de Noël des Champs Elysées

Mme Marie DELAPLACE

UPEM LAB'URBA EUP Professeure

Bâtiment Bienvenue A 306 77420 CHAMPS SUR MARNE SEINE ET MARNE

France

marie.delaplace@u-pem.fr

Mme Leila KEBIR

EIVP-Lab'Urba UPE Enseignante-chercheure

80 rue Rebeval 75019 Paris France

leila.kebir@eivp-paris.fr

Mme Emmanuelle GAUTHERAT

URCA Regards MCF

57BIS rue Pierre Taittinger 51096 REIMS MARNE France

emmanuelle.gautherat@gmail.com

Référence à la session / reference to the session

S 11

Résumé / Summary

Au-delà des patrimoines touristiques dont elles disposent, les villes développent des événements de façon à attirer les touristes, ce que Boogaarts (1992) qualifiait de festivalisation de la ville : festivals de différentes natures, plages en ville, événements sportifs, mises en lumière des bâtiments, thématisations éphémères des monuments sont autant d'événements destinés à renouveler les destinations touristiques, attirer et faire revenir les touristes dans un contexte de concurrence importante. «Events are both animators of destination attractiveness but more fundamentally as key marketing propositions in the promotion of places given the increasingly global competitiveness to attract visitor spending» (Getz and Page, 2016, p. 593).

Dans la lignée de la théorie de la base (Hoyt, 1954) les touristes présents sur un territoire y réalisent des dépenses qui accroissent les revenus disponibles sur ce territoire, ce qui permet d'enclencher une dynamique économique pouvant bénéficier aux résidents (Davezies, 2008, Pecqueur et Talandier, 2011). En contribuant à accroître la demande de biens et de services sur un territoire donné, le tourisme permet de rendre viables des activités qui ne le seraient pas ou plus difficilement sans lui. Mais inversement la demande et l'activité des habitants permettent de pérenniser des événements qui ne le seraient peut-être

pas sans elles. « Residents and domestic visitors provide a substitutable form of demand stimulated by events. » (Getz and Page, 2016, p.593). En effet ces évènements bénéficient aussi aux habitants, qui participent de surcroît parfois à leur mise en œuvre.

Les touristes côtoient ainsi les habitants lors de ces évènements. Leurs usages respectifs des lieux des évènements (type d'usage, temporalité) sont tout à la fois semblables et différents. Semblables lorsque touristes et habitants assistent à un même concert ; différents lorsque les habitants travaillent aux évènements auxquels vont participer les touristes.

Mais touristes et habitants peuvent également être en conflit en termes d'usage des lieux lors de ces évènements. Ainsi la piétonisation des berges de la Seine lors de Paris-Plage permet d'attirer des touristes (même si cette attractivité est difficile à mesurer (Pradel et Simon, 2012)) et bénéficie à certains résidents d'Ile de France. Mais la pérennisation de cette piétonisation est contestée parce qu'elle entrave les déplacements de certains habitants d'Ile de France. De même l'afflux de « teufeurs » dans des rave-party est souvent décrié par les habitants et les propriétaires des champs dans lesquels elles se déroulent.

L'objectif de cette communication est de questionner les usages respectifs des touristes et des habitants, d'identifier leurs antagonismes et leur complémentarités éventuelles, dans le cadre d'un tourisme évènementiel urbain. Le tourisme urbain peut-être défini comme « l'ensemble des ressources et activités touristiques implantées en ville, stations mises à part, et proposées aux visiteurs extérieurs (...) à des fins de loisirs, d'affaires et autres motifs » (Vighetti, 1994). Ce tourisme urbain est caractérisé, d'une part, par le fait qu'il regroupe des activités diverses (visites de musées, de monuments, gastronomie, shopping, évènementiel, etc.) dont bénéficient également les habitants. « La ville n'est pas un bien de consommation classique » (Cazes et Potier, 1996, p. 38). La diversité des activités qu'elle autorise induit une diversité des motivations de fréquentation. D'autre part, le tourisme urbain n'est jamais la seule activité existant dans les villes même très touristiques et ces dernières ne sont donc pas dépendantes de cette seule activité. Ainsi le tourisme urbain et les activités qui y sont pratiquées seraient plus à même de résister à une diminution du nombre de tourisme. L'hypothèse que nous souhaitons tester est celle de la complémentarité des habitants vis-à-vis des touristes dans les destinations touristiques urbaines et plus particulièrement lors d'évènements dans ces destinations. Lorsque la demande touristique se réduit, la demande des résidents permet de maintenir des évènements.

L'analyse sera illustrée par une enquête réalisée sur le marché de Noël des Champs Elysées du 7 décembre 2015 au 10 janvier 2016, après les attentats de Novembre 2015 à Paris. 800 questionnaires ont été collectés. Leur analyse montre la présence importante des résidents en Ile de France (69% des visiteurs dont 30,7% résidant à Paris) contre 9,9% de touristes et d'excursionnistes internationaux et 21,3% de touristes et d'excursionnistes français. Alors que le nombre de touristes a chuté de façon importante, le marché a néanmoins attiré de nombreux habitants d'Ile de France. Toutefois, l'analyse met en évidence des motivations et des pratiques en termes d'achat différenciées.

Mots clefs: Evènementiel, usages, complémentarités habitants touristes

Bibliographie / Bibliography

- Boogaarts I., 1992, La festivalomanie : A la recherche du public marchand, Les Annales de la recherche urbaine, Vol. 57-58, N°1, p. 115-119
- Cazes G. et Potier F., 1996, Le tourisme urbain, PUF, Que sais-je ?
- Davezies L., La République et ses territoires. La circulation invisible des richesses, Seuil, Paris, 2008.
- DGE, 2016, Le tourisme des Français en 2015 : les destinations françaises et l'hébergement marchand résident, Etudes économiques, N° 57
- Getz D. and Page S. J., 2016, Progress and prospects for event tourism research, Progress in Tourism Management , Tourism Management, 52, 593-631
- Hoyt H., 1954, On development of Economic Base Concept, Land Economics, p. 182-186.
- Pecqueur B., Talandier M., « Les territoires à base économique résidentielle et touristique », Revue Territoires 2040 de la Datar, juin, 2011.

Pradel, B. et Simon, G. 2012. « Quand le citoyen joue au plagiste. Paris Plages, des référents touristiques dans le quotidien urbain », *Espaces et Sociétés*, n° 151, p. 69-84.

Vighetti JB, 1994, Qu'est-ce que le tourisme urbain ? *Cahier Espaces, Espaces tourisme & loisirs*, 39, p. 31-35