



Appel à communications

«10ièmes Journées Scientifiques du Tourisme Durable»

Management du tourisme durable et commercialisation
des produits touristiques : une opportunité pour la protection du littoral
et des aires marines ?

Salvador de Bahia (Brésil), 16 au 18 Avril 2019

Le nombre croissant de touristes se traduit notamment par une augmentation de l'empreinte écologique individuelle. Dans le cadre du tourisme de masse, une pollution des sites touristiques visités est à craindre. Il faut bien sûr englober les aires maritimes protégées (AMP). Pour mémoire il y a 5 zones d'accumulation océanique des plastiques qui se situent respectivement dans le Pacifique Nord, le Pacifique Sud, l'Atlantique Nord, l'Atlantique Sud et l'Océan Indien. Ainsi des milliards de morceaux de plastique soit 80 000 tonnes de déchets baignent dans les océans. La plus grande décharge est celle

qui baigne dans le Pacifique : elle s'étend sur une surface de trois fois la France, Cette grave pollution interfère sur la biodiversité marine mais aussi sur l'économie bleue. De plus la pêche doit contribuer à la préservation des espèces marines. Afin que l'exploitation des ressources des océans se réalise de manière équitable et durable, les zones marines doivent être davantage réglementées. En cela les acteurs économiques doivent mieux s'impliquer, tout en devenant plus responsables de leurs pratiques. Les techniques d'exploitation des ressources de la mer doivent donc être améliorées pour réduire ou compenser l'impact des activités. Selon l'objectif 11 d'Aichi, il y a lieu de respecter l'objectif de création de 10 % d'aires marines protégées d'ici 2020 et assurer un niveau de qualité permettant à ces aires d'être gérées de manière efficace.

Se pose alors la question de la commercialisation des produits touristiques dans les sites touristiques notamment balnéaires. Quelle stratégie de marketing à mettre en place dans une optique de tourisme durable et de protection de la nature ? Quelles sont les meilleures stratégies et techniques de conservation de la nature et des océans dans le cadre de la commercialisation touristique ?

L'objectif de cette conférence est d'examiner les moyens pour mettre en place efficacement la protection des aires marines et des écosystèmes dans le cadre de la commercialisation des destinations et des produits touristiques. Elle porte aussi sur l'intégration du développement durable dans la production et la vente de services touristiques ou de produits touristiques.

Les chercheurs sont invités à soumettre des recherches empiriques, méthodologiques et documents conceptuels qui mettent l'accent sur des sujets liés à la mise en œuvre du tourisme durable.

Les thèmes potentiels à traiter comprennent ce qui suit:

- Protection des aires marines et politiques de tourisme
- Management du tourisme durable
- Marketing et organisations de tourisme durable
- Défis et opportunités pour le développement du tourisme durable
- Attentes des visiteurs en matière de tourisme durable
- Gestion du tourisme de destination durable
- Tourisme durable et développement des pratiques
- Tourisme entre performance économique et développement durable
- Planification du tourisme durable et développement durable
- Tourisme durable et hospitalité
- Résilience socio-écologique et tourisme
- Industrie hôtelière et tourisme durable
- Applications comptables vertes et tourisme de masse
- E-tourisme, médias sociaux et tourisme durable
- Tourisme et changement climatique
- Loisirs et tourisme durable
- Approche territoriale soutenable et productions de certificats comme les ecolabels

- Business and bénéfiques pour les communautés en tourisme durable
- Innovation et tourisme durable
- Management public et tourisme durable
- Tourisme durable et communication
- Qualité et tourisme durable
- Greenwashing and Ethique des affaires
- Tourisme durable et protection des écosystèmes
- Attractivité des destinations et respect de l'environnement
- Avantages et coûts du tourisme durable
- Demande des consommateurs et tourisme durable
- Tourisme durable et coopération entre les stakeholders.

Les communications peuvent être fondées sur des méthodes qualitatives ou quantitatives. Les thèmes abordés sont très larges et peuvent soulever les différents domaines suivants: marketing, stratégie, communication, le comportement des consommateurs, les ressources humaines, la gestion publique, économie, finance, logistique, juridique et le développement durable.

Cette conférence a aussi pour but de permettre de réunir des professionnels du tourisme qui ont décidé d'intégrer le développement durable dans la commercialisation des produits touristiques et des destinations touristiques.

COMITÉ D'ORGANISATION

Raphael ACOSTA, University of Paris 13-Sorbonne Paris City (France)

Erick LEROUX, University of Paris 13-Sorbonne Paris City (France)

José RODRIGUES, Instituto Federal Baiano e Universidade Salvador, (Brazil)

SOUMISSION DES COMMUNICATIONS ET PROCÉDURE

Veillez soumettre un résumé de plus de 1000 mots, y compris le titre et les coordonnées complètes, sous forme d'un fichier électronique à envoyer à : colloqueaimtd@gmail.com. Vous pouvez soumettre votre résumé le plus tôt possible, mais au plus tard le 1er Décembre 2016. Chaque communication sera examinée par deux examinateurs. Pour plus d'informations sur la conférence, vous êtes invités à visiter: le [site web de l'AIMTD](#).

Vous pouvez soumettre votre résumé **en français ou en anglais**, puis présenter votre communication selon la langue dans laquelle le document sera présenté.

Date et lieu de la conférence : 16, 17 et 18 Avril 2019 à Salvador de Bahia, Brésil.

Date limite de soumission des résumés : 1 Décembre 2018

Confirmation des résumés acceptés: 20 Décembre 2018

Les articles complets sont attendus pour le 25 Février 2019

Ouverture de la conférence: 16 Avril 2019

Sessions académiques: 16-17 Avril, 2019

Tours et excursions: 18 Avril 2019 (visite des aires marines protégées).

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

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 DE LA CONFÉRENCE ET PUBLICATION

Toutes les communications acceptées seront publiées dans les actes du colloque. Dans le cas de plusieurs auteurs, s'il vous plaît veuillez noter qu'au moins l'un d'entre eux doit être un participant de la conférence. Il est prévu que certains articles sélectionnés seront publiés dans une édition spéciale de l'une des revues partenaires (Management & Avenir, Gestion et Management Public, Maghreb Machrek, Etudes caribeennes, The European Journal of Tourism Research).

COMITE SCIENTIFIQUE

Jalila AIT SOUDANE, University Mohammed V de Rabat (Morocco)
Lalla Latifa ALAOUI, University Mohammed V Rabat, Maroc, FSJES Souissi (Morocco)
Raphael ACOSTA, University of Paris 13-Sorbonne Paris City (France)

Christophe ALAUX, IMPGT, Aix-Marseille University (France)
Christophe ALONSO, University of Paris V-Sorbonne Paris Cité (France)
Saehya ANN, CSU East Bay, Hayward (USA)
Ernesto BARRERA, University of Buenos Aires (Argentina)
Mireille BARTHOD-PROTADE, INSEEC Alpes Savoie (France)
Abrika BELAID, University Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou (Algeria)
Abdou BELGAT, AFEST (France)
Norchène BEN DAHMANE MOUELHI, IHEC Carthage (Tunisia)
Mounia BENABDALLAH, EDC Business school Paris (France)
Kamel BEN YOUSSEF, University of Paris Ouest (France)
Cherifa BENSADDEK, National school of Tourisme Alger (Algeria)
Olivier BESSY, University de PAU (France)
Olivier BOIRAL, University of Laval Québec (Canada)
Patrick BOUCHET, University of Bourgogne (France)
Said BOUJROUF, University of Cadi Ayyad Marrakech (Morocco)
Philippe BOURDEAU, University of Grenoble (France)
Lise BOURDEAU-LEPAGE, University Jean Moulin of Lyon 3 (France)
André BOYER, ENAP Montréal (Canada)
Martine BRASSEUR, University of Paris V-Sorbonne Paris Cité (France)
Jean-Marie BRETON, University of Antilles (France)
Robyn BUSHHELL, Western Sydney University, Australia
Philippe CALLOT, Tourism Research Center of Vienne (Austria)
Regina CELESTE – Universidade Salvador (Brésil)
Didier CHABAUD, IAE-University of Sorbonne (France)
Chris CHAMBERLAIN, California State University East Bay, Hayward, CA (USA)
Jean-Michel CHAPUIS, University of Paris Sorbonne 1 (France)

Hyunsuk CHOI, Black Hills State University, Spearfish (USA)

Thierry COME, University of Reims Champagne Ardenne (France)

François H. COURVOSIER, HEG - Haute école de gestion Arc (Suisse)

Sophie CROS, University le Havre-Normandie (France)

Frédéric DIMANCHE, Ryerson University, Toronto (Canada)

Fatou DIOP, University Cheikh Anta Diop (Senegal)

Mbaye Fall DIALLO, University of Lille (France)

Moshen DEBABI, University of Manouba (Tunisia)

Jean DESMAZES, University of La Rochelle (France)

Olivier DEHOORNE, University of Antilles (France)

Philippe DORBAIRE, Institut Confucius University of Poitiers (France)

Raphael DORNIER, University of Savoie (France)

Frédéric DOSQUET, ESC PAU BUSINESS SCHOOL (France)

Jérôme DUPUIS, University of Lille (France)

Nathalie FABRY, University of Marne la Vallée (France)

Marco FAZZINI, University of Rome (Italy)

Martine FERRY, Institut PAUL BOCUSE (France)

Jean-Marie FOTSING, University of New Caledonia

Agnès FRANCOIS-LECOMPTE, University Bretagne Sud (France)

Gary FREUND, California State University East Bay, Hayward, CA (USA)

Christiane GAGNON, University of Quebec, Chicoutimi (Canada)

Socrat GAHDBAN, University of Tourism, Beyrouth (Lebanon)

Xiaoqing GAN, University of Jiu Jang (China)

Pierre GHEWY, University of French Polynesia (France)

Diogo Antonio Queiroz GOMES - Instituto Federal Baiano (Brésil)

Fatima Zahra GUERTAOU, University Sultan Moulay Slimane - Beni Mellal, (Morocco)

Badar ALAM IQBAL, University Aligarh Muslim (India)

Ha THI THUY DUONG, Ho Chi Minh City Open University (Viêt-Nam)

Socrat GAHDBAN University of Tourism, Beyrouth (Lebanon)

Yan GENG, University of Nanchang (China)

Zach HALLAB, California State University East Bay, Hayward, CA (USA)

Slah HELLARA, Institut des Hautes Etudes Tunis (Tunisia)

Aziz HMIOUI, University Sidi Mohammed Ben Abdellah (Morocco)

David HURON, IAE-University of Nice (France)

Robert HOOD, Thompson Rivers University

Sophie LACOUR, INTI (France)

Marie LEQUIN, University of Québec trois rivières (Canada)

Erick LEROUX, University of Paris 13-Sorbonne Paris Cité (France)

Jo LOCK-HWAN, National Institute of Agricultural Sciences, (Korea)

Martin LOHMANN, Institut für Tourismus und Bäderforschung in Nordeuropa Kiel (Germany)

Rubén C. LOIS-GONZALEZ, University of Santiago de Compostela (Spain)

Thierry LOREY, KEDGE Business School (France)

Pierre LOUART, IAE-University of Lille 1 (France)

Amir LOUIZI, Idrac Business School, (France)

Jean-Pierre LOZATO-GIOTARD, University of Sorbonne Nouvelle 3-Sorbonne Paris Cité (France)

Cristina Maria MACEDO DE ALENCAR - Universidade Católica de Salvador. (Brazil)

Dalia MAIMON, University of RIO (Brazil)

Thomas MAJD, Business School Troyes Champagne Ardenne (France)

Mara MANENTE, International Center of Studies of the Tourist Economy University of Venice (Italy)

Jean-Pierre MARTINETTI, European City of Culture and Sustainable Tourism (France)

Fernanda Meneses de Miranda Castro - Instituto Federal Baiano (Brazil)

Jean-Yves MOISSERON, IRD and GDRI DREEM (France)

Nathalie MONTARGOT, La Rochelle Tourism Management Institute (France)

Ícaro Thiago MOREIRA – Universidade Salvador (Brazil)

Omar MOUFAKKIR, Gulf University for Science & Technology (Koweit)

Hansruedi MÜLLER, Forschungsinstitut für freizeit und Tourismus University of Berne (Switzerland)

Joseph NGIJOL, University of Sorbonne Nouvelle 3-Sorbonne (France)

Abdenmour NOUIRI, HEC Alger (Algeria)

Ewan OIRY, University of Québec Montréal (Canada)

Marc OSWALD, ISTOM (France)

Bernard PECQUEUR, University of Grenoble 1 (France)

Jean-Michel PLANE, University of Montpellier III (France)

Jean-Marie PERETTI, ESSEC (France)

Lionel PRIGENT, University of Bretagne Occidentale (France)

Florent PRALONG, IAE-University of Sorbonne (France)

Pierre-Charles PUPION, University of Poitiers (France)

Yann RIVAL, University of French Polynésia (France)

Elisabeth ROBINOT, University of Québec à Montréal (Canada)

Paul ROSELLE, University of Guyane (France),

Gilles ROUET, IAE-University of Versailles St-Quentin-en-Yvelines (France)

Trinh THUY ANH, Ho Chi Minh City Open University (Viêt-Nam)

Jean-Michel SAHUT, Idrac (France)

Aziz SAIR, ENCG Agadir, University Ibn Zohr (Morocco)

Mohamad SALHAB, University Libano-française of Tripoli (Lebanon)

Carlos SANTOS, University of Açores (Portugal)

Edimíria Góes César SANTOS - Instituto Federal Baiano (Brazil)

Bruno SARRASIN, University of Québec Montréal (Canada)

Aline SCOUARNEC, IAE-University of Caen (France)

Nouredine SELMI, IHEC Carthage (Tunisia)

Ali SMIDA, University of Paris 13-Sorbonne Paris Cité (France)

Carolina Andrade SPINOLA - Universidade Salvador (Brazil)

José Rodrigues de SOUZA FILHO, Instituto Federal Baiano (Brazil)

Chelly Costa SOUZA - Instituto Federal da Bahia (Brazil)

Ivanov STANISLAV, International University College (Bulgaria)

Fredric W. SWIERCZEK, AIT CV Thailand in VN (Thailand)

Vo THAN, La Rochelle Tourism Management Institute (France)

Giuseppe TARDIVO, University of Turin, Turin (Italy)

Frédéric TEULON, IPAG Paris-Nice (France)

Hoang THI PHUON THAO, Ho Chi Minh City Open University (Viêt-Nam)

Thi Anh Dao TRAN, University of Rouen (France)

Manu TRANQUARD, University of Quebec, Chicoutimi (Canada)

Pierre VALETTE-FLORENCE, IAE-University Pierre Mendès-France (France)

Nguyen VAN PHUC, Rector, Ho Chi Minh City Open University

François VELLAS, University of Toulouse 1 Capitole (France)

Milena VIASSONE, University of Turin, Turin (Italy)

Ruud WELTEN, Saxion University of Applied Sciences (Netherlands)

Semih YILMAZ, CSU East Bay, Hayward (USA)

PARTENAIRES

