

La communication touristique : vers de nouvelles interfaces ? Du discours aux représentations territoriales

Que nous apprend cet ouvrage sur la communication touristique ? À l'heure de l'hyper-concurrence des destinations touristiques, du e-tourisme et du m-tourisme, les moyens classiques de communication sont-ils encore pertinents ? Quelles sont les formes émergentes de ces dispositifs ? Comment s'articulent-ils avec le marketing touristique (marketing expérientiel, marketing des destinations, etc.) ? La communication touristique ne cultive-t-elle pas volontairement une forme d'ambiguïté entretenue par les acteurs du secteur lui-même dans la relation entre le prestataire et le touriste ? Selon l'expression consacrée, la communication touristique vend-elle encore du rêve ? Ces questions trouvent des éléments de réponse dans cet ouvrage pluridisciplinaire à travers des contributions qui font l'objet de recherches actuelles et financées par l'ANR.

Les 23 contributeurs, issus d'histoire, de Sciences de l'Information et de la Communication, des Sciences de Gestion, de la Géographie, du Droit et des Sciences du Langage sont les suivants :

Pierre Ageron, Manuelle Aquilina, Marina Belavoir, Camille Bernetière, Laurent Bourdeau, Nathalie Fabry, Alice Fuchs-Cessot, Emmanuelle George-Marcelpoil, Nolwenn Henaff, Charles-Edouard Houllier-Guibert, Roseline Le Squere, Claire Mahéo, Christian Marcon, Pascale Marcotte, Luc Mazuel, Annie Ouellet, Christophe Pecout, Frédéric Pugnière-Saavedra, Nathalie Renault, Olivier Tremblay-Peck, Christel Venzal, Philippe Viallon, Sylvain Zeghni.

Manuelle AQUILINA, Claire MAHEO et Frédéric PUGNIERE-SAAVEDRA sont Maîtres de conférences respectivement en Histoire, en Sciences de l'Information et de la Communication et en Sciences du Langage. Ils sont chercheurs au sein de deux laboratoires de l'université Bretagne Sud le **LEGO** (Laboratoire Économie Gestion de l'Ouest) et le **PREFICS** (Pôle de REcherche Francophonie, Interculturel, Communication, Sociolinguistique).