

---

*Les notes de recherche du GRITTS*

---

2019-4

***LES ENJEUX ET ROLES DES ACTEURS LOCAUX DANS LE  
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE RURAL***

*Tiana Nomenjanahary Razafimanjato  
Université d'Antananarivo - Madagascar*

Mai 2019

Série

Actes du colloque international études supérieures en tourisme (CIEST)

Première édition 2018, Charlevoix

Organisé en partenariat avec la Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation  
en tourisme (Québec et Charlevoix), Université Laval



**QUÉBEC-CHARLEVOIX**

**Attractivité et innovation  
en tourisme**

Chaire de recherche en partenariat



## **Groupe de recherche et d'intervention tourisme territoire et société (GRITTS)**

Le Groupe de recherche et d'intervention tourisme territoire et société (GRITTS) est un collectif de chercheurs qui aborde le tourisme comme phénomène de société dans ses multiples déclinaisons territoriales. Issue du département d'études urbaines et touristiques de l'ESG-UQAM, le GRITTS interpelle les transformations sociales et spatiales induites par le tourisme, ainsi que les modes d'interactions des territoires avec le tourisme et les touristes.

<https://gritts.esg.uqam.ca/>

**ISSN 2562-1920**

Les notes du GRITTS présentent des recherches en cours. Les auteurs sont entièrement responsables de la mise en forme et de la qualité linguistique. De plus, les idées et opinions exprimées par les auteurs ne correspondent pas nécessairement à celles du GRITTS.

# LES ENJEUX ET ROLES DES ACTEURS LOCAUX DANS LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE RURAL

*Tiana Nomenjanahary Razafimanjato*

## **Résumé**

Une grande ambition de l'industrie touristique est de conquérir l'espace rural depuis qu'elle est reconnue comme porteuse de valeurs et de qualités exceptionnelles. Ce qui favorise l'amélioration de l'économie rurale qui demeure une des préoccupations majeures se trouvant au cœur des débats contemporains. Mais le processus et l'état qui en résulte du développement relativement spontané, non planifié du tourisme, s'appliquant à une espace, une société rurale sont presque toujours assez regrettables. Prendre la mesure de la complexité du phénomène touristique en milieu rural requiert une importance accordée aux rôles des décideurs et acteurs locaux dans l'élaboration des processus et des décisions qui provoquent ou accompagnent le développement du tourisme. Il s'agit de prendre en compte les représentations sociales locales, de puiser une vision commune du tourisme et de définir une approche plus adéquate permettant d'accompagner les acteurs locaux dans l'élaboration des stratégies touristiques pouvant être particulièrement adaptées au monde rural.

Mots clés : Tourisme rural, mise en tourisme, acteurs locaux, représentations sociales, développement touristique.

## **Abstract**

A great ambition of the tourism industry is to conquer the rural area since it's recognized as having exceptional values and qualities. That will promote about how to improve the economy, which remains one of the major concerns in the contemporary debates. However, the process and resulting state of relatively spontaneous development, a development not enough planned applied to some rural territory and society, are always regrettable. Taking into account the complexity of the tourism phenomenon in rural areas requires an emphasis on the roles of decision-makers and local actors in the elaboration of processes and decisions in the touristic local development. We should then take in consideration local social representations, to draw on a common vision of tourism and to define a right approach to support local actors in shaping the tourism strategies that can be particularly adapted to the rural world.

Keys words : Rural tourism, touristification, local actors, social representations, touristic development.

## **Introduction**

Vers le 19<sup>ème</sup> siècle, le tourisme rural s'est développé avec l'intérêt pour les loisirs à la campagne en réaction au stress et au côté sordide des villes industrielles en expansion (OCDE, 1994). L'intensification du rythme professionnel résulte sur la quête de quiétude, de bien-être, de délasserment dans un environnement calme et sécurisant. Les repos ou séjours de vacances à la campagne, à des fins de loisirs, aboutissent de plus en plus à la consommation de biens et services offerts par le milieu rural. En 1994, l'étude fait par l'OCDE permet d'identifier les facteurs clé qui ont suscité le développement du tourisme rural. La plupart de ces facteurs qui motivent les touristes ruraux sont fortement liés aux caractéristiques spécifiques du milieu rural à l'instar des questions de santé ; la paix et la tranquillité ; l'écologie ; l'intérêt croissant pour le patrimoine ; l'authenticité et la convivialité ; les voyages enrichissants, aventureux et instructifs ; qui sont favorisés par l'essor des technologies de l'information, de la communication et du transport.

Le développement du tourisme rural s'est beaucoup nourrit de la reconnaissance de valeurs et de qualités uniques du milieu rural. Le tourisme rural répond à un intérêt croissant pour le patrimoine naturel et la culture rurale, de la part d'un public citadin qui s'est vu « privé » de la connaissance et de la jouissance de ces valeurs (Dossier LEADER « Commercialiser un tourisme rural de qualité »). À part cette prise de conscience des enjeux touristiques liés à l'espace rural, il y a également la volonté de réduire la pauvreté rurale. L'amélioration de l'économie rurale demeure une préoccupation majeure dans les débats contemporains. L'essor considérable du tourisme rural présente non seulement une opportunité par les ruraux de pouvoir vendre et faire une promotion de la destination (Sonko, 2013) ; mais aussi une grande porte ouverte pour le développement des localités rurales souvent caractérisées comme pauvres et vulnérables. Du coup, l'étude de la mise en tourisme des régions dites éloignées, voire dévalorisées résonne aux quatre coins du monde avec la conscience que le monde rural doit nécessairement s'adapter à cette tendance mondiale qu'est le tourisme pour son développement tout en préservant l'identité et l'authenticité qui font l'attrait touristique du milieu.

## **Le tourisme rural, un phénomène complexe**

L'attrait central de la destination touristique rurale repose sur l'identité même du monde rural et sa spécificité de nature traduisant de valeurs et qualités exceptionnelles en matière touristique. Ce monde à part qui attire est une campagne inventée, une campagne du spectacle de village et du paysage, une campagne du patrimoine, du jardin, du jardinage. Une campagne symbolique aussi, de la diversité des savoir-faire et des cultures, des marques de l'histoire longue des hommes, de la vitalité de Dame nature (Hervieu et Viard, 1996). Cet imaginaire associé à ce monde, où l'on peut retrouver un cadre de vie plus calme, tranquille et reposante au sein de l'environnement naturel unique, a abouti aux conflits d'appropriations entre divers groupes d'acteurs attirés par les qualités résidentielles, récréatives, culturelles et surtout naturelles des lieux (Sotiropoulou, 2007). Dans ces nouveaux fronts écologiques, les ressources sont convoitées, reconsidérées et font l'objet de nouveaux modes de consommation et d'appropriation privative (Afeissa, 2009). Une grande ambition de l'industrie touristique est de conquérir l'espace rural depuis qu'elle est reconnue comme porteuse de valeurs et de qualités exceptionnelles.

Mais, le développement du tourisme dans les zones rurales n'est pas sans effet. Pas mal d'expériences touristiques rurales à travers le monde ont témoigné des injustices sociales et environnementales. Cette négligence troublante de l'environnement rural se manifeste d'abord par l'accroissement des bruits et des déchets dans les lieux de passage auquel s'ajoute la perturbation du quotidien des habitants par les flux des touristes. Après, « en plus des multiples mutations – irréversibles – de l'environnement écologique dû à l'urbanisation de ces zones, cette néo-activité finit par une modification de situation économique et politique ou traditionnelle de sociétés rurales » (Sonko, 2013 : 27). Le système d'organisation local avec plusieurs éléments en interaction sont remis en question : l'équilibre des gains, les structures du pouvoir, ... Ce qui conduit à la perturbation voire à la déstabilisation du « petit monde socio-culturel bien ordonné » de la communauté rurale ; d'autant que « l'influence des cultures "modernes" sur des cultures "traditionnelles" se traduit presque toujours par un changement de la culture traditionnelle et non pas l'inverse » (OCDE, 1994 : 29) ; d'où la conversion de l'identité locale.

L'attractivité touristique en milieu rurale, de par sa spécificité de nature, s'inscrit dans une « double logique – apparemment contradictoire, mais obligatoirement complémentaire – qui préside à toute opération volontaire : d'un côté, mettre en valeur, faire produire et rentabiliser en ouvrant largement à la fréquentation rémunératrice ; de l'autre, préserver le capital environnemental, éventuellement en limitant son libre accès » (Cazes, 1992 : 124-125). Certes, il faut bien assurer le bien-être des communautés locales en saisissant les enjeux de développement du secteur touristique en milieu rural, surtout sur l'élargissement des perspectives économiques par la création d'emploi, l'augmentation des revenus, la création des activités et stimulation des créativités locales ainsi que l'amélioration de la qualité de vie des habitants. Pourtant, il ne faut tout de même pas risquer ce que nous avons de plus précieux pour un développement d'un secteur dont on n'est pas sûr de pouvoir gérer les dégâts (Sonko, 2013). Tout projet de développement touristique en milieu rural doit être largement prévenu afin d'être en mesure de maîtriser sa formidable force de subversion de la nature et de la culture, des territoires comme des sociétés (Knafou, 1991). C'est d'ailleurs au titre de « Phénomène de société » que le tourisme a suscité depuis plus d'une cinquantaine d'année une abondante littérature cherchant à répondre aux besoins d'adaptation du secteur, mais aussi aux critiques de certaines de ses pratiques (Cacomo et Solonandrasana, 2001). Il s'agit en effet de prendre la mesure du défi (Sarrasin, Dehoorne et Augier, 2016), la mesure de la complexité du système touristique qui intègre un large éventail d'intervenants (les gouvernements, les secteurs privés — local, national, international —, des organisations non gouvernementales, les communautés hôtes et les touristes), avec des configurations sociales et politiques complexes (Elias et Scotson, 1994).

### **La mise en tourisme et l'enjeu des acteurs locaux**

Certes, le développement du tourisme au niveau des zones rurales devrait accorder un multiple privilège à la population locale en s'impliquant dans les prestations touristiques et en bénéficiant des retombés économiques de façon à améliorer leur condition de vie, mais la réalité se montre souvent contrariée. Les communautés locales sortent souvent victimes de ce qui est arrivé dans certains endroits dits « touristifiés » où les macro-équipements ont tourné à la déconfiture de la population locale en occupant l'espace agricole sans créer de l'emploi et sans avoir des retombées économiques pour la localité. Les populations locales vivant dans ces espaces, souvent dominées et négligeables sur le plan financier, sont confrontées à des logiques d'exclusion et se

retrouvent en position d'*outsiders* dans leur espace de vie habituel (selon la terminologie d'Elias et Scotson, 1994). Ce phénomène est principalement dû au « processus et l'état qui en résulte, de développement relativement spontané, non planifié du tourisme, s'appliquant à un espace, une société, une économie ... (...) On relèvera aussi que plus l'échelle est petite, plus difficile est la mise en tourisme complètement maîtrisée, car plus grandes sont les chances pour des processus « parasites » de pouvoir s'insérer dans des espaces interstitiels » (Dewailly, 2005 : 30-32).

Ainsi, en supplément des efforts d'exploration et de promotion des opportunités socio-économiques dessinées par les perspectives du tourisme, il s'agit maintenant de faire ressentir ces enjeux au niveau des acteurs locaux sachant que la dynamique du tourisme est surtout le produit d'accords sur des enjeux individuels et collectifs de la part de multiples acteurs (Simonneaux, 1999) intégrant les populations locales. Pour traiter de l'attractivité touristique il ne suffit donc pas de se placer du point de vue des lieux, et de leurs soi-disant qualités intrinsèques, il convient aussi d'adopter le point de vue des acteurs locaux et de leurs projets. Pour une offre touristique d'éthique, d'ailleurs, on met plus d'importance à la maîtrise locale des décisions et une place prépondérante de la relation humaine au sein de petites unités touristiques familiales et de communautés villageoises (Alain Laurent, 2009).

Face à ces enjeux et rôles des acteurs locaux, un développement pouvant être plus maîtrisé du tourisme rural sollicite des approches plus convenables et plus adaptées. Le concept de « mise en tourisme » désigne, d'après Dewailly, le processus, et l'état qui en résulte, d'un développement plus planifié, plus volontariste, contrôlé, sinon maîtrisé, s'appliquant à un espace, une société, une économie ... Pour cela, le rôle des décideurs et acteurs locaux, hors des particuliers et entreprises privées, semble plus important dans l'élaboration des processus et des décisions qui provoquent ou accompagnent le développement du tourisme (Dewailly, 2005). De ce fait, la mise en tourisme requiert à la base une meilleure compréhension et des représentations pouvant être « positives » du tourisme au niveau local ; d'où un nouveau regard reposant sur la redécouverte les patrimoines et des potentialités touristiques du monde rural, en l'occurrence sa spécificité de nature et de cultures, pour le développement de la localité. La prise de conscience des acteurs locaux se traduit par l'émergence de nouveaux comportements, nouvelles pratiques sociales en termes de contribution et d'engagement dans le développement touristique sur place. Ce qu'il

reste c'est de savoir comment puiser la même vision et partager les mêmes objectifs au niveau des communautés locales.

Le dossier proposé base ses analyses sur des approches à la fois théorique et empirique comportant des méthodes qualitatives et quantitatives. Tout d'abord, une recension des écrits a été faite afin d'assurer la qualité de la recherche, de mieux cerner et de comprendre les idées partagées et les opinions divergentes circulant autour de la mise en tourisme du monde rural. Ensuite, les entretiens individuels et la méthode « focus group » ont été utilisés auprès de la zone d'étude pour permettre de fournir une estimation valable des idées, opinions et représentations locales de l'activité touristique en milieu rural. 37 personnes ont été rencontrées pour les entretiens individuels ; et le sujet a été discuté localement auprès des 5 groupes de 6 à 10 personnes constituant successivement des artisans et horticulteurs ; des responsables au niveau des infrastructures d'accueil ; des autorités et collectivités locales ; des représentants du système éducatif ; des paysans et simples résidents). Quant à la méthode quantitative, on a opté par l'utilisation du questionnaire comportant des questions semi-ouvertes sur les pratiques, comportements et positionnements des acteurs locaux vis-à-vis du développement du tourisme sur place. Les résultats obtenus auprès de l'échantillon représentatif de la population locale ont permis de décrire de façon exhaustive, les composantes objectives de la situation sociale. Ces différentes méthodes de recherche et d'investigation sur terrain ont été choisi particulièrement pour mieux cerner, mettre en lumière et analyser les idées et représentations qui façonnent la réalité du phénomène touristique en milieu rural.



Figure 1. La destination rurale d'Ankadinandriana



Source : Photo de l'auteure, 2016.

## Les représentations sociales du tourisme au niveau du monde rural

La figure ci-dessous montre les résultats d'étude faite en 2016 auprès de la Commune Ankadinandriana, une destination rurale située à 30 kilomètres de la capitale de Madagascar (Razafimanjato, 2016).

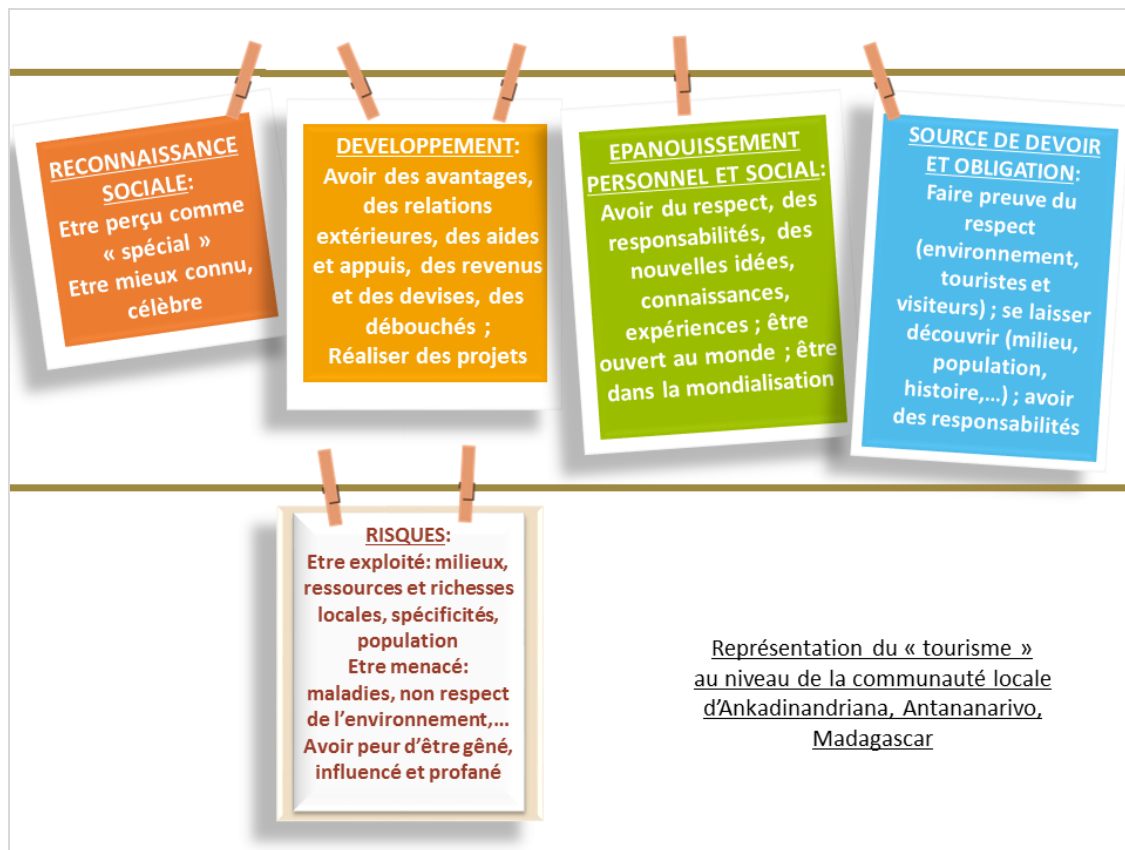


Figure 2. Idées et représentations sur le tourisme en milieu rural  
Source : Création de l'auteure basée sur une enquête personnelle

En procédant à l'analyse de ces représentations ainsi évoquées, on peut établir une échelle à quatre niveaux. Ce classement est élaboré en fonction des idées, de la compréhension et de positionnement des acteurs par rapport à la pratique du tourisme.

Sur ce, on peut citer d'abord les acteurs du premier niveau caractérisés par une opposition ou refus touristique ; d'où des interprétations fausses et/ou négatives de la pratique du tourisme. Ce phénomène est dû au fait que plusieurs informations s'éparpillent et circulent autour du système local mais l'effort d'assimilation intellectuelle que doit faire le récepteur en est réduit grâce aux processus automatisés de réflexion implicite (Abric, 1994). Le touriste est alors « perçu à la fois comme celui qui est exclu du groupe et qui peut en menacer son intégrité » (Villain-Gandossi et Boëtsch, 2001 : 17). Et c'est ainsi que s'installent les oppositions radicalisées voire même le refus de la pratique du tourisme.

Il y a ensuite le deuxième niveau d'acteurs définis par l'indifférence et l'insensibilité à la réalité touristique. Ces acteurs ne veulent pas se soucier du tourisme étant donné qu'ils n'en trouvent aucun intérêt ; ce qui se conjugue par une interprétation ni positive ni négative de l'objet social en question. En effet, ils n'ont aucune idée ni sur l'objet ni sur sa pratique. Cette non reconnaissance du tourisme est dû au fait que l'objet du tourisme est encore relativement nouveau pour le sujet. En effet, en questionnant les gens sur ce qu'ils pensent du tourisme, ils se contentent de dire : « Je n'en sais rien », « Ce n'est pas notre affaire », « Je vais y réfléchir », ...

Vient ensuite au troisième niveau la mauvaise compréhension qui se traduit par des idées et représentations floues et incertaines. Il y a aussi les gens qui comprennent à peine les enjeux touristiques de développement mais les idées sont encore floues et incertaines. Leurs compréhensions ne sont pas assez claires ou aussi erronées. Ces acteurs éprouvent ainsi des représentations générales et abstraites qu'ils n'arrivent souvent pas à concrétiser et à expliquer dans la réalité. Selon nos enquêtes, par exemple, un grand nombre de gens locaux pense que le tourisme constitue un issu de développement du milieu sans savoir comment.

Et enfin au quatrième niveau, il y a les peu d'acteurs qui font preuve d'une certaine reconnaissance touristique. Ce niveau est composé surtout d'acteurs ayant accès à des informations claires, fiables et à jour sur le tourisme et qui arrivent à les interpréter de manière efficace et productive. Ces gens qui éprouvent une reconnaissance et conscience des enjeux du développement touristique constituent effectivement les acteurs potentiels pour la mobilisation touristique de la communauté tout en servant de leader.

Ces résultats obtenus montrent que les niveaux d'interprétation et de reconnaissance touristique au sein des localités rurales reflètent une image nettement plus floue. Ces idées différentes, surprenantes voire inattendues autour de la pratique touristiques sont influencées par les expériences individuelles à l'issue des manifestations touristiques à toutes échelles. Les quatre niveaux d'acteurs correspondent successivement à ces besoins qui dessinent de larges champs d'action et d'intervention : besoin d'orientation, besoin de conscientisation, besoin d'explication et besoin de mobilisation.

### **Vers une approche plus adéquate**

En 1993, l'Organisation Mondiale du Tourisme a fait une définition du tourisme pour pouvoir reconnaître et cerner l'industrie touristique. De cette définition, il en découle qu'il y a du tourisme là où il y a des personnes qui voyagent ou déplacent dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel et qui y font des activités à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs (...). Or, « un objet n'existe pas en lui-même, il existe pour un individu ou un groupe et par rapport à eux. C'est donc la relation sujet/objet qui détermine l'objet lui-même » (Abric, 1994 : 12). En effet, le tourisme existe donc, de par cette définition de l'OMT, *pour* et *par rapport* à ces touristes qui voyagent et qui séjournent dans les destinations touristiques. Le tourisme existe pour eux sachant que *l'ensemble d'activités déployées à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* sont pour eux ; et aussi par rapport à eux vu que toute action est représentée par rapport à eux en parlant *de leur voyage ou de leur déplacement et de leur séjour dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel*. Mais pour la population et le milieu où l'action et l'activité touristique se font et ont réellement lieu, la question reste floue.

Cependant, pour que cet objet social qu'est le tourisme existe pleinement au niveau de la localité, il faut que cette réalité soit aussi représentée *pour* et *par rapport* à la population locale. Toute réalité sociale doit être représentée ; c'est-à-dire « appropriée par l'individu ou le groupe, reconstruite dans son système cognitif, intégrée dans son système de valeurs dépendant de son histoire et du contexte social et idéologique qui l'environne. Et c'est cette réalité appropriée et restructurée qui constitue pour l'individu ou le groupe la réalité même » (Abric, 1994 : 12). De plus, afin de maintenir une quelconque interaction avec les choses on doit d'abord les connaître,

en fabriquer des représentations et prendre position : « nous avons toujours besoin de savoir à quoi nous en tenir avec le monde qui nous entoure. Il faut bien s'y ajuster, s'y conduire, le maîtriser physiquement ou intellectuellement, identifier et résoudre les problèmes qu'il pose. » (Jodelet, 1989 : 31). Ce qui témoigne la nécessité de définir une approche plus adéquate qui permet d'accompagner les acteurs locaux dans la perspective de mise en tourisme du milieu rural.

La question principale que soulève cette article est de savoir comment intégrer sur place un nouveau regard de l'environnement naturel en informant les acteurs locaux sur les enjeux de développement touristique et de conservation de l'identité locale. L'approche de la théorie des représentations sociales apparaît plus adéquate dans le développement touristique rural en ayant comme préoccupation d'informer et de dynamiser les acteurs locaux. L'étude et la mise en place d'un système d'information touristique pouvant être adaptable à tous les niveaux d'acteurs du système local s'imposent alors dans le but de faire émerger des idées et représentations rationnelles qui seront, par la suite, inscrites à travers les pratiques touristiques locales. Les résultats préliminaires devront ainsi être identifiés à travers la stimulation de curiosité, la motivation des acteurs locaux ainsi que l'émergence de l'esprit de responsabilité à travers la prise en conscience non seulement des enjeux du tourisme rural pour le développement local, mais également des menaces qu'il peut représenter comme les mutations irréversibles de l'environnement écologique, la conversion de l'identité locale auxquels s'ajoutent, la plupart des temps, la fermeture/exclusion des résidents de leurs espaces et des retombés du tourisme. Dans l'élaboration des stratégies de développement touristique rural, il faut chercher à faire en sorte que chaque acteur soit au courant et conscient de toutes idées, activités et décisions qui se tiennent en ayant le droit de comprendre, d'être d'accord ou de refuser telle ou telle chose.

## **Conclusion**

En bref, cet article vient de soulever, à travers une étude de cas faite au niveau d'une destination rurale, les enjeux et rôles des acteurs locaux dans le développement touristique local. La dynamique du tourisme en milieu rural requiert l'intégration massive et l'engagement des acteurs locaux dans l'élaboration des processus et des décisions qui provoquent ou accompagnent le développement du tourisme. Ces initiatives conduites par des acteurs locaux, « appropriateurs

rationnels », conscients des interdépendances, qui s'engagent dans de nouvelles actions collectives (Ostrom, 1990) peuvent aboutir à un développement touristique qui soutiendrait le bien-être des populations locales, et qui permet de mieux conserver ou de reconquérir l'image d'autrefois de ce monde reconnu comme porteur de valeurs singulières qui est au fil des temps devenue « un cliché nostalgique, celui du bon paysan d'autrefois qui savait produire en préservant les qualités écologiques des paysages » (Briffaud et Luginbühl, 2013 : 1).

## Références

ABRIC, Jean Claude (1994). Pratiques sociales et représentations, Paris, Presses universitaires de France, 396 p.

AFEISSA, Hicham-Stéphane (2009) « Les nouveaux fronts écologiques », Multitudes, vol.2, no.36, p. 151-154

BRIFFAUD, Serge et LUGINBÜHL, Yves (2013) « Représentations sociales du paysage et imaginaire social », Fiche technique du programme de recherche Paysage et développement durable, MEDDE, IRSTEA, <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-0099587>> (Consulté le 15 février 2016).

CACCOMO, Jean-Louis et SOLONANDRASANA, Bernard (2001) L'innovation dans l'industrie touristique ; enjeux et stratégies, Paris, L'Harmattan, 162 p.

CAZES, Georges (1992) Tourisme et tiers-monde. Un bilan controversé, Paris, L'Harmattan, Collection Tourismes et Sociétés, 208p.

DEWAILLY, Jean M. (2005) « Mise en tourisme et touristification » dans Rachid Amirou, Philippe Bachimon, Jean-Michel Dewailly, Jacques Malezieux (Septembre 2005) Tourisme et souci de l'autre. En hommage à Goerges Cazes, Harmattan, coll. Tourismes et société, 362 p. Université Lumière Lyon 2, <<http://www.revue-espaces.com/librairie/4636/tourisme-souci-autre-hommage-georges-cazes.html>> (consulté le 15 février 2016).

Dossier LEADER « Commercialiser un tourisme rural de qualité » <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-fr/biblio/touris/art03.htm>> dans SONKO, Seedou M. (2013) Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté, Economies et finances. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 247 p.

ELIAS, Norbert et SCOTSON John L. (1994) The Established and the Outsiders, Sage.

HERVIEU, Bertrand et VIARD Jean (1996) Au bonheur des campagnes (et des provinces), Marseille, L'Aube, 160 p.

JODELET, Denise (1989) Les représentations sociales, Paris, Presses Universitaires de France, 454 p.

KNAFOU, Rémy (1991) « De quelques rapports souvent contradictoires entre tourisme et environnement » dans *Tourisme et Société*, Paris, La Documentation française, Actes du colloque : p. 16-23

LAURENT, Alain (2009) *Tourisme responsable, clé d'entrée du développement territorial durable : guide pour la réflexion et l'action*, Chronique Sociale, 511 p.

OCDE – Organisation de Coopération et de Développement Économiques (1994) « Les stratégies du tourisme et le développement rural », Paris, OCDE, 100 p.

OSTROM, Elinor (1990) *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, 280 p.

RAZAFIMANJATO, Tiana (2016). *Enjeux de l'information dans la mise en tourisme du monde rural, Cas de la commune d'Ankadinandriana*, Mémoire de Master en Ingénierie Touristique, Culturelle et de Loisirs, Université d'Antananarivo, Madagascar, 110 p.

SARRASIN, Bruno ; DEHOORNE, Olivier et AUGIER Dominique (2016) « Tourisme et ressources naturelles, prendre la mesure du défi », *Études caribéennes* [En ligne], 33-34 | Avril-Août 2016, mis en ligne le 25 juillet 2016, <<http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/9489>> (consulté le 03 janvier 2019)

SIMONNEAUX, Jean (1999) « Acteurs, enjeux et régulation dans la dynamique du tourisme en espace rural », *Ruralia* [En ligne], 05 | 1999, <<http://ruralia.revues.org/125>> (Consulté le 22 janvier 2016)

SONKO, Seedou M. (2013) *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, Economies et finances. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 247 p.

SOTIROPOULOU, Eleni-Christina (2007) « Espace villageois et conflits d'appropriation : à la croisée de nouveaux désirs et de regards renouvelés », *Géographie, économie et société*, Vol. 9, no. 2, p. 165-185

VILLAIN-GANDOSSI, Christiane et BOËTSCH, Gilles « Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud : Images du physique de l'autre et qualifications mentales », *Hermes* n°30, 2001, p. 17-23, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2001-2.htm>> (Consulté le 15 février 2016)