

TURISTIČKA PRIVREDA KAO OKOSNICA REGIONALNOG RAZVOJA: STUDIJA SLUČAJA SREDOZEMLJA FRANCUSKE****

U ovom radu izvršena je regionalizacija Sredozemlja Francuske s aspekta turizma, kao osnovne privredne grane prisutne u regionu. Istraživanje je obuhvatilo tri administrativna regiona ovog dela Francuske: Provansa–Alpi–Azurna obala, Langdok–Rusijon i ostrvo Korzika, u kojima je turistička privreda definisana kao dominantna. Predmet ovog istraživanja je proučavanje prostora Sredozemlja Francuske, prvenstveno s aspekta turizma. Posebna pažnja usmerena je na uočavanje privrednog i društveno-ekonomskog značaja koji turizam ima na ukupni privredni razvoj ovog regiona, kako bi se omogućilo sprovođenje turističke regionalizacije. Da bi se turistička regionalizacija ovog prostora sprovela, potrebno je istraživanjem obuhvatiti komponente geografske sredine, turističke motive i atraktivnosti koje se nalaze na ovom prostoru, kao i ostale elemente bitne za razdvajanje ovog regiona od susednih regiona Francuske.

Ključne reči: regionalni razvoj, ekonomija, turizam, Sredozemlje, Francuska

1. Uvod

Istorijsko i ekonomsko područje Sredozemlja predstavlja atrakciju za turističku privredu, a kao reprezentativan primer dominantnosti turističke privrede kao pokretača regionalnog razvoja može se uzeti Francuska. Teritorija Francuske je podeljena na 26 regiona, 22 regiona u unutrašnjosti i četiri preokookeanska regiona. Francuska rivijera (Azurna obala) s Provansom je region u južnom delu Francuske, graniči se sa Italijom i izlazi na Sredozemno more, a regionalni centar je Marsej. Provansa se uglavnom odnosi na obalu i predele oko reka Rone

* Naučni saradnik u Geografskom institutu „Jovan Cvijić“ Srpske akademije nauka i umetnosti u Beogradu, e-mail: a.terzic@gi.sanu.ac.rs

** Naučni saradnik u Geografskom institutu „Jovan Cvijić“ Srpske akademije nauka i umetnosti u Beogradu, e-mail: m.petrovic@gi.sanu.ac.rs

*** Naučni saradnik u Geografskom institutu „Jovan Cvijić“ Srpske akademija nauka i umetnosti u Beogradu, e-mail: d.vukovic@gi.sanu.ac.rs

**** Rad je podržan od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije (Projekat br. III 47007).

i Var, dok se Azurna obala određuje okvirom granice sa oblašću primorskih Alpa, od doline Vara do granice sa Italijom i predstavlja jednu od najpoznatijih turističkih oblasti u svetu. Region Langdok–Rusijon je centralni region južne Francuske, a prostire se od doline Rone na istoku do granice sa Španijom na jugozapadu. Oblast priobalnog dela regije Langdok–Rusijon je u skorije vreme počela da se turistički afirmiše i izlazi iz senke Azurne obale. Ostrvo Korzika je najveće francusko ostrvo u Sredozemnom moru i predstavlja najjužniji deo Francuske, nalazi se nasuprot Francuske rivijere. Kulturno-istorijsko nasleđe i prirodne lepote prostora francuskog Sredozemlja, čine ga veoma zanimljivim i sastavni su deo turističke privlačnosti.

Ekonomski posmatrano, ovaj region je treći po značaju u Francuskoj, a osnovna funkcija mu je turistička. U priobalnim delovima ove regije, od privrednih delatnosti najviše su zastupljeni turizam i ugostiteljstvo, trgovina, zanatstvo i brodogradnja. U departmanima koji se nalaze na obali, privreda se pre svega bazira na turizmu kupališnog tipa, mada je u poslednje vreme sve zastupljenije usmerenje ka kulturnom i kongresnom turizmu i manifestacijama. U departmanima koji se nalaze u planinskim krajevima, u zaleđu primorja, lokalna industrija se bazira na voćarstvu, vinogradarstvu, uzgoju cveća za potrebe industrije parfema, sitnom stočarstvu i turizmu. Oblast Langdok–Rusijon je jedno od najpoznatijih vinogradarskih područja u Francuskoj. Druge privredne grane uključuju brodogradnju, industriju visoke tehnologije, parfemsku industriju i proizvodnju keramike. S nacionalnim dohotkom od približno 24000 američkih dolara po stanovniku, kao i snažnim uslužnim sektorom koji proizvodi 80% od ukupnog broja radnih mesta u regionu, ovaj prostor karakteriše i veliki broj malih privrednika. Industrija zapošljava približno 11% radne snage sa koncentracijom oko Marseja, Tulona i Nice, i to u sektorima poljoprivrede i hemijske industrije. Turizam igra glavnu ulogu u ekonomiji ovog regiona, a posebno je razvijen na Azurnoj obali i na prostoru Alpa. Prema podacima DATAR-a (franc. Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale, 2010), prihodi od turizma iznose 8% ukupnih prihoda regiona, a region godišnje poseti približno 35 miliona turista.¹

Cilj ovog rada je da ukaže na značaj turističke regionalizacije Sredozemlja Francuske i da sugeriše na moguće načine poboljšanja regionalizacije i organizacije turizma na ovom prostoru i prostoru njegove okoline. Zadaci ovog istraživanja su da utvrdi vrstu i strukturalne elemente turističke regionalizacije ovog dela Francuske, kao i faktore koji su bitni za definisanje regionalnih karakteristika ovog prostora; odredi povezanost regionalizacije ovog prostora sa turističkim motivima, i dâ pretpostavke uspešnijeg načina turističke regionalizacije.

Prva faza kabinetskog istraživanja, kroz proučavanje postojeće naučne i stručne literature, bila je osnov za postavljanje problema istraživanja. U fokusu

¹ DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale) (2010): L'Observatoire des Territoires – Le tourisme en 2010 (Insee Première), <http://www.datar.gouv.fr>

istraživanja bili su prostorno-funkcionalni faktori, administrativno-regionalni aspekti u prostornom planiranju, kao i osnovni socio-ekonomski parametri kojima je utvrđena dominantna funkcija prostora. Kao osnovni statistički pokazatelji korišćeni su tzv. satelitski proračuni u turizmu (Tourism Satellite Account – TSA), a kasnije i program koji omogućava preporuke za statističku obradu podataka u međunarodnom turizmu (International Recommendations for Tourism Statistics – IRTS, 2008) koje je razvila Svetska turistička organizacija (UNWTO). Cilj programa je mogućnost međunarodne uporedivosti podataka o učešću turizma u nacionalnim ekonomijama i obezbeđenja konzistentnosti u merenju i uporedivosti analiza u ovoj delatnosti. Satelitski proračuni u turizmu su oblik statističkog snimka stanja turističkog sektora kao dela nacionalne ekonomije. Saglasno satelitskim proračunima u turizmu, ukupan doprinos putovanja i turizma u BDP-u, obuhvata direktan, indirektan i indukovani doprinos. Njegovo obračunavanje usklađeno je sa sistemom nacionalnih računa i obuhvata karakteristične turističke sektore: hotele, avio-kompanije, aerodrome, turističke agencije, kao i zabavne i rekreativne usluge koje direktno opslužuju turiste. Najznačajnija komponenta direktnog doprinosa turizma u BDP-u je devizni priliv, odnosno izvoz po osnovu turizma. Međutim, ukupno učešće turizma u BDP-u uključuje njegove indirektno uticaje na ekonomiju (npr. investiciona turistička potrošnja, javna kolektivna potrošnja države, kupovina roba i usluga od strane sektora koji direktno kontaktiraju sa turistima i sl.).

2. Regionalizacija i prostorno planiranje

Regionalizacija je proces formiranja regiona, odnosno nižih administrativno-teritorijalnih jedinica države, putem podele državne teritorije ili jednog njenog dela u regione od strane centralne vlasti, kao i proces koji sledi nakon toga, a ogleda se u prenosu administrativnih ovlašćenja i političke moći regionalnim organima i institucijama.² Prema istom autoru, u političko-pravnom smislu regionalizacija predstavlja teritorijalnu decentralizaciju kojom se necentralnim regionalnim organima daje izvestan stepen samostalnosti u odnosu na centralne organe vlasti, ali bez elemenata državnosti, ustavotvorne vlasti i značajnih prava na samoorganizovanje kakve imaju federalne jedinice i uspostavlja decentralizovano državno uređenje.

Regionalizacija se odnosi na podelu određenog prostora, odnosno jedne države, na određene regione, i prenos administrativnih i političkih odgovornosti na te regione. Ovaj termin obično deli konceptualne veze sa decentralizacijom,

² Vuković Darko (2013): „Model regionalne konkurentnosti: Teorijsko-metodološka analiza i mogućnosti primene u Srbiji“, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.

secesijom i regionalnom autonomijom.³ Proces stvaranja nižih administrativno-teritorijalnih jedinica u okviru države i prenošenje centralne vlasti na ove jedinice, naziva se regionalizacija. Regionalno planiranje ima za cilj da kroz strategiju koja povezuje prostorne promene sa politikom socio-ekonomskog razvoja, oblikuje razvoj datog regiona. Regionalno planiranje je srednji nivo koji integriše prostorne implikacije nacionalnog planiranja sa uslovima razvoja svake lokalne samouprave.⁴

Ekonomska geografija proučava privredni segment geografije, uzimajući u obzir lokalne funkcije koje zavise na distribuciji geografskih faktora: dostupnost prirodnih resursa, radna mesta, pristup tržištima, i slično. Prema tome, regioni se na određeni način međusobno takmiče kako bi privukli investicije bazirane na njihovim konkurentskim prednostima.⁵ Različiti regioni teže da se specijalizuju u onim privrednim granama i aktivnostima u kojima prepoznaju sopstvene komparativne prednosti, čime se ukazuje na ulogu privredne delatnosti na generisanje ekonomskog razvoja određenih regiona.⁶ Regionalizacija se može posmatrati u periodima, u kojima su mnoge evropske države uspostavile različite reforme u okviru decentralizacije vlasti i podele odgovornosti sa lokalnim vlastima. Sa početkom 1960-ih i 1970-ih, kao i ključnih godina uspona 1980-ih i 1990-ih, može se uočiti značajno odstupanje od centralizma, koje je prethodno bilo pravilo u većini evropskih zemalja. Od tada, evropske države primenjuju mnoge reforme regionalizma, razlikujući se prema četiri dominantna modela: ustavni regionalizam, jaki regionalizam, decentralizovani regionalizam i administrativni regionalizam.⁷

Regionalni identitet je ključni element stvaranja regiona kao društvenog i političkog prostora i sistema. Meru regionalne posebnosti određuje postojanje različitih vrednosti, društvenih normi, kao i međusobni odnosi regiona u okviru jedne države. Najčešći izvori ovih vrednosti i modela socijalne komunikacije su religija i jezik. Budući da su države, nakon reformacijskih promena u 16. veku,

³ Schrijver Frans (2006): *Regionalism after regionalisation: Spain, France and the United Kingdom*, Amsterdam University Press.

⁴ Zlatanović Tomašević Vesna (2013): „Planiranje prostora u zemljama Evropske unije“, naučni skup „Planska i normativna zaštita prostora i životne sredine“, Asocijacija prostornih planera Srbije, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Palić, Subotica, 2013.

⁵ McCann Philip (2001): *Urban and Regional Economics*, Oxford University Press, Oxford.

⁶ Vuković Darko, Jovanović Ana, Đukić Mališa (2012a): „Definisanje konkurentnosti kroz teorije nove ekonomske geografije i regionalne ekonomije“, *Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić“*, SANU, 62/3, 49-64.

⁷ AER (2010): *The State of Regionalism in Europe An AER Report. Part II - What do Regions look like in Europe? An overview for the 47 Member States of the Council of Europe*, Strasbourg; Vuković Darko, Jovanović Ana, Grubišić Zoran (2012b): „Ekonomski aspekti regionalizacije evropskih zemalja“, *Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić“*, SANU, 62/1, 31-48.

u funkciji nacionalne integracije zakonom odredile religijsku pripadnost svojih građana, regionalne i jezičke granice se uglavnom poklapaju sa državnim.⁸

U zemljama Evropske unije postoje različiti pojmovi prostornog planiranja kojima je zajedničko „kombinovanje aktivnosti“ da bi se postigli određeni ciljevi. U Francuskoj se prostorno planiranje definiše kao *Aménagement de territoire* i vrši pomoću direktiva koje se primenjuju putem različitih administrativnih tela, između kojih je i DATAR. Dakle, prostorno planiranje je povezano s administrativnom i političkom tradicijom zemlje u kojoj dominira regionalno-ekonomsko planiranje. Tek jačanjem ekonomskih motiva u odnosu na političke i prepoznavanjem određenih regiona po svojim specifičnostima lokalne vlasti su odigrale fundamentalnu ulogu u promociji regionalizacije, pre svega iz želje za bržim ekonomskim razvojem i promocijom svojih regiona. Tako su lokalne vlasti u Francuskoj tokom 1980-ih uticale na ekonomski aspekt regionalizacije evropskih država kroz niz regionalnih reformi. Savremeno regionalno planiranje u Francuskoj nastalo je 1980-ih, i odnosi se na regionalnu politiku i diviziju na regione i departmane gde je sprovedena. Poslednja ustavna reforma iz 2003. potvrdila je statut regiona kao teritorijalne vlasti s punim kapacitetom.⁹ Prema klasifikaciji organizacije DATAR, teritorija Francuske se deli na sedam regiona. Među njima je i region Mediterana, koji uključuje posmatrane celine: Provansa–Alpi–Azurna obala, Landegok-Rusijon i Korzika (karta 1).

Karta 1: Analizirani administrativni prostor Sredozemlja Francuske



Izvor: http://www.lib.utexas.edu/maps/europe/france_admin91.jpg

⁸ Jovanović Ana, Vuković Darko (2014): „Istorijski razvoj i modeli regionalizma u državama Evropske unije“, *Tematski zbornik Istorija i geografija – susreti i prožimanja*, Geografski institut Jovan Cvijić SANU, Institut za noviju istoriju Srbije, Faculty of Geography, MSU (Rusija) i Institut za slovenske studije Ruske akademije nauka, 181-209.

⁹ Schrijver Frans (2006): *Regionalism after regionalisation: Spain, France and the United Kingdom*. Amsterdam University Press. Vuković Darko, Ana Jovanović i Mališa Đukić (2012a). Definisanje konkurentnosti kroz teorije nove ekonomske geografije i regionalne ekonomije. *Zbornik radova Geografskog instituta "Jovan Cvijić"*, SANU, 62(3), str. 49-64.

2.1. Osnovne karakteristike Sredozemlja Francuske

Meditranska obala Francuske se prostire na površini od 58.776 km², a prema podacima iz 2012. godine u njoj živi približno 7,6 miliona stanovnika. Turističku regiju kontinentalnog dela Sredozemlja Francuske čine dve administrativne celine: Provansa–Alpi–Azurna obala i Langdok–Rusijon. Prva zauzima teritoriju od 31.400 km², gde živi približno 4,9 miliona stanovnika, dok region Langdok–Rusijon zauzima područje od 27.376 km², a u njemu živi 2,7 miliona stanovnika.¹⁰ Ostrvo Korzika nalazi se na krajnjem jugoistoku Francuske, na 170 km od Azurne obale, zauzima teritoriju od 8.720 km² i na njemu živi 300.000 stanovnika, pretežno francuskog i italijanskog porekla.¹¹ Stanovništvo je najgušće naseljeno uz morsku obalu i dolinama reka Rone, Diransa i Vara. U prošlosti na Francuskoj sredozemnoj obali većina stanovništva je živela u unutrašnjosti, ali i u blizini mora. Iako je do sredine 19. veka većina stanovništva živela u unutrašnjosti kopna, došlo je do velikih migracija ka priobalju Mediterana. Veliko povećanje populacije bilo je posebno podstaknuto razvojem turizma, prvo zimskog, zatim letnjeg kupališnog, s naglaskom na obilascima kazina, a kasnije kongresima i raznim kulturnim događajima.¹² Osnovni antropogeni pritisak na sredozemnu obalu uzrokovan je turizmom, a visoke gustine naseljenosti obalnih prostora često su povezane prisustvom obalnih rezorta, čime se povećava doseljavanje stanovništva iz neposrednog zaleđa u priobalje, što je uzrokovano pre svega potrebama za pružanjem usluga i aktivnosti u turističkim mestima.¹³

Istorija turističkog razvoja na ovom prostoru počinje u 18. veku, kada istočni deo obale Francuske postaje poznato zdravstveno odmaralište Britanaca. Savremeni razvoj turizma na ovom području počinje 1874. godine, kada u Nici broj stranih posetilaca, pretežno Britanaca, dostiže čak 25.000. Sredinom 19. veka sa ekspanzijom železnice, britanski i francuski preduzetnici uvideli su potencijale za razvoj turizma, pa ovo područje postaje popularna destinacija za evropsko plemstvo i umetnike. Prvi svetski rat je promenio socijalnu strukturu posetilaca Rivijere, pa ovde dolazi sve veći broj Amerikanaca, pre svega poslovni ljudi i slavne ličnosti, a turistička sezona se pomera sa zime na leto, što dovodi do ekspanzije kupališnog turizma. Kanski filmski festival koji je počeo da se održava 1946. godine, već 1956. postaje jedan od najprestižnijih događaja u Evropi.¹⁴

¹⁰ Klemm Mary (1992): „Sustainable tourism development – Languedoc-Roussillon thirty years“, *Tourism Management*, vol. 13, issue 2, 169-180.

¹¹ Keyser William (2005): „Corsican Villages and Towns“ (pdf), Corsica Isula, www.corsica-isula.com

¹² King Russel, De Mas Paolo, Mansvelt Beck J. (Eds.) (2000): *Geography, Environment and Development in the Mediterranean*, Sussex Academic Press, Brighton, Portland.

¹³ Lozato-Giotard Jean Pierre (1990): *Mediterranee et tourisme*, Masson, Paris.

¹⁴ Segreto Luciano, Manera Carles, Pohl Manfred (eds.) (2009): *Europe at the seaside: the economic history of mass tourism in the Mediterranean*, Berghahn Books.

Tokom 1960-ih, bilo je pokušaja da se smanji zavisnost od kupališnog turizma, i da se stvori destinacija međunarodnih kongresa i centar edukacije, što je delimično postignuto. Za razliku od Provanse, region Langdok ima značajniji nizijski priobalni deo, a u prošlosti je ovaj prostor bio pretežno močvaran, te se turizam u ovoj regiji počinje razvijati tek nakon 1960. godine, tako da poseduje dosta modernu turističku infrastrukturu i centre, poput Kap de Agd, Palavas i Norbon. Imajući u vidu da je od 1960-ih, broj posetilaca ovog regiona bio svega 30.000, a do danas je porastao na čak 15 miliona turista godišnje, to je učinilo Langdok–Rusijon četvrti po značaju turistički region Francuske.¹⁵ Turistička privreda čini čak 15% regionalnog nacionalnog dohotka i predstavlja najznačajniju ekonomsku aktivnost u regionu. Regionalna politika se oslanja na turizam kao glavni stub za generisanje buduće zaposlenosti i ekonomskog rasta.¹⁶ Na ostrvu Korzika se takođe dosta pažnje posvećuje razvoj turizma, ali u manjoj meri nego u kontinentalnom delu istraživanog prostora. Turizam je uglavnom koncentrisan u oblasti Porto Vekio i Bonifaço na jugu, kao i kod Kalvija na severozapadu.¹⁷ Kulturno nasleđe ovog prostora je veoma raznovrsno. Prostor regiona Provansa–Alpi–Azurna obala obuhvata 2.200 zaštićenih istorijskih spomenika kulture, više od 400 muzeja od kojih je 113 kontrolisano i klasifikovano i više od 27.000 registrovanih arheoloških nalazišta.¹⁸

Ova turistička regija ima razvijenu putnu mrežu sa značajnim učešćem auto-puteva. Najznačajniji putni pravci su autoputevi: A7 koji povezuje Pariz sa Lionom, Marsejem, a zatim se od Oranža račva ka Langdoku i Montpeljeu, A54 povezuje italijansku granicu sa Monakom, Nicom, Kanom i Marsejem, a od njega se nastavlja ka regionu Langdok–Rusijon i spaja sa autoputem A9. Azurna obala je od Pariza udaljena približno 900 km, a sa unutrašnjošću je povezana razvijenom mrežom puteva dobrog kvaliteta. Brza železnica (TGV) prevozi više od 13,3 miliona turista u ovom regionu. Najprometnija luka Francuske (i čitavog Sredozemlja) je Marsej, ali pored njega postoji i veći broj malih luka i pristaništa za luksuzne jahte. U regionu Provansa–Alpi–Azurna obala nalaze se četiri internacionalna aerodroma: Tulon–Hijerez, Aero–zaliv Sen Trope, Marsej–Provansa i Nica–Azurna obala. U regionu Langdok–Rusijon postoje internacionalni

¹⁵ Klemm Marry (1992): „Sustainable tourism development – Languedoc-Roussillon thirty years“, *Tourism management*, 13/2, 169-180; Lecolle Laura (2008): *Etat des lieux du tourisme sur le litoral du Languedoc-Roussillon*, Pole relais lagunes mediterraneennes – Conservatoire des Espaces Natureles du Languedoc-Roussillon.

¹⁶ Raynaud, O. (2010): *Golfe du Lion: L'Etat dit "non" aux eoliennes en mer*, Le Midi Libre, France; Westerberg Vanja, Bredahl Jacobsen Jette, Lifran Robert (2013): „The case for off-shore wind farms, artificial reefs and sustainable tourism in the French mediterranean“, *Tourism Management*, 34, 172-183.

¹⁷ Keyser William (2005): „Corsican Villages and Towns“ (pdf). Corsica Isula.

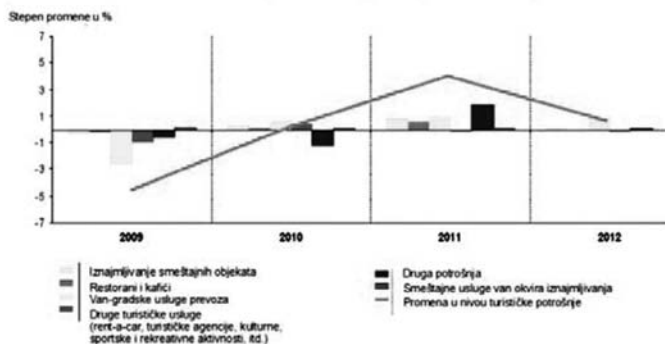
¹⁸ www.provencal.com

aerodromi u Monpeljeu i Perpinjanu, dok je Korzika saobraćajno dostupna vazdušnim i morskim putem, preko najvećih gradova na ostrvu – Ajačija i Bastije.¹⁹

3. Turistička privreda Sredozemlja Francuske

Turizam sa svojom ulogom tzv. nevidljivog izvoznika, predstavlja osnovu za dalji privredni razvoj Francuske (najposećenije države na svetu), a posebno privredno i ekonomski slabije razvijenih prostora. Multiplikativnost efekata koje nosi sektor turizma je razlog zašto se turizam smatra sektorom budućnosti. Pored toga, turizam ima značajan uticaj na formiranje bruto društvenog proizvoda, pozitivno utiče na državni platni bilans, povećava prihode lokalnih budžeta i pospešuje razvoj investicionih aktivnosti (grafikon 1). Turizam je u Francuskoj 2014. godine imao učešće od 8,7% u osnovnoj potrošnji domaćinstva, kao i na osnovu učešća u generisanju 7,3% ukupnog nacionalnog dohotka. Iste godine, na osnovu satelitskih računa unutrašnja turistička potrošnja u Francuskoj iznosila je čak 149 milijardi evra (98,8 milijardi su potrošili francuski turisti, dok je 50,3 milijardi evra bio direktan inostrani priliv). Prihodi od turizma u regionu Sredozemlja Francuske čine skoro 12% ukupnog domaćeg produkta regiona. Smeštajni kapaciteti imaju najveće prihode od turizma u regionu Provansa–Alpi–Azurna obala, koji je u 2011. godini iznosio čak 3,2 milijarde evra. U ugostiteljstvu je ostvareno 1,6 milijardi evra (porast od 16%), a u ostalim smeštajnim objektima čak 286 miliona evra, što je porast od 13,5% u odnosu na prethodni period. Turizam stvara približno 243.000 radnih mesta u Francuskoj, od čega 15,9% na prostoru francuskog Sredozemlja, a više od 30% čine sezonski radnici.²⁰

Grafikon 1: *Struktura turističke potrošnje u Francuskoj, 2009–2012.*



Izvor: Satelitski proračuni u turizmu (TSA – DGCIS), 2013, <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/statistiques-du-tourisme/compte-satellite>

¹⁹ www.paca-online.de

²⁰ INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) (2011): „Chômage par commune, département, région, zone d'emploi de 2001 à 2012 - Pôle Emploi“, <http://www.insee.fr/>

Kada se posmatra ugostiteljsko-turistička infrastruktura ove regije, može se konstatovati da je ovo nedvosmisleno najrazvijenija regija Francuske. Turistički pritisak se jasno pokazuje kroz studiju gustine smeštajnih objekata, čime se uviđa da je na ovom prostoru koncentrisano 50% sekundarnih rezidencija u Francuskoj, 60% hotelskih objekata i čak 80% turističkih sela i kampinga.²¹ U hotelskoj ponudi Francuske nalazi se ukupno 17.409 hotela sa 638.611 ležajeva, od čega se na ovom prostoru nalazi 3.329 hotela. Institut INSEE (franc. Institut national de la statistique et des études économiques, 2011) izvršio je klasifikaciju hotela na primorske, planinske, ruralne i gradske hotele. Na osnovu te podele, u regionu Provansa–Alpi–Azurna obala najveći broj hotela je primorski sa 49,5% učešća, zatim ruralni sa 19,5% i gradski sa 17%. U regionu Langdok–Rusijon najveći broj hotela je planinskog tipa (sa 31% učešća) i gradskog tipa (sa 30%), dok se u primorju nalazi svega 22% hotelskih kapaciteta. Na Korzici, od ukupnog broja hotela, 69,5% nalazi se u primorskim mestima, a svega 30,5% u planinskim predelima. Pored toga, čak 50% sekundarnih rezidencija francuskog stanovništva koncentrisano je u ovom regionu, sa tendencijom porasta kroz masovno doseljavanje francuskih i britanskih penzionera.²² Struktura hotela prema kategorijama i regionima data je u tabeli 1.

Tabela 1: Broj hotela po posmatranim regionima i kategorijama

Region/kategorija hotela	0*	1*	2*	3*	4*	5*	Br. hotela	Br. ležaja
Provansa–Alpi–Azurna obala	505	62	577	604	206	77	2031	71210
Langdok–Rusijon	267	32	292	262	58	4	915	27383
Korzika	119	1	69	146	39	9	383	11495

Izvor: INSEE, Direkcija za turizam, regionalni zavod (DRT, CRT, CDT), 2013, <http://www.insee.fr/>

Prema podacima Instituta INSEE (2013), Sredozemlje Francuske je posetilo ukupno 16.152.137 turista, što čini približno 15% ukupnog broja turista koji su te godine posetili Francusku. Na ovom prostoru ostvareno je ukupno 234,3 miliona noćenja²³ (tabela 2).

²¹ Capineri Cristina, Lazzeroni Marco, Spinelli Gianfranco (1996): „Mediterranean France: in search of balance“, 65-92, in Cortesi, G. (ed.) (1995): *Urban change and the environment. The case of North-western Mediterranean*, Milano.

²² Cori Berardo (1999): „Spatial dynamics of Mediterranean coastal regions“, *Journal of Coastal Conservation*, 5/1999, 105-112.

²³ DGCIS (2012): SDT Survey, <http://dgcis.redressement-productif.gouv.fr/etudes-et-statistiques>

Tabela 2: Turistički promet po regionima Sredozemlja Francuske

Region		Ukupno	Francuzi	Stranci	% u odnosu na Francusku
Langdok-Rusijon	br. turista	4348544	3458178	890366	3,9
	br. noćenja	7486646	5904527	1582119	3,7
Provansa–Alpi–Azurna obala (PACA)	br. turista	10858337	7163786	3694551	9,8
	br. noćenja	21634862	12957484	8677378	10,7
Korzika	br. turista	1330042	1018284	311758	1,2
	br. noćenja	2899397	2134035	765362	1,4
Prosečan boravak turista		1,96	1,86	2,2	-
Francusko Sredozemlje		16536923	11640248	4896675	14,9

Izvor: INSEE, Direkcija za turizam, regionalni zavod (DRT, CRT, CDT), 2013, <http://www.insee.fr/>

Prihodi od turizma u ovom regionu čine skoro 12% ukupnog domaćeg produkta regiona. U toku tri letnja meseca (jun, jul, avgust), ovu turističku regiju poseti 36,5% ukupnog broja turista na godišnjem nivou. Što se tiče porekla turista, više od 61,5% turista koji posećuju ovaj region su Francuzi, dok 38,5% turista dolazi iz inostranstva (prvenstveno iz Velike Britanije 5,7%, Nemačke 4,3%, Italije 4,2% i SAD 3,5%). Turisti se u proseku zadržavaju 6,6 noći, najveći deo dolazi na porodične odmone i u proseku troše 47 evra dnevno.²⁴

Prema istraživanju koje je sprovedeno od strane INSEE (2008), najveći broj posetilaca pripada starijim starosnim grupama od 35 do 49 godina (26%), zatim 50–64 (23%) i više od 65 godina (24%), dok je omladinski turizam slabo zastupljen (8%). Što se tiče profesionalnog statusa, najveći broj posetilaca je neaktivan (penzioneri) – čak 40%, slede zaposleni (27%). Najveći broj dolazi u društvu porodice i prijatelja (53%), dok 11% smatra ovo područje sekundarnom rezidencijom.²⁵

4. Turistička regionalizacija Sredozemlja Francuske

Svi delovi nacionalne teritorije nemaju podjednake uslove za razvoj turizma, pa je neophodno odrediti one makro ili mikroprostorne celine koje imaju najpovoljnije uslove za njegov razvoj. Radi afirmisanja nekog prostora u turističkom smislu, neophodno je razgraničavanje turističke regije od okružujućeg prostora u okviru nacionalne teritorije, što predstavlja turističku regionalizaciju. Turističko-

²⁴ INSEE (2013): *Tourisme statistiques*, <http://www.insee.fr/>

²⁵ De Plazaola Jean-Philippe (2008): „Rédaction achevée le 21 avril 2008“, Insee, Direction du tourisme, Comité régional du tourisme (CRT) et les Comités départementaux du tourisme (CDT).

geografska regija predstavlja prostornu celinu u kojoj je turizam dominantna funkcija, a fizionomija prostora umnogome posledica te funkcije. Neophodno je razdvojiti razvijene turističke regije u kojima je turističko-ugostiteljska delatnost dominantna. Proces turističke regionalizacije se definiše kao postupak razgraničavanja jedne regije od susednih geografskih celina, tj. podeli šireg prostornog obuhvata na uže prostorne celine – regije. U zavisnosti od primenjenih kriterijuma turističke regionalizacije, javljaju se različiti tipovi regija. Prema motivskoj fizionomiji, razlikuju se tri osnovna tipa turističkih regija: prirodne regije (primorske i kontinentalne), antropogene (spomenici, naselja, manifestacije) i kompleksne regije, a prema stepenu razvoja regije mogu biti: potencijalne, afirmisane i razvijene.²⁶ Za turističku regionalizaciju se koriste sledeći geografski kriterijumi: prisustvo turizma u prostoru, oblici turističkog uređenja i opremanja prostora, i njihov uticaj na transformaciju prirodne sredine. Turistički prostori takođe mogu biti polivalentni ili specijalizovani, više ili manje otvoreni, poluintegrirani ili integrirani.²⁷ Turističke regije mogu biti razvrstane na nekoliko tipova: obalni i jezerski tipovi, urbani neobalni tipovi i zeleni tipovi (agrotip i ruralni tip).²⁸

Prostor francuskog Sredozemlja sastoji se iz nekoliko različitih tipologija prostora. Može se svrstati u pretežno obalni turistički prostor različitih karakteristika u svojim pojedinim delovima. Obalni turistički prostori koji privlače većinu turista, posebno tokom letnje sezone, duguju svoj turistički razvoj polinukleusnim turističkim centrima. Ovo su tradicionalni obalni tipovi, čiji je tipičan primer Azurna obala, s Nicom kao svojim centrom. Ovde se radi o tipu razvoja karakterističnog za evoluciju tradicionalnih obalnih turističkih centara, počevši od starog, ribarskog naselja, koji poseduje izuzetne prirodne i antropogene resurse, gde je došlo do značajne ekspanzije i transformacije prostora. Geografsko širenje turizma se kretalo od prvobitnog jezgra (Nice) linearno duž obale, a u znatno manjoj meri u unutrašnjosti regije. Tako je došlo do transformacije malog aristokratskog turističkog mesta binukleusnog tipa (stari deo grada i rezidencijalni turistički deo), pa prerasta u veliki obalni grad polinukleusnog tipa uz diversifikaciju turističkih aktivnosti. Postoje i mali i srednji obalni turistički centri koji predstavljaju polinukleusne turističke prostore u jednoj polivalentnoj i otvorenoj sredini. Takvi centri su danas: San Trope, San Rafael, Antib, Menton i druga naselja. U kasnijem periodu, masovni turistički tokovi usmereni ka moru, uslovili su pojavu novih oblika korišćenja obalnog prostora, koji se razlikuju od onih tradicionalnih iz perioda turizma privilegovanih klasa. Pojavili su se novi obalni centri u kojima je turizam jedina aktivnost. Ovaj tip centara ima više ili manje enklavni karakter, više je ili manje zatvoren i specijalizovan za turizam, bez obzira na prostornu strukturu. Duž obale Langdok–Rusijon nalazi se jedna

²⁶ Jovičić Živadin (1982): Važnije turističko-geografske regije Evrope, Rad, Beograd.

²⁷ Lozato-Giotard Jean Pierre (1990): *Mediterranee et tourisme*, Masson, Paris.

²⁸ Plavša Jovan (2007): *Turističke regije sveta*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad.

od najspektakularnijih geografskih koncentracija specijalizovanih obalnih centara, nastalih kao posledica planske aktivnosti. Od doline Rone do Perpinjana nižu se turistički centri kojima je planom određen maksimalni broj smeštajnih kapaciteta, kao i budući turistički razvoj. To su centri: La Grand Motte, Sète, Le Kap d'Agde, Gruissan i dr. Navedena naselja su novi turistički centri, raspoređeni linearno uz obalu na dužini od oko 220 km.²⁹ Primer toga je Le Kap d'Agde u centru ove oblasti.³⁰ Sličan tip turističkog aktiviranja prostora prisutan je u skorije vreme i na prostoru Korzike, u kome se obalna naselja opredeljuju za razvijanje specijalizovanog (rezortnog) tipa kupališta.

Pošto se turistička kretanja dela na vrste ili specifične oblike turizma, koje su određene izvesnim kriterijumima (boravišni, vikend i izletnički turizam), specifični oblici turizma obeleženi su posebnim turističkim motivima. Masovni kupališni turizam je u ovoj regiji još uvek najzastupljeniji oblik turizma, ali se u poslednje vreme znatna pažnja usmerava ka kulturnom turizmu koji se razvio u gradovima (Marsej, Avinjon, Arl na Roni, Eks an Provans, Monpelje i dr.). Ekoturizam je zastupljen u posetama turista nacionalnim parkovima i prirodnim rezervatima, kao što su Kamarge, Port Kros, Kvejeras, Simijez i drugi. Nautički turizam je, takođe, veoma zastupljen, s obzirom na to da su obalni centri Sredozemlja nezaobilazna tačka mnogih međunarodnih kruzing kompanija. Ruralni turizam je široko zastupljen u unutrašnjosti ove regije, odnosno u neposrednom zaleđu Mediterana. U pojedinim gradovima kao što su Nica, Kan, Marsej i Monpelje razvija se u poslednjih nekoliko godina kongresni turizam, koji ostvaruje znatne ekonomske efekte na regiju. Zimski turizam u ovoj regiji ima takođe veliki značaj i prisutan je u nekoliko zimskih turističkih centara na Alpima. Najpoznatiji su centri: Brijanson, La Grav, Monženevr, Vars, Gap i dr. (severni deo) i Pra Lup, Larše i dr. na jugu alpskog dela regije. Važno je napomenuti da se, u poslednjih deset godina, ulažu napore da se regenerišu zimski rizorti, čime se pokrenuo brzi razvoj u pogledu demografskog i ekonomskog oživljavanja brojnih planinskih zajednica³¹. Pored alpskih centara, postoji nekoliko centara na Pirinejima: Font-Romeu-Odeillo-Via, Livija, Mon Luj, Mollitg-les-Bains i drugi.

²⁹ Klemm Mary (1992): „Sustainable tourism development – Languedoc-Roussillon thirty years“, *Tourism management*, 13/2, 169-180.

³⁰ Regional Tourism Committee Sud de France (2008): *Brochure Sud de France – Tourism in Languedoc-Roussillon region*, <http://en.destinationsuddefrance.com/>

³¹ Tuppen John (2000): „The restructuring of winter sports resorts in the French Alps: problems, processes and policies“, *International Journal of Tourism Research*, 2/5, 327-344.

5. Zaključak

Stepen turističke funkcije posmatranog prostora je veoma visok, što ukazuje na izuzetan prostorni, ekonomski i socijalni značaj turizma kao privredne grane. Samim tim, turizam se može smatrati osnovnom determinantom fizionomije i regionalnog razvoja prostora. Pošto se radi o prostranoj turističkoj regiji, s raznovrsnim potencijalima i ponudom, turistička regionalizacija je veoma značajan proces u razgraničavanju oblasti s različitim karakteristikama i turističkom ponudom. Ipak, može se konstatovati da je ovo tipična turistička regija primorskog obalno-rizortnog karaktera, s obogaćenom turističkom ponudom.

Prema iznetim procenama, uočava se da je kupališni turizam doprineo blizu 50% finansijskog prometa, u kontekstu dodatne vrednosti i zaposlenosti. Takođe, može se konstatovati da je približno 44% potrošnje letnjeg obalnog turizma ostvareno na sredozemnoj obali, a od toga čak 26% potrošnje u regionu Provansa–Alpi–Azurna obala i Korzici, a na ovom prostoru je ostvarena i najveća potrošnja po turisti. S druge strane, region Langdok–Rusijon ima znatno manji broj turista i dosta je jeftiniji. Takođe je primetno da se ova dva regiona razlikuju i po načinu nastanka kao turističke destinacije. Kod Francuske rivijere (Provansa–Alpi–Azurna obala) imamo spontani nastanak odmorišnih centara, dok na obali Langdoka imamo specijalizovane i planski izgrađene turističke centre koji su nastali tokom 60-ih i 70-ih godina 20. veka. Turistička regija Sredozemlja Francuske ima sve pogodnosti da se razvije u kompleksnu turističku regiju, koja bi svojom ponudom mogla da zadovolji sve oblike turističke tražnje. S druge strane, možda je još uvek rano očekivati da se izgubi tradicionalna dominacija kupališnog turizma u ovoj regiji, jer ona raspolaže ponudom koja je u jednom delu ekskluzivna, dok je u njenom drugom delu dosta pristupačna, ali ipak podjednako kvalitetna.

Iako se na turističkom tržištu stalno javljaju promene u popularnosti destinacija i stvaraju nove mogućnosti i destinacije, mediteranska obala Francuske je bila i svakako će još dugo ostati najpopularnija letnja kupališna destinacija Evropljana. Ovo je rezultat pre svega jednog planskog i organizovanog pristupa u osveživanju ponude, stvaranju novih pogodnosti i atrakcija, koje bi sve turističke destinacije trebalo da sprovedu u cilju svoje dugoročne održivosti.

Literatura

- Assembly of European Regions – AER (2010): „The State of Regionalism in Europe An AER Report“, Part II – „What do Regions look like in Europe? An overview for the 47 Member States of the Council of Europe“, Strasbourg
- Capineri Cristina, Lazzeroni Marco, Spinelli Gianfranco (1996): „Mediterranean France: in search of balance“ in: Cori Berardo (1999): „Spatial dynamics of Mediterranean coastal regions“, *Journal of Coastal Conservation*, vol. 5, 105-112
- Cortesi Gisella (ed.) (1995): „Urban change and the environment – The case of North-western Mediterranean“, 65-92, Guerini, Milano
- DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale) (2010): L'Observatoire des Territoires – Le tourisme en 2010 (Insee Première), <http://www.datar.gouv.fr>
- De Plazaola Jean-Philippe (2008): „Rédaction achevée le 21 avril 2008“, Insee, Direction du tourisme, Comité régional du tourisme (CRT) et les Comités départementaux du tourisme (CDT)
- DGCIS (2012): SDT Survey, <http://dgcis.redressement-productif.gouv.fr/etudes-et-statistiques>
- INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) (2011): „Chômage par commune, département, région, zone d'emploi de 2001 à 2012 - Pôle Emploi“, <http://www.insee.fr/>
- Jovanović Ana, Vuković Darko (2014): „Istorijski razvoj i modeli regionalizma u državama Evropske unije“, *Tematski zbornik međunarodnog značaja: Istorija i geografija – susreti i prožimanja*, Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU, Institut za noviju istoriju Srbije, Faculty of Geography, MSU (Rusija) i Institut za slovenske studije Ruske akademije nauka, 181-209
- Jovičić Živadin (1982): *Važnije turističko-geografske regije Evrope*, Rad, Beograd
- King Russel, De Mas Paolo, Mansvelt Beck, J. (eds) (2000): *Geography, Environment and Development in the Mediterranean*, Sussex Academic Press, Brighton
- Klemm Mary (1992): „Sustainable tourism development – Languedoc-Roussillon thirty years“, *Tourism management* 13/2, 169-180.
- Keyser, William (2005): „Corsican Villages and Towns“, Corsica Isula, www.corsica-isula.com
- Lecolle Laura (2008): „Etat des lieux du tourisme sur le litoral du Languedoc-Roussillon“, Pole relais lagunes mediterraneennes – Conservatoire des Espaces Natureles du Languedoc-Roussillon

- Lozato-Giotard Jean Pierre (1990): *Mediterranee et tourisme*, Masson, Paris
- McCann Philip (2001): *Urban and Regional Economics*, Oxford University Press, Oxford
- Plavša Jovan (2007): *Turističke regije sveta*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad
- Raynaud, Olivier (2010): *Golfe du Lion: L'Etat dit 'non' aux eoliennes en mer*, Le Midi Libre, Paris
- Regional Tourism Committee Sud de France (2008): *Brochure Sud de France – Tourism in Languedoc-Rousaillon region*, <http://en.destinationsuddefrance.com/>
- Schrijver Frans (2006): *Regionalism after regionalisation: Spain, France and the United Kingdom*, Amsterdam University Press, Amsterdam
- Segreto Luciano, Carles Manera, Manfred Pohl (eds) (2009): *Europe at the seaside: the economic history of mass tourism in the Mediterranean*, Berghahn Books, London
- Tuppen John (2000): „The restructuring of winter sports resorts in the French Alps: problems, processes and policies“, *International Journal of Tourism Research* 2/5, 327-344
- Vuković Darko, Jovanović Ana, Đukić Mališa (2012a): „Definisanje konkurentnosti kroz teorije nove ekonomske geografije i regionalne ekonomije“, *Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić“*, SANU, 62/3, 49-64
- Vuković Darko, Jovanović Ana, Grubišić Zoran (2012b): „Ekonomski aspekti regionalizacije evropskih zemalja“. *Zbornik radova Geografskog instituta „Jovan Cvijić“* 62/1, SANU, 31-48.
- Vuković Darko (2013): „Model regionalne konkurentnosti: teorijsko-metodološka analiza i mogućnosti primene u Srbiji“, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu
- Zlatanović Tomašević Vesna (2013): „Planiranje prostora u zemljama Evropske unije“, Naučni skup „Planska i normativna zaštita prostora i životne sredine“, Asocijacija prostornih planera Srbije, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Palić, Subotica
- Westerberg Vanja, Bredahl Jacobsen Jette, Lifran Robert (2013): „The case for offshore wind farms, artificial reefs and sustainable tourism in the French Mediterranean“, *Tourism Management*, 34, 172-183
- <http://statistics.unwto.org/content/tourism-satellite-account-tsa-data-worldwide-summary>
- <http://www.chiffres-tourisme-paca.fr/>
- <http://www.infotourismepaca.fr/wp-content/uploads/2012/08/Chiffres-cl%C3%A9s-2014.pdf>
- <http://www.guideriviera.com>

- <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/statistiques-du-tourisme/compte-satellite>
- <http://www.humanite.fr/journal/2005-05-14/2005-05-14-634385>
- http://www.lib.utexas.edu/maps/europe/france_admin91.jpg
- http://www.paca-online.de/docs/Flyer_promotion_PACA_english.ppt
- <http://www.provençal.com>
- <http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/stat/tis/tis2007.jsp>

Rad primljen 12. jun 2015.

Prema zahtevu recenzenata, doraden:

6. oktobar 2015.

Odobren za štampu: 7. oktobar 2015.

Paper received: June 12th, 2015

Upon the request of reviewers, revised:

October 6th, 2015

Approved for publication: October 7th, 2015

Aleksandra Terzić, PhD

Geographical Institute „Jovan Cvijić“,
Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

Marko Petrović, PhD

Geographical Institute „Jovan Cvijić“,
Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

Darko Vuković, PhD

Geographical Institute „Jovan Cvijić“,
Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

TRAVEL INDUSTRY AS A FOCUS ON REGIONAL DEVELOPMENT: CASE STUDY OF THE MEDITERRANEAN FRANCE

S u m m a r y

This paper presents a regionalization of the Mediterranean France with regard to tourism, as well as basic economic sectors present in the region. The study included three administrative regions of this part of France: Provence - Alpes - Cote d'Azur, Languedoc - Roussillon and the Island of Corsica, where the travel industry is defined as dominant. The subject of this research is to study the area of the Mediterranean France, primarily from the aspect of tourism. Special attention is focused on the identification of economic and socioeconomic importance that tourism has on the overall economic development of the region, in order to enable the implementation of tourism regionalization. In order to tourism regionalization of this area carried out, it is necessary to include research components, such as geographic environment, tourist motives and attractions that are located in this area, as well as other elements relevant to the separation of the region from the neighboring regions of France.

Key words: regional development, economy, tourism, Mediterranean, France