

Table des matières

Préface. Penser les destinations touristiques comme systèmes complexes en temps d'incertitudes	1
Salvador ANTON CLAVÉ	
Remerciements	15
Présentation des auteurs des deux volumes	17
Introduction	29
Sylvie CHRISTOFLE, Franck DEBOS, David HURON, Jean-Christophe GAY, Bernard MASSIERA, Otto REGALADO-PEZÚA et Jacques SPINDLER	
Partie 1. Contextualisation et analyses en temps d'incertitudes . .	39
Chapitre 1. Le tourisme dans la presse locale et nationale. Étude des impacts sur le discours pré- et post-Covid	41
Sascha DIWERSY, Jean-Christophe GAY, Véronique MAGRI et Laurent VANNI	
1.1. Introduction	41
1.2. Entre crise sanitaire et ancrage local : l'évolution récente des représentations du tourisme médiées par le discours journalistique	42

1.2.1. Présentation du corpus (hypothèses de travail et distances intertextuelles)	42
1.2.2. Étude des spécificités.	44
1.2.3. Co-occurrences spécifiques autour de la base « tourist* »	46
1.3. La constante du changement : les représentations du tourisme au fil des crises de la société contemporaine	48
1.4. Conclusion	50
1.5. Bibliographie.	51

Chapitre 2. Crise sanitaire de la Covid-19 et tourisme : analyses dans la littérature scientifique francophone 2020-2022 53

Cyril MARTIN-COLONNA et Boualem KADRI

2.1. Introduction.	53
2.2. Une pandémie mondiale facteur de bouleversement(s) touristique(s) et de questionnements	54
2.3. Méthodologie de recherche	56
2.4. Analyse des résultats des revues sélectionnées (<i>Espaces</i> 2020, 2022 et <i>Téoros</i> 2020)	57
2.4.1. <i>Les Cahiers Espaces</i> 2020 (12 articles)	57
2.4.2. Revue <i>Téoros</i> 2020 (18 articles)	60
2.4.3. <i>Les Cahiers Espaces</i> 2022 (16 articles)	64
2.5. Conclusion	67
2.6. Bibliographie.	71

Chapitre 3. Vers un tourisme différent ? Les solutions théoriques à prendre en compte, les pistes à envisager 73

Jacques SPINDLER et David HURON

3.1. Du surtourisme à un tourisme durable ? Penser à d'autres « marqueurs » de performance	74
3.1.1. Les nécessités du tourisme durable.	75
3.1.2. Les souhaits des touristes	78
3.2. Du surtourisme à un tourisme durable ? Réfléchir aux types de messages à transmettre	80
3.2.1. Le marketing digital : outil du nouveau tourisme ?	81
3.2.2. Le « démarketing » : un outil complémentaire de régulation des flux touristiques ?	83
3.3. Conclusion	85
3.4. Bibliographie.	86

Chapitre 4. Résilience d'une destination touristique à l'ère post-Covid : le cas de Val d'Europe Agglomération	91
Nathalie FABRY et Sylvain ZEGHNI	
4.1. Introduction.	91
4.2. Cadre théorique : la résilience adaptative d'une destination touristique urbaine	92
4.2.1. Résilience	92
4.2.2. Résilience adaptative en espace urbain	93
4.3. Le Val d'Europe post-Covid, cadre de l'observation participante	94
4.3.1. La stratégie d'attractivité mise en place par VEA	94
4.3.2. Le Val d'Europe, un territoire résilient ?	97
4.4. Conclusion	99
4.5. Bibliographie.	100
Partie 2. Agilité touristique : entre technologie et société	103
Chapitre 5. Identification des compétences numériques : étude d'entreprises touristiques péruviennes	105
Otto REGALADO-PEZÚA, Leonardo TORO et Juan Carlos SOSA VARELA	
5.1. Introduction.	105
5.2. Cadre théorique	107
5.3. Cadre contextuel.	111
5.4. Méthodologie.	113
5.5. Résultats et conclusions	114
5.6. Bibliographie.	115
Chapitre 6. Intelligence artificielle et quête de sens au service de l'agilité marketing dans le tourisme	121
Denis BORIES et Paul-Emmanuel PICHON	
6.1. De l'agilité marketing à la création de sens dans le secteur du tourisme.	122
6.2. Le <i>sensemaking</i>	123
6.3. De l' <i>Open Data</i> à Datatourisme.	125
6.4. Les apports de l'intelligence artificielle au traitement des données	126
6.5. Les limites des méthodes d'apprentissage	128

6.6. Le <i>sensemaking</i> pour donner du sens aux résultats de l'IA	131
6.7. Conclusion	133
6.8. Bibliographie	134

Chapitre 7. Le rapport à l'altérité : le jeu d'interactions entre touristes et habitants d'un territoire 137

Patrizia LAUDATI, Claudine BATAZZI et Henri ALEXIS

7.1. Introduction	137
7.2. Contexte et problématique	139
7.3. Habitant/touriste/lieu : le rapport à l'altérité	141
7.3.1. Le rapport à l'autre : habitant/touriste	141
7.3.2. Le rapport à l'espace : individu/lieu	142
7.4. La démarche	143
7.4.1. Première étape. Les places mineures de Florence : le choix alternatif des habitants	143
7.4.2. Deuxième étape. Identité territoriale. Images et imaginaires de la Nice touristique par ses habitants	144
7.4.3. Troisième étape. L'opérationnalisation des concepts	146
7.5. Conclusion	146
7.6. Bibliographie	147

Chapitre 8. Concilier agilité touristique et agricole : accueil à la ferme et « agritouristes » 151

Alexis ANNES, Jacinthe BESSIÈRE et Noémie RAVAS

8.1. Introduction	151
8.2. Revue de littérature	152
8.2.1. L'agritourisme, une activité de diversification au cœur des exploitations agricoles	152
8.2.2. L'agritourisme, une quête de terroir et de nature	153
8.2.3. L'agritourisme, une activité nourrie par un imaginaire collectif	154
8.3. Démarche méthodologique	155
8.4. Résultats et discussion	156
8.4.1. Quels profils d'agritouristes ?	156
8.4.2. Lien à l'agriculture et au cadre naturel : des motivations en phase avec la littérature	158
8.4.3. L'alimentation au cœur de l'expérience agritouristique	160
8.4.4. Un imaginaire univoque sur le monde rural et agricole	163

8.5. Conclusion	167
8.6. Bibliographie	169
Conclusion	173
Sylvie CHRISTOFLE	
Liste des auteurs	177
Index	179
Sommaire de <i>L'agilité touristique en temps de crises</i> et <i>d'incertitudes 2</i>	183