



HAL
open science

L'économie de passage, un flot ordinaire qui rythme et irrigue l'économie des territoires

Jean-François Ruault

► **To cite this version:**

Jean-François Ruault. L'économie de passage, un flot ordinaire qui rythme et irrigue l'économie des territoires. *Revue Marketing Territorial*, 2019, 2, pp.8. hal-02608676

HAL Id: hal-02608676

<https://hal.inrae.fr/hal-02608676>

Submitted on 7 Jul 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Toggle navigation

-
- [PUBLIS-SHS](#)
- [Portail des publications](#)
- [Accès direct](#)
 - [CÉRÉdI](#)
 - [ERAC](#)
 - [Revue Marketing Territorial](#)



-
-
-

MARKE TING REVUE erritorial

Rechercher... [Index](#) [Auteurs](#) [Mots-clés](#) [Keywords](#)[Autour de la revue](#) [Partenariats et collaborations](#) [Les évaluateurs de la RMT](#)[La revue](#) [Projet scientifique](#) [Ligne éditoriale](#) [Les trois rubriques](#) [Comité éditorial](#) [Recommandations aux auteurs](#)[Cliquez ici pour tous les numéros en texte intégral](#) [10 / hiver 2023](#) [9 / été 2022](#) [8 / hiver 2021](#) [7 / été 2020](#) [6 / hiver 2019](#)

Afficher le menu

1. [Accueil](#)
2. [Cliquez ici pour tous les numéros en texte intégral](#)
3. [2 / hiver 2019](#)
4. [Synthèses](#)

[Sommaire](#)

2 / hiver 2019 numéro varia

[Editorial](#)

- [Charles-Edouard Houllier-Guibert](#) [Une variété de statut pour écrire dans le champ du marketing territorial](#)

[Articles](#)

- [Eric Rémy](#) [L'identité régionale par la consommation](#)
- [Jean-Michel Tobelem et Fabrice Thuriot](#) [Qu'est-ce qu'un équipement culturel structurant ?](#)
- [Basile Michel](#) [Dynamiques de réseau et image de marque dans les quartiers créatifs spontanés. Le cas du quartier des Olivettes à Nantes](#)
- [Emilie Bonnet et Anne-Sarah Moalic](#) [Structure et stratégie des agences de marketing territorial : co-construction et mobilisations en Normandie](#)

[Synthèses](#)

- [Jean-François Ruault](#) [Résumé de thèse : l'économie de passage, un flot ordinaire qui rythme et irrigue l'économie des territoires](#)
- [André Joyal](#) [Compte-rendu d'ouvrage. Éloges de la diversité : Dynamiques territoriales](#)
[Olivier Bouba-Olga – 2018 – 100 pages](#)
- [Arnaud Brennetot, Clarisse Didelon-Loiseau, Pascale Nédélec, Laura Péaud, Alfonso Pinto, Bertrand Pleven, Géraldine Molina, Caroline Tafani et Dominique Prunetti](#) [Compte-rendu du colloque du CIST 2018 - « Représenter les territoires »](#)

[Image et Territoire](#)

- [Roman Stadnicki](#) [Les revers de l'image : la publicité urbanistique dans les pays du Golfe](#)

Résumé de thèse : l'économie de passage, un flot ordinaire qui rythme et irrigue l'économie des territoires

Jean-François Ruault

- [Plan](#)
- [Texte intégral](#)
- [Bibliographie](#)
- [Notes](#)
- [Citation](#)
- [Auteur](#)

Plan

[Introduction : des flux de consommateurs que l'on ne saurait voir](#)

[1. Des passants pas si absents](#)

[2. Des espaces qui se développent par l'économie de passage](#)

[Discussion : des flux de consommateurs que l'on ne saurait ignorer](#)

Texte intégral

[Introduction : des flux de consommateurs que l'on ne saurait voir](#)

1Le territoire de sens commun est peuplé à hauteur du nombre de ses résidents à l'année, voire, sur le plan politique, à hauteur de sa base électorale. Pour les collectivités locales, le nombre d'habitants est un référentiel qui conditionne par exemple le montant des dotations globales que fournit l'État aux communes, ou encore l'importance des recettes fiscales perçues par ces dernières. Or, pour nombre d'entre-elles, à commercer par les municipalités des villes-centres, elles doivent assumer la provision d'équipements et de services pour bien plus que leurs seuls administrés. Le fait est que les habitants ne sont pas assignés à résidence, les électeurs ne sont pas contraints de prendre part au vote, il n'existe pas non plus de barrière à l'entrée du territoire. Un Parisien s'absenterait ainsi en moyenne 43 jours par an pour des motivations touristiques (Terrier, 2007). À l'été, des départements comme les Hautes-Alpes ou les Landes voient leur population doublée (Terrier et al., 2005), tandis que certaines communes balnéaires ou « festivières » voient leur population multipliée par 100, si ce n'est plus. En généralisant, le fait est que les mobilités quotidiennes bouleversent sans cesse le peuplement des territoires : ceux où se concentre l'emploi se remplissent en semaine, tandis que les villes-dortoirs se vident. Quand les communes périurbaines « tombent de sommeil » les jours de semaine, les quartiers animés des grandes villes prolongent la nuit...

2Le caractère mouvant du peuplement, à travers l'espace et le temps, alimente de longue date d'importantes questions de recherche et de politique publique, telles que :

- la juste répartition des charges inhérentes au fonctionnement des services urbains (Neenan 1970, Haughwout et al. 2002, Brühlhart et al. 2015), notamment lorsqu'il s'agit d'apprécier s'il appartient aux seuls habitants de financer des infrastructures et services dont le dimensionnement et les usages sont aussi indexés aux besoins de bénéficiaires non-résidents (touristes, navetteurs...);
- la production et la valorisation économique de lieux événementiels et de grands équipements culturels (Eisinger 2000, Gotham 2002, Pradel 2013), en faisant par exemple de la fréquentation d'un lieu ou d'un événement, de son rayonnement hors des frontières territoriales, un critère de succès et d'évaluation;
- les causes et les conséquences locales de l'évasion commerciale (Whelan et al. 2002, Gorter et al. 2003, Patel et al. 2015), en se préoccupant par exemple de la désertification commerciale des territoires ruraux sous l'emprise de pôles commerciaux à zone de chalandise étendue;
- l'importance de l'économie touristique pour le développement des territoires (Terrier 2007, Vacher et Vye 2013), en observant par exemple une spécialisation du tissu économique de certains territoires autour du seul tourisme.

3Dans le prolongement, l'économie de passage fait figure de nouveau front de recherche, tant celle-ci est peu documentée. Les territoires sont de fait rythmés par des pratiques de consommation, résultant ni des habitants, ni des touristes proprement dits¹, mais relatives à des personnes de passage à la journée ou pour quelques heures. Ces personnes sont, pour certaines, présentes exceptionnellement, car en transit ou en visite, ce sont des « quasi-touristes » d'une certaine façon, des « excursionnistes » plus certainement. L'économie de passage ne s'y limite cependant pas mais repose également sur des pratiques de consommation ordinaires et récurrentes. Or, ces flux de « passants » sont en capacité d'animer et de dynamiser le tissu local qu'il soit économique et surtout commercial car, à l'instar des dépenses touristiques, leurs achats constituent un surplus de richesses capté par le territoire qui les accueillent.

[1. Des passants pas si absents](#)

4Par le jeu des mobilités, le nombre de personnes réellement présentes dans un territoire fluctue constamment, que ce soit au fil des saisons ou au cours d'une même journée (Terrier 2007, Vacher et Vye 2013). Tous ces déplacements ont des conséquences pour l'économie locale car la variation du nombre de personnes présentes dans un territoire modifie le potentiel de consommation exploitable par les commerces et les activités de services. C'est tout le sens du concept d'économie présenteielle : la consommation de biens et de services effectuée, directement ou indirectement, pour le compte de personnes présentes dans un territoire est un moteur de l'activité économique locale (Davezies et Lejoux 2003, Talandier 2013, Aubert et al. 2014). Fort logiquement, à mesure qu'un territoire gagne en fréquentation, celui-ci se donne des chances de dynamiser son économie présenteielle.

5Aussi, en admettant que la communauté locale dispose des moyens d'agir pour son développement, comme c'est le cas en France pour les collectivités territoriales, il faut relever que toutes sont possiblement concernées par la présence de consommateurs de passage et intéressées pour en tirer avantage. Dans les départements franciliens, ils représentent en moyenne 26% des consommateurs présents à un instant donné, et sont responsables de 34% des temps de présence² (Ruault 2014). Paris y est la première destination commerciale, tant en nombre de visiteurs qu'en temps de présence cumulés, aussi bien en semaine que le week-end. Les autres départements sont des destinations commerciales de moindre importance et attractives surtout le week-end. De manière générale, le lieu de travail, lorsqu'il est en dehors du département de résidence, prédispose les travailleurs à consommer hors du département de résidence. La visite des proches est également un autre facteur important pour la consommation de passage. L'éloignement et l'éclatement des lieux de vie, particulièrement forts dans les métropoles, semblent plus propices à la consommation de passage. Les grandes villes produiraient par ailleurs de longue date un désir d'exil et de « mise au vert » (Towner and others 1996, Knafou 2007, Kadri 2007, Stock and Lucas 2012).

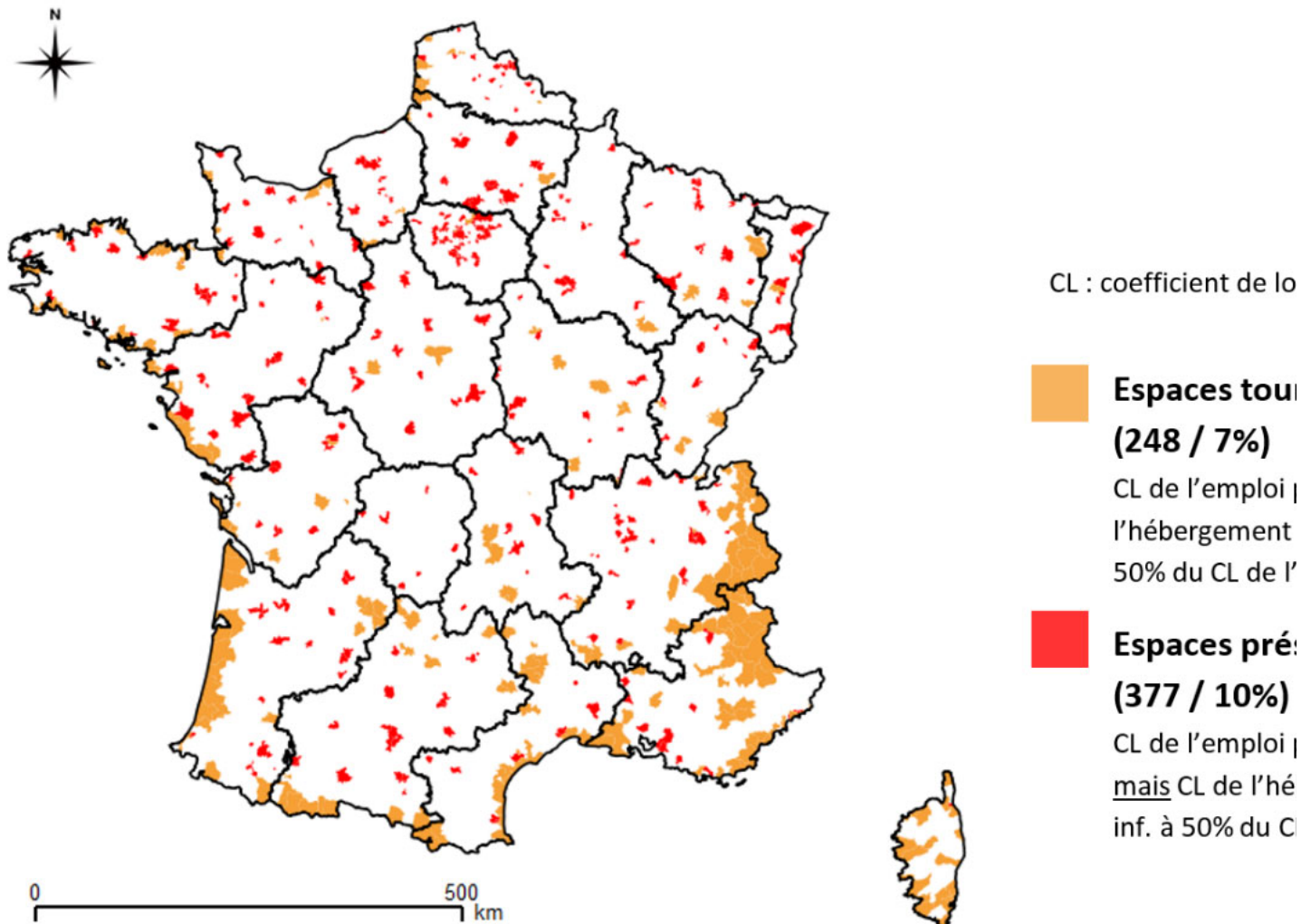
6De nombreux établissements (centres commerciaux, bases nautiques, cinémas, hôpitaux privés, casinos...) ont des aires de marché très étendues qui s'affranchissent des limites territoriales. Par leur dimension ou leur rareté, l'attraction commerciale qu'ils exercent va ainsi participer à la captation de consommateurs de passage (Farness 1989, Hefner 1990, Gorter et al. 2003, Dennis et al. 2002, Robertson et Fennell 2007, Madry 2012). Et lorsque les équipements commerciaux n'attirent pas, ils parviennent à se localiser stratégiquement sur le chemin des consommateurs. Le développement des entrées de ville est à ce titre emblématique. L'activité de restauration accompagne également les populations sur leurs lieux d'activité et de passage avec notamment un essor de la restauration rapide et des solutions de type drive (Monnet, 2010).

7Des progrès récents dans l'analyse des flux de richesses ont révélé en France le poids de composantes du développement territorial telles que l'économie résidentielle (revenus des migrants alternants, revenus des retraités...), les transferts sociaux ou l'emploi public (Davezies, 2008). Non prise en compte jusque-là, l'économie de passage est une autre dimension du développement des territoires à ne pas négliger.

[2. Des espaces qui se développent par l'économie de passage](#)

Il est connu que le processus de métropolisation qui affecte l'environnement des grandes villes françaises participe d'une intensification des échanges économiques de toute nature (Veltz 2012). Ces échanges sont habituellement saisis par un ensemble de flux géographiques relatifs à la fonction productive des métropoles. Néanmoins, en plus de leur fonction productive, les métropoles reproduisent en interne des échanges qui permettent à leurs habitants d'effectuer leurs achats, se restaurer ou encore se divertir, et animent, ce faisant, une circulation des richesses entre territoires infra-métropolitains. Dans le cas de la métropole francilienne, il s'agit d'une réalité tout à fait ordinaire : d'après notre exploitation de l'enquête globale transport de 2010, une fois sur deux, le francilien quitte sa commune de résidence pour consommer dans une autre commune, et une fois sur cinq, il consomme dans un autre département. Cette réalité quotidienne n'est pas sans conséquence pour les territoires infrarégionaux qui émettent et captent des flux de consommateurs. À l'échelle de la France métropolitaine, c'est ainsi 377 cantons-ou-villes³ qui affichent un surplus d'activité présente (i.e. un excédent d'emplois dans le commerce de détail, la restauration, les loisirs marchands, les services à la personne...) inexplicable au seul regard de la population résidente ou de l'attractivité touristique.

Carte. Les espaces de la consommation de passage



Source : Ruault, 2014, p. 104

9Au-delà des seuls espaces touristiques (stations de montagne, stations balnéaires...), en jaune sur la carte, il apparaît des espaces en rouge où l'économie de passage semble jouer un rôle déterminant. Il s'agit pour l'essentiel d'espaces à forte dimension commerciale, situés dans la proximité des grandes villes. L'économie de passage tire sa force de la fréquence avec laquelle des transactions, aussi petites soient-elles, vont se reproduire et générer d'importantes recettes commerciales pour un territoire. À titre indicatif, le cumul à l'année des dépenses de restauration d'un salarié qui travaille 35 heures par semaine équivaut plus ou moins à l'impact économique d'un touriste français en séjour durant 1 mois (Ruault, 2014). Il n'est dès lors pas surprenant que les 377 espaces présumés de passage soient principalement situés dans la proximité des villes, au sein des plus grandes aires urbaines françaises, où ils y assurent une fonction commerciale de premier ordre. Autrement dit, dans le partage spatial des diverses fonctions économiques qui font une métropole, l'économie de passage constituerait un registre à part entière de spécialisation économique sur lequel certaines communautés territoriales⁴ peuvent compter pour trouver leur place et se donner des marges de développement.

10Par ailleurs, à une échelle interurbaine, Carlino et Saiz (2008) ont observé que les aires métropolitaines américaines comptent deux fois plus de visites pour des motifs de loisirs. Elles présentent aussi un indice de qualité de la vie et une croissance démographique supérieure à la moyenne mais Scott (2010) suggère que c'est plutôt à l'intérieur des aires métropolitaines qu'il faut rechercher une possible influence des aménités territoriales sur la mobilité des personnes. Aussi, en 2010, à l'aune de l'enquête des déplacements des Franciliens (EGT, 2010), la consommation de passage interdépartementale en Ile-de-France, c'est-à-dire tous les achats et loisirs réalisés par des Franciliens hors de leur département de résidence, a été responsable de 552 millions de déplacements parmi les 14 milliards effectués à l'année (Ruault, 2014). Elle compte pour 4% de la mobilité annuelle des Franciliens et 18% de la seule mobilité de consommation. L'économie des départements de Petite Couronne en a particulièrement souffert car leurs habitants, par la fréquence de leurs pratiques de consommation hors de leur département de résidence, entretiennent une importante évasion commerciale. Leurs habitants ont une propension à dépenser localement inférieure à 70% ; cette propension pouvant même chuter bien en deçà des 50% pour certaines communes franciliennes (Ruault, 2017a). Au total, les transferts de dépenses imputables à la consommation de passage entre départements franciliens dépasseraient les 14 milliards, soit à peine moins que les 17 milliards d'euros annuels apportés par le tourisme (Ruault et Prouhac 2014, Ruault 2017b). La consommation de passage s'élèverait même au-delà des 50 milliards d'euros si on l'observait au travers des transferts entre communes franciliennes. En somme, la dépense des consommateurs de passage est loin d'être une ressource économique négligeable pour l'économie de certaines communautés territoriales en capacité de les capter.

Discussion : des flux de consommateurs que l'on ne saurait ignorer

11L'économie de passage est une réalité ordinaire du fonctionnement des territoires, qui rythme la vie économique et sociale et procure des opportunités de développement. L'économie présente, loin de dépendre uniquement du tourisme et de la satisfaction des besoins des habitants, s'anime également là où les territoires parviennent à capter la dépense des personnes de passage. Par exemple :

- les pôles d'emploi s'enrichissent des dépenses effectuées sur place par leurs travailleurs ;
- les lieux de vie nocturne, comme Paris, attirent ceux qui sont en recherche de soirées animées ;
- les grands pôles commerciaux captent sur plusieurs dizaines de kilomètres des consommateurs venus le temps d'une course ou d'une après-midi de *shopping*.

12 Beaucoup d'obstacles s'opposent néanmoins à un bénéfice constant et systématique pour les populations locales. Des 14 milliards d'euros de recettes commerciales générées par la consommation de passage en Ile-de-France, environ 11 milliards ne créent pas directement d'emplois, mais alimentent de nouvelles transactions entre entreprises. Or, si ces dernières ne sont pas localisées dans le territoire considéré, alors l'effet d'entraînement de ces transactions échappera grandement au tissu économique du territoire. L'ancrage territorial des bénéfices de l'économie de passage est en ce sens à relativiser. Alors que les flux de dépenses des personnes de passage répondent à une logique principalement centripète, avec Paris comme première destination, les flux de masse salariale suivent à l'inverse une logique centrifuge. D'une part, la concentration de dépenses à destination de quelques territoires, et Paris en particulier, est responsable en retour de la formation d'emplois qui peuvent excéder les besoins exprimés par la main-d'œuvre locale. D'autre part, il existe d'importants désajustements territoriaux sur le marché de l'emploi : 63% des actifs de Seine Saint-Denis quittent par exemple leur département pour occuper des emplois présents ailleurs, alors même que 62% de ceux disponibles dans le département sont investis par des actifs venus de l'extérieur. Ces éléments de constat mettent en perspective la variété des fonctions économiques que se partagent les espaces inframétropolitains, où l'économie de passage constitue tantôt une opportunité pour des territoires en capacité d'être attractifs, tantôt une opportunité pour ceux en capacité d'accueillir résidentiellement la main d'œuvre de cette économie.

13 L'économie de passage est plus qu'un possible levier de développement, elle est une énième révélatrice des relations qui se nouent entre territoires, et ce faisant, des possibles coopérations territoriales à développer. Il apparaît que l'essentiel des ajustements spatiaux de l'offre et de la demande des départements franciliens (satisfaction de la demande de consommation, occupation des emplois de l'économie de passage...) se régulent au sein de la région métropolitaine. Certains transferts de richesses apparaissent en outre importants pour la cohésion sociale et territoriale car ils associent des territoires spécialisés socialement, aisés d'un côté, plus modeste de l'autre. Concrètement, les dépenses sur Paris des consommateurs à haut revenu vivant en banlieue, créent de l'emploi présentiel peu qualifié dans cette ville, ce qui amène à attirer une main d'œuvre francilienne sans formation. Dès lors, l'économie de passage pourrait faire l'objet d'une appropriation politique qui ne soit pas réduite à une captation des retombées économiques, mais intégrant également une réflexion sur les relations entre territoires qu'elle rend visible (contrats de réciprocité, péréquation fiscale, refonte des périmètres ou des modalités de gouvernance...).

14 Des progrès en ce sens sont à noter dans quelques grandes métropoles où les relations intra-métropolitaines sont désormais envisagées comme des opportunités pour reconsidérer l'offre récréative. La région urbaine de Lyon a par exemple inscrit le « tourisme métropolitain », ou devrait-on dire « intramétropolitain », dans le document cadre des projets pour la métropole. L'enjeu pour les acteurs territoriaux est de substituer des pratiques touristiques de proximité, par une mise en récit de l'environnement habituel, à des pratiques touristiques plus lointaines qui échappent à la région lyonnaise (Meralli-Ballou 2011). Dans une perspective plus englobante, Bordeaux Métropole et Val de Garonne Agglomération sont sur la voie d'une coopération portant notamment sur l'enjeu d'attractivité et de rayonnement territorial. Des actions conjointes sont ainsi prévues pour consolider et développer l'offre de grands événements sportifs et culturels et, a fortiori, une stratégie interterritoriale de l'itinérance touristique serait poursuivie afin de mieux contenir localement les pratiques récréatives et l'affluence touristique. L'essor de telles initiatives, et leur éventuel succès, induit deux niveaux de répercussions. Premièrement, les transferts de longue distance pourraient être amenés à se réduire, avec des conséquences pour les territoires touristiques qui en dépendent. De plus, la réduction de la portée de ces flux serait de nature à intensifier les transferts entre territoires inframétropolitains, faisant de l'économie de passage un possible enjeu de la gouvernance des métropoles. Chemin faisant, elle laisserait enfin une empreinte de son passage...

Bibliographie

- Aubert, F., Frère, Q., Diallo, A., Lépicié, D., Truchet, S., Vollet, D., 2014. Analyse économétrique de la croissance de l'économie présentielle en France. DATAR, 122 p.
- Brühlhart, M., Bucovetsky, S., Schmidheiny, K., 2015. Taxes in Cities, in: Duranton, G., Henderson, J.V., Strange, W.C. (Eds.), Handbook of Regional and Urban Economics, Handbook of Regional and Urban Economics. Elsevier, 1123–1196. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-59531-7.00017-X>
- Carlino, G.A., Saiz, A., 2008. City beautiful. Research Department, Federal Reserve Bank of Philadelphia, 63 p.
- Davezies, L., 2008. La République et ses territoires: la circulation invisible des richesses. Seuil, Paris, 110 p.
- Davezies, L., Lejoux, P., 2003. Un train peut en cacher un autre: derrière l'économie productive, attention à l'économie présentielle, in: XXXIX^{ème} Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française, Lyon, 1–3.
- Dennis, C., Marsland, D., Cockett, T., 2002. Central place practice: shopping centre attractiveness measures, hinterland boundaries and the UK retail hierarchy. Journal of Retailing and Consumer Services 9, 185–199.
- Eisinger, P., 2000. The Politics of Bread and Circuses Building the City for the Visitor Class. Urban Affairs Review 35, 316–333.
- Farness, D.H., 1989. Detecting the Economic Base: New Challenges. International Regional Science Review 12, 319–328.
- Gorter, C., Nijkamp, P., Klamer, P., 2003. The attraction force of out-of-town shopping malls: a case study on run-fun shopping in the Netherlands. Tijdschrift voor economische en sociale geografie 94, 219–229.
- Gotham, K.F., 2002. Marketing Mardi Gras: Commodification, Spectacle and the Political Economy of Tourism in New Orleans. Urban Studies 39, 1735–1756. <https://doi.org/10.1080/004209802200002939>
- Haughwout, A.F., Inman, R.P., Henderson, J.V., 2002. Should Suburbs Help Their Central City? Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs 45–94.
- Hefner, F.L., 1990. Using Economic Models to Measure the Impact of Sports on Local Economies. Journal of Sport and Social Issues 14, 1–13. <https://doi.org/10.1177/019372359001400101>
- Kadri, B., 2007. La ville et le tourisme. Téoros 26–3, 76–79.
- Knafou, R., 2007. L'urbain et le tourisme: une construction laborieuse. Mondes urbains du tourisme, edited by: Duhamel, P. and Knafou, R., Belin, Paris, 9–21.
- Madry, P., 2012. La fin de l'urbanisme commercial. Études foncières, 20–24.
- Meralli-Ballou, M., 2011. Le tourisme métropolitain, l'avenir du tourisme urbain. Echos de métropoles. URL : <http://echosdemetropole.caue69.fr/index.php/le-tourisme-metropolitain-lavenir-du-tourisme-urbain/> (accessed 8.4.14).
- Monnet, J., 2010. Manger sur le pouce dans la métropole contemporaine. Commerce et mobilités 47–59.
- Neenan, W.B., 1970. Suburban-Central City Exploitation Thesis: One City's Tale. National Tax Journal 23, 117–139.
- Patel, J.D., Bhatt, N., Shukla, Y., Gadhavi, D., 2015. Antecedents of rural and urban consumers' propensity to outshop and product specific outshopping behaviour. Journal of Retailing and Consumer Services 26, 97–103. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.05.011>

Pradel, B., 2013. Rythmes événementiels et aménagement des espaces publics à Paris, Bruxelles et Montréal. *Loisir et Société / Society and Leisure* 36, 78–93. <https://doi.org/10.1080/07053436.2013.805581>

Robertson, J., Fennell, J., 2007. The economic effects of regional shopping centres. *Journal of Retail & Leisure Property* 6, 149–170.

Ruault, J.-F., 2017a. Les territoires de l'action publique locale sont-ils vulnérables par leur économie présente ? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* Octobre, 595–618. <https://doi.org/10.3917/reru.174.0595>

Ruault, J.-F., 2017b. Beyond tourism-based economic development: a Paris-city region case study of transient custom. *Regional Studies*, 1122–1133.

Ruault, J.-F., 2014. L'effet de la consommation de passage sur le développement et l'intégration métropolitaine des territoires en Ile-de-France. *Paris Est*, 382 p.

Ruault, J.-F., Prouhac, L., 2014. Déplacements de consommation et transferts de richesses en Île-de-France. *Géographie, économie, société* 16, 91–122.

Scott, A.J., 2010. Jobs or amenities? Destination choices of migrant engineers in the USA*. *Papers in Regional Science* 89, 43–63.

Stock, M., Lucas, L., 2012. La double révolution urbaine du tourisme. *Espaces et sociétés* 15–30.

Talandier, M., 2013. Redéfinir l'enjeu de l'économie présente et le rôle des femmes dans les économies locales. *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* 101-1, URL : <https://journals.openedition.org/rga/2028>.

Terrier, C., 2007. Mobilité touristique et population présente: les bases de l'économie présente des départements. Ministère des transports et de l'équipement, du tourisme et de la mer, Direction du Tourisme, Édition : Paris, 128 p.

Terrier, C., Sylvander, M., Khiati, A., 2005. En haute saison touristique, la population présente double dans certains départements. *INSEE première* 1050, 4 p.

Towner, J., 1996. An historical geography of recreation and tourism in the western world: 1540-1940. John Wiley & Sons Ltd, 320 p.

Vacher, L., Vye, D., 2013. La ville moyenne touristique est-elle encore une ville moyenne? *Norois* 4, 75–91.

Veltz, P., 2012. Paris, France, monde: repenser l'économie par le territoire. Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues, 206 p.

Whelan, A., Wrigley, N., Warm, D., Cannings, E., 2002. Life in a "Food Desert." *Urban Stud* 39, 2083–2100. <https://doi.org/10.1080/0042098022000011371>

Notes

¹ Selon la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme qui fait autorité, et reprise en ce sens par la statistique publique, le touriste est une personne passant au moins une nuit hors de son environnement habituel.

² Autrement dit, si en moyenne un Francilien sur quatre est de passage lorsqu'il engage une pratique de consommation (faire ses courses, assister à un spectacle...), cette pratique est tendanciellement de plus longue durée que celle d'un consommateur-résident.

³ Le canton-ou-ville correspond à une maille statistique développée par l'INSEE qui regroupe une commune ou plusieurs communes, dans le cas des territoires peu peuplés, sur la base du découpage cantonal existant. En raison du secret statistique qui entoure les déclarations annuelles de données sociales, c'est la plus petite maille spatiale qu'il nous a été permis d'utiliser.

⁴ La question de la pertinence géographique ou des fondements épistémologiques du concept de territoire ne sont pas traités ici. Dans la thèse, le territoire n'est ni un espace fonctionnel, ni un espace vécu, mais un espace politique, de pouvoir et de souveraineté, d'autodétermination collective au sens des droits de l'homme.

Pour citer ce document

Jean-François Ruault, « Résumé de thèse : l'économie de passage, un flot ordinaire qui rythme et irrigue l'économie des territoires » dans © *Revue Marketing Territorial*, 2 / hiver 2019

URL : <http://publis-shs.univ-rouen.fr/rmt/index.php?id=264>.

Quelques mots à propos de : [Jean-François Ruault](#)

Chercheur à l'IRSTEA, au sein du Laboratoire ÉcoSystèmes & Sociétés en Montagne de l'université Grenoble Alpes, et chercheur associé du Laboratoire Ville Mobilité Transport, École des Ponts ParisTech – IFSTTAR – de l'université Paris-Est Marne-la-Vallée. À l'interface entre économie écologique et économie territoriale, Jean-François Ruault s'intéresse aux disparités régionales de développement et aux territoires en tant que possible leviers d'une transition écologique.

- [Retour au sommaire](#)

•



[Édité avec Lodel](#)

[Accès réservé](#)

[Plan du site](#)

[Syndication](#)