



PROJECT MUSE®

L'espace touristique

Cazelais, Normand, Nadeau, Roger

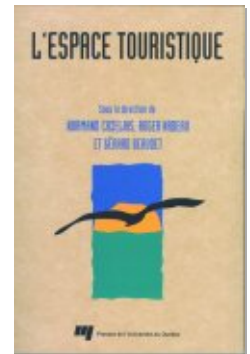
Published by Presses de l'Université du Québec

Cazelais, Normand and Roger Nadeau.

L'espace touristique.

Presses de l'Université du Québec, 1999.

Project MUSE.muse.jhu.edu/book/16089.



➔ For additional information about this book

<https://muse.jhu.edu/book/16089>

Table des matières

Présentation

L'espace touristique	
Points de vue du Québec	1

Chapitre 1 L'espace touristique	
québécois contemporain	5

1. Les caractéristiques de l'espace touristique	8
1.1. Un espace mental	8
1.2. Un espace de désir	9
1.3. Un espace de services, « duplicateur » de fonctions	12
2. La géographie de l'espace touristique	13
2.1. La notion d'échelle	13
2.2. Terminologie géographique	16
2.3. La définition d'une région touristique	18
3. Les attraits, facteurs déterminants de l'espace touristique	20
3.1. Attraits touristiques et plus-value	21
3.2. La reconnaissance d'un attrait touristique	23
3.3. Attrait touristique et transformation de l'espace	24
3.4. L'intention et la portée d'un attrait touristique	25

4. Les différents types d'espaces	28
4.1. La vocation dominante d'un espace touristique	28
4.2. La villégiature : résidences secondaires, hôtellerie de séjour et croisières	30
4.3. Les itinéraires touristiques	36
5. Espace touristique, résidents et visiteurs	39
5.1. Visiteurs et visités : un rapport différent avec l'espace touristique	41
5.2. Une appropriation souvent conflictuelle de l'espace	42
5.3. L'envers de l'achalandage	43
5.4. Une économie aux pieds d'argile	44
6. Enjeux environnementaux	48
6.1. L'authenticité des paysages	48
6.2. La compréhension des paysages	49
6.3. Tourisme et écologie	52
6.4. Des ressources naturelles fragilisées	54
6.5. L'écotourisme	57
7. Conclusion	60
Chapitre 2 Tourisme et environnement	61
1. Problématique	63
1.1. L'espace touristifié	64
1.2. Le tourisme réfléchi	69
1.3. L'écotourisme	73
2. La capacité de support	75
2.1. L'étude d'impact	81
2.2. Le zonage	82
2.3. Normes et ratios d'intensité	83
2.4. D'autres outils	92
3. L'aménagement touristique	94
3.1. Les concepts	94
3.2. Application : aménager un terrain de camping	100
3.3. Autres applications	115
3.4. Du souci du détail et du jugement	124
4. Conclusion	130

Chapitre 3 Esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature l'exemple du Québec	133
1. La géographie du tourisme	137
1.1. L' attractivité des sites	137
1.2. La mobilité et la compétence des acteurs	141
1.3. La catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature	143
2. La géographie du tourisme au Québec	144
2.1. La diffusion du tourisme et de la villégiature	147
2.2. L'aménagement des aires du tourisme et de la villégiature	148
3. Le Québec dans le Nord-Est américain esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature	152
3.1. Les trois phases de développement du tourisme au Québec	152
3.2. Un modèle d'espace hétérogène	160
3.3. Les positions inchoatives des premières trajectoires du tourisme et de la villégiature	163
3.4. La formation d'un <i>tourism belt</i> : 1850-1930	164
3.5. Le tourisme et la villégiature populaires : 1930-1980	183
3.6. Retour à la case départ : 1980-1998	189
4. Conclusion	193
4.1. L' attractivité des positions	193
4.2. La mobilité et la compétence des acteurs	194
4.3. La catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature	194

Chapitre 4 L'émergence des lieux du tourisme et de la villégiature	197
A. Permanence paysagère et consommation touristique le cas du Vieux-Québec	197
1. Les guides romantiques : les années 1830 à 1860	199
1.1. Le code pittoresque anglais et l'espace de la ville	200
1.2. Le voyageur-découvreur : l'ami américain	201
1.3. La ville historique où il fait bon vivre	201
2. Les guides de l'ère industrielle : les années 1870 à 1890	202
2.1. Naissance d'un code concret d'utilisation de l'espace de la ville et de l'espace du guide	203
2.2. Les touristes distingués ceux des <i>steamers</i> et du <i>railway</i>	205
2.3. La ville différente, hors du temps et exotique	206
3. Les guides modernes : le tournant du siècle	207
3.1. Le code instrumental ; vers un espace éclaté	207
3.2. Les touristes internationaux ceux des paquebots et de l'automobile	209
3.3. La ville européenne idéalisée au passé indéfini	210
4. Conclusion	212
B. Voyage au pays de l'identité De la définition d'un paysage touristique à la création de la spécificité culturelle canadienne-française	213
1. Du <i>vacationscape</i> au <i>culturescape</i>	216
2. Tourisme et nationalisme au Québec	218
3. La mise en place du décor le « pays » des traditions perdues	219
4. Mise en tourisme ou mythification identitaire ?	220
5. La fabrication du <i>vacationscape</i> de la « French Canadian Province »	223
6. Le paradigme « traditionnel / historique » et le paradigme « français »	223

7. Codifier le « cachet national canadien-français » : du paysage touristique au discours nationaliste sur l'identité	225
8. Tourisme institutionnalisé et identité stéréotypée	228
9. Inventorier pour savoir reproduire, ou pour construire plus et mieux	229
10. Ferme de Jacques Cartier ou vallons charlevoisiens deux modèles, une idéologie	230
11. Le paysage touristique, organe agissant de la vie nationale	232
12. De la fabrication à l'exégèse: construire l'héritage	236
C. L'insertion du patrimoine industriel dans l'infrastructure touristique problèmes d'attrait et d'authenticité	237
1. L'industrie et le territoire	239
2. La « pratique » du patrimoine industriel	241
3. Le patrimoine industriel comme ressource touristique	242
4. L'interprétation, la mise en valeur et le « produit touristique »	244
5. Une perspective écologiste	247
Conclusion	249
Bibliographie	251
Index	277

