

## Hébergement touristique

On nomme **hébergement touristique** tout hébergement pouvant accueillir régulièrement ou plus occasionnellement des touristes. En France, l'**Insee** classe dans cette catégorie « les hôtels, campings, hébergements en meublés de courte durée, résidences de tourisme, centres de villégiatures, centres de vacances pour enfants et adolescents, auberges de jeunesse et refuges, etc. »

Ces hébergements sont d'une nature extrêmement variée, à l'image des **pratiques touristiques**. À partir des formes historiques d'hébergement des **voyageurs**, les modes utilisés par les touristes n'ont en effet cessé de se diversifier. Pendant des siècles, l'hébergement était assuré chez l'habitant, dans des monastères, des auberges ou des relais de poste. Les premiers touristes ont détourné ces moyens d'hébergement avant que des formes spécifiques n'apparaissent. L'afflux des touristes a rapidement incité à des créations d'établissements spécialisés (Knafou, 2011). Quatre grands types d'hébergements marchands organisent aujourd'hui le secteur, sans qu'ils le résument : les hôtels, les hôtels-clubs, les résidences de tourisme et les campings.

**Les hôtels** peuvent correspondre à des entreprises autonomes, forme la plus ancienne de l'hébergement touristique, ou appartenir à des chaînes intégrées. Ces dernières sont apparues en 1901 aux États-Unis, mais c'est Conrad Hilton dans les années 1920 qui est à l'origine du véritable essor de cette formule. En 1964, Jacques Borel adapte cette formule de chaînes intégrées en France et fonde le groupe Accor, qui diversifie ses activités de l'hôtel de luxe (Sofitel) à l'hôtel bon marché (Formule 1) et se positionne ainsi comme un des **leaders** mondiaux de l'hôtellerie (6<sup>e</sup> rang mondial en 2023, cependant loin derrière l'américain Marriott International). Le succès de ces chaînes intégrées tient à trois facteurs principaux : homogénéité du **produit touristique**, qui peut rassurer au-delà de l'**altérité** ressentie des **lieux**, réservation centralisée optimisant les **taux d'occupation** et système de franchise peu risqué et propice à la diffusion spatiale.

**Les hôtels-clubs** correspondent à une diversification qui s'est réalisée en filiation avec l'hôtel. La structure de l'établissement qui associe le repos au **loisir** permet au touriste de se couper d'un environnement dont l'**altérité** ressentie peut être mal-vécue. L'hôtel-club se situe à mi-chemin entre l'hôtel et le **village de vacances**, apparu à la fin des années 1930 en Angleterre. L'innovation principale des hôtels-clubs a été de marier les fonctions d'animation à celle d'hébergement. Le Club Méditerranée (« Club Med ») en est la formule archétypale.

Le terme de **resort** relève d'un anglicisme en français. Il ne désigne pas comme en anglais une **station** (*a seaside resort* : une station balnéaire) mais un complexe hôtelier souvent de luxe aménagé par un même promoteur et proposant en plus de l'hébergement des services comme des activités sportives ou de bien-être. Fonctionnant comme une **enclave** et comme une **hétérotopie**, il s'étend en général sur plusieurs hectares, ce qui permet l'aménagement de jardins voire d'un golf. Ils se situent souvent en bord de mer.

**Les résidences de tourisme** s'inscrivent dans la double filiation de l'hôtel et des **villages de vacances**. La formule est originale à la fois par ses équipements, conférant davantage d'autonomie au touriste (coin cuisine...) et dans l'innovation du temps partagé ou *time sharing*. La formule des résidences de tourisme convient particulièrement aux touristes cherchant surtout à être autonomes. Elles séduisent de plus en plus de touristes en **ville**, avec le développement de certaines chaînes comme les Citadines en France.

**Le camping** est né du scoutisme, né en réponse à des problèmes d'hébergement rencontrés lors de l'organisation d'événements sportifs au début du XX<sup>e</sup> siècle. Après des débuts comme forme d'hébergement touristique pratiquée par une élite sportive, le camping devient une forme d'hébergement bon marché recherchée pour l'autonomie qu'elle procure. L'évolution actuelle est marquée par l'élargissement du spectre social : la tente cohabite désormais avec des hébergements plus confortables, comme la caravane, le *mobil home* ou le *bungalow*. Les campings peuvent posséder jusqu'à 4 étoiles et se rapprochent alors des hôtels-clubs. Malgré l'apparition récente de chaînes, le camping demeure largement un secteur peu structuré et dominé par la petite entreprise.

À ces quatre grands types d'hébergements marchands, s'en ajoutent maints autres, plus ou moins marqués par un souci de distinction sociale : **chambres d'hôte**, cabanes dans les arbres, yourtes, roulottes, igloos... De plus en plus intégrés au capitalisme marchand mondialisé par l'emprise croissante de l'économie numérique, notamment de la plateforme **Airbnb**.

Il convient cependant de bien garder en tête que la majorité des touristes, en particulier domestiques (à l'intérieur d'un pays) ont recours à l'hébergement non-marchand, soit chez la famille, chez des amis ou dans une **résidence secondaire**, phénomène particulièrement développé en France (elles étaient plus de 3,3 millions en 2018 d'après l'INSEE). Par son caractère informel, ce type d'hébergements est pourtant le plus mal connu des **statistiques**.

(ST) janvier 2011, dernières modifications (JBB, SB et CB) septembre 2023.

---

### Références citées

- INSEE - Hébergement collectif touristique. Hébergement touristique.
- Rémy Knafou, « Le tourisme, indicateur et outil de transformation du Monde », *Géococonfluences*, février 2011.

### Pour compléter avec Géococonfluences

- Victor Piganiol et Vincent Aulnay, « Carte à la une. La France d'AirBnB », *Géococonfluences*, mai 2021.