



**À QUOI RESSEMBLENT VOS VACANCES ?  
QU'AIÉEZ-VOUS FAIRE PENDANT VOTRE TEMPS LIBRE ?**







POURQUOI SOMMES-NOUS PRÊTS À PARTICIPER VOLONTAIREMENT À DES EXPÉRIENCES POUVANT ÊTRE EFFRAYANTES, TRISTES, STRESSANTES, DOULOUREUSES OU DIFFICILES ?



Enregistrement présentation :

[https://univangersfr-my.sharepoint.com/personal/anna\\_laarman\\_univ-angers\\_fr/\\_layouts/15/stream.aspx?id=%2Fpersonal%2Fanna%5Flaarman%5Funiv%2Dangers%5Ffr%2FDocuments%2FEnregistrements%2FS%C3%A9minaire%20de%20recherche%20en%20tourisme%2D20240122%5F140344%2DENregistrement%20de%20la%20r%C3%A9union%2Emp4&ga=1&referrer=StreamWebApp%2EWeb&referrerScenario=AddressBarCopied%2Eview](https://univangersfr-my.sharepoint.com/personal/anna_laarman_univ-angers_fr/_layouts/15/stream.aspx?id=%2Fpersonal%2Fanna%5Flaarman%5Funiv%2Dangers%5Ffr%2FDocuments%2FEnregistrements%2FS%C3%A9minaire%20de%20recherche%20en%20tourisme%2D20240122%5F140344%2DENregistrement%20de%20la%20r%C3%A9union%2Emp4&ga=1&referrer=StreamWebApp%2EWeb&referrerScenario=AddressBarCopied%2Eview)

# Quête de bien-être et masochisme : pourquoi les touristes consomment-ils volontairement de la douleur et des émotions négatives ?

SÉMINAIRE DE RECHERCHE EN TOURISME

Sarah Péronne - Sous la direction de **Sandra Camus**

# Plan

**01**

**Concepts clés et contexte  
de la recherche**

**02**

**Revue de littérature**

**03**

**Manques et questions  
de recherche**

**04**

**Méthodologie**

**05**

**Résultats**

**06**

**Contribution  
méthodologique**

**07**

**Conclusion**





01

---

# Concepts clés et contexte de la recherche

# Les émotions

- Les **émotions** sont **intenses**, de **courte durée**, ont une cause précise et un **contenu cognitif conscient** (Forgas, 2013). Elles sont **suscitées par un référent spécifique** → une personne, un événement ou une situation (Parrott, 2001).

**1) Vision bipolaire :** les émotions positives et négatives sont présentées comme des **pôles opposés** de la même dimension émotionnelle (Russell et Carroll, 1999).

**2) Vision unipolaire :** Permet aux **émotions positives et négatives de coexister**. Le fait de ressentir des émotions positives n'exclut pas l'apparition d'émotions négatives (Babin, Darden et Babin 1998; Andrade et Cohen 2007) → *Exemple : Attente pour visiter les Catacombes de Paris (Cacioppo et Bernston, 1994)*

- Le fait que **la positivité et la négativité soient indépendantes et unipolaires** indique qu'il est possible d'éprouver des émotions de valence différente dans le cadre **d'un seul événement** (Cohen et al., 2008 ; Larsen et McGraw, 2011). → **coactivation ou émotions mixtes (Larsen et McGraw, 2011)** .  
→ *"Il est surprenant de constater que l'on ne sait pas grand-chose de l'effet des émotions mixtes sur les variables de résultat dans le contexte du tourisme"* (Hosany, Martin et Woodside, 2020)



# La douleur

## D'après l'American Pain Society (2017) :

“La douleur est une expérience complexe impliquant des **sensations physiques** et des **réponses émotionnelles** à une stimulation nociceptive (nocive). Elle est un signal d'alarme, un symptôme et un sentiment”.

## Définition du Larousse :

1. **Sensation pénible**, désagréable, ressentie dans une partie du corps : *La vive douleur causée par une brûlure*
2. **Sentiment pénible**, affliction, souffrance morale ; chagrin, peine : *Raviver une douleur ancienne.*

Table 2

(Kastanakis et al., 2022)

Selected definitions on pain.

<b>Pain</b>	“An experience blending the material and the social, mind and body, and human and nonhuman elements as interwoven entities” (Scott et al., 2017, p. 24)
<b>Physical pain</b>	A state in which severe discomfort and <b>uncomfortable sensation</b> are experienced (Kumar & Elavarasi, 2016) “A distressing experience associated with actual or potential tissue damage with sensory, emotional, cognitive and social components” (Williams & Craig, 2016, p. 2420).
<b>Psychological pain</b>	“A lasting, unsustainable, and <b>unpleasant feeling</b> resulting from negative appraisal of an inability or deficiency of the self” (Meerwijk & Weiss, 2011, p. 402). “A diffuse subjective experience ... differentiated from physical pain which is often localized and associated with noxious physical stimuli” (Mee et al., 2006, p. 681)
<b>Mental pain</b>	“A wide range of subjective experiences characterized as an awareness of <b>negative changes in the self and in its functions accompanied by negative feelings</b> ” (Orbach et al., 2003, p. 228).
<b>Emotional pain</b>	“A feeling of brokenness resulting from a traumatic event, which suddenly shatters the external cover that represents a person's identity and facilitates connection with others” (Bolger, 1999, p. 357).

# Le bien-être : deux traditions

→ **La tradition hédoniste** : L'accent est mis sur le bonheur et le plaisir, généralement défini par la théorie du bien-être subjectif (SWB) : **l'expérience d'un niveau élevé d'émotions positives, d'un niveau faible d'émotions négatives** et d'un degré élevé de satisfaction par rapport à sa propre vie (Diener, 1984).

→ **La tradition eudémoniste** : L'accent est mis sur l'accomplissement personnel ainsi que la possibilité de vivre une vie qui a du sens et qui est en accord avec son vrai soi. **Pas de consensus** :

- **L'éthique eudémoniste** (Aristote, 350 av. J.-C.) → vivre d'une manière cohérente avec son **vrai soi**.
- **Le bien-être psychologique** (Ryff, 1989, 1995 ; Ryff et Singer, 2008) → défini par les dimensions **d'acceptation de soi, de relations positives avec les autres, d'autonomie, de maîtrise de l'environnement, de but dans la vie et de croissance personnelle**.
- **Les activités intrinsèquement motivées** (Waterman, 1993 ; Waterman et al., 2008) → évalue si une activité laisse **un sentiment de vie (vitalité), d'accomplissement et d'expression de soi**.
- **Le PERMA modèle** (Jayawickreme, Forgeard et Seligman, 2012) → Souligne **la nature multidimensionnelle de l'épanouissement humain**. Pour cela il est nécessaire de poursuivre plusieurs des cinq éléments suivants : **émotion positive, engagement, relations, sens et accomplissement** (acronyme PERMA).



# Contexte de la recherche

- De nombreuses recherches en marketing et en gestion ont signalé que **les émotions négatives** pendant la consommation entraînent des **résultats indésirables**, tels que **l'insatisfaction** (Phillips et Baumgartner, 2002), les **plaintes** (Zeelenberg et Pieters, 2004), le **bouche-à-oreille négatif** et **la non-intention de revisite** (Kim, Guo et Wang, 2021).
- Ce constat est d'autant plus vrai pour **les secteurs du tourisme et des loisirs** profondément ancrés dans **la perspective hédoniste** (Hosany et Gilbert, 2010 ; Grappi et Montanarin 2011).
- Les touristes recherchent des **bénéfices agréables** à travers la consommation expérientielle de leurs vacances (Kwortnik et Ross 2007). Il est donc communément admis que **la consommation d'expériences et de destinations touristiques sert principalement à éprouver du plaisir et des émotions positives** (Hosany et Gilbert, 2010 ; Grappi et Montanarin 2011).

# Contexte de la recherche

Pourtant, des millions d'individus participent à des activités de loisirs ou de tourisme douloureuses voire dangereuses (Scott et al., 2017) . **Pourquoi ?**

- L'accent mis sur l'hédonisme dans le tourisme a **largement négligé le rôle des émotions négatives**, en particulier celles impliquées dans des expériences que **les touristes perçoivent comme positives** et mémorables (Knobloch, Robertson et Aitken, 2017). Traditionnellement, la **douleur** est présentée comme une des **dimensions répulsives de l'expérience**, contrairement au plaisir (Schmitt, 2011).
- Pourtant, certaines formes de tourisme, telles que le **tourisme transformationnel** (Robledo et Batle, 2017), le **tourisme d'aventure** (Pohl et al., 2000) et le **tourisme noir** (Martini et Buda, 2020), remettent en question l'hypothèse selon laquelle la douleur et les émotions négatives doivent être évitées (Knobloch et al., 2017; Nawijn et Biran 2019).
- Récemment, les spécialistes du tourisme ont commencé à se pencher sur le phénomène, apparemment contre-intuitif et pourtant courant, de la participation à des expériences impliquant des douleurs physiques ou psychologiques et **ont appelé à une intensification de ces recherches** (Knobloch et al., 2017; Nawijn et Biran, 2019; Oren, Shani et Poria, 2021; Nørfelt et al., 2022).





02

---

## Revue de littérature

La consommation volontaire de douleur

# Un champ de recherche grandissant sur la consommation volontaire de douleur physique ou psychologique

- **Le “edgework”** : un concept sociologique de prise de risque volontaire avec un risque clairement observable, afin de répondre à des besoins inter et intra personnels (Lyng, 1990) → **Parachutisme** (Lyng, 1990 ; Celsi, Rose, et Leigh, 1993) / **Alpinisme** (Matzler et Faullant, 2011 ; Tumbat et Belk, 2011)
- **La quête de bien-être eudémonique** mobilisée afin d’expliquer les consommations non hédoniques (Knobloch, Robertson et Aitken, 2017; Nawijn et Biran, 2019) → **Tourisme transformationnel / spirituel** (Ross (2010 ; Robledo et Batle, 2017).
- La consommation de douleur physique comme **une échappatoire de soi** et un moyen de **reconnexion à sa corporalité** → **Masochisme sexuelle** (Baumeister, 1988) / **Tatouage** (Roux et Belk, 2019) / **“Tough Mudder”** (Scott, Cayla et Cova, 2017)
- L’expérience de la douleur physique : un **épisode symbolique de l’histoire de vie** des individus (Whitehead et Bates, 2016) → **Tatouage** (Roux et Belk, 2019) / **“Tough Mudder”** (Scott, Cayla et Cova, 2017)
- **Le tourisme noir** (Foley et Lennon, 1996) : une explosion de recherches. Les expériences cognitives : le devoir moral (Dalton, 2014) et l’apprentissage (Biran and Poria, 2012, Du et al., 2013) + émotionnelles des touristes : le chagrin, la tristesse, l’horreur, le dégoût et la répulsion, la colère, ou la peur (Buda, 2015 ; Zheng et al., 2017). → **Camps de concentration** (Nawijn et al., 2015 ; Oren, Shani et Poria, 2021) / **Catastrophe nucléaire - Tchernobyl** (Goatcher et Brunnsden, 2011 ; Yankovska, et Hannam, 2014)

# Pain (and pleasure) in marketing and consumption: An integrative literature review and directions for future research. (Kastanakis et al., 2022)

## (1) La douleur sacrificielle : un investissement pour des bénéfices différés

### Définition

**La douleur sacrificielle** : est une sensation indésirable qui est ressentie comme un **"sacrifice" nécessaire pour le plus grand bien** (Newmahr, 2010 ; Dunkley et al., 2020).

Similaire à **la douleur d'investissement** : est un stimulus désagréable qui promet des **récompenses futures** ; la **récompense** résulte de la douleur ou **du fait de l'avoir supportée** (Newmahr, 2010)



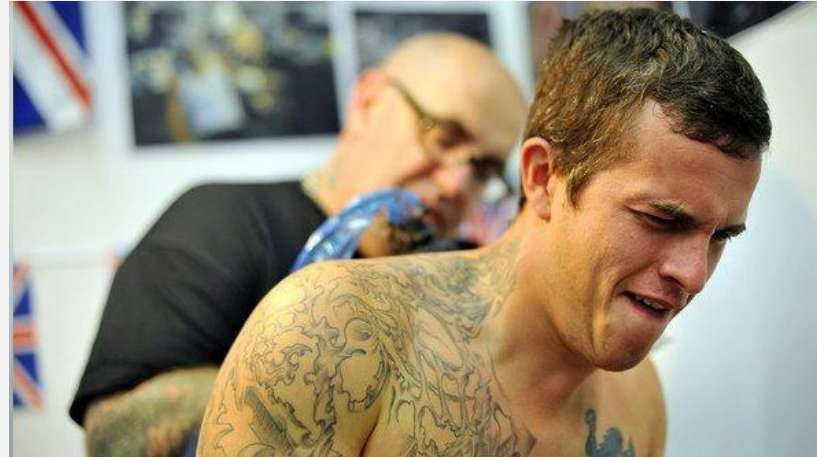
- ❑ **Pèlerinages** (Santana, 2022 ; Robledo et Batle, 2017)
- ❑ **Chamanisme et Ayahuasca** (Robledo et Batle, 2017)
- ❑ **Randonnées et Treks** (Noy, 2004 ; Carmichael et Doherty, 2014)

# Pain (and pleasure) in marketing and consumption: An integrative literature review and directions for future research. (Kastanakis et al., 2022)

## (2) La douleur autotélique : souffrance et plaisir simultanés

### Définition

**La douleur autotélique (la douleur pour la douleur) :** Décrit la jouissance d'une douleur réelle : **la douleur fait mal, mais la douleur fait du bien** (Newmahr, 2010 ; Dunkley et al., 2020).



- ❑ **Tatouage** (Sanders 1988 ; Roux et Belk, 2019)
- ❑ **Masochisme sexuelle** (Baumeister, 1988)
- ❑ **Nourriture épicée ou amère** (Rozin et al., 2013 ; Sagioglou et Greitemeyer 2020)
- ❑ **Événement de loisir “Tough Mudder”** (Scott, Cayla et Cova, 2017)



# Le masochisme bénin : sécurité et émotions mixtes

## Définition

**Le masochisme bénin** désigne la tendance d'une personne à embrasser et à **rechercher le plaisir en jouant en toute sécurité avec un niveau stimulant de douleur** physique ou psychologique (Rozin et al., 2013 ; Norfelt et al. 2022).

→ Deux conditions pour que les consommateurs acceptent volontairement des expériences aversives :

**(1) la sécurité perçue et**

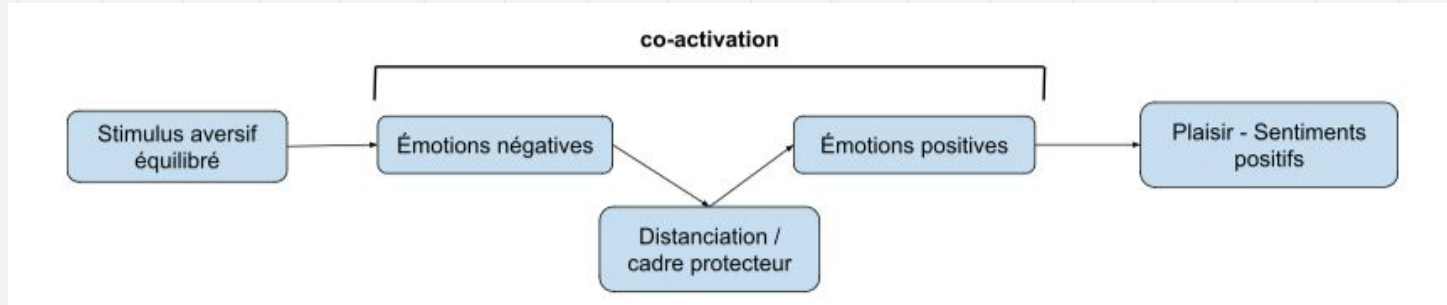
**(2) un niveau équilibré de stimuli douloureux.**



- ❑ **Film d'horreur** (Andrade et Cohen, 2007)
- ❑ **Film triste** (Larsen, McGraw et Cacioppo, 2001)
- ❑ **Musique triste** (Huron, 2011 ; Schubert ,2016)
- ❑ **Spectacle de la douleur - Matches de rugby** (Dubreuil et Dion, 2018)
- ❑ **Visite du London Dungeon** (Ivanova et Light, 2018)

# Le masochisme bénin :

vers une conceptualisation de l'expérience volontaire de la douleur dans un contexte sûr



*D'après les travaux de Rozin et al., (2013) et Norfelt et al., (2022).*

1. La **co-activation d'émotions positives et négatives** est au coeur de l'expérience du masochisme bénin.
2. Elle résulte de la capacité de l'individu à instaurer une **distanciation et un cadre protecteur** entre lui et la menace.
3. "Cette prise de conscience que le corps a été trompé et qu'il n'y a pas de danger réel **conduit au plaisir** dérivé de la "domination de l'esprit sur le corps"" (Rozin et al., 2013).

# Comment qualifier ce type d'expériences ?

Une **expérience**, entreprise pendant le temps libre d'un individu, qui implique, **par sa nature**, des **émotions à valence négative** telles que la tristesse, le dégoût, la peur, la colère et/ou des **sensations physiques pénibles** comme l'inconfort et la douleur.

## Expérience “bittersweet” - douce-amère

(Larsen, McGraw et Cacioppo, 2001)

## Plaisirs aversifs

(Andrade et Cohen, 2007)

## Situation d'inversion hédonique

(Rozin et al., 2013)

## Expérience non hédonique

(Nawijn et Biran, 2019 ; Yang et Zhang, 2022)

## “The Sweet Spot” - Le point idéal

(Bloom, 2021)

# 03

---

## Manques et questions de recherche



# Manques / limites et questions de recherche

## Une littérature atomisée

Travaux sur des expériences non-hédoniques distinctes, sur des formes de douleur spécifiques.

Avec un focus sur les bénéfices recherchés et perçus.

→ Nécessité théorique et managériale d'étudier sous une perspective holistique **la consommation d'expériences non hédoniques dans le tourisme**. (Norfelt et al., 2022)

**Quels sont les mécanismes ainsi que les facteurs de réussite ou d'échecs des expériences non hédoniques ?**

**Comment qualifier et définir cette nouvelle offre / catégorie économique ?**

## Un manque sur les profils des touristes concernés

À notre connaissance, aucune typologie de consommateurs d'expériences non hédoniques existe.

→ Nécessité d'analyser **les profils des touristes** afin d'expliquer les différences ou similarité dans la propension des individus à s'engager dans des activités douloureuses.

**Qui sont les consommateurs d'expériences non hédoniques ? Quelles sont leurs caractéristiques individuelles communes et leurs différences ?**



04

---

**Méthodologie de la recherche :**  
**l'ethnomarketing**

# Le choix d'une démarche interprétative ancrée dans le terrain

**Interprétativisme** : Nous visons à **interpréter** la consommation expérientielle non hédonique, à **en saisir le sens** et les représentations qui lui sont conférées (Paillé et Mucchielli, 2012).

**L'ethnomarketing** permet, via une co-immersion du consommateur et du chercheur dans des expériences, de « **recouper l'observation pratique avec le discours déclaré des consommateurs** » (Desjeux, 1990). Cette méthodologie :

- ❑ est particulièrement **adaptée à l'étude de micro-marchés et de pratiques à la marge** (Arnould et Thompson, 2005), ce qui est le cas des expériences de consommation non hédoniques que nous étudions.
- ❑ permet de **comprendre, de l'intérieur, l'expérience de consommation** des participants, en vivant avec eux, en vivant comme eux (Robert-Demontrond et al., 2013).
  - Nous avons choisi de **travailler sur plusieurs cas** (Yin, 2003) afin de renforcer la portée et la validité de la recherche. La logique de la démarche consiste à « traiter chaque cas comme une étude séparée » pour **procéder ensuite à une analyse inter-cas** (Yin, 2003).
  - La **sélection des expériences étudiées** a été réalisée en étudiant **leur caractère non hédonique dans les discours en ligne** (consommateurs + prestataires)

# Les terrains sélectionnés



**Retraite silencieuse** (Strasbourg)  
Septembre 2022  
**4 jours : 195€**



**Frappadingue - Mud Day** (Beauvais)  
Septembre 2022  
**1 jour : 50€**



# Les terrains sélectionnés



**Séjour de renforcement physique et mental par le froid** (Anney)

Février 2023

**3 jours : 560€**



**La Panik Room** (Paris)

Avril 2023

**1h30 : 35€/pers**

# Collecte des données

→ Nous cherchons à développer une **ethnographie** qui prend en compte **les dimensions physiques, psychologiques et émotionnelles des consommateurs**. Pour ce faire, nous avons déployé **diverses techniques de collecte de données, adaptables en fonction de la nature des terrains de recherche** :

## PENDANT l'expérience

- ❑ **L'observation participante** avec utilisation d'un **journal de terrain**, d'un dictaphone, d'un portable et parfois d'une GoPro. Participer aux expériences permet également de s'engager dans un processus **d'auto-témoignage**, c'est-à-dire l'observation de sa propre expérience.
- ❑ **La distribution d'un journal de bord** (Bolger et al., 2003) **aux participants volontaires**. Les journaux sont des questionnaires à questions ouvertes sur les moments forts de leur journée, les challenges et leurs émotions. L'objectif étant de recueillir un récit introspectif **produit et mis en forme par le consommateur** (Badot et al., 2009) **pendant l'expérience**,

# Collecte des données

- ❑ **Les échanges informels avec les participants et les guides/animateurs** : retranscrits le plus rapidement possible dans le journal du chercheur.

## APRÈS l'expérience

- ❑ **Les entretiens collectifs** avec les participants (Duchesne et Haegel, 2008) juste après l'expérience,
  - ❑ **Les entretiens individuels en profondeur** avec les participant, plus d'un mois après l'expérience,
- **Auto-ethnographie** : prise en compte de la **subjectivité** du chercheur, de son expérience personnelle et de l'évolution de ses perceptions.

# Protocole d'analyse des données

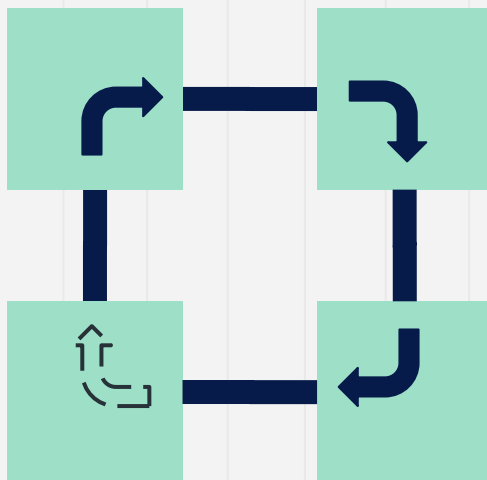
**Processus de va-et-vient** (Arnould et Wallendorf, 1994; Robert-Demontrond et al., 2018)

## OBSERVATIONS + DISCOURS

Création du corpus de données +  
**Lecture flottante** (Bardin, 1997)

## THÉORIES MOBILISÉES

**Discussion théorique** des  
interprétations (Paillé et  
Mucchielli, 2012)



## ANALYSES

**Analyse de contenu** (Codage à  
“priosteriori” (Allard-Poesi, 2003)  
assisté par NVivo) + **Analyse  
textuelle** (IRaMuTeQ)

## CATÉGORISATION INTERPRÉTATIVE

**Thématisation** en continu  
(Paillé et Mucchielli, 2012) +  
**Analyse comparative**  
(Özçaglar-Toulouse, 2008)

Nom	Nœuds	Références
Alexandra - Explora	42	78
Allemande - Sesshin	11	16
Antoine - Explora	43	107
Antony - Explora	12	15
Caroline - Explora	7	8
Caroline - Sesshin	48	171
Cécilia - Sesshin	30	87
Cyril - Explora	49	134
Diana - Sesshin	43	203
Entretien collectif - non-directif - Panik Room	53	347
Guillaume - Panik Room	32	51
Hélène - Explora	8	8
Ida - Panik Room	36	65
Jade - Panik Room	48	86
Katia Coach - Explora	39	92
Laurence - Sesshin	41	91
Lisa - Sesshin	56	181
Loïc - Panik Room	36	61
Maxence - Explora	43	84
Morgane - Explora	11	12
Observation Bains glacés - journal du chercheur	61	184
Observation Sesshin - Journal du chercheur	59	244
Olivier - Explora	45	94
Participant.e.s - Frappadingue	56	304
Patricia - Explora	41	96
Paul - Explora	17	20
Yara - Panik Room	34	57

**Corpus : 180 pages  
de discours déclaré  
+ 55 pages  
d'observation**

Nom	Sources	Références
TYPOLOGIE	0	0
NIVEAU DE STIMULATION OPTIMAL	0	0
NIVEAU D'ENGAGEMENT	0	0
MOTIVATIONS INTRAPERSONNELLES	0	0
MOTIVATIONS INTERPERSONNELLES	0	0
CARACTERISTIQUES INDIVIDUELLES	0	0
PREPARATION A LA SOUFFRANCE	0	0
MOMENTS ET TYPES DE SOUFFRANCE (STIMULI AVERSIFS)	25	156
Souffrance physique - douleur	21	88
Souffrance psychologique et émotionnelle	19	68
STRATEGIES D'ADAPTATION	0	0
Distanciation (cadre protecteur)	11	31
Soutien social	0	0
Méditation et projection mentale	9	22
Extériorisation physique	10	19
Mobilisation des motivations personnelles	9	21
Combat intérieur	13	22
REACTIONS EMOTIONNELLES	0	0
REUSSITE DE L'EXPERIENCE - Défi équilibré	12	33
ECHEC DE L'EXPERIENCE	0	0
Trop difficile	8	40
Pas assez difficile	8	23
Ne correspond pas aux attentes	6	20
Manque de cohérence, d'explication, de suivi	5	15
Manque d'engagement	5	8
Perturbation à cause d'un autre participant	4	8
BENEFICES PERCUS	0	0
RELATIONS ENTRE SOUFFRANCE ET BENEFICES PERCUS	0	0
IMPLICATIONS MANAGERIALES	0	0
INTERET DE L'ETHNOGRAPHIE	13	39





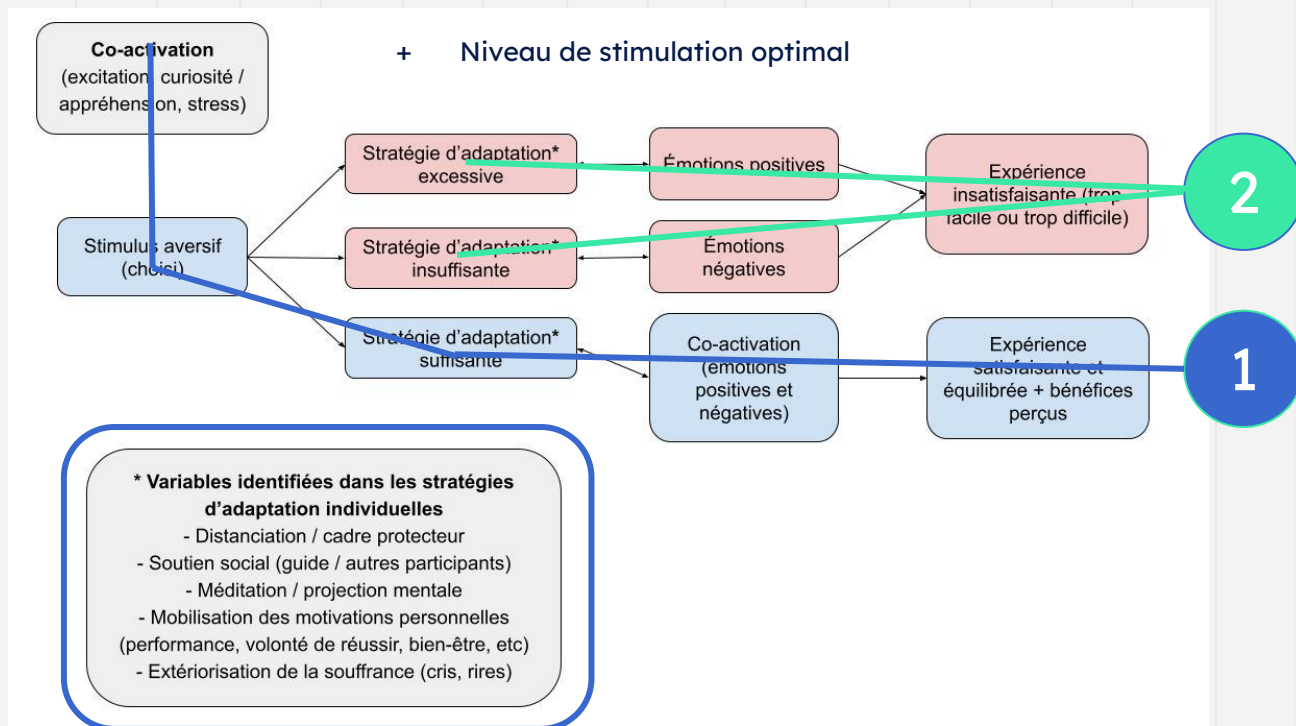
05

---

## Résultats

**Les dynamiques émotionnelles et les stratégies  
d'adaptation individuelles : sources de réussite ou d'échec  
des expériences non hédoniques**

# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation expérientielle non hédonique**

# Phase de préparation à la douleur

## Émotions mixtes intenses

Excitation et curiosité



Stress et appréhension

Mes **émotions** sont **partagées** : j'ai **hâte** de **découvrir** une situation qui va me permettre **d'expérimenter une nouvelle chose**, apprendre à me connaître dans une situation d'horreur. D'une autre part, **je ressens du stress** au travers de questions tel que " vais-je aimer" ? "Vais-je réussir à surpasser une peur inconnue ?". Étant de nature anxieuse, cette situation me met dans **un certain inconfort**, et me force à sortir de ma zone de confort. **(Loïc, Panik Room)**

On a toujours **le stress** de course. Quand on a un départ de course, on est **toujours stressé**. Que ça soit un trail, 12 km ou autre. Mais après là c'est un peu différent avec les obstacles, c'est **nouveau**, ça va être marrant. Donc **impatiente** quand même ! **(Participante, Mudday)**

Le bain ! **Je l'attendais, le redoutais** un peu, **mélange d'appréhension** et **d'excitation**. **(Paul, bain glacé)**

# Pendant l'expérience : les stimuli aversifs

## Douleur physique et psychologique



Et on n'a vraiment **pas le droit de bouger** au Zazen, et à un moment, j'avais tellement **envie de vomir**, je suis sortie et j'ai vomi dehors. Vraiment **c'était très violent !** **Physiquement** parlant, j'ai trouvé que de se lever si tôt, sans bouger, sans manger. Vraiment **ma tête tournait** et c'était **dur psychologiquement** parce que j'étais pas censé bouger. *(Lisa, retraite silencieuse)*

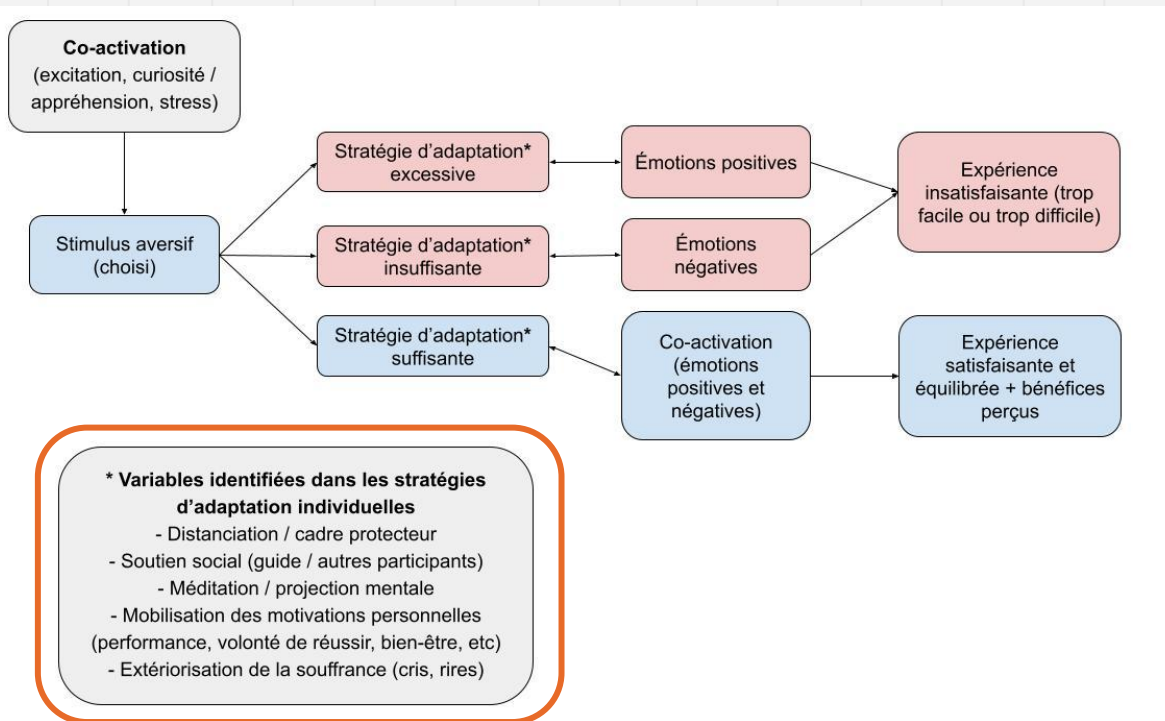
Le moment le plus **difficile** a été le fait de devoir **supporter la douleur aux pieds et aux mains**. *(Antony, bain glacé)*

J'ai ressenti de la **peur**, du **stress**. J'ai **perdu le contrôle** de mes émotions, j'étais en **panique** et j'avais du mal à réfléchir et à me calmer. *(Jade, Panik Room)*

Et les **trucs électriques** qui te **démontent** ! C'était trop ! *(Participant, Mudday)*



# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation expérientielle non hédonique**

# Pendant l'expérience : les stratégies d'adaptation

## 1) Soutien social

### Communitas (groupe)

Je me suis dit “Est-ce que je leur dit tout ce que j'ai subi là en bas ? Mais en fait, **j'avais besoin de parler**, tu vois ? J'étais trop... Je m'étais beaucoup contenu déjà et **j'avais besoin de partager**.  
(*Guillaume, Panik Room*)

C'était bien sûr difficile de ne pas pouvoir voir, mais j'ai fait **complètement confiance aux autres** pour me guider. (*Yara, Panik Room*)

Pour surmonter l'appréhension, **la présence d'un groupe a été importante**. Je ne sais pas si j'aurais trouvé la motivation pour le faire seul par exemple. (*Maxence, bain glacé*)

Dans la fosse à boue. Heureusement qu'il y avait du monde en haut pour **nous aider** sinon on y arrivait pas. C'est là qu'on voyait qu'il fallait avoir de **l'entraide**. Même avec les **gens qu'on ne connaissait pas**. (*Participant, Mudday*)



### Guide - encadrant

Et je disais au mec “Je vais pas le faire. Je vais pas le faire.”. Il **me disait “mais si tu vas le faire !”** et moi je lui disais “j'ai peur !” et il me disait “ça veut dire que t'es vivante, **tu vas y arriver**”.  
(*Sarah, Panik Room*)

Et après quand je suis rentré dans le bain, je me suis dit “mais qu'est-ce que c'est que ça, je vais jamais tenir”. Donc j'ai trouvé que **c'était cool qu'elle soit là à côté de nous**. J'avais **besoin de papoter**. (*Patricia, bain glacé*)



# Pendant l'expérience : les stratégies d'adaptation

## 2) Méditation ou bulle émotionnelle



Pour réussir : La **respiration**, le **vide**, j'ai pensé à mon monde, un **endroit positif dans mon imaginaire** pour me calmer. (Antoine, bain glacé)

Et par rapport aux expériences que j'avais eues avant où je me focalisais sur le froid. Là, j'ai réussi à je sais pas comment dire, ouais à **rentrer dans une espèce de bulle**. (Cyril, bain glacé)

**Rester dans sa bulle**. (Olivier, bain glacé)

Lors de mon entrée dans le manoir, je ressentais une certaine **plénitude**, un **contrôle fort de mes émotions**. C'était le moment le plus difficile de l'expérience. Je l'ai surmonté en **faisant le vide dans mon esprit**. (Loic, Panik Room)

# Pendant l'expérience : les stratégies d'adaptation

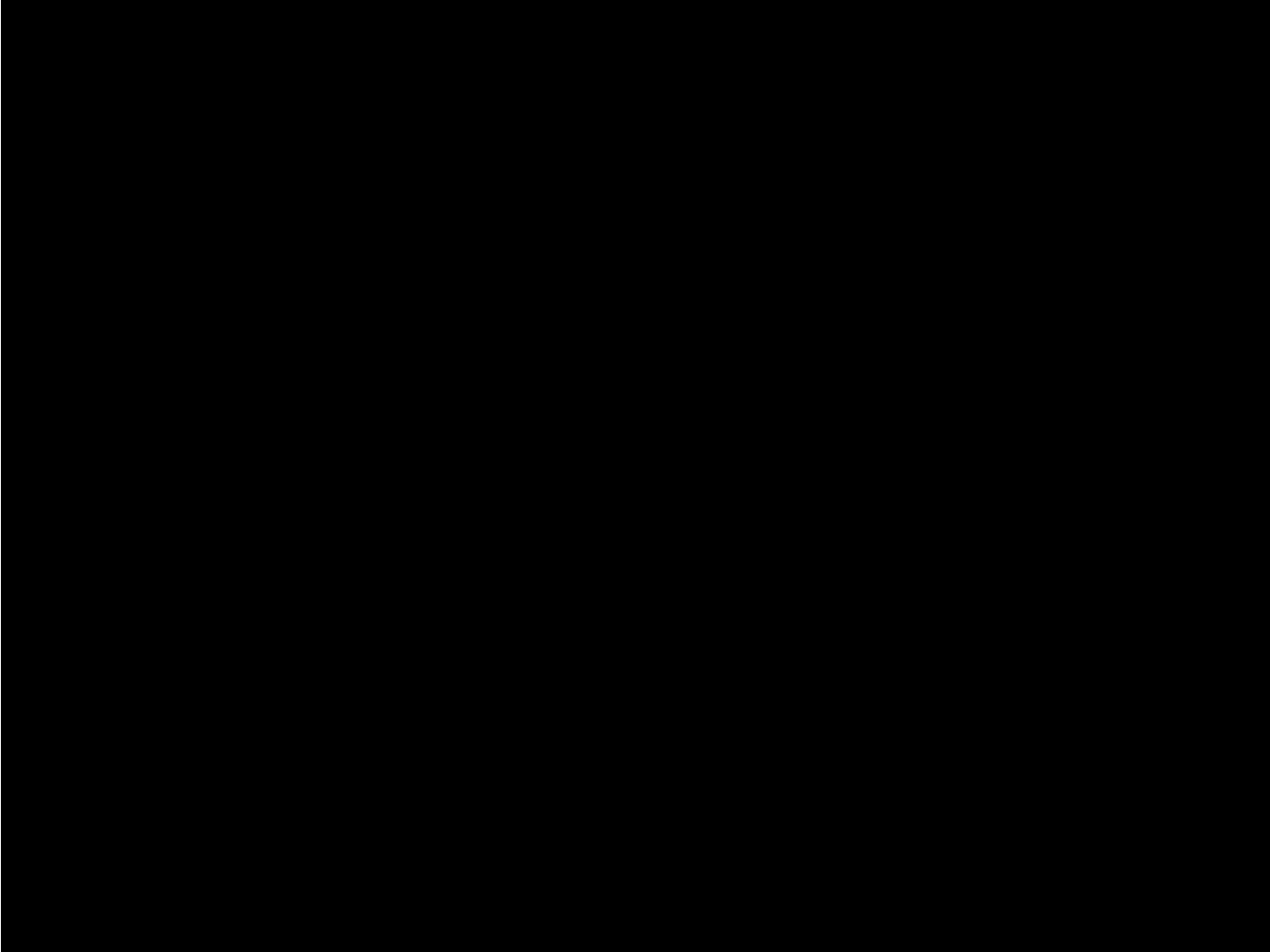
## 3) Combat intérieur / mobilisation des motivations personnelles

Être bloquée en se disant “bah je suis là pour 30 minutes je ne dois pas bouger parce que **mon but** c'est **d'apaiser mon esprit et mon corps**. C'est un travail, c'est **une lutte sur soi**. Donc moi je dirais aux gens qui veulent faire ça que c'est pas facile, qu'on traverse des moments où **on se demande ce qu'on fout là**, mais qu'après ça vaut le coup. *(Cécilia, retraite silencieuse)*

C'est à dire que ton corps, il te dit quand même qu'il faut sortir quoi. Parce que c'est pas naturel ! Et donc, j'ai retrouvé la **concentration**, qui m'a fait un peu penser à ce que je pouvais faire sur certaines courses **pour te dépasser** et finalement **arriver à ton objectif**. *(Olivier, bain glacé)*

Je l'ai **surmonté en me rappelant que plusieurs personnes l'avaient fait avant moi**. **Je n'aime pas être déçue de moi**, je me suis également dit que si je n'étais pas capable de passer la porte, **je le regretterais**. *(Ida, Panik Room)*





# Pendant l'expérience : les stratégies d'adaptation

## 4) Extériorisation physique

J'ai essayé de les surmonter de deux manières. D'abord **en extériorisant** et comme je ne pouvais pas courir ou me dépenser physiquement **j'ai énormément crié**. Et j'ai aussi essayé de relativiser de **me faire rire moi même**. J'ai essayé **par la parole de me rassurer** et de me détendre. On est dans **l'expression**. Et **ça soulage le stress**. *(Jade, Panik Room)*

Et vraiment la première chose que j'ai faite quand je suis sortie de ce temple c'est, **j'ai rigolé !** J'ai vraiment **rigolé !** Parce que c'était peut-être **trop sur le coup**, mais après réflexion non. Mais quand on est sorti, on était en mode, **c'était trop**. **C'était dur**, physiquement et moralement ! *(Lisa, retraite silencieuse)*

Ah mais moi **je pleurais !** Mais je **pleurais de nerf**, pas vraiment de... Mais je **pleurais un peu**. *(Jade, Panik Room)*

Je ressentais **l'envie de crier** à de nombreuses reprises car c'était ma seule manière **d'extérioriser**, mêlé à des **ricanements**. *(Ida, Panik Room)*



# Pendant l'expérience : les stratégies d'adaptation

## 5) Distanciation

Je l'ai surmonté **en me rappelant que ce n'était qu'un jeu**, je l'ai surmonté **en redevenant rationnelle** finalement. *(Ida, Panik Room)*



*Sarah* : Le gars, il t'a suivi tout du long, il t'a soufflé dans l'oreille et tout, et toi tu faisais quoi ?

*Loïc* : C'est ça, il me disait des petits trucs, et moi je lui faisais des imitations de François Cluzet.

**Usage de l'humour pour dédramatiser.** c'était très drôle de voir Sarah se lancer etc. *(Guillaume, Panik Room)*

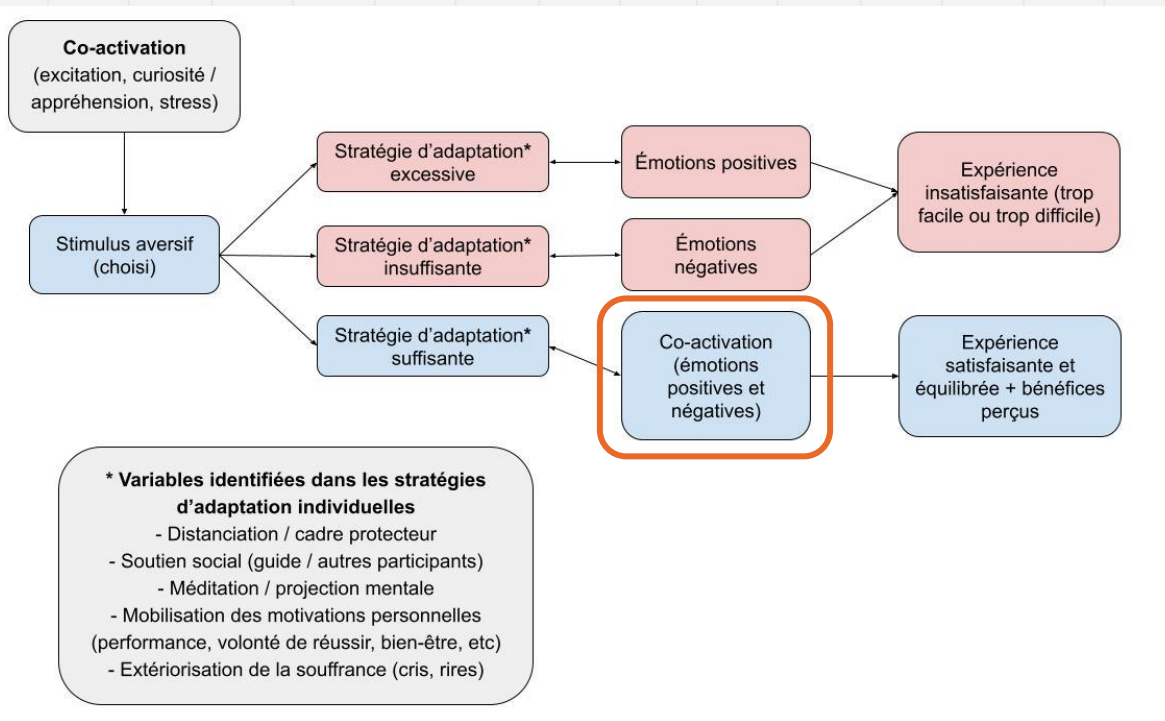
Oui moi j'étais plus là dedans. Je **dédramatisais** au maximum "C'est du plastique. C'est des torchons. Ils sont en train de faire une machine". *(Guillaume, Panik Room)*



CONNEXION SIGNAL



# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation expérientielle non hédonique**

# Pendant l'expérience : co-activation d'émotions

## Le phénomène essentiel

Émotions à valence positive



Émotions à valence négative

**Les émotions sont nombreuses et changent.** Elles reviennent lorsque je m'assois pour Zazen, je suis **enthousiaste**. Mais avec les **douleurs** qui apparaissent dans le corps suite à la position immobile, **plusieurs émotions se présentent**. De **l'agitation**, de la **nervosité**, puis je me concentre sur ma respiration et j'oublie un moment la **douleur** et alors c'est **l'angoisse intérieure**. Une **boule dans la gorge**, puis une "pression-oppression" au niveau de la poitrine et du sternum. Puis ça passe, vient **l'apaisement**, le **bien-être**. Puis la **douleur** se manifeste de nouveau et ainsi de suite. **C'est un circuit sans fin.** (*Cécilia, retraite silencieuse*)

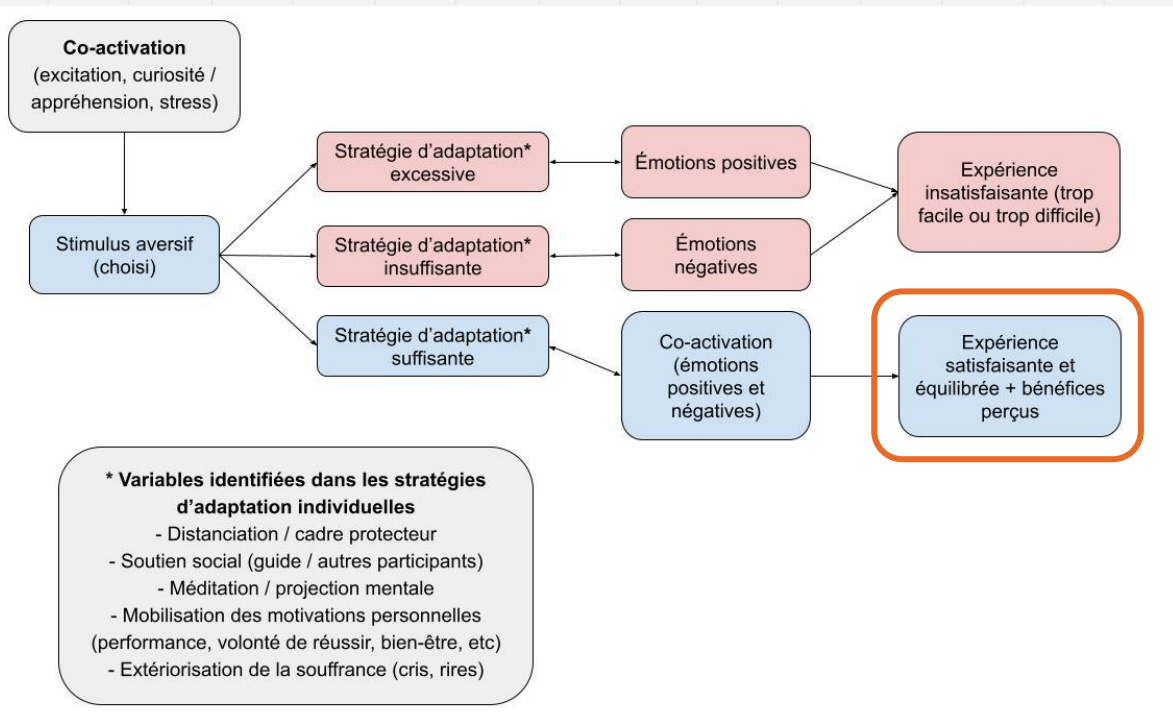
**Plusieurs ressentis personnels.** Du **stress**, il faut savoir **se faire confiance** et **se détendre malgré la douleur**, ne rien lâcher pour **vivre un moment magique**. (*Morgane, bain glacé*)

Juste avant le bain, pendant la phase **d'appréhension** : du **stress**, de la  **Crainte**, de **l'excitation** aussi. Pendant le bain : **peur** puis, de la **sérénité** et de la **fierté**. (*Maxence, bain glacé*)

C'est vrai que j'ai parlé du **stress** et de la **peur**, mais **ça reste quand même drôle** pour moi. (*Yara, Panik Room*)

Jusqu'ici, on s'est **dépassé** en **s'amusant**. Par contre là, je **stresse** un peu pour la dernière épreuve, mes jambes, elles sont **tétanisées** de froid ! (*Participant Mudday*)

# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation expérientielle non hédonique**

# Après l'expérience :

## Les bénéfices perçus suite à l'expérience de la douleur choisie

### Dimensions du bien-être eudémonique

**Accomplissement personnel** - confiance en soi - vrai soi - découverte et développement de son potentiel.

### Lien social

Expérience de l'entraide - **cohésion de groupe** - développement de liens forts avec les autres

### Divertissement

**Amusement**, moments sympathiques, bons souvenirs

### Bien-être physique ou mental

Détente, vide positif, euphorie **apaisement**, coup de boost

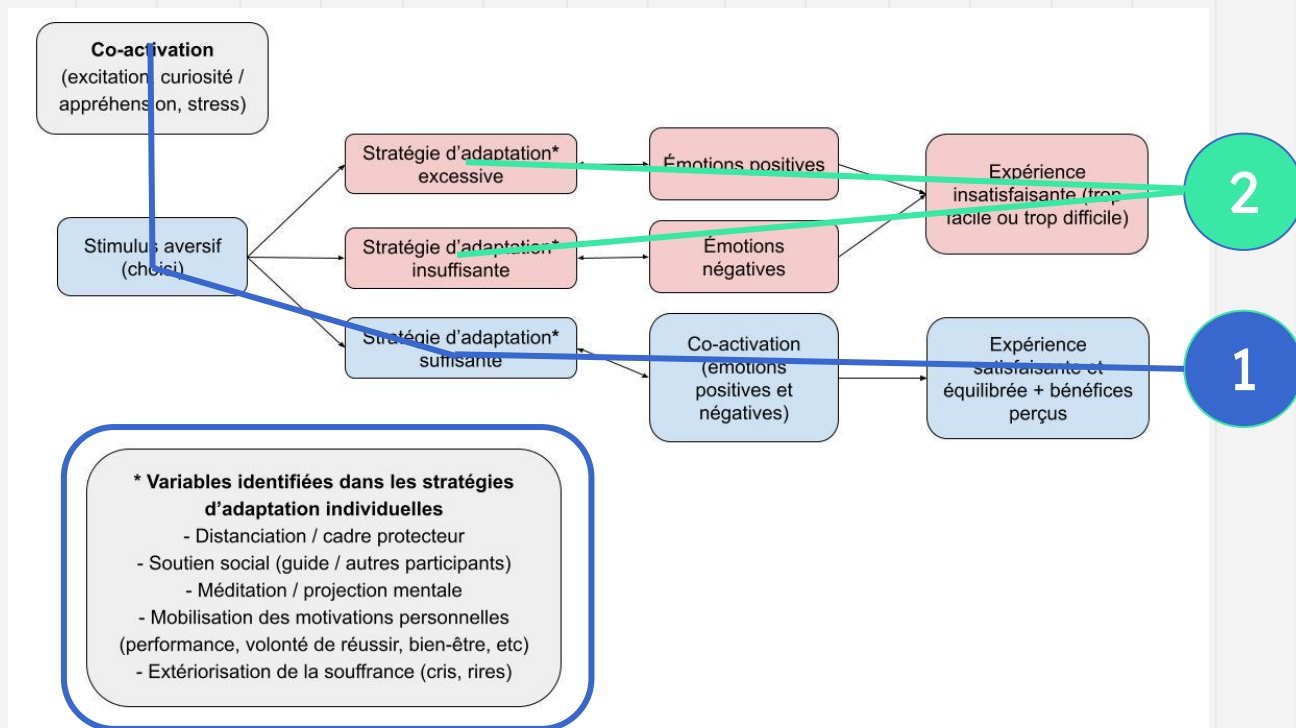
### Sentiments existentiels

Objectifs et sens de la vie - **se sentir vivant** - renaissance - **construction de l'histoire de vie**

### Estime de soi (par rapport aux autres)

**Sentiment de différenciation**, démonstration de sa capacité de résilience

# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation  
expérientielle non hédonique**

# Échec de l'expérience ou expérience mitigée

*“Pas assez difficile”*

## Stratégies d'adaptation excessives

: trop de distanciation

Je vais être un peu relou, mais j'étais un peu **déçu** ouais. **J'étais tellement dans le contrôle** au final, que **j'ai pas eu peur**. J'étais **complètement détaché de mes émotions**, je suis complètement passé à côté du truc je pense. (*Loïc, Panik Room*)

Pour moi **c'est pas de la vraie peur**, enfin... **tu sais que tu risques rien, c'est un jeu** quoi. Je me disais “le seul truc qui pouvait se passer c'est que vous voyez un esprit”. (*Ida, Panik Room*)

## Stimuli aversifs pas assez intenses

Finalement je suis un peu **frustrée**, **j'aurais aimé avoir davantage peur**, et me sentir mal. (*Ida, Panik Room*)

C'était **pas assez long**. Quand ça dure plus longtemps, je trouve **ça plus intense**. J'aurais bien aimé **travailler plus sur le mental** en arrêtant vraiment de parler **pendant plus de temps**. (*Lisa, retraite silencieuse*)

C'était **trop simple**, il faudrait rajouter quelques kilomètres. Parce qu'on a été quand même assez rapide. **Je pensais vraiment que ça allait être plus dur**. (Participant Mudday)



# Échec de l'expérience ou expérience mitigée

*“Trop difficile”*

## Stratégies d'adaptation insuffisantes :

### Manque de soutien social

En fait, en soi la posture n'était pas facile, mais **s'ils nous avaient guidé, s'ils nous avaient parlé ou expliqué, ça aurait été plus simple de passer outre.** Parce que là, on avait que ça à penser ! On avait que le fait qu'on avait mal et voilà. **C'était hyper dur de passer à autre chose quoi.** *(Lisa, retraite silencieuse).*

*(Caroline et Chantale)*

### Manque de motivations personnelles

Hélène, elle avait mal et elle a dit qu'elle avait mal pendant tout le bain, “j'ai mal, j'ai mal, j'ai mal”. Donc **je pense pas qu'elle ait vraiment retiré un bénéfice.** Je l'ai entendu dire qu'elle **n'a aucun objectif de performance. Pas d'objectif personnel, ni pour sa santé, ni pour sa qualité de vie, ni pour sa performance physique.** Et du coup c'est marrant, mais **c'est la seule du groupe qui a pas choisi de venir,** enfin, elle a un peu choisie par dépit le week-end parce qu'elle a eu **un bon cadeau** et ça elle nous l'a dit dès le premier jour. *(Katia, Coach bain glacé - sur Hélène)*

## Stimuli aversifs trop intenses

J'attendais tout à fait autre chose quoi. **Pas d'être perclus de douleurs du matin au soir** et à devoir finalement quand même y aller quoi. Parce que j'étais là pour ça. *(Caroline, retraite silencieuse)*

# L'enjeu (managérial) : trouver l'équilibre

A

## Facteur clé de la réussite perçue de l'expérience

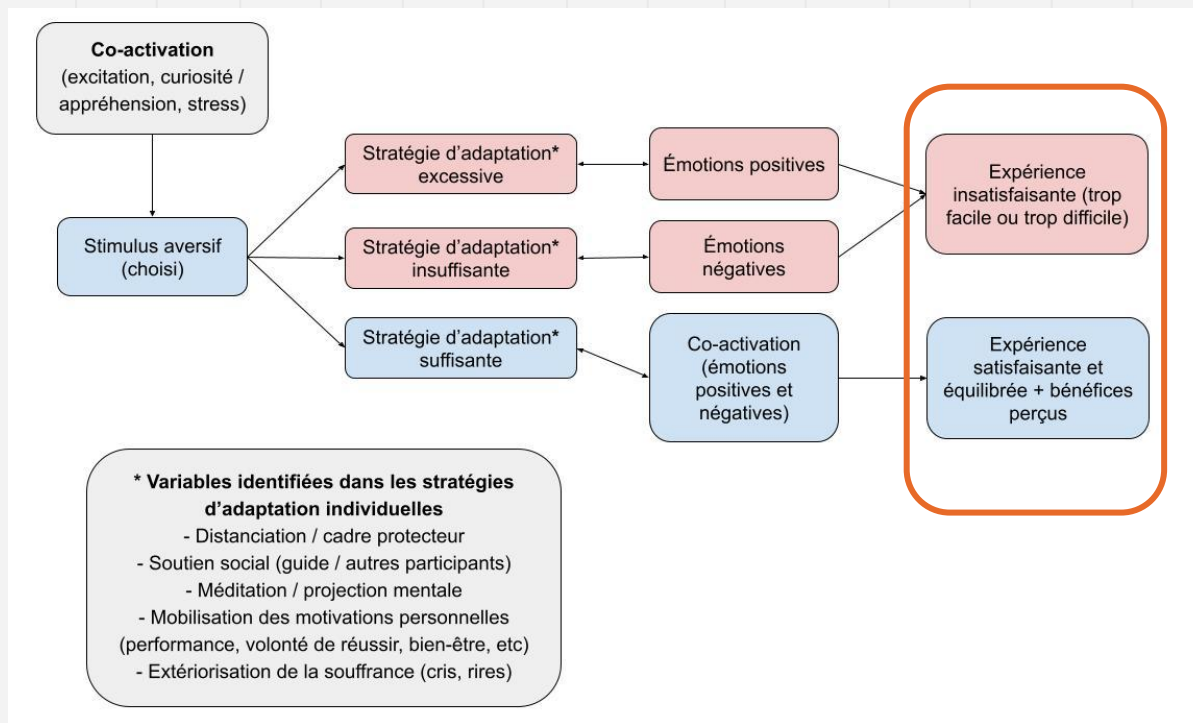
J'ai trouvé que **c'était exactement ce qu'il me fallait** et **c'était ni trop dur, ni enfin tu vois c'était pas... j'étais à mon niveau** quoi ! Quand je dis "**à mon niveau**", c'était ce que je voulais, **ni trop mou et ni trop genre tu te brûles**, tu dois partir en courant dans la neige pieds nus, tu vois. (*Patricia, bain glacé*).

B

## Élément essentiel lors du choix de l'expérience (processus de décision)

Voilà des trucs comme ça, qui sont **à la fois challengeants et à la fois abordables**. Parce que si tu veux, c'est pas non plus de l'alpinisme que j'ai fait, ça physiquement, **il faut se préparer énormément**, il faut du temps, il faut de l'engagement. **J'en suis pas là**. L'expérience qu'on a vécue là, c'est tout à fait **abordable, à la fois financièrement et physiquement**. C'est pour **tous les niveaux, tout en étant quand même challengeants**. C'est un **bon compromis**. Et **ça sort des sentiers battus**, du tourisme classique, voilà tu vois. C'est vraiment des trucs qui me parlent. (Cyril, bain glacé)

# Cadre conceptuel



**Mécanismes et dynamiques émotionnelles d'une consommation expérientielle non hédonique**



06

---

# Contribution méthodologique

**L'observation participante en contexte extrême :  
retour d'expérience et recommandations**



**BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL ?**



# Des réactions similaires à nos résultats

Quand les motivations personnelles du chercheur **correspondent** à l'expérience non hédonique étudiée

(...) Finalement, **grâce à une volonté personnelle de se dépasser et de ne pas abandonner trop vite,** je me force à rester et à essayer de calmer mes réactions corporelles et mentales.

(...) Je n'en reviens pas d'avoir réussi à reprendre le contrôle et de me sentir presque détendue dans ce bain glacé. **C'est une victoire sur le moment et je profite de ce sentiment d'accomplissement.** (..)

(...) Je rentre dans la pièce commune et **tout le monde m'applaudit, c'est très agréable, on sent le soutien,** la bonne entente et le lien dans le groupe. Je ne souhaite pas me mettre tout de suite devant le poêle. **Je veux profiter du moment, de mes sensations physiques, des tremblements, du retour du sang dans les extrémités et de la joie procurée par cette expérience."**



# Des réactions similaires à nos résultats

Quand les motivations personnelles du chercheur **NE correspondent PAS** à l'expérience non hédonique étudiée

“Il est 20h et je dois bientôt me rendre au 4ème zazen de la journée. “Zazen”, ce mot **m’angoisse** et **j’appréhende de plus en plus ces étranges séances de méditation en groupe.** Pour être franche, **je n’ai pas envie de m’y rendre.** L’envie de baisser les bras et d’abandonner est forte. C’est dût de rester pour vivre une **expérience aussi difficile, contraignante** et tellement différente des activités qui m’attirent habituellement. Les motivations que j’avais développées et présentées précédemment ont quasiment disparues. Heureusement, **ma motivation 1ère, à savoir mener à bien ce premier terrain de recherche, est toujours bien présente.** Je dirais même qu’elle se renforce avec le temps et les difficultés. **Elle devient ma force, c’est elle qui me pousse à continuer,** à suivre le programme, à garder le sourire et le moral. Sincèrement, **sans elle,** si j’étais une simple touriste en quête de bien-être personnel, **je serais sûrement partie ce soir.** J’aurais pris la décision de rentrer chez moi, plutôt que de **“subir”** deux jours de plus à ce rythme. “

# Des réactions similaires à nos résultats

Quand les motivations personnelles du chercheur **NE correspondent PAS** à l'expérience non hédonique étudiée

“C’est drôle, mais **j’ai l’impression d’être une détenue en prison** (sauf que je l’ai choisie et que j’ai payé pour venir). → Je dors dans un **dortoir collectif**, je suis réveillé très tôt par des **nonnes (gardiens de prison)**, je **souffre** physiquement et psychologiquement lors des longues sessions de **méditations obligatoires**, je dois suivre un **programme quotidien stricte**, je ne dois pas parler ou déranger les autres, je n’ai **pas le droit au téléphone** (donc aux contacts extérieurs), je mange dans un bol (sans desserts, ni petits plaisirs), je participe aux **travaux d’intérêts généraux** (jardinage, ménage, cuisine) et enfin il y a le **couvre feu** à 22h15 (toutes les lumières doivent être éteintes). Nous évoluons en groupe **en silence**, mais nous sommes quand même **seuls et isolés**, ce qui ajoute à cette atmosphère carcérale.

**En écrivant tout cela, ma question de recherche prend vraiment tout son sens “pourquoi vouloir volontairement s’infliger tout ça ?”.**

# Observation participante en contextes extrêmes

## AVANTAGES

- **Observer l'évolution des participants** (avant, pendant et après le(s) moment(s) de difficulté) → Être présent dans **les bons comme les mauvais moments** (ex : les dortoirs)
- Éviter les **biais** de rétrospection des entretiens post-expérience → **“Vision rose”** : tendance des individus à se rappeler principalement du positif et à occulter le négatif.
- **Collecter des données variées** (afin de capter les différentes dimensions de l'expérience) auprès des participants mais également des prestataires.
- **Créer un lien fort et durable** avec les participants grâce aux **moments de difficulté partagés** (“On fait partie du même clan” Cyril)

## INCONVENIENTS

- **Contraintes techniques et physiques** liées au contexte extrême : silence, froid, niveau de difficulté, achat de matériel, etc.
- Si abandon → **Risque de se discréditer** auprès des autres participants (être exclu du “clan”)
- **Difficulté à interroger** des participants qui sont eux-mêmes en souffrance + **respect de la pudeur** imposé par les encadrants.
- **Tiraillement entre le rôle de chercheur et son implication en tant que participant** → expérience intense nécessitant une participation constante qui rend difficile l'observation et la réflexion profonde. Ex : *Comment prendre des notes quand le programme est extrêmement chargé et que la fatigue est plus que présente ?* **Ne pas dormir ?**

# Observation participante en contextes extrêmes

## Quelques recommandations

- 01 ANTICIPER ET S'ENGAGER PLEINEMENT** : Préparation physique, achat de matériel, questions au prestataire  
→ Tout faire pour **ne pas se sentir en difficulté** physique ou psychologique pendant l'expérience.
- 02 S'APPUYER SUR UNE AIDE EXTÉRIEURE** : (1) **Captation vidéo** (GoPro) - (2) Prévenir et demander de l'aide à l'encadrant si possible - (3) Participer avec un ami, un collègue (au même titre que les participants).
- 03 MÊLER OBSERVATION PARTICIPANTE ET NON PARTICIPANTE** : Le chercheur responsable de l'observation participante **se concentre sur sa participation la plus authentique** possible à l'expérience.  
Le chercheur responsable de l'observation non participante, **évite les difficultés, garde la tête froide** et observe avec un regard extérieur (de chercheur). → Confronter les données et points de vues.
- 04 PRENDRE DE LA DISTANCE AVEC SON TERRAIN DE RECHERCHE** : De part les difficultés rencontrées et la puissance des émotions négatives et positives ressenties, le chercheur risque de donner son avis personnel ou **d'impliquer ses propres perceptions** lors des entretiens → Toujours se rappeler son rôle de chercheur.



07

---

## Conclusion

**Contributions théoriques et managériales**

# THÉORIQUES

- **Vers une compréhension holistique des consommations expérientielles non hédoniques :** (1) Apport sur la notion de distanciation, centrale dans la théorie du masochisme bénin. (2) Proposition de l'étude des **stratégies d'adaptation** (coping strategies). (3) Validation empirique de la co-activation d'émotions. (4) Analyse des facteurs d'échec ou de réussite de ces expériences.
- Proposition d'une **conceptualisation de la consommation expérientielle non hédonique.**
- Proposition **d'une typologie des consommateurs d'expériences non hédoniques** → (*En cours*)
- **Remise en question du terme "non hédonique" afin de qualifier ces expériences** (présence d'émotions positives comme la joie, le plaisir, l'amusement, la fierté). Ce n'est pas le caractère non hédonique qui caractérise le cœur de ces expériences mais l'expérience équilibrée d'émotions mixtes → **"bittersweet" (doux-amer) est un meilleur choix. Ou bien, il faudrait proposer un autre terme ?**

# MANAGÉRIALES

- Permettre aux gestionnaires du tourisme de **dépasser la conception binaire** selon laquelle les émotions positives sont "bonnes" et les émotions négatives sont constamment et uniquement "mauvaises".
- **Bouche-à-oreille élevé après l'expérience réussie.** Ces expériences participent au récit de vie et à l'estime de soi des consommateurs qui sont plus susceptibles d'en parler autour d'eux et de communiquer sur **les réseaux sociaux.**
- **Remplir son "CV d'expériences insolites"** → Les participants évoquent très rapidement les prochaines expériences atypiques qu'ils souhaitent faire et **leur désir d'aller plus loin** dans la difficulté :  
*"Ça va très vite. Grosse satisfaction d'avoir réussi ce challenge. Mais tu vois, le lendemain matin, je me suis dit "Maintenant, il faut aller plus loin !". (Antoine, bain)*  
→ **Marché porteur car il est nécessaire de satisfaire la "faim" des consommateurs pour ces expériences non hédoniques.**
- Les consommateurs ont **besoin du marché pour vivre des expériences pénibles mais équilibrées** qui leur permettent de se reconnecter à de véritables **motifs de satisfaction** et de bien-être.



# Merci

---

**SÉMINAIRE DE RECHERCHE EN TOURISME**

**Sarah Péronne** - Sous la direction de **Sandra Camus**



# Feel the Burn

*“Si je devais parler d'une manière imagée, les moments de difficultés sont une sauce onctueuse qui vient agrémenter le plat qu'est la vie. Trop de sauce et le plat devient écœurant ; sans sauce, le plat perd tout son charme.”*  
(Loïc, Panik Room)



*Pain is good.*  
Painfully Delicious BBQ Sauce from **Spicin**  
FOODS



# BIBLIOGRAPHIE

Andrade, E. B., & Cohen, J. B. (2007). On the consumption of negative feelings. *Journal of Consumer Research*, 34(3), 283-300.

Aristote (350 av. J.-C). *Nicomachean ethics*. (T. Irwin, Trans. 1985). Hackett, Indianapolis, I.

Arnould, E. J., & Price, L. L. (1993). River agic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of consumer Research*, 20(1), 24-45.

Arnould, E. J., & Wallendorf, M. (1994). Market-oriented ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation. *Journal of marketing research*, 31(4), 484-504.

Babin, B. J., Darden, W. R., & Babin, L. A. (1998). Negative emotions in marketing research: Affect or artifact? *Journal of Business Research*, 42(3), 271-285.

Badot, O., Carrier, C., Cova, B., Desjeux, D., & Filser, M. (2009). L'ethnomarketing: un élargissement de la recherche en comportement du consommateur à l'ethnologie. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 24(1), 93-111.

Bardin, L. (1977). *L'analyse de contenu* (Vol. 69). Paris: Presses universitaires de France.

Bolger, N., Davis, A., & Rafaeli, E. (2003). Diary methods: Capturing life as it is lived. *Annual review of psychology*, 54(1), 579-616.

Buda, D. M., d'Hautesserre, A., & Johnston, L. (2014). Feeling and tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 46, 102-114.

Cova, V., & Cova, B. (2019). Pain, suffering and the consumption of spirituality: a toe story. *Journal of Marketing Management*, 35(5-6), 565-585.

Cutler, S. Q., Carmichael, B., & Doherty, S. (2014). The Inca Trail experience: Does the journey matter?. *Annals of Tourism Research*, 45, 152-166

# BIBLIOGRAPHIE

- Desjeux, D. (1990). L'ethnomarketing. Un nouveau souffle pour les études de comportement des consommateurs. *Sciences humaines*, 1(novembre), 38-39.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological bulletin*, 125(2), 276.
- Faullant, R., Matzler, K., & Mooradian, T. A. (2011). Personality, basic emotions, and satisfaction: Primary emotions in the mountaineering experience. *Tourism Management*, 32(6), 1423-1430.
- Foley, M. & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research*. Aldine Transaction.
- Greimas, A. J., & Courtés, J. (1979). Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Paris: *Hachette*.
- Hui, M. K., & Bateson, J. E. (1991). Perceived control and the effects of crowding and consumer choice on the service experience. *Journal of consumer research*, 18(2), 174-184.
- Huta, V. (2016). Eudaimonic and hedonic orientations: Theoretical considerations and research findings. In J. Vitterso (Ed.), *Handbook of Eudaimonic Well-being*. Springer. Manuscript accepted for publication January 27, 2016.
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of travel research*, 49(4), 513-526.
- Ivanova, P., & Light, D. (2018). 'It's not that we like death or anything': exploring the motivations and experiences of visitors to a lighter dark tourism attraction. *Journal of Heritage Tourism*, 13(4), 356-369.

# BIBLIOGRAPHIE

- Kashdan, T. B., Biswas-Diener, R., & King, L. A. (2008). Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia. *The Journal of Positive Psychology, 3*(4), 219-233.
- Kim, J. H., Guo, J., & Wang, Y. (2021). Tourists' negative emotions: antecedents and consequences. *Current Issues in Tourism, 1*-19.
- Knobloch, U., Robertson, K., & Aitken, R. (2017). Experience, emotion, and eudaimonia: A consideration of tourist experiences and well-being. *Journal of Travel Research, 56*(5), 651-662.
- Martini, A., & Buda, D. M. (2020). Dark tourism and affect: Framing places of death and disaster. *Current Issues in Tourism, 23*(6), 679-692.
- Nawijn, J., & Biran, A. (2019). Negative emotions in tourism: A meaningful analysis. *Current Issues in Tourism, 22*(19), 2386-2398.
- Norfelt, A., Kock, F., Karpen, I. O., & Josiassen, A. (2022). Pleasure Through Pain: An Empirical Examination of Benign Masochism in Tourism. *Journal of Travel Research, 00472875211067550*.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of travel research, 46*(2), 119-132.
- Oren, G., Shani, A., & Poria, Y. (2021). Dialectical emotions in a dark heritage site: A study at the Auschwitz Death Camp. *Tourism Management, 82*, 104194.
- Özçaglar-Toulouse, N. (2008). Les récits de vie. In Dion D. (Ed.), *À la recherche du consommateur* (p.123-144). Dunod.
- Paillé, S., & Mucchielli, P. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.
- Pavelchak, M. A., Antil, J. H., & Munch, J. M. (1988). The Super Bowl: An investigation into the relationship among program context, emotional experience, and ad recall. *Journal of consumer Research, 15*(3), 360-367.

# BIBLIOGRAPHIE

- Phillips, D. M., & Baumgartner, H. (2002). The role of consumption emotions in the satisfaction response. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 243-252.
- Robert-Demontrond, P., Beaudouin, V., Bellion, A., Dabadie, I., Schmidt, C., & Sugier, L. (2018). *Ethnographier la consommation : Théories et pratiques* (1re éd.). Éditions EMS.
- Robledo, M. A., & Batle, J. (2017). Transformational tourism as a hero's journey. *Current Issues in Tourism*, 20(16), 1736-1748.
- Rozin, P., Guillot, L., Fincher, K., Rozin, A., & Tsukayama, E. (2013). Glad to be sad, and other examples of benign masochism. *Judgment and Decision Making*, 8(4), 439.
- Scott, R., Cayla, J., & Cova, B. (2017). Selling pain to the saturated self. *Journal of Consumer Research*, 44(1), 22-43.
- Seaton, A. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2, 234-244.
- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of personality and social psychology*, 64(4), 678.
- Williams, P., & Aaker, J. L. (2002). Can mixed emotions peacefully coexist?. *Journal of consumer research*, 28(4), 636-649.
- Yang, H., & Zhang, K. (2022). How Resource Scarcity Influences the Preference for Counterhedonic Consumption. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 904-919.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2004). Beyond valence in customer dissatisfaction: A review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services. *Journal of Business Research*, 57(4), 445-455.