

SOMMAIRE

Préface..... II

Renaud Garcia-Bardidia et Éric Rémy

Introduction générale..... 15

Chapitre introductif. Culture et tourisme :
quelles interrelations ?..... 21

Dominique Bourgeon-Renault et Christine Petr

Introduction 21

1. La culture et le tourisme :
des objets de recherche communs..... 23

2. Les interrelations entre la culture et le tourisme.....31

Conclusion 38

Bibliographie 39

Partie I. Pluralité des pratiques culturelles et touristiques45

Chapitre I. La pluralité des goûts et des pratiques dans le secteur
des arts et de la culture 47

Caterina Trizzulla

Introduction 47

1. Le consommateur à l'ère postmoderne	48
2. L'individu pluriel vu par le poststructuralisme	55
3. Consommateur culturel pluriel : entre structure et agence	61
Conclusion	65
Bibliographie	65
Chapitre 2. Regards sur le mouvement <i>Rap</i> en France : l'apport des <i>Cultural Studies</i>.....	71
<i>Baptiste Cléret</i>	
Introduction	71
1. Comprendre les mouvements culturels : lecture et relecture des <i>Cultural Studies</i>	73
2. Le <i>Rap</i> en France : d'une consommation culturelle à une culture de consommation	80
Conclusion	86
Bibliographie	86
Chapitre 3. Comprendre l'authenticité dans le secteur des arts et de la culture	89
<i>Joëlle Lagier, François H. Courvoisier et Silvia Ranfagni</i>	
Introduction	89
1. Concevoir l'authenticité.....	91
2. Construire l'authenticité.....	95
3. Partager l'authenticité : le regard du public.....	100
Conclusion	104
Bibliographie	105
Annexes	108
Chapitre 4. Vingt ans de recherche sur le tourisme créatif	111
<i>Amal Makni-Turki, Azza Temessek Behi et Agnès François-Lecompte</i>	
Introduction	111
1. Une nouvelle génération du tourisme culturel.....	112
2. L'approche théorique du tourisme créatif	119
Conclusion	125
Bibliographie	126

Chapitre 5. L'authenticité de l'expérience touristique : vers une approche pluridisciplinaire 133

Yasmine Ben Ghorbal et Azza Temessek Behi

Introduction	133
1. L'authenticité sous la loupe de l'anthropologie	135
2. Une perspective sociologique	139
3. Une approche philosophique de l'authenticité : un retour aux origines.....	141
Conclusion	148
Bibliographie	149

**Partie II. Traces sensorielles et mémorielles
des expériences culturelles et touristiques ... 153**

**Chapitre 6. L'ambiance d'une scène artistique :
conceptualisation et mesure 155**

Élodie Jarrier

Introduction	155
1. Une approche conceptuelle pluridisciplinaire du concept de scène	156
2. Une caractérisation du concept d'ambiance	159
3. Appréhender l'ambiance d'une scène artistique	163
Conclusion	167
Bibliographie	169

**Chapitre 7. Un enrichissement de la notion d'exploration à partir
d'une analyse de l'urbex..... 173**

Laurence Graillet

Introduction	173
1. Synthèse des recherches consacrées à l'exploration dans le champ du comportement du consommateur	175
2. Analyses des relations impliquées dans le cadre d'une exploration urbaine	178
Conclusion	187
Bibliographie	188

Chapitre 8. Analyse théorique des comportements de fidélité relationnelle des abonnés de théâtre..... 193

Zakia Obaidalahe

Introduction193
 1. Le marketing relationnel et la fidélisation à un théâtre 194
 2. La fidélité *via* l’abonnement..... 197
 3. La fidélité au regard de l’insatisfaction et de la déception ... 203
 Conclusion 207
 Bibliographie 208

Chapitre 9. Dynamiques de la mémoire des expériences touristiques 211

Kang Wook Cho et Isabelle Frochot

Introduction211
 1. Dynamiques de la mémoire212
 2. Mémoire et expériences touristiques215
 3. MTE (Expérience touristique mémorable) 223
 Conclusion 225
 Bibliographie 226

Partie III. Innovation et intermédiations numériques 231

Chapitre 10. L’intermédiation culturelle en régime numérique : un regard par la consommation et la production musicales et leurs enjeux éthiques233

Boris Collet

Introduction 233
 1. Quelle distinction entre la consommation et la production musicale ? 234
 2. L’intermédiation culturelle : un état de l’art au prisme de l’industrie musicale 236
 3. L’intermédiation culturelle en régime numérique : l’« illusion démocratique » 240
 4. La matérialité de la musique en question..... 242
 Conclusion : considérations éthiques face aux métamorphoses de la consommation et de la production musicales 244
 Bibliographie 245

Chapitre 11. L'expérience de consommation avec un objet connecté : une lecture par le transhumanisme.....251

Yasmine El Alami et Véronique Cova

Introduction251

1. Les objets connectés :
éléments de définition et consommation..... 252

2. Le consommateur d'objets connectés :
l'avènement du consommateur cyborg ? 259

Conclusion 265

Bibliographie 266

Chapitre 12. La littérature en tourisme consacrée à l'économie du partage et la consommation collaborative : une revue systématique basée sur les méthodes bibliométriques.....269

Stéphanie Nguyen

Introduction 269

1. Les travaux sur l'économie du partage et la consommation collaborative 270

2. La bibliométrie au service de la revue de littérature 273

Conclusion 292

Bibliographie 293

Les auteurs299