



UNIVERSITÉ  
**LAVAL**

Faculté de foresterie, de géographie et de géomatique  
Département de géographie



## **« 6<sup>èmes</sup> journées scientifiques du Tourisme Durable »** **Conciliation, commercialisation et durabilité : applications touristiques**

**10 au 12 juin 2015, Québec (Canada)**

Pour certains gestionnaires, le développement durable apparaît comme une contrainte à la commercialisation des produits touristiques ou au développement des destinations touristiques. Pour d'autres, le développement durable représente une opportunité de marché et l'occasion de rejoindre un segment de touristes sensible aux impacts de leur consommation sur la société visitée. Bien que les gestionnaires ne puissent pas être séparés en deux camps distincts, force est de constater que l'intégration du développement durable aux pratiques des organisations touristiques peut être complexe, représenter moult défis et apparaître comme une ambivalence.

Pour certains responsables de destinations touristiques, le développement durable peut également apparaître comme une contrainte au développement économique du territoire. Il faut alors sélectionner certains produits touristiques ou certaines logiques de développement qui ne favorisent pas toujours la compétitivité face aux destinations axées sur un tourisme de masse développé sans contrainte, dans une seule logique de rendement à court terme. Pour d'autres responsables de destinations touristiques, le développement durable représente l'opportunité de développer un territoire à partir de nouvelles pratiques qui considèrent non seulement les impératifs économiques, mais respectent également les populations locales tout en cherchant à minimiser les effets du tourisme sur l'environnement. Cette démarche peut même faire l'objet d'un positionnement s'appuyant sur un marché de niche où la commercialisation et les opérations durables constituent un avantage comparatif.

L'objectif de ce colloque est d'aborder le rôle du développement durable dans le développement et la commercialisation des destinations et des produits touristiques. Au-delà des différentes approches d'intégration du tourisme durable par les entreprises ou les régions touristiques, ce colloque se veut l'occasion d'étudier les opportunités, les défis, les contradictions entre les impératifs commerciaux, économiques, environnementaux et culturels. Si le développement durable représente une grande valeur aux yeux des touristes, pourquoi l'ensemble des régions n'utilisent-elles pas le développement durable comme axe principal de développement ?

On peut notamment se demander s'il est possible de concilier les intérêts de l'ensemble des acteurs d'un territoire qui désirent développer leur région autour d'une approche développement durable.

Ce colloque a également pour but d'aborder l'intégration du développement durable dans la production des services ou des produits touristique, notamment dans les pratiques organisationnelles et de commercialisation. Cette intégration représente un défi auquel les acteurs de l'industrie touristique sont confrontés.

Les chercheurs sont invités à présenter des travaux de recherche empiriques, méthodologiques, pratiques ou conceptuels qui portent sur des thématiques associées à l'intégration et la mise en pratique du tourisme durable.

Entre autres :

- Management des organisations touristiques durables
- Contraintes et défis du développement durable dans la commercialisation touristique
- Valeur du développement durable et attentes des touristes
- Gestion d'un programme de développement durable dans une entreprise touristique
- Pratiques durables en tourisme et pérennité des ressources
- Tourisme durable et développement territorial
- Résistance et résilience au tourisme durable
- Résilience socio-écologique et tourisme
- Développement des destinations touristiques sans tourisme durable
- Comptabilité du tourisme durable et tourisme de masse
- Tourisme durable pour pays riches et pauvres
- Labels en tourisme durable et développement de produits ou de territoires
- Politiques publiques de développement durable
- Gouvernance et éthique dans et pour le développement durable
- Développement immobilier durable et tourisme
- Fausse représentation et tourisme durable
- Commercialisation du tourisme durable
- Blanchiment écologique et profits
- Attractivité d'une destination durable
- Coûts du tourisme durable
- Créer ou non la demande durable chez les touristes
- Concertation des acteurs touristiques et intégration durable.

### **Publics visés**

Les approches valorisées s'appuient aussi bien sur des méthodes qualitatives que quantitatives. L'appel à communications s'adresse à des chercheurs et des universitaires de différentes disciplines; management, marketing, géographie, histoire, urbanisme, sociologie, sciences économiques et politiques.

Ce colloque aspire également à permettre la rencontre des professionnels du tourisme qui ont décidé d'intégrer ou de ne pas intégrer les dimensions du développement durable dans la commercialisation des destinations ou des produits touristiques.

## COMITÉ D'ORGANISATION

Erick LEROUX, Université de Paris 13-Sorbonne Paris Cité  
Laurent BOURDEAU, Université Laval  
Pascale MARCOTTE, Université du Québec à Trois-Rivières  
Bruno SARRASIN, Université du Québec à Montréal

## PROCÉDURE D'ÉVALUATION

Les personnes qui souhaitent soumettre une proposition de communication sont invitées à envoyer un texte en français ou en anglais d'un maximum de 500 mots à [colloqueaimtd@gmail.com](mailto:colloqueaimtd@gmail.com) avant le 31 janvier 2015. Chaque proposition de communication sera évaluée, de façon anonyme par deux lecteurs à partir d'une grille d'analyse. Pour plus d'information à propos du colloque, vous êtes invités à visiter le site internet suivant : <http://tourisme-durable-aimtd.org/quebec2015/>. Lors des journées scientifiques, une communication peut être présentée en français ou en anglais.

- Dépôt des propositions de communication : 31 janvier 2015 (500 mots)
- Confirmation des propositions de communication retenues : 15 février 2015
- Réception des communications : 15 Avril 2015
- Acceptation ou demande de modification : 30 Avril 2015
- Acception définitive le 15 Mai 2015

### Normes de présentation

Le format de soumission des communications doit respecter les instructions suivantes :

- La première page contiendra les noms et qualités des auteurs, et le titre de la communication.
- La deuxième page ne contiendra que le titre de la communication, un résumé en français et en anglais et 4 à 5 mots clés.
- Le texte sera dactylographié sur PC, logiciel Word, caractères Times New Roman 12, format A4, marges de 2,5 cm, **interligne simple, 15 pages** à transmettre par courriel à : [colloqueaimtd@gmail.com](mailto:colloqueaimtd@gmail.com)

Les communications ne doivent pas comporter d'annexes : tableaux, schémas, images et autres ajouts (en noir et blanc) sont insérés dans le texte. Les parties suivent une numérotation simple : 1., 1.1., 1.1.1., etc.

- Titre : times 18 en **gras**
- Nom de l'auteur : times 14 en **gras**
- Résumé et Abstract en **gras** en 16, puis contenu en times 12
- Titre 1. : Times 14 en **gras**
- Titres 1.1. : Times 12 en **gras**
- Conclusion : Times 14 en **gras**

- Bibliographie : Times 14 en gras, puis contenu en times 12, suivant le modèle suivant :
  - Ouvrage : nom de l'auteur et initiale du prénom, date de publication, *Titre de l'ouvrage*, Editeur, Lieu d'édition, (exemple : Mintzberg H. (1994), *Grandeur et décadence de la planification stratégique*, Dunod, Paris).
  - Article : nom de l'auteur et initiale du prénom, date de publication « Titre de l'article », *Titre de la revue*, Vol. x, No. x, p. x-y, date de publication (exemple : Koenig G. (1996), « Karl E. Weick », *Revue française de gestion*, No. 108, p. 57-70, mars-avril-mai).

Les titres, intertitres, « chapeaux » et textes en exergue sont de la responsabilité de la rédaction de la revue qui se réserve le droit de modifier ceux qui sont proposés par l'auteur.

## ACTES DU COLLOQUE ET PUBLICATION

Toutes les communications acceptées seront publiées dans les actes du colloque. Toutefois, au moins un auteur de la communication doit être inscrit au colloque et présenter les travaux. Il est également prévu que les meilleures publications seront publiées dans les revues partenaires sous réserve d'acceptation du comité de lecture (Management & Avenir, Communication & Management, Gestion et Management Public, Maghreb Machrek).

|                            |
|----------------------------|
| <b>COMITÉ SCIENTIFIQUE</b> |
|----------------------------|

Ernesto BARRERA, Université de Buenos Aires (Argentine)  
 Nicole BARTHE, Université de Nice  
 Abrika BELAID, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou (Algérie)  
 Olivier BOIRAL, Université Laval (Québec)  
 Lionel BOBOT, [INRA Paris et Tadmor School \(Israël\)](#)  
 Patrick BOUCHET, Université de Bourgogne  
 Laurent BOURDEAU, Université Laval (Québec)  
 Philippe BOURDEAU, Université de Grenoble  
 Lise BOURDEAU-LEPAGE, Université Jean Moulin de Lyon 3  
 André BOYER, IAE-Université de Nice et ENAP Montréal  
 Martine BRASSEUR, Université de Paris V-Sorbonne Paris Cité  
 Philippe CALLOT, France Business School  
 Didier CHABAUD, Université d'Avignon  
 Jean-Michel CHAPUIS, Université de Paris Sorbonne 1  
 Cécile CLERGEAU, Université d'Angers  
 Frédéric DIMANCHE, SKEMA Business School  
 Fatou DIOP, Université Cheikh Anta Diop  
 Mbaye Fall DIALLO, Université de Lille Nord de France-Skema Business School  
 Moshen DEBABI, Université de Manouba (Tunisie)  
 Nathalie FABRY, Université de Marne la Vallée  
 Luc FLORENT, ESC de Troyes  
 Agnès FRANCOIS-LECOMPTE, Université Bretagne Sud  
 Isabelle FROCHOT, Université de Savoie  
 Lionel PRIGENT, Université de Bretagne Occidentale  
 Camal GALLOUJ, Université de Paris XIII  
 Christiane GAGNON, Université du Québec, Chicoutimi (Canada)  
 Socrat GAHDBAN, Université du Tourisme, Beyrouth (Liban)  
 Xiaoqing GAN, Université de Jiu Jang (Chine)  
 Aziz HMILOU, Université Sidi Mohammed Ben Abdellah (Maroc)  
 Bouchra LEBZAR, ENCG-Université Cadi Ayyad, (Maroc)  
 Jean-François LEMOINE, Université de la Sorbonne 1  
 Marie LEQUIN, Université du Québec à trois rivières (Canada)

Erick LEROUX, Université de Paris 13-Sorbonne Paris Cité  
 Martin LOHMANN, Institut für Tourismus und Bäderforschung in Nordeuropa Kiel (Allemagne)  
 Mara MANENTE, International Center of Studies of the Tourist Economy Université de Venise (Italie)  
 Luc MARCO, Université de Paris 13-Sorbonne Paris Cité  
 Pascale MARCOTTE, Université du Québec à Trois-Rivières (Canada)  
 Jean-Yves MOISSERON, IRD et membre du conseil du GDRI DREEM  
 Omar MOUFAKKIR, Saxion University of Applied Sciences (Pays Bas)  
 Hansruedi MÜLLER, Forschungsinstitut für freizeit und Tourismus Université de Berne (Suisse)  
 Joseph NGIJOL, Université de Sorbonne Nouvelle 3-Sorbonne Paris Cité  
 Ewan OIRY, Université du Québec Montréal (Canada)  
 Bernard PECQUEUR, Université de Grenoble 1  
 Jean-Michel PLANE, Université de Montpellier III et Président de l'AGRH  
 Jean-Marie PERETTI, IAE-Université de Corte et ESSEC  
 Mireille BARTHOD-PROTADE INSEEC Alpes Savoie  
 Pierre-Charles PUPION, Université de Poitiers  
 Jean-Michel SAHUT, IPAG Paris-Nice  
 Olivier SAISSI, Université de Toulon  
 Bernard SCHEOU Université de Perpignan  
 Mohamad SALHAB, Université Franco-Libanaise de Tripoli (Liban)  
 Carlos SANTOS, Université des Açores (Portugal)  
 Bruno SARRASIN, Université du Québec Montréal (Canada)  
 Aline SCOUARNEC, IAE-Université de Caen  
 Ali SMIDA, Université de Paris 13-Sorbonne Paris Cité  
 Corinne VAN DER YEUGHT, IAE-Université de Toulon  
 Frédéric TEULON, IPAG Paris-Nice  
 Daniel THIEL, Université de Paris 1-Sorbonne Paris Cité  
 François VELLAS, Université de Toulouse 1 Capitole  
 Zahir YANAT, Kedge Business School

## PARTENAIRES

