



APPEL A COMMUNICATIONS

2^{ème} Conférence de l'Association Francophone de Management du Tourisme

**EM Strasbourg
12-13 Mai 2015**

Aux sources de la création de valeur dans et par le tourisme

Dans son discours de clôture des Assises Nationales du Tourisme, le Ministre des Affaires Etrangères a affirmé le rôle primordial du tourisme pour l'économie française et lui a donné des objectifs ambitieux. Un programme de 30 actions a été annoncé en même temps que la création d'un conseil de la promotion du tourisme qui devra travailler à un « Plan Tourisme pour 2020 ». Cette volonté gouvernementale rencontre bien sûr l'adhésion des professionnels du tourisme et des territoires touristiques qui voient dans ce secteur des sources de création de richesses et d'emploi.

Le tourisme a pourtant connu des bouleversements très importants au cours des quinze dernières années : accès au tourisme des grandes sociétés comme la Chine, modification des modes de consommations en Europe ou aux Etats-Unis avec une demande d'hyperpersonnalisation, révolution Internet ou développement du *Low Cost* sont autant de phénomènes sociaux, technologiques ou économiques qui impactent considérablement la filière touristique laissant supposer l'avènement d'une troisième révolution touristique. Cette conférence s'interroge sur l'impact de ces changements sur la création de valeur dans et par le tourisme.

La création de valeur suscite un intérêt majeur dans les différents domaines des sciences de gestion. La valeur est un concept polysémique que les sciences de gestion mesurent avec une pluralité d'outils, s'intéressant à la valeur ajoutée de l'entreprise, à la valeur perçue par le consommateur, aux valeurs d'une organisation, ou à la valeur pour l'actionnaire. Si le concept de valeur a de nombreuses dimensions, la création de valeur en a tout autant. Elle renvoie à l'idée de création de richesse pour l'entreprise, pour le consommateur, pour les territoires, pour la société, et à l'idée d'une multiplicité des formes de la richesse créée. Se pose de manière immédiate la question de la mesure de

cette valeur créée, mesure qui doit s'inscrire dans un horizon temporel lointain. Ce sont ces multiples facettes de la création de valeur dans et par le tourisme qui seront ici interrogées.

Si les effets directs et indirects du tourisme sur les territoires et sur les économies ne sont plus à démontrer, les formes et les mécanismes de la création de valeur sont certainement bouleversés par cette troisième révolution touristique. Leur analyse suppose une identification préalable la chaîne de valeur touristique. Mais, alors que se profile l'ère du Web 3.0, peut-on encore parler de chaîne de valeur ou doit-on préférer l'idée d'une constellation de valeurs mobilisées par les touristes ? Quelles propositions de valeurs des intermédiaires touristiques à l'heure où les touristes deviennent si autonomes ? Quelle valeur perçue par des touristes mieux informés qui co-conçoivent et co-produisent leur expérience touristique ? L'évolution du marketing expérientiel a permis une analyse des comportements particulièrement pertinente et la création de produits innovants, co-produits, multisensoriels et à forte mémorabilité. De nouveaux modèles d'affaire ont vu le jour, certaines entreprises rajeunissant les vieilles recettes à l'aide du web, d'autres créant de nouveaux services touristiques, d'autres encore bouleversant tous les codes avec le modèle économique *Low Cost*. Les communications proposées contribueront à montrer que ces bouleversements sont à l'origine d'une évolution des sources de la création de valeur dans et par le tourisme. Dès lors, la question de la valeur se pose aussi pour les destinations et les ressources touristiques. Qu'est-ce qui fait la valeur d'une ressource touristique ? Peut-on l'évaluer ? Comment les patrimoines locaux, les produits locaux, la gastronomie, les savoirs et savoir-faire donnent-ils de la « valeur » à un territoire touristique ? En retour, comment les acteurs (acteurs du tourisme et touristes) les valorisent-ils ?

Il est attendu de la conférence des échanges et discussions sur les sources de la création de valeur dans et par le tourisme, sur leurs évolutions, sur la mesure de la valeur créée. Toutes les activités du tourisme seront considérées, de même que toutes les approches de la valeur. Un atelier sera aussi consacré à l'actualité de la recherche en management du tourisme.

Comité scientifique

Le comité scientifique est placé sous la responsabilité de **Cécile CLERGEAU**, Université d'Angers, et **Thierry NOBRE**, EM Strasbourg

Nicolas ANTHEAUME, Université de Nantes
Olivier BADOT, ESCP-Europe, Paris
Isabelle BARTH, EM Strasbourg
Wided BATAT, Université Lyon 2
François BÉDARD, Université du Québec à Montréal
Sébastien BÉDÉ, EM Strasbourg
Nicola BELLINI, Groupe Sup de Co La Rochelle
Imed BEN NASR, Groupe Sup de Co La Rochelle
Line BERGERY, Université de Toulon
Marc BIDAN, Université de Nantes
Laurent BOTTI, Université de Perpignan
Joël BRÉE, Université de Caen Basse Normandie

Sandra CAMUS, Université d'Angers
Herbert CASTERAN, EM Strasbourg
Sihem DEKHILI, EM Strasbourg
Aude DUCROQUET, Université d'Angers
Isabelle FROCHOT, Université de Savoie
Gwenaëlle GREFE – MOREAU, Université d'Angers
Olga GONCALVES, Université d'Aix-Marseille
Gabriel GUALLINO, INSEEC Alpes-Savoie
Coralie HALLER, EM Strasbourg
Sylvie HERTRICH, EM Strasbourg
Lionel HONORE, Université de la Polynésie Française
Philippe JEAN-PIERRE, Université de la Réunion
Michel KALIKA, Université de Paris-Dauphine
Dominique KREZIAK, Université de Savoie
Patrick LEGOHÉREL, Université d'Angers
Jean-François LEMOINE, Université de Paris 1
Erick LEROUX, Université de Paris 13
Sylvie LLOSA, Université d'Aix-Marseille
Rémi MENCARELLI, Université de Savoie,
Lars MEYER WAARDEN, EM Strasbourg
Yves MOULIN, ISAM/EM Strasbourg
Joseph NGIJOL, Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3.
Catherine PAPETTI, Université de Nice
Christine PETR, IEP Rennes
Laetitia PIHEL, Université de Nantes
Jérôme PIRIOU, Groupe Sup de Co La Rochelle
Pierre-Charles PUPION, Université de Poitiers
Yann RIVAL, Université de la Polynésie Française
Claire ROEDERER, EM Strasbourg
Frantz ROWE, Université de Nantes
Bruno SARRASIN, Université du Québec à Montréal
Marielle SALVADOR, INSEEC Alpes-Savoie
Jacques SPINDLER, Université de Nice
Jacques THÉVENOT, Université de Nancy
Jean-Michel TOBELEM, Université de Paris 1
Jean François TRINQUECOSTE, Université Montesquieu Bordeaux 4
Corinne VAN DER YEUGHT, Université de Toulon
Tan VO THANH, Groupe Sup de Co La Rochelle

Comité d'organisation

Le comité d'organisation est placé sous la responsabilité d'**Herbert CASTERAN** EM Strasbourg et d'**Isabelle FROCHOT**, Université de Savoie.

Sébastien BÉDÉ, Enseignant Chercheur, EM Strasbourg
Karine BOUVIER, Responsable administrative service recherche, EM Strasbourg
Sylvie GAUTHIER, Assistante service recherche, EM Strasbourg

Anne Sophie WIRA, Chargée de communication recherche, EM Strasbourg

Calendrier

Envoi des intentions de communications : 5 janvier 2015.

Les intentions de communications doivent être envoyées au plus tard le 5 Janvier 2015, sous forme d'un résumé étendu comprenant 4 à 7 pages. Le nom de l'auteur(des auteurs) et une courte présentation, son(leur) appartenance institutionnelle, e-mail et adresse(s) complète(s) doivent figurer uniquement en page de garde.

Retour aux auteurs : 20 février 2015

Envoi du résumé étendu tenant compte des observations : 20 Avril 2015.

Les propositions sont à adresser sous format Word à :

AFMAT2015@em-strasbourg.eu

Normes de soumission

Les communications finalisées se présentent sous la forme d'un résumé étendu d'une longueur de 7 pages maximum accompagné de mots clés. Sur la première page figurent aussi un bref résumé en anglais de 400 signes maximum, le titre et les mots-clés également traduits.

Le nom de l'auteur (des auteurs), son (leur) appartenance institutionnelle, e-mail et adresse(s) complète(s) doivent figurer en première page.

Les résumés étendus ne doivent pas comporter d'annexes : tableaux ou schémas doivent être insérés dans le texte.

Il est demandé de respecter le format suivant :

- Titre : Times 16 en gras
- Nom de l'auteur : Times 12 en gras,
- Appartenance et coordonnées : Times 12
- Résumés, Contenu et éléments de Bibliographie : Times 12, interligne 1,5.

Publications

Les résumés étendus seront publiés sous forme d'actes. Les meilleures communications seront proposées pour publication, sous forme d'article de recherche, à la revue *Management & Avenir* et à la *Revue de Management Public*.

Atelier Doctoral

La matinée du 12 mai sera consacrée à un atelier doctoral placé sous la responsabilité d'**Yves MOULIN**, ISAM/EM Strasbourg

Les doctorants souhaitant participer à cet atelier devront soumettre par voie électronique avant le **20 février 2015** au plus tard un document de 7 à 10 pages présentant l'état d'avancement de leur recherche (intérêt du sujet, éléments de littérature, problématique, méthodologie envisagée et résultats attendus).

Le nom du doctorant, le nom de son directeur de thèse, une courte présentation et son appartenance institutionnelle, e-mail et adresse complète doivent figurer uniquement en page de garde

Les propositions sont à adresser sous format Word à :

rech-afmat2015atelierdoctoral@em-strasbourg.eu

www.afmat.org