



HAL
open science

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

Patrizia Laudati, Claudine Batazzi, Henri Alexis

► To cite this version:

Patrizia Laudati, Claudine Batazzi, Henri Alexis. Le rapport à l'altérité: le jeu d'interactions entre touristes et habitants d'un territoire. 11ème Colloque de l'Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur (AsTRES), "L'agilité touristique en période de crises: réplifications, accélérations, réinventions..?", Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur; Université Côte d'Azur, Nov 2022, Nice, France. hal-04090317

HAL Id: hal-04090317

<https://hal.science/hal-04090317v1>

Submitted on 25 Jul 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

LE RAPPORT A L'ALTERITE : LE JEU D'INTERACTIONS ENTRE TOURISTES ET HABITANTS D'UN TERRITOIRE.

LAUDATI Patrizia, BATAZZI Claudine et ALEXIS Henri / SICLab Méditerranée
UCA Université Côte d'Azur / patrizia.laudati@univ-cotedazur.fr ;
claudine.batazzi@univ-cotedazur.fr ; henri.alexis@univ-cotedazur.fr

Résumé

Introduction

Dans nos travaux précédents (Batazzi et al., 2022), nous avons interrogé la manière dont l'identité territoriale, par le respect de ses spécificités locales, peut devenir un levier pour la relocalisation des systèmes économiques notamment dans le secteur du tourisme. Au travers d'un exemple, celui de la marque « Esprit parc national », nous avons essayé de montrer comment les politiques publiques ou privées s'appuyant sur l'ESS (Économie Sociale et Solidaire), se sont emparées des nouvelles formes de tourisme alternatif et durable, pour affirmer l'identité culturelle de leurs territoires, en mettant en place une démarche de marketing expérientiel, à savoir une expérience touristique recherchée ou vécue à travers les productions de biens ou services des prestataires locaux (exemple de spécialités culinaires régionales ou de chambres d'hôtes), la particularité géographique d'un territoire (en l'occurrence, un parc naturel), et des pratiques récréatives actives (itinérance) ou passives (bien-être).

Nous avons souligné que « *L'ancrage territorial est le fil conducteur, le dénominateur commun du projet de tourisme durable. Il contribue à créer et à promouvoir une identité régionale forte et attractive* » (Seguin et al. 2010). Mais au-delà des prestataires locaux, qu'en est-il des populations locales ? Se sentent-elles concernées ? S'inscrivent-elles dans des démarches volontaires de promotion de l'identité de leur territoire ?

Nous voulons ainsi poursuivre la réflexion, en répondant à ces questions par l'approfondissement de l'une des cinq dimensions structurantes de l'expérience touristique alternative proposée par la marque « Esprit parc National » : **le rapport à autrui** (Marsac et al. 2012), car une approche durable des sites touristiques ne peut que s'inscrire dans un jeu d'interactions entre ceux qui habitent le site et ceux qui le visitent. Les autres dimensions structurantes sont : (i) le rapport au corps et à l'esprit ; (ii) le rapport au temps ; (iii) le rapport à l'espace ; (iv) le rapport aux usages et traditions.

Nous interrogeons alors les caractéristiques non pas des stratégies des décideurs ou des opérateurs du tourisme, mais bien celles des territoires eux-mêmes et de leurs habitants qui faciliteraient **l'ouverture à l'altérité** (Levinas, 1971 ; Ricoeur, 1990) et ré-enchanteraient ainsi l'expérience touristique. Notre hypothèse étant que la prédisposition à l'accueil de l'autre (au sens de l'habitus de Bourdieu, 2000) étant la condition *sine qua non* pour accélérer, faciliter et rendre « agile » le tourisme, en évitant l'écueil de toute forme de réticence ou simplement de désintérêt.

Problématique

Souvent la littérature sur le tourisme, interroge les diverses formes et pratiques, leurs évolutions, (et du coup) les stratégies communicationnelles à mettre en place pour attirer les touristes et leur proposer de plus en plus d'expériences inédites (Bourdeau, 2012 ; Leroux, 2010, Martinet, 2021, Michel, 2004). Rares sont les travaux qui questionnent le tourisme du point de vue des

populations locales. Ces dernières souvent le subissent et ont le sentiment d'être dépossédées de leur propre ville.

Malgré la mise en place de différentes initiatives de démocratie participative (Arcuset, 2013 ; Le Goff, 2009 ; Lequin, 2001), souvent les habitants ne se sentent pas suffisamment pris en compte lors des décisions politiques concernant leur territoire et cela a des répercussions sur la manière dont ils accueillent les touristes en leur renvoyant une image négative de la population locale. Même lorsqu'on évoque le « tourisme alternatif ou durable », défini par l'Organisation Mondiale du Tourisme comme une activité qui doit s'inscrire dans des préoccupations écologiques à long terme, demeurer viable sur un plan économique, et faire preuve d'équité envers les populations locales, on se rend compte que le concept d'équité fait référence à une équité économique (valoriser les ressources locales) qui n'inclut pas d'équité « psychologique » liée au respect et à l'équilibre des modes de vie de tout un chacun, au sentiment de « bien-être », au « bien vivre-ensemble » (Barthes, 1977) etc.

L'objectif est donc de savoir comment (ré)établir cet équilibre, comment effacer les réticences des habitants, comment intervenir sur les populations locales pour les sensibiliser au tourisme, pour déclencher leur engagement (Van der Yeught et al., 2016 ; Joule et al., 1989), afin que le territoire devienne attractif par l'attitude même de ses habitants.

Méthodologie

Dans un premier temps, nous allons présenter les résultats d'une enquête menée en janvier 2022, dans l'objectif de déterminer les éléments qui participent à la construction des imaginaires sur le territoire, notamment celui de la ville de Nice. Ces éléments contribuent au processus de construction identitaire des habitants et à leur sentiment d'appartenance spatiale.

Dans un deuxième temps, nous allons voir comment le sentiment d'appartenance à un territoire et la fierté de « posséder » son patrimoine matériel et immatériel, peuvent permettre aux habitants de devenir des véritables ambassadeurs et co-acteurs dans la conception de nouvelles formes participatives de tourisme, et de partager des expériences inédites avec autrui.

Résultats attendus

Les éléments dégagés à partir des enquêtes et leur croisement avec ceux issus d'analyses de corpus et de recherches documentaires, vont permettre d'identifier les leviers d'action à mettre en place pour construire une « acceptabilité sociale de l'autre » (le touriste) par les habitants et faciliter ainsi des actions participatives assumées dans la co-conception de nouvelles formes de tourisme expérientiel local.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

- Arcuset L. (2013). *La prise en compte de la diversité des acteurs dans un processus de tourisme durable*, Thèse de Doctorat, Grenoble.
- Barthes R. (1977). *Comment vivre ensemble. Cours et séminaires au Collège de France (1976-1977)*. Paris : Seuil Imec.
- Batazzi C., Laudati P., Alexis H., (2022). « Pandémie de covid-19 et globalisation : Redistribution des cartes de la territorialisation vers une nouvelle forme de tourisme ? », XXVème Colloque Franco-Roumain « Mondialisation de la Communication. La diversité des cultures en question », Iasi, Roumanie, 26-28 mai 2022.
- Bourdeau P. (2012). « Le tourisme réinventé par ses périphéries ? ». in Bourlon F., Osorio M., Mao P., Gale T. *Explorando las nuevas fronteras del turismo. Perspectivas de la investigación en turismo*, Nire Negro, pp.31-48.
- Bourdieu P., 2000. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris : Seuil
- Joule R. V., & Beauvois J. L. (1989). Une théorie psychosociale: la théorie de l'engagement. Perspectives commerciales. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 4(1), 79-90.
- Le Goff J. P. (2009). Au nom du développement durable. *Le Débat*, (4), 80-97.
- Lequin M. (2001). *Écotourisme et gouvernance participative* (Vol. 4). Québec : Presses Universitaires du Québec.
- Leroux, E. (2010). Vers un Tourisme Durable ou un écotourisme. *Management Avenir*, (4), 234-238.
- Levinas E. (1971). *Totalité et Infini, Essai sur l'extériorité*. The Hague : Nijhoff éditions
- Marsac A., Lebrun A.M., Bouchet P., (2012). « Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural », *Management & Avenir*, 2012/6 (n° 56), p. 134-153.
- Martinet A.C. (2021), « Habiter le territoire, stratégie pour les unités actives de l'ESS », in ouvrage collectif, « Marché et organisations ». Paris : Harmattan, n°42, pages 95 à 115.
- Michel F. (2004). *Désirs d'ailleurs : essai d'anthropologie des voyages*. Laval : Presses Université Laval.
- Ricoeur P. (1990). *Soi-même comme un autre*. Paris : Éditions du Seuil
- Séguin G. et Rouzet E. (2010), *Marketing du tourisme durable*, Paris : Dunod, 208 pages.
- Van der Yeught, C., & Bon, V. (2016). Quand une innovation sociale produit de l'innovation responsable. *Revue française de gestion*, (2), 27-40.



MOTS-CLÉS (5) : tourisme et altérité, interactions touristes/habitants, identité territoriale