

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. Marketing et communication au cœur de l'agilité touristique : histoires d'acteurs et de territoires	39
Chapitre 1. L'agilité du consommateur touristique : un cadre pour le marketing touristique	41
Marios SOTIRIADIS et Shiwei SHEN	
1.1. Introduction : environnement marketing et comportement des consommateurs à l'ère numérique.	41
1.2. Cadre théorique : marketing agile.	43

1.3. Une approche mixte : un cadre basé sur deux modèles	45
1.3.1. Parcours du consommateur/client à l'ère numérique	46
1.3.2. Mise en œuvre du marketing : le marketing mix.	47
1.4. Proposition d'un cadre pour la mise en œuvre du marketing agile dans le secteur du tourisme	50
1.5. Conclusion	52
1.6. Bibliographie.	53

Chapitre 2. Agilité communicationnelle en ligne de destinations touristiques internationales :

Cannes, Nice, Monaco 57

Sylvie CHRISTOFLE et Carine FOURNIER

2.1. Cadre théorique	58
2.2. Méthodologie.	60
2.3. Résultats et discussions.	62
2.3.1. Les OGD, des adoptants précoces ?	62
2.3.2. Quelles publications ?	63
2.3.3. Quelle reconnaissance mutuelle ? La mesure de l'interaction	66
2.3.4. Produire un indice composite mesurant l'agilité communicationnelle en ligne ?	72
2.4. Conclusion	75
2.5. Bibliographie.	76

Chapitre 3. Les Accros du peignoir (Massif central) : une preuve de l'agilité du milieu thermal français 79

Marie-Ève FÉRÉROL

3.1. Introduction.	79
3.2. Méthodologie.	82
3.3. Contextualisation : la déchéance des stations phares du Massif central	84
3.4. Le remède à la crise : une marque territoriale basée sur l'humour, l'inclusivité, l'expérientiel et l'ouverture sur le monde culturel.	85
3.4.1. Un travail de réflexion sur l'identité à donner aux villes d'eaux du Massif central	86
3.4.2. Le choix de l'humour et de l'autodérision	86
3.4.3. Une communication plus <i>punchy</i> , inclusive et expérientielle	88
3.4.4. Les villes d'eaux : des villes créatives et innovantes	91
3.5. Conclusion	95
3.6. Bibliographie.	97

Chapitre 4. Attractions et destinations imbriquées : le cas du site UNESCO de la Chaîne des Puys-faille de Limagne 99

Jean-Bernard MARSAT et Étienne POLGE

4.1. Problématique, références et modèles	100
4.1.1. Particularités spatiales du système local.	100
4.1.1.1. Cadrage de la problématique : attraction touristique et destination touristique	100
4.1.1.2. Les distinctions entre « destination-d », « destination-o » et « aire A-H »	101
4.1.1.3. Les diverses configurations spatiales des voyages d'agrément.	102
4.1.1.4. L'identification des destinations-o, les relations entre objets et entre échelles	102
4.1.1.5. Les relations : attraction/hébergement/destination-o	103
4.1.2. Problématique de gestion : profils d'acteurs, objets et échelles d'intervention	104
4.2. Étude de cas	105
4.2.1. L'étude de la fréquentation	106
4.2.1.1. Méthode	106
4.2.1.2. Résultats concernant la nature et la géographie de la fréquentation	106
4.2.2. L'étude de la gestion du système touristique concerné par l'attraction (la CPFL)	109
4.2.2.1. Gestion des ressources et compétences du système touristique.	109
4.2.2.2. Marketing territorial et touristique.	110
4.2.2.3. L'hypothèse d'une gestion touristique multi-échelle : arguments et limites	111
4.3. Discussion – conclusion	111
4.4. Bibliographie.	112

Chapitre 5. L'agilité collective au cœur de la valorisation du tourisme dans les Hauts-de-France en période de Covid. 115

Sandrine FOURNIER

5.1. Valorisation territoriale de la « destination HDF ».	116
5.2. L'agilité des acteurs du tourisme : s'adapter, développer, innover	117
5.3. Valorisation et agilité <i>via</i> la digitalisation	118

5.4. La synergie de la promotion entre opérateurs officiels/professionnels du tourisme et citoyens/touristes	119
5.5. Méthodologie, résultats et discussion	120
5.5.1. Méthodologie	120
5.5.2. L'agilité des acteurs professionnels dans les HDF.	121
5.5.3. L'adaptabilité des opérateurs officiels/professionnels du tourisme et des citoyens/touristes	122
5.5.4. Agilité des organisations touristiques régionales, départementales et locales.	124
5.5.5. Interrelations entre les opérateurs officiels/professionnels du tourisme et les citoyens/touristes	125
5.5.6. Discussion	127
5.6. Conclusion	128
5.7. Bibliographie.	128

Partie 2. La durabilité : un enjeu de l'agilité touristique ? 131

Chapitre 6. Gérer les fréquentations : un enjeu des politiques publiques pour préserver et valoriser le patrimoine naturel 133

Émeline HATT et Sylvie CLARIMONT

6.1. Fréquentation des espaces naturels à forte notoriété et à enjeux de gestion importants.	135
6.1.1. De grands sites naturels soumis à de fortes fréquentations.	135
6.1.2. (Sur)fréquentation et enjeux de gestion des fréquentations	137
6.2. Des questionnaires d'espaces naturels de plus en plus enclins à mettre en œuvre des dispositifs de gestion des fréquentations.	139
6.2.1. Une variété de dispositifs de gestion des fréquentations dans les espaces naturels	139
6.2.2. Des expérimentations de limitation des fréquentations en France.	141
6.2.3. Une évolution réglementaire au service de la gestion des fréquentations	143
6.3. Les dispositifs de gestion des fréquentations : entre difficultés concrètes de mise en œuvre et perceptions sociales ambivalentes.	144
6.3.1. Des obstacles à la constitution de territoires de gestion opérationnels	144

6.3.2. Un principe de régulation accepté, mais des mesures de régulation critiquées par les usagers	145
6.4. Conclusion	148
6.5. Bibliographie	149

Chapitre 7. Espaces métropolitains et tourisme de proximité. 153

Fabrice DECOUPIGNY

7.1. Introduction.	153
7.2. Métropoles et loisirs de proximité	153
7.3. Impact des résidences secondaires sur l'attractivité	158
7.4. Simulations prospectives des attractivités	160
7.5. Conclusion	163
7.6. Bibliographie.	163

Chapitre 8. L'hypermobilité à l'épreuve des enjeux environnementaux et sociétaux. 165

Isabelle FROCHOT, Véronique MONDOU et Philippe VIOLIER

8.1. Introduction.	165
8.2. Méthodologie.	165
8.3. Cadre d'analyse	166
8.4. Principaux résultats	168
8.4.1. Des combinaisons variées	168
8.4.2. Effets de la pandémie.	172
8.4.3. Effets de la levée des restrictions.	175
8.5. Discussion : un constat sans appel	176
8.6. Conclusion	177
8.7. Bibliographie.	178

Chapitre 9. Retour d'expériences de mobilité douce et de tourisme durable en Côte d'Opale : la bicyclette, vecteur d'agilité 181

Jean-Denis HUE et Vincent HERBERT

9.1. Une recherche-action pour comprendre les enjeux locaux de mobilité	182
9.2. L'agilité institutionnelle comme marque de « direction » d'une politique écotouristique	184
9.3. La bicyclette, translation de pratiques « agiles » pour les usagers.	188

9.4. Conclusion	191
9.5. Bibliographie	192
Conclusion	193
Sylvie CHRISTOFLE	
Liste des auteurs	197
Index	199
Sommaire de <i>L'agilité touristique en temps de crises</i> et <i>d'incertitudes 1</i>	203