

DESTINATIONS ET TERRITOIRES

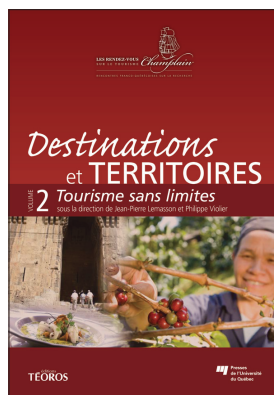
Tourisme sans limites

VOLUME 2

Sous la direction de JEAN-PIERRE LEMASSON
et PHILIPPE VIOLIER

L'émergence de nouvelles formes de tourisme, tels le tourisme gourmand, le tourisme solidaire et équitable ou encore le tourisme culturel, témoigne de l'élargissement constant des intentions touristiques et en questionne le sens social. Outre la complexification croissante du champ touristique qui en résulte, nous assistons à la multiplication des destinations. Tous les lieux, quelle que soit leur échelle – du restaurant aux parcs écologiques, en passant par des villes entières – ou quelle que soit leur localisation – du quartier voisin au pays situé à l'autre bout de la planète –, sont susceptibles de devenir des destinations. Désormais sans limites géographiques ou physiques, les nouvelles formes de tourisme sont aussi des manières d'aller au-delà de limites symboliques, imaginaires, culturelles. Si de nouvelles destinations sont offertes, les anciennes sont aussi susceptibles de constamment se renouveler, de telle sorte que la dynamique de changements ouvre à son tour des possibilités infinies.

Lire ce second volume des actes des Rendez-vous Champlain, c'est mieux comprendre pourquoi et comment le tourisme est désormais sans limites.



2009, 306 pages, 978-2-7605-2501-6

30 \$ | 24 €

DISTRIBUTEURS

CANADA

PROLOGUE INC.

BELGIQUE

PATRIMOINE SPRL

FRANCE

DISTRIBUTION AFPU

DISTRIBUTION SODIS

SUISSE

SERVIDIS SA

**NOS LIVRES SONT EN VENTE
CHEZ VOTRE LIBRAIRE...
OU AU WWW.PUQ.CA**

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec

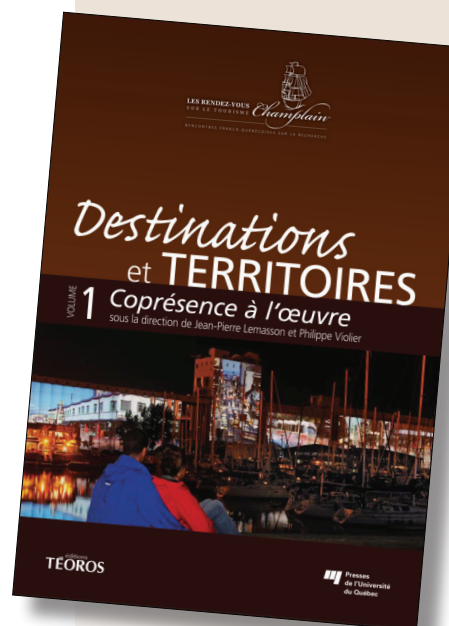
DESTINATIONS ET TERRITOIRES

Coprésence à l'œuvre

VOLUME 1

Sous la direction de
**Jean-Pierre Lemasson
et Philippe Violier**

2009, 282 pages
978-2-7605-2499-6



30 \$ | 24 €

Presses
de l'Université
du Québec

LA MOBILITÉ TOURISTIQUE INDUIT une coprésence problématique. Dans des lieux choisis pour leurs qualités et en fonction de leurs intentions de *recréation*, les touristes s'installent temporairement. Des enjeux d'appropriation – des lieux par les touristes, du tourisme par les habitants –, tout comme des enjeux économiques et environnementaux, sont dès lors posés dans les territoires... mis en tourisme, écrieraient les géographes et les sociologues, dans les destinations, préféreraient dire les

gestionnaires et les spécialistes du marketing, à moins qu'il ne s'agisse de « clusters », selon les économistes. Ces « Rendez-vous Champlain sur le tourisme », questionnant la rencontre entre touristes, habitants, professionnels du tourisme, etc., ont été l'occasion de plusieurs autres rencontres : entre spécialistes de différentes disciplines, aux outils et analyses différents, et entre chercheurs des deux rives de l'Atlantique. L'ouvrage proposé confronte approches globales et théoriques, démarches sectorielles et études de cas, analyses spatiales consacrées aux métropoles ou, au contraire, aux espaces de faible densité, afin de mieux comprendre la nature et les enjeux de la coprésence à l'œuvre dans les lieux et les espaces touristiques.

LES AUTEURS

- ▶ *Jean-Pierre LEMASSON, professeur, Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal. Ses principaux intérêts de recherche portent sur l'histoire de la gastronomie, le patrimoine alimentaire, le tourisme gourmand et les rapports gastronomie-ville.*
- ▶ *Philippe VIOLIER, professeur et directeur des Études supérieures de tourisme et d'hôtellerie de l'Université d'Angers (ESTHUA) et membre de l'équipe UMR (Unité mixte de recherche) ESO-Carta. Coauteur de Tourisme 1, Lieux communs (2002, Paris, Belin) et Tourisme 2, Moments de lieux (2005, Paris, Belin). Il a publié en 2008 (également aux Éditions Belin) Tourisme et développement local.*

LES COLLABORATEURS

<i>Guillaume Biot-Paquerot</i>	<i>Maria Gravari Barbas</i>	<i>Jean-Pierre Mounet</i>
<i>Christèle Boulaire</i>	<i>Jean Harvey</i>	<i>Hélène Pébarthe-Désiré</i>
<i>Stéphane Brault</i>	<i>Jean-Marie Hazebroucq</i>	<i>Clémence Perrin Malterre</i>
<i>Sylvie Christofle</i>	<i>Boualem Kadri</i>	<i>Jérôme Piriou</i>
<i>Yves Cinotti</i>	<i>Amélie Lacroix</i>	<i>Yohann Rech</i>
<i>Vincent Coëffé</i>	<i>Christine Lacroix</i>	<i>Noureddine Selmi</i>
<i>Bernard Dazet</i>	<i>Isabelle Lefort</i>	<i>Fernando Henrique De Sousa</i>
<i>Stéphane Donnat</i>	<i>Anaïs Lesne</i>	<i>Nilgün Tural Cheviron</i>
<i>Nathalie Fabry</i>	<i>Jean-Bernard Marsat</i>	<i>Philippe Violier</i>
<i>Edith Fagnoni</i>	<i>Bernard Massiera</i>	<i>Michel Zins</i>
<i>Jean-Christophe Gay</i>	<i>Luc Mazuel</i>	
<i>Maie Gérardot</i>	<i>Véronique Mondou</i>	

SOMMAIRE

■ APPROCHES GLOBALES DE LA COPRÉSENCE

De l'espace touristique à la « destination touristique » : un « territoire » qui se projette

Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques

Une approche régionale de la destination touristique : étude des cas de la vallée de la Loire et du bassin Lémanique

La démocratie participative à l'épreuve des faits : la place des pratiquants auto-organisés dans les sports de nature

Clusters de tourisme et compétitivité des acteurs : une solution pour conforter le tourisme d'affaires et événementiel parisien ?

■ APPROCHES SECTORIELLES, ÉVALUATION ET PERFORMANCE

L'attrait des destinations tropicales pour les Québécois : représentation symbolique et motivations

Évaluer les destinations touristiques dans un contexte de multiplication des expériences offertes aux touristes internationaux

L'hospitalité touristique au service des destinations

L'Orient marché accroît-elle la performance des hôtels ?

La place de l'offre aérienne dans la construction et le développement d'une destination touristique

■ COPRÉSENCE, EXPÉRIENCES LOCALISÉES

Création de valeur et micro-territoires : le cas de la Charente-Maritime

Fonctionnement et dysfonctionnements des systèmes d'acteurs de deux stations de sports d'hiver françaises en moyenne montagne

Le rôle des organismes multilatéraux d'aide au développement dans la construction des lieux touristiques : le cas de la Banque interaméricaine de développement au Brésil

Les piètres performances du tourisme en France d'outre-mer

Le management territorialisé du tourisme rural : des enseignements à partir du programme Porta Natura

Émergence et renouvellement des destinations touristiques en espace rural : l'entrée par la demande

■ STRATÉGIES MÉTROPOLITAINES ET TOURISME

« Marque d'Architecte », « Marques de Musées ». L'architecture médiatique en tant qu'outil de positionnement touristique urbain

Culture décentralisée et innovation urbaine : Metz et le Centre Pompidou

Industrie de l'événement, congrès internationaux et stratégies métropolitaines : un essai de caractérisation France-Canada

Les nouvelles formes du tourisme urbain à Istanbul

Comprendre la touristisation métropolitaine : pour une rythmanalyse touristique de la métropole parisienne

Du site à la métropole touristique : comment les touristes produisent du jeu avec la ville

Le pittoresque et l'authentique : l'art de ré-accommoder les bons morceaux ?

Le tourisme métropolitain : différenciation expérientielle et intégration sociale