

# APPEL A COMMUNICATION



Angers, France

22 et 23 mars 2018

**Tourisme, emplois,**  
**professions, RH.**

**Singularités, permanences, transformations.**

Les pratiques touristiques et les destinations touristiques se diffusent dans un nombre toujours croissant de lieux et de pays. La diversification des manières de « faire du tourisme » constitue également une caractéristique contemporaine. Pour autant, à chaque étape, chaque niveau du « système touristique » (MIT, 2005), les fonctions exercées par les professionnels, bien qu'en mutation, sont centrales afin de proposer une offre de service touristique en cohérence avec les attendus et exigences des touristes eux-mêmes. Activité marchande, le tourisme présuppose donc, de l'acte de réservation (d'un séjour, d'une chambre d'hôtel, d'un cours de parapente par exemple) à la prestation (visite d'un lieu patrimonial ou d'une cave viticole, pratique d'une activité sportive par exemple), tout un enchevêtrement d'activités professionnelles nécessitant des compétences et des savoir-être propres aux offres de services de type touristique. Les transformations économiques, technologiques, culturelles et sociétales qui peuvent être identifiées dans la plupart des secteurs professionnels affectent également le champ du tourisme.

Partant, plusieurs thématiques (sans que celles-ci soient exhaustives), engageant autant de questions, peuvent être identifiées dans le cadre des « Rendez-vous Champlain sur le tourisme » qui seront organisés à l'UFR Esthua Tourisme & Culture de l'université d'Angers en mars 2018.

## **1- Effet structurant du « numérique »**

La multiplication des procédures, plus ou moins formalisées, liées au développement d'Internet, telle que la réservation « en ligne » de produits touristiques (séjours, circuits, hébergements, etc.), ont des effets qualitatifs et quantitatifs sur les métiers « historiques » du secteur touristique. De « nouveaux » métiers, de nouvelles tâches professionnelles émergent. Comment le déploiement des nouvelles technologies dans des plans stratégiques digitaux est accepté et intégré sur le terrain par le personnel ? Comment celui-ci perçoit l'évolution de ses fonctions, de son métier ? (Sotiriadis & Varvaressos, 2016). Comment les voyageurs ont opéré des transformations sociales (ex : rationalisation des effectifs salariés en agence de voyage) ? Quelles ont été les stratégies de positionnement et/ou de repositionnement stratégique des entreprises du secteur face à la concurrence internationalisée ? Quelle forme prend l'offre touristique lorsque les individus ne sont plus au centre de la prestation de service (services touristiques en ligne comme les visites guidées en baladodiffusion (*podcast*), service de conciergerie virtuel, etc.) ?

## **2- Visibilité/invisibilité**

Si les métiers du tourisme sont, dans les représentations spontanées, identifiables aux personnels d'accueil (dans les offices de tourisme, dans les hôtels, campings et résidences, au sein des sites touristiques patrimoniaux, etc.) et de services (moniteurs d'activité sportive – ski, surf, voile, etc. –, guide conférencier, animateur de colonie, etc.), il existe nombre de professions éloignées physiquement et symboliquement du contact direct avec les clientèles touristiques. Les personnels de service (Pinna, 2013) tels que les « femmes de chambre » ou les plongeurs dans la restauration en particulier, bien qu'invisibles (Castel, 1999) aux yeux des touristes ou circonscrits à de courtes et rares interactions, sont néanmoins primordiaux et nécessaires dans le « bon fonctionnement » d'une offre touristique. De surcroît, de plus en plus d'emplois liés au tourisme le sont en arrière-scène (*back office*) mais ajoutent beaucoup de valeur à la prestation de service. Quelles sont, dès lors, les formes de reconnaissance pour les acteurs de part et d'autre des frontières de l'accueil ?

### **3- Des professionnels à contre espace et contre temps**

Le temps des vacances, des congés, est caractérisé par une forte concentration hivernale et estivale surtout, à la fois spatiale (les stations de ski, les stations balnéaires) et temporelle. Or, être salarié (ou à son compte) d'une entreprise ou d'une association de services touristiques, c'est travailler à contre temps et contre espace, autrement dit hors des lieux et temporalités des cadres de vie ordinaires des touristes (Sébileau, 2014). Comment, toutefois, conjuguer activité professionnelle estivale lors des congés scolaires et vie familiale ? Comment pérenniser une vie conjugale lorsque l'on fait « les saisons » (en été à la plage comme moniteur de voile, l'hiver comme guide de haute montagne) ? Quelles solutions collectives, (telles que les groupements d'employeurs dans certaines régions) sont inventées pour faciliter l'emploi des saisonniers et les fidéliser ? Pour quels résultats ? De quelles façons le tourisme peut surmonter ces contraintes temporelles propres à son secteur pour rendre l'emploi touristique globalement plus attractif ?

### **4- Conjuguer passion et activité professionnelle**

En lien avec la thématique précédente, de nombreux travaux ont montré que l'engagement sur le modèle de la passion, dans certains secteurs professionnels, constituait une spécificité que l'on peut adosser au secteur touristique. Passionné de « vieilles pierres », passionné de surf (Guibert & Slimani, 2011) ou d'équitation, des professionnels du tourisme s'engagent dans des carrières à l'aune de leur propres pratiques personnelles, de leurs passions. Comment ces professionnels négocient la place de leur passion dans leur activité professionnelle ? Considérant l'envers du décor, peut-on parler de désenchantement voire de désillusion ? Est-ce que les emplois en tourisme font toujours partie d'un projet de carrière ou peut-on penser qu'il s'agisse seulement d'un passage avant de trouver un emploi plus « prometteur » ?

### **5- Une relation d'emploi spécifique ?**

En dehors de la possible conjugaison passion/activité professionnelle, quelle est la nature de la relation d'emploi des différents professionnels du tourisme, acteurs de ce secteur par choix ou par contrainte ? Quelles sont ses éventuelles spécificités, ses différentes formes eu égard au niveau de qualification des emplois ? Comment peut-elle être appréhendée dans le cadre d'une théorie de l'échange social renouvelée (Cropanzano et al., 2017) afin d'aider à prévoir les comportements au travail au-delà d'un simple décryptage *a posteriori* et de susciter les comportements désirables pour les organisations du secteur touristique confrontées à de nouvelles exigences (hôtellerie *life style*, approche narrative, contact enrichi personnalisé, etc.) ? Comment s'articulent les comportements positifs et négatifs des professionnels du tourisme confrontés à des expériences de travail variées et parfois imprévisibles (engagement / retrait, comportements citoyens / comportements contreproductifs, confiance / défiance, jeu émotionnel en profondeur / jeu émotionnel en surface, etc.) ? Quel est le rôle des partenaires sociaux, souvent peu présents, dans la définition des contrats sociaux ?

### **6- Les stratégies RH : permanences ou révolution(s) ?**

En appui des thématiques précédentes et prenant en compte les effets conjoncturels de la crise économique qui touche, quoique différemment, les pays européens et nord-américains, comment se définissent ou se redéfinissent les stratégies entreprises en terme de « politique RH » ? Quelles articulations sont possibles entre les stratégies RH *Corporate* et leur déclinaison sur le terrain ? La croissance touristique mondiale met une pression sur l'offre touristique qui à son tour met de la pression sur la demande en main d'œuvre. Cette

même main d'œuvre est également sollicitée par d'autres secteurs d'activité, souvent plus attrayants pour l'employé. Quelles sont les nouvelles stratégies utilisées par les entreprises touristiques pour accéder à de nouveaux bassins de travailleurs et pour retenir ces derniers ? Enfin, les formations proposées (en présentiel ou en *e-learning*) sont-elles en adéquation avec les emplois et les compétences recherchées par les organisations touristiques ? Quelle place est accordée aux *soft skills* dans les programmes de formation et dans les politiques de recrutement ?

### **Bibliographie indicative**

CASTEL R. (1999). *Les métamorphoses de la question sociale*, Paris : Folio Essais, 813p.

CROPANZANO R., ANTHONY E.L., DANIELS S.R., HALL A.V. (2017). « Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies », *Academy of Management Annals*, 11, 1, 479-516.

ÉQUIPE MIT (2005). *Tourismes. 2, Moments de lieu*, « Mappemonde », Paris : Belin, 352p.

GUIBERT C. & SLIMANI H. (2011). *Emplois sportifs et saisonnalités. L'économie des activités nautiques : enjeux de cohésion sociale*, Paris : L'Harmattan, 242p.

PINNA G. (2013). « Vendre du luxe au rabais : Une étude de cas dans l'hôtellerie haut de gamme à Paris », *Travail et emploi*, n°136, p. 21-34.

SEBILEAU A. (2014). « Rester après la saison : l'économie symbolique du néoruralisme balnéaire », *Juristourisme*, n°163, p. 31-34.

SOTIRIADIS M. & VARVARESSOS S. (2016). *Crucial Role and Contribution of Human Resources in the Context of Tourism Experiences: Need for Experiential Intelligence and Skills*, in Marios Sotiriadis, Dogan Gursoy (ed.) *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*, p. 45-64.

# Comité d'organisation

Nicola BELLINI, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Vincent COEFFE, géographie, université d'Angers

Aude DUCROQUET, sciences de gestion, université d'Angers

Philippe DUHAMEL, géographie, université d'Angers

Gwenaëlle GREFE, sciences de gestion, université d'Angers

Christophe GUIBERT, sociologie, université d'Angers

Jean LAGUEUX, sciences de gestion, ESG UQAM

Nathalie MONTARGOT, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Dominique PEYRAT-GUILLARD, sciences de gestion, université d'Angers

# Comité scientifique

## Co-président.e.s du Comité scientifique :

Christophe GUIBERT, sociologie, université d'Angers

Jean LAGUEUX, sciences de gestion, ESG UQAM

Nathalie MONTARGOT, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

## Membres du Comité scientifique :

Nicola BELLINI, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Imed BEN NASR, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Noureddine CHIADMI, tourisme, Sup de Co La Rochelle

Yves CHOCHARD, sciences de gestion et éducation, faculté d'éducation, UQAM

Vincent COEFFE, géographie, université d'Angers

Aude DUCROQUET, sciences de gestion, université d'Angers

Gwenaëlle GREFE, sciences de gestion, université d'Angers

Joëlle LAGIER, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Robert LANQUAR, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Boualem KADRI, psychologie, études touristiques, études urbaines, ESG UQAM

Valentina KIROVA, sciences de gestion, Sup de Co La Rochelle

Mohamed Reda KHOMSI, sciences de gestion, ESG UQAM

Sari MANSOUR, sciences de gestion, TELUQ

Dominique PEYRAT-GUILLARD, sciences de gestion, université d'Angers

Jérôme PIRIOU, géographie, Sup de Co La Rochelle

Marie-Noëlle RIMAUD, droit, Sup de Co La Rochelle

Romain ROULT, loisirs et sports, université du Québec à Trois-Rivières

Marie SONNETTE, sociologie, université d'Angers

Philippe VIOLIER, géographie, université d'Angers

Tan VO THANH, tourisme, Sup de Co La Rochelle

## Procédure de soumission des communications :

Les propositions de communication, écrites en français, doivent comporter un titre et un résumé de 1000 mots au minimum et de 2000 mots au maximum. Ce dernier doit faire ressortir clairement la problématique et le corpus d'hypothèses de recherche, la démarche méthodologique et les principaux résultats attendus ou observés. Les principales références bibliographiques (exposées selon les normes en vigueur) sont par ailleurs requises. Au-delà des études de cas ou des travaux particuliers, les propositions susceptibles de déboucher sur une réflexion de portée générale seront également privilégiées.

Les propositions de communication doivent être envoyées à l'adresse de contact suivante :

[champlain@contact.univ-angers.fr](mailto:champlain@contact.univ-angers.fr)

A l'issue du colloque, sont envisagées une ou des publications au sein de la revue pluridisciplinaire de recherche *Mondes du Tourisme*, <https://tourisme.revues.org/> puis dans un ouvrage collectif.

### **À QUI S'ADRESSE-T-ON?**

- ☞ Aux doctorants et aux chercheurs qui s'intéressent à des problématiques portant sur les questions de l'emploi, des professions et des RH dans le champ du tourisme.
- ☞ Aux gestionnaires institutionnels des destinations touristiques et aux acteurs privés confrontés aux questions posées par la thématique du colloque.
- ☞ Aux étudiants en tourisme ou d'autres disciplines (géographie, sciences de la gestion, urbanisme, sociologie, etc.).

## DATES IMPORTANTES

- ① Soumission des résumés: **5 janvier 2017** (date limite) ;
- ② Notification d'acceptation des communications: **12 janvier 2018** ;
- ③ Remise de la version définitive du résumé après notification des modifications aux auteurs : **15 février 2018**. (Un livret des résumés sera, en amont du colloque, proposé aux congressistes) ;
- ④ Colloque : **22 et 23 mars 2018** à Angers, dans les locaux de l'UFR ESTHUA Tourisme et Culture.

## INSCRIPTIONS ET TARIFS

Les congressistes, proposant une communication ou non, doivent renseigner le **Formulaire en ligne d'inscription** (fiche d'inscription et paiement en ligne) à l'adresse suivante :

<http://fua.univ-angers.fr/fua/Formulaire/AfficherFormulaire?codEnq=724>

**Les tarifs de la manifestation sont les suivants :**

Tarif normal : 150€ ;

Tarif doctorant/docteur sans poste : 100€

Tarifs spéciaux (si paiement avant le 25 janvier 2018) :

Tarif normal : 130€ ;

Tarif doctorant/docteur sans poste : 70€

Repas de Gala (22 mars soir) : 50€ (tarif unique)



**UFR ESTHUA Tourisme & Culture**  
7 allée F. Mitterrand  
49004 ANGERS