



3^{ème} Colloque international sur la Recherche et l'Enseignement Supérieur en tourisme, Astres 2013

Angers du 27 au 29 mai 2013

Appel à contribution

Avènement d'un nouveau système touristique.

L'OMT estime à 1,5 milliard le nombre de touristes internationaux en 2020, mais la croissance des touristes est-elle l'enjeu premier du tourisme de demain ? De profondes mutations sont en cours et il est nécessaire que praticiens et chercheurs fassent le point sur les trajectoires possibles pour le tourisme de demain.

Le tourisme, sous ses multiples formes, traduit un besoin fondamental d'échanges humains, de découvertes et de ruptures avec le quotidien. Des chercheurs en proposent une approche systémique et le définissent comme un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui a pour finalité de satisfaire ces besoins favorisant la *recréation* des individus. Ce système s'inscrit par ailleurs dans un système de mobilités (voyages et réunions d'affaires, migrations de travail...) avec lequel il entretient des relations et qui participe à sa dynamique.

Comme tout fait social, le système touristique a évolué dans le temps. Il est passé par différentes configurations : tourisme artisanal ou aristocratique – le temps du petit nombre ; tourisme en nombre ou industriel marqué par l'invention du tour-opérateur, des stations, l'irruption des chemins de fer ; tourisme de masse, caractérisé par l'accès au tourisme du plus grand nombre et, en particulier, la diffusion au sein de l'ensemble des classes sociales, accompagnant l'évolution de sociétés caractérisées notamment par la consommation de masse.

Il est possible d'identifier depuis les années 1980 environ des changements qui pourraient justifier l'affirmation de l'avènement d'un nouveau système. On peut regrouper les changements en cours en cinq axes :

1) Le processus de croissance économique s'accompagne de l'accès au tourisme des sociétés dites « émergentes » jusque-là largement exclues. Cet avènement se caractérise par des variabilités d'usages sociaux inhérents. Il affecte des lieux déjà en partie ou totalement façonnés par le tourisme et induit la création de nouveaux lieux. Il est porté par des stratégies variées et/ou composites d'acteurs (locaux ou non). Les uns sont déjà investis dans le tourisme, les autres s'invitent dans le jeu.

2) Le bouclage (spatial) touristique du monde est achevé : l'ensemble des destinations est en effet techniquement accessible. Le monde entier est touristique au sens où les lieux les plus à l'écart sont intégrés y compris parce leur marginalité est devenue un argument des discours touristiques, et au sens où toute la planète figure au catalogue des tour-opérateurs généralistes. Des réseaux entrepreneuriaux mondialisés s'affirment, ce qui inclut bien entendu l'affirmation de firmes planétaires mais aussi les relations construites à travers le monde entre les firmes et les artisans territorialisés.

3) Internet et de nouvelles techniques contribuent à l'avènement d'autres changements ou insufflent leurs propres mutations. Ils accompagnent une marche vers davantage de liberté individuelle et d'autonomie (sans pour autant en exclure le social), vers un développement de l'information et des compétences des touristes. Il réorganise totalement ce qu'il était autrefois convenu d'appeler « la filière tourisme » et propose une nouvelle vision de la valeur créée par les intermédiaires. Ces mutations s'envisagent ainsi à la fois au sein des instances, entreprises, organismes, etc. en charge de l'offre que de la demande. Elles provoquent incontestablement une concurrence par l'innovation, l'adaptabilité et la création de connaissances.

4) Les sociétés les plus favorisées (IDH élevé) passent du tourisme de masse, entendu comme pratique diffusée (au moins la moitié de la population y a accès), au tourisme de masse personnalisé, ce dernier étant *a priori* plus socialement classant et distinctif et participant à une recherche d'autonomisation, de reconnaissance de l'individualité, et de liberté. De nouvelles modalités et de nouvelles consommations touristiques se développent, toutes axées sur l'idée d'expérience touristique co-produite par le touriste lui-même. Le service touristique évolue vers une co-production dont le touriste est de plus en plus expert.

5) Le système évolue également en relation avec la diffusion de valeurs. Il semble que le développement soutenable constitue à la fois une valeur nouvelle et marquante. Ces valeurs s'ancrent à la fois dans des stratégies marketing des territoires et des entreprises puis au sein de positionnements éthiques plus fondamentaux. Au-delà de la question simplement écologique, elles interrogent les entreprises du tourisme sur leur responsabilité sociétale, les managers de destinations sur l'association de toutes les parties prenantes, ou les touristes sur les valeurs associées à leur projet *recréatif*.

Les mutations en cours sont si intenses et nombreuses, qu'au delà de la description, il importe aux chercheurs de s'interroger sur les moyens que l'on se donne pour les comprendre et les analyser. Le tourisme est en effet un domaine de recherche pluridisciplinaire, ce qui fait son atout mais aussi ses difficultés. La recherche en

tourisme doit se structurer pour répondre aux enjeux que représentent ces mutations sociales, technologiques, économiques. Quels ancrages épistémologiques, quelles méthodologies, quels paradigmes ? Les mutations du tourisme nous invitent clairement à affûter nos outils et nos méthodes, à interroger nos théories, pour mieux les comprendre et répondre aux enjeux. Le colloque vise donc à organiser un débat scientifique autour d'une comparaison entre les approches disciplinaires de ces changements (géographie, sociologie, gestion, économie, histoire, ethnologie, etc.). Sans exclure l'exposé de faits, il ne s'agit pas tant de décrire que d'exposer comment, avec quelles problématiques, quels outils conceptuels, quelles méthodes, ils sont abordés par les chercheurs des différentes sciences sociales qui étudient le tourisme. Ne sont donc pas attendues des études de cas, au sens strict, mais davantage des analyses croisées portant sur l'ancrage épistémologique, les méthodologies et les terrains convoqués. La poursuite du processus de mondialisation rend urgent les comparaisons internationales et les confrontations entre les points de vue émanant de chercheurs appartenant à des sociétés différentes. Les propositions d'équipes internationales sont particulièrement attendues.

Ce colloque se tiendra à Angers du 27 au 29 mai 2012. Les propositions de communications sont attendues pour le 1er mars 2013. Il est demandé aux auteurs de les présenter sous forme d'un texte de 3 à 4 pages précisant la problématique, la méthodologie, éventuellement le terrain et les éléments principaux de la bibliographie. Le titre et les mots-clés devront figurer en français et en anglais. Ces textes dans leur version définitive seront sollicités pour le 15 avril dans le but de proposer un support aux participants. Une publication, envisagée sous forme d'ouvrage scientifique ou dans une revue spécialisée dans le champ du tourisme, exigera la rédaction d'un article complet, et sa soumission à une procédure de révision.

Les modalités précises d'organisation seront définies en fonction du nombre de propositions retenues par le comité scientifique, mais elles viseront à favoriser les débats.

Les communications sont à soumettre à colloque.astres@univ-angers.fr

Le comité scientifique local est composé de
Cécile Clergeau-Allain des Beauvais, Professeur de Sciences de gestion
Philippe Duhamel, Professeur de Géographie et Directeur du laboratoire ESO-Angers
Christophe Guibert, Maître de Conférences en Sociologie

Le comité scientifique sera enrichi par des représentants des différents établissements membres de l'association Astres et sera présidé par Philippe Violier, Professeur de Géographie.