



AU FAIRMONT LE CHÂTEAU FRONTENAC, QUÉBEC, CANADA

# TOURISME et LABELS INTERNATIONAUX

## Protection et commercialisation



PHOTO Claude Bouchard

## Appel à communications

Date limite du dépôt des propositions : 10 janvier 2020

### Calendrier et lieu

Colloque : 10 au 13 mai 2020, à Québec (Canada)

Confirmation des communications retenues : 21 janvier 2020

Diffusion du programme préliminaire : 15 avril 2020

Information : [label2020.chairedetourisme.ulaval.ca](http://label2020.chairedetourisme.ulaval.ca)

Les labels de l'UNESCO (patrimoine mondial, réserves de biosphère, villes créatives, géoparcs mondiaux) ont entre autres été créés afin d'assurer le développement durable de territoires aux caractéristiques particulières. Chaque label possède des objectifs précis, qu'il s'agisse de la conservation ou de la protection, de l'éducation, de la mise en réseau de ces territoires.

Les processus de sélection des sites, l'établissement d'objectifs et le monitoring dont les territoires font l'objet, leur notoriété, font que ces labels internationaux s'apparentent à des labels commerciaux, dont les façons de faire visent à distinguer et à garantir les qualités des « produits » reconnus.

Les sites labellisés doivent bien entendu respecter les objectifs des programmes, mais leur labellisation sert aussi à accroître leur attractivité touristique. Bien que ces labels n'aient pas été conçus afin de contribuer à la commercialisation touristique, de nombreuses destinations profitent du prestige, de la notoriété, du gage de qualité ou d'exceptionnalité associés à ces labels pour attirer visiteurs, résidents et investisseurs. Certains gestionnaires de sites utilisent également ces labels afin de sensibiliser les résidents et les visiteurs à leurs caractéristiques spécifiques.

Le recours à ces labels internationaux dans un contexte de commercialisation pose donc un grand nombre de défis, tant d'un point de vue pratique que théorique.

Le colloque **Tourisme et labels internationaux. Protection et commercialisation** invite les chercheurs, les professionnels et les gestionnaires de sites labellisés à partager des travaux de recherche empiriques, méthodologiques, pratiques ou conceptuels. Sans s'y restreindre, différentes thématiques peuvent être abordées :

### La gouvernance des labels

- Écosystème entourant la mise sur pied et la gestion d'un label
- Mobilisation et leadership dans l'obtention et la gestion d'un label
- Mise en réseau des parties prenantes
- Échelles d'intervention et responsabilités des acteurs
- Empilement et superposition des labels sur un territoire
- Diversité des intérêts et des attentes à l'égard du label au sein des parties prenantes
- Règlements et juridiction
- Cohérence entre les démarches de marketing et les exigences du label
- Utilisation non autorisée ou approuvée du label
- Vœux pieux et effets concrets du label.

### Les attentes et garanties à l'égard des labels

- Crédibilité et reconnaissance du label
- Effet du label sur le choix de la destination et la perception de l'expérience touristique
- Valeurs accordées au label et au territoire
- Garantie : monitoring et évaluation du site
- Impacts et retombées associées au label
- Destinations labellisées et effet de réseau
- Clientèles visées par la commercialisation du label.

## L'identité des sites et l'homogénéisation des destinations labellisées

- Unicité et comparabilité des sites labellisés
- Uniformisation des services dans les sites labellisés
- Tangibilité et intangibilité des critères de reconnaissance
- Attachement des visiteurs et des résidents au site et au label
- Désirabilité et concurrence entre les labels de territoire
- Impact du label sur le patrimoine ou le paysage
- Succès du label et tourisme de masse.

## L'utilisation des labels à des fins d'éducation, de promotion et de commercialisation

- Utilisation des labels à des fins d'éducation auprès des visiteurs et des résidents
- Différentes modalités d'interprétation et de médiation des labels
- Utilisation des labels à des fins de promotion par les prescripteurs
- Création de marques associées au label
- Label et souvenirs touristiques
- Labels comme outil de marketing
- Commercialisation des destinations touristiques à l'aide des labels
- Développement économique et culturel des économies de terroirs labellisés.

## Publics visés

L'appel à communications s'adresse à des chercheurs et des universitaires de différentes disciplines; telles que management, marketing, géographie, histoire, urbanisme, sociologie, sciences économiques, communication.

Ce colloque aspire également à permettre la rencontre des professionnels du tourisme qui travaillent ou souhaitent recourir à des labels. Les gestionnaires des sites de labels sont invités à participer à cet événement afin de communiquer leurs expériences en matière d'utilisation des labels, de protection et commercialisation des sites labellisés.

## Procédure d'évaluation

Les personnes qui souhaitent soumettre une proposition de communication sont invitées à envoyer un texte d'un maximum de 500 mots en français, en anglais ou en espagnol à [chairedetourisme@ulaval.ca](mailto:chairedetourisme@ulaval.ca) au plus tard le 10 janvier 2020. Chaque proposition de communication sera évaluée, de façon anonyme par deux lecteurs à partir d'une grille d'analyse.

## Actes du colloque et meilleurs manuscrits ou « best papers »

Toutes les communications acceptées seront publiées dans les actes du colloque sous format électronique. Toutefois, au moins un auteur de la communication doit être inscrit au colloque. Les auteurs des résumés acceptés seront invités à transmettre leur article complet **avant le 15 juillet 2020**, et ce, afin d'être inclus dans les Actes du colloque.

Il est également prévu que des articles sélectionnés seront publiés dans un numéro spécial d'une revue bien établie. Une publication des meilleures contributions est prévue dans le courant de 2020 ou 2021.

## Comité d'organisation

Laurent Bourdeau, Université Laval  
Pascale Marcotte, Université Laval  
Olivier Dehoorne, Université des Antilles (FWI)  
Maria Gravari-Barbas, Université Paris I Panthéon-Sorbonne et coordinatrice du réseau UNITWIN

## Comité scientifique

Manuelle Aquilina, Université Catholique de l'Ouest – Bretagne Sud, France  
Bailey Ashton Adie, Solent University, Angleterre  
Laurent Bourdeau, Université Laval, Canada  
Fabien Bourlon, Université Austral de Chili, Chili  
François H. Courvoisier, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel, Suisse  
Fiorella Dallari, Université de Bologne, Italie  
Olivier Dehoorne, Université des Antilles, France  
Isabelle Falardeau, Université du Québec à Trois-Rivières, Canada  
Hassan Faouzi, Université de Lorraine, France  
Olivier Jacquet, Université de Bourgogne, France  
Maria Gravari-Barbas, Université Paris I Panthéon-Sorbonne et coordinatrice du réseau UNITWIN  
Jesús Manuel González Pérez, Université des Baléares, Espagne  
Rubén C. Lois González, Universidade de Santiago de Compostela, Espagne  
Elizabeth Halpenny, University of Alberta, Canada  
Dorina Camelia Ilies, Université d'Oradea, Roumanie  
Clara Irazábal-Zurita, University of Missouri-Kansas City, États-Unis  
Takamitsu Jimura, Liverpool John Moores University, Angleterre  
Claire Mahéo, Université Catholique de l'Ouest – Bretagne Sud, France  
Margarita Novo Malvárez, Universitat de les Illes Balears, Espagne  
Yoel Mansfeld, Center for Tourism, Pilgrimage & Recreation Research, University of Haifa, Israël  
Pascale Marcotte, Université Laval, Canada  
Lucie K. Morisset, Chaire de recherche du Canada en patrimoine urbain, UQAM, Canada  
Humberto Rivas Ortega, Université San Sebastián, Chili  
Lionel Prigent, Université de Bretagne Occidentale, France  
Xiao Qiong, Southwest Minzu University, Chine  
Sébastien Jacquot, Université Paris I Panthéon-Sorbonne, France  
Carmen María Ramos, Cátedra UNESCO de Turismo Cultural Untref-Aammba, Argentine  
Emmanuel Reynard, Université de Lausanne, Suisse  
Ricardo Remond Roa, Universidad de La Habana, Cuba  
Mike Robinson, University of Birmingham, Angleterre  
Bruno Sarrasin, Université du Québec à Montréal, Canada  
Mathis Stock, Université de Lausanne, Suisse  
Olivier Tremblay-Peček, Cegep de St-Hyacinthe, Canada  
Sandra Wall-Reinius, European Tourism Research Institute, Mid-Sweden University, Suède.