



8 édition



LES RENDEZ-VOUS
SUR LE TOURISME *Champlain*^{MD}

RENCONTRES FRANCO-QUÉBÉCOISES SUR LA RECHERCHE

Marrakech

Du 3 au 5 juin 2021

En présentiel et distanciel

Appel à communications

**Tourisme et genre dans le monde :
questions transversales et
spécificités locales**

Amis du colloque



Les études de genre forment un champ de recherche pluridisciplinaire qui étudie des rapports socialement et culturellement construits, non seulement entre les sexes, mais à l'intérieur des groupes (rapports entre femmes, entre hommes, de différentes appartenances sexuelles, mais aussi rapports de classe et rapports « racialisés »). Ce courant d'études s'est progressivement imposé depuis quelques décennies comme outil conceptuel pour proposer une lecture transversale des rapports de sexes et, ainsi, favoriser une réflexion critique sur les divers mécanismes de reproductions d'inégalités plurielles cristallisées dans les rapports de genre. Le tourisme, quant à lui, a longtemps privilégié des approches économiques, géographiques et anthropologiques dans lesquelles, les touristes non genrés, non sexués, masculins par défaut (Johnston, 2001), étaient désincarnés et réduits à de simples analyses de flux humains et financiers, entrants et sortants, et à des analyses de concentration temporelle et spatiale. Bien que le genre dans le tourisme reste un impensé théorique, quelques recherches apparaissent dans les années 2000 et 2010 pour combler ce manque. Ainsi les travaux de S. Louargant analysent les rapports de genre dans les projets touristiques au Maroc (2003), J.-F. Staszak et S. Roux associent les sexualités au tourisme (2011, 2012). De même, de nombreux étudiant.e.s en master commencent à étudier, dans leurs mémoires de recherche, les pratiques touristiques des femmes, mais pas toujours en l'inscrivant dans les études de genre.

Les études sur le genre permettent aux études sur le tourisme de repenser divers fondements conceptuels et épistémologiques. Inviter le genre comme une grille de lecture dans le champ du tourisme permettra de renouveler les lectures disciplinaires – sociale, économique et culturelle – que l'on peut faire des questions des rapports de genre. Il met davantage l'accent sur l'expérience touristique, la représentation spatio-temporelle, non seulement en fonction du sexe et du genre, mais en prenant en considération la réaffectation des rôles de genre, de la reproduction des égalités et notamment, des inégalités. Toutefois, une double perspective se dégage : celle du visiteur.se et celle des hôtes. Autrement dit, les questions de sexe, de sexualités et de genre affectent tant la consommation et la pratique que la production touristique (Byrne Swain et Henshall Momsen avec *Gender / Tourism / Fun* (2002)). La question du genre en tourisme semble enregistrer une faible récurrence dans la littérature (Gagnon, 1997), notamment dans le monde francophone (Antomarchi et de la Barre, 2010). Rogers et Thébaud (2008) soulignent que la question du genre par le prisme du voyage des femmes reste encore balbutiante, notamment dans les études francophones. Les études sur le genre permettent de repenser la vision androcentriste sans pour autant les réduire à des études particularisantes de la cause féminine et/ou féministe. Celle-ci demeure comme un thème qui est récurrent, notamment, en regardant le rôle croissant des femmes dans la société et son statut qui ne cesse d'occuper une place de plus en plus importante. De même, la place des femmes dans l'industrie touristique accuse une progression soutenue. Elle se manifeste notamment dans l'éclosion des offres dédiées aux femmes ainsi que l'augmentation en pleine ébullition des femmes voyageuses en solo ou entre femmes.

L'accès des femmes au voyage comme expression d'émancipation et d'autonomisation est l'une des expressions des luttes féminines à travers le temps. Une lutte et une expression qui sont communes aux différents courants quelles que soient leurs couleurs égalitaires, essentialiste, radical avant ou encore post-féminisme. Ce dernier accepte qu'il n'y a ni condition féminine commune, ni oppression commune à toutes les femmes, mais bien une multitude de situations d'oppressions. À cette approche, on peut ajouter celle de l'intersectionnalité, qui permet d'analyser les imbrications d'oppressions sous le prisme en plus du genre, de la race et de la classe.

Le colloque « Tourisme et genre dans le monde. Questions transversales et spécificités locales » souhaite répondre à un triple objectif. D'abord, visibiliser les travaux sur le tourisme qui tiennent compte du genre. Ceci en soulevant les questions des pratiques touristiques, du travail des femmes et des hommes dans le tourisme, des inégalités qui perdurent dans les parcours professionnels, etc.

La question des sexualités et du tourisme, encore peu traitée scientifiquement et pourtant fortement médiatisée, que ce soit en lien avec la prostitution ou le tourisme sexuel, sera un axe important qui permettra de déconstruire certaines représentations. Enfin, au-delà des expériences de terrain questionnant le tourisme et le genre dans le monde, des communications et échanges sont aussi attendus au sujet du monde arabe.

Tourisme, genre et carrière

- Coordonné par :
- Émilie MARCIL, École des sciences de la gestion, UQAM
- Nathalie MONTARGOT, Excelia La Rochelle Business School
- Doha SAHRAOUI, Université Cadi Ayyad

La féminisation des emplois et la division sexuée du travail demeurent deux tendances majeures que connaît le tourisme ces dernières décennies. Le tourisme, quant à lui, est l'un des secteurs qui laissent une place importante, statistiquement, à l'emploi féminin et des groupes minoritaires. Cependant, les écarts salariaux, les écarts d'avancement de carrière perdurent malgré leur atténuation dans le secteur du tourisme.

Les femmes ne sont toujours pas aussi bien rémunérées que les hommes et elles ne reçoivent pas le même niveau d'éducation et de formation en matière de services que les hommes. Selon *Global Report on Women in Tourism* (2010), les femmes occupent 49% des emplois du secteur de l'hôtellerie et de la restauration (H&R) à travers le monde. Selon le même rapport, la rémunération des femmes semble être plus proche de celle des hommes dans le tourisme que dans les autres secteurs. Elles percevaient en moyenne de 87,5% par rapport au salaire des hommes. Les femmes sont beaucoup plus susceptibles d'être des employeurs dans le secteur (H&R) que dans d'autres secteurs, avec un taux de 21.95%. En outre, la moyenne des femmes travaillant à leur propre compte dans le secteur de la H&R avoisine les 49% contre 33.25 % dans les autres secteurs économiques.

Tourisme, genre et sexualité

- Coordonné par :
- Chadia ARAB, CNRS, UMR ESO-Angers
- Alain A. GRENIER, École des sciences de la gestion, UQAM
- Fatim-Ezzahra IFLAHEN, Facultés des lettres et sciences humaines, Université Cadi Ayyad

Le tourisme en lien avec l'homo et/ou l'hétéro sexualité n'a pris de l'importance dans la littérature que dans les dernières décennies. C'est vraisemblablement grâce à la reconnaissance croissante des droits des minorités sexuelles, que la question sexuelle commence à être posée et apparaît sous plusieurs formes dans le tourisme. De nettes variations peuvent néanmoins être identifiées entre les pays du Nord et du Sud notamment.

Le tourisme gay, le tourisme des minorités LGBTQ+ (homosexuelles, bisexuelles, transsexuelles, transgenres et Queer) reflètent autant de besoins, mais aussi de représentations, de motivations et de réalités fort différentes. Il s'agit souvent de séjour récréatif d'émancipation et/ou d'affirmation d'un soi caché ou étouffé, un moment privilégié pour assumer pleinement son identité, sans crainte de représailles. Un distinguo s'impose fortement à faire ici entre le tourisme gay et le tourisme sexuel, très majoritairement hétérosexuel (Roux, 2011). Une réflexion reste à mener sur la confusion qui peut exister entre le tourisme sexuel et la sexualité dans le tourisme : « Dans cette perspective, l'objet d'étude « sexualité » est considéré comme une notion qui renvoie à un ensemble de pratiques relationnelles (amoureuses, de travail, familiales, matrimoniales, etc.) et d'enjeux sociaux (sexuels, nationaux, de sexe, de classe, de race, d'âge) qui se construisent et se redéfinissent en fonction du contexte » (Arab, Gouyon, Moujoud, 2018).

Genre, images et valorisation touristique

- Coordonné par :
- Fatima Zahra GUERTAOU, Université Sultan Moulay Slimane
- Christophe GUIBERT, UFR ESTHUA Tourisme et Culture, Université d'Angers
- Jérôme PIRIOU, Excelia La Rochelle Business School

Le tourisme est un phénomène social éminemment économique où la valorisation des destinations et des activités proposées implique une mise en image contrôlée a minima. L'acte d'achat répond à des logiques sociales au sein desquelles le travail marketing est souvent sous-jacent. Or, le tourisme n'échappe pas aux normes sociales, elles-mêmes structurées à partir des valeurs d'une société et d'une « conscience collective ». Le pouvoir des normes sociales est rendu invisible du fait de la régularité historique de ces dernières, au point de penser en apparence « évident » et « naturel » tout comportement qui réponde de manière impensée au régime de normes (Guibert, 2019).

Aussi, si les corps des touristes (à la plage, visitant un site patrimonial, assistant à un spectacle, etc.) sont autant d'images permettant de valoriser une offre touristique et de loisirs, une rapide évaluation comparée des corps masculins et féminins exposés dans les brochures touristiques ou les sites internet vantant une destination témoigne bien de stratégies différenciées. Certaines destinations n'hésitent parfois pas à convoquer des corps féminins où les rôles sociaux sont assignés selon une lecture pour le moins genrée. Que l'on pense à une femme maternante avec ses enfants dans un camping, aux corps féminins dénudés sur une plage, etc. nombre de situations ambitionnant de vendre une destination touristique ou une activité de loisirs en situation touristique tombent dans l'écueil essentialiste de la hiérarchisation normative des rôles sexués (Bourdieu, 1998 ; Détrez, 2002 ; Kaufman, 1995 ; Lahire, 2001)

Partant de ces constats encore trop peu interrogés dans l'étude des pratiques touristiques, comment se structurent les différences genrées ? Les récentes évolutions des représentations (en lien direct avec #metoo et autres manifestations féministes visant à dévoiler les mécanismes sociaux paternalistes) ont-elles des effets sur la mise en scène et la valorisation des destinations touristiques ? En quoi les images touristiques maintiennent-elles (encore) les rapports sociaux de domination et l'ordre genré hétéronormatif.

Le récit de voyage au féminin

- Coordonné par :
- Hayat KERTAOU, Facultés des lettres et sciences humaines, Université Cadi Ayyad
- Joëlle LAGIER, Excelia La Rochelle Business School
- Abdelhak ZERRAD, Université Cadi Ayyad

Au-delà de toute exclusivité masculine, la soif du lointain et de l'ailleurs a aiguillonné la curiosité des aventurières écrivaines- voyageuses occidentales en orient. A l'occasion de ce colloque réunissant genre et tourisme, il nous semble fondamental de revenir sur cette tradition, qui a donné lieu à une production littéraire et picturale abondante, souvent augmentée de palette d'images, de perceptions et de représentations des altérités, perçues étrange et exotiques. Une tradition qui perdure autrement dans le confort et les médiums contemporains.

Érudites et cultivées, épouses de diplomates, de militaires ou de colons, ces aventurières et exploratrices occidentales nous ont légué d'importants témoignages sur leur séjour, leur sensibilité encline à l'aventure et qui fait du regard féminin un foyer romantique qui sublime l'espace. La tradition de la relation de voyage change de perspective pour rompre avec l'orientalisme en tant que socle du colonialisme – c'est la thèse majeure mise en exergue par Edward Saïd dans son œuvre inédite *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident* – et épouser les couleurs chatoyantes de l'exotisme. Il s'agit plus de l'usage de la sensibilité féminine dans ses rapports avec « l'esthétique du divers », pour reprendre le vocabulaire de Victor Segalen, que de la rationalité qui marque de son sceau l'œuvre des écrivains-voyageurs.

En effet, le voyage au féminin conditionne la forme du discours qui en est issu et témoigne d'une fascination pour le caractère éminemment oriental. Mais cette fascination va s'effacer pour céder la place à une désillusion qui est souvent l'apanage de la littérature de voyage, car dès que la voyageuse est confrontée aux réalités du pays, elle ne peut s'empêcher de tomber dans un ethnocentrisme qui s'alimente à un fonds de stéréotypes sur la civilisation autre et qui peut parfois prendre les couleurs d'un culturalisme au service de l'eurocentrisme.

Tourisme et genre dans le monde arabe

- Coordonné par :
 - Mohamed BERRIANE, Université Mohammed V – Rabat
 - Mohamed Reda KHOMSI, École des sciences de la gestion, UQAM

Le tourisme est une composante sociale, culturelle et économique de grande importance dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA). Cette région recèle des sites historiques et culturels qui sont parmi les plus importants du monde, provenant d'un héritage riche et teinté de multiples influences ethniques, historiques, géographiques et civilisationnelles.

Cependant, le « monde arabe », aussi vaste et hétérogène soit-il, en situation d'insécurité ou de stabilité précaire, accuse globalement un retard en ce qui concerne la place qu'occupent les femmes dans l'activité touristique, et ce malgré des variations mineures par pays. Inégalités et marginalisation se traduisent par l'assignation prioritaire des femmes à la sphère familiale et à la division spatiale en fonction des sexes. Elles rendent la participation des femmes, en tant que visiteuses et/ou travailleuses, très faible. Quoique, le tourisme pourrait faire surgir quelques situations de renversement de certaines positions de domination instituées, à l'image de ce que révèle Corinne Cauvin-Verner (2009) sur les relations sexuelles de touristes occidentales avec des guides dans le Sahara ou la séduction des étrangères est capitalisée et objet d'une compétition. Situation que l'on retrouve dans d'autres configurations sociales et culturelles dans des contextes géographiques hors monde arabe (Tucker, 1997 sur la Cappadoce, Turquie ; Pruitt & Lafond, 1995 sur la Jamaïque, etc.). Il est essentiel de tenir compte des transformations politiques de chaque pays. Sans stigmatiser, certains pays du monde arabe permettent une pratique touristique plus « libre » pour les femmes. Pour d'autres, il s'agira de s'adapter aux normes du pays.

Cet appel à texte souhaite donc rassembler des articles originaux autour des thématiques portant sur les rapports de genre et les sexualités dans les études touristiques. Les propositions de publication peuvent s'inscrire dans l'une ou l'autre des thématiques suivantes :

- **Liste non limitative des thèmes**
 - Modes des voyages des femmes seules
 - Femmes, tourisme et développement durable
 - Femmes, tourisme et changements climatiques
 - Tourisme et empowerment des femmes
 - Tourisme, femmes et développement social
 - Tourisme, genre et carrière
 - Tourisme, genre et métiers
 - Tourisme, genre et gestion des ressources
 - Tourisme et sexualité
 - Tourisme et genre dans le monde arabe
 - Mobilités et voyages des minorités sexuelles
 - Tourisme, genre, art et spectacle vivant
 - Récit de voyage au féminin

○ **Dates importantes**

- Soumission des résumés (1000 à 2000 mots) : 10 mars 2021
- Notification d'acceptation: 10 avril 2021
- Remise de la version provisoire du texte : 30 juillet 2021
- Notification des modifications aux auteurs : 20 octobre 2021
- Remise de la version définitive du texte : 20 novembre 2021

○ **Publication des contributions**

Les papiers retenus après évaluation anonyme pour être présentés au colloque seront considérés pour publication :

- Ouvrage collectif - Presses de l'Université du Québec
- Dossier thématique - Mondes du tourisme
- Dossier thématique - Revue Maghreb-Machrek

○ **Procédure de soumission des communications**

Les propositions de communication, écrites en français, anglais ou en arabe, doivent comporter un titre et un résumé de 1000 mots au minimum et de 2000 mots au maximum, 5 mots-clés, (Police Times New Roman, 11 pts, interligne simple, Bibliographie (APA). Le.la ou les auteur.e.s indiqueront leur institution d'appartenance et leur discipline.

Le résumé doit faire ressortir clairement la problématique et le corpus d'hypothèses de recherche, la démarche méthodologique et les principaux résultats attendus ou observés. Les principales références bibliographiques (exposées selon les normes en vigueur) sont par ailleurs requises. Au-delà des études de cas ou des travaux particuliers, les propositions susceptibles de déboucher sur une réflexion de portée générale seront également privilégiées.

Les propositions de communication doivent être envoyées à l'adresse de contact suivante :

rvc.2020.marrakech@gmail.com

○ **Coordonnateurs du Colloque**

- Larbi SAFAA, sciences de gestion, Université Cadi Ayyad
- Ouidade TEBBAA, tourisme et genre, Université Cadi Ayyad

○ **Coprésidents du comité scientifique**

- Alain A. GRENIER, sociologie, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal
- Christophe GUIBERT, sociologie, UFR ESTHUA Tourisme et Culture, Université d'Angers
- Nathalie MONTARGOT, sciences de gestion, Excelia La Rochelle Business School

○ **Comité scientifique**

- Chadia ARAB, géographie, CNRS, UMR ESO-Angers
- Luc BEAL, sciences de gestion, Excelia La Rochelle Business School
- Mohamed BENMASSOU, sciences de gestion, ENCG_Marrakech, Université Cadi Ayyad
- Mohamed BERRIANE, géographie, Université Mohammed V – Rabat
- Jihane BEN MASSOUD, linguistique, Université Cadi Ayyad
- Pauline BOIVINEAU, arts du spectacle, UCO Angers
- Imed BEN NASR, sciences de gestion, Excelia La Rochelle Business School
- Noureddine CHIADMI, tourisme, Excelia La Rochelle Business School
- Philippe DUHAMEL, géographie, UFR ESTHUA, Université d'Angers
- Khalid EL HOUSNI, Tourisme, EST Essaouira, Université Cadi Ayyad,

- Fatima Zahra GUERTAOU, Université Sultan Moulay Slimane
- Marien GOUYON, anthropologie, Institut conjoint de Ningbo en Chine et UFR ESTHUA Tourisme et Culture, Université d'Angers
- Fatim-Ezzahra IFLAHEN, études de genre, Facultés des lettres et sciences humaines, Université Cadi Ayyad
- Boualem KADRI, études urbaines, École des sciences de la gestion, UQAM
- Hayat KERTAOU, linguistique, Facultés des lettres et sciences humaines, Université Cadi Ayyad
- Mohamed Reda KHOMSI, études urbaines, École des sciences de la gestion, UQAM
- Wahiba MOUBCHIR, tourisme, Université Cadi Ayyad
- Valentina KIROVA, sciences de gestion, Excelia La Rochelle Business School
- Joëlle LAGIER, sciences de gestion, Excelia La Rochelle Business School
- Jean LAGUEUX, sciences de gestion, École des sciences de la gestion, UQAM
- Dominic LAPOINTE, développement régional, École des sciences de la gestion, UQAM
- Patrick LEGOHEREL, marketing, UFR ESTHUA Tourisme et Culture, Université d'Angers
- Mari OIRY-VARACCA, Géographie, Université Paris-Est Marne-la-Vallée
- Annie OUELLET, géographie, UFR ESTHUA Tourisme et Culture, Université d'Angers
- Jérôme PIRIOU, géographie, Excelia La Rochelle Business School
- Marie-Noëlle RIMAUD, droit, Excelia La Rochelle Business School
- Hicham SADDOU, tourisme, Université Cadi Ayyad
- Doha SAHRAOUI, sciences de gestion, Université Cadi Ayyad
- Bruno SARRASIN, sciences politiques, École des sciences de la gestion, UQAM
- Tan VO THANH, tourisme, Excelia La Rochelle Business School
- Hicham ZARI, Université Cadi Ayyad (Maroc)
- Abdelhak ZERRAD, Université Cadi Ayyad (Maroc)

○ **Comité d'organisation**

- Mohamed AIT TIJANE, consultant/chercheur en tourisme événementiel et tourisme durable
- Omar BENCHARF : Sciences des données, FSTG, Université Cadi Ayyad,
- Mohamed HADACH, Tourisme, EST Essaouira, Université Cadi Ayyad,
- Marie-Noëlle RIMAUD, INNOV Case Lab, Excelia La Rochelle Business School
- Obour Addia CHARAI, doctorante, Université Cadi Ayyad.

○ **Atelier de cas pédagogique**

En partenariat avec INNOV Case Lab, le centre de cas d'Excelia Group, un atelier et un prix pour le meilleur cas pédagogique seront organisés. La thématique de cet atelier est ouverte sur l'ensemble des problématiques en lien avec la gestion et l'organisation territoriale du tourisme. Une programmation spécifique dans le programme du colloque permettra aux candidats de présenter leurs études de cas. Les études de cas sélectionnées feront l'objet d'une publication à la CCMP.

Les candidats au prix doivent envoyer leur dossier de candidature (et tous les autres documents utiles à la sélection : plan du cas, extrait de la note pédagogique, annexes éventuelles, etc.), aux deux adresses suivantes : rimaudmn@excelia-group.com et rvc.2020.marrakech@gmail.com selon le calendrier suivant :

Comme pour les communications académiques le délai de dépôt des dossiers est fixé au 10 mars 2021. Les candidats seront informés de la sélection du Comité scientifique au plus tard le 10 avril 2021. Les auteurs des cas retenus s'engagent à remettre une version définitive pour publication, au plus tard le 30 juillet 2021.

Les critères d'attribution du prix sont :

1. Caractère original, récent et innovant du cas proposé
2. Pertinence managériale / Gouvernance
3. Le cas doit permettre une adhésion au récit par les apprenants (dynamique d'identification) et caractère plausible des situations présentées
4. Multiplicité, si possible, des supports pédagogiques présentés (témoignages filmés réels, documents d'entreprise, PowerPoint de résolution...)
5. Cohérence, facilité d'accès, clarté, articulation du plan du cas, en adéquation avec la (les) problématique(s) posée(s)
6. Réalisation du cas à partir d'une entreprise / un territoire réel autorisant l'usage de données internes
7. Transférabilité / facilité d'appropriation des contenus pédagogiques pour le formateur et liens avec les objectifs ou les compétences d'un cours ou programme
8. Caractère finalisé du cas, selon les normes en vigueur à la CCMP

○ **Frais d'inscription - Présentiel** (si paiement avant le **10 avril 2021**) :

- Tarif normal : 170€
- Tarif doctorant/docteur sans poste : 70€ (Ce forfait ne comprend pas : Le dîner de Gala)

○ **Frais d'inscription - présentiel** (si paiement après le **10 avril 2021**)

- Tarif normal : 200€
- Tarif doctorant/docteur sans poste : 90€ (Ce forfait ne comprend pas : Le dîner de Gala)

○ **Tarifs de participation à distance**

- 60% de réduction sur les frais ci-dessus.

○ **Bibliographie sélective**

- ANTOMARCHI, Véronique et Suzanne DE LA BARRE (2010), « Tourisme et femmes. », *Téoros*, 29(2), 87-92.
- ARAB, Chadia, Marien GOUYON et Nasima MOUJOURD (2018), « Migrations et enjeux migratoires au prisme des sexualités et du genre. », *Migrations Société*, vol. 173(3), 15-26.
- BOURDIEU, Pierre (1998), *La domination masculine*, Paris : Seuil, 134 p.
- BYRNE SWAIN, Margaret (1995), « Gender in Tourism. », *Annals of Tourism Research*, 22(2), 247-266.
- BYRNE SWAIN, Margaret & Janet HENSHALL MOMSEN (éd.) (2002), *Gender/Tourism/Fun (?)*, département d'anthropologie, Davis : Université de Californie. 250 p.
- CAUVIN-VERNER, Corinne (2009), « Du tourisme culturel au tourisme sexuel. Les logiques du désir d'enchantement », *Cahiers d'études africaines*, vol. 193-194, no. 1, 2009, pp. 123-146.
- DETREZ, Christine (2002), *La construction sociale du corps*, Paris : Seuil, 257p.
- GUIBERT, Christophe (2019), *Contrôler ou s'émanciper. Ce qui sépare : de l'usage intéressé des normes et des marges*, Mémoire d'HDR en sociologie, ENS Lyon.
- JOHNSTON, Lynda (2001), « (Other) Bodies and Tourism Studies », *Annals of Tourism Research*, vol. 28, p. 180-201
- GAGNON, Sylvie (1997), « Des réalités roses et moins roses... incontournables », *Téoros*, 16 (3)
- KAUFMAN, Jean-Claude (1995), *Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus*, Paris : Nathan.
- KINNAIRD, Vivian et Derek HALL (éd.) (1994), *Tourism: A Gender Analysis*, Chichester, New York: John Wiley & Sons. 236 p.
- LAHIRE, Bernard (2001), « Héritages sexués : incorporation des habitudes et des croyances », in Blöss T., *La Dialectique des rapports hommes-femmes*, Paris : PUF, p. 9-25.

- LOUARGANT, Sophie (2003), *L'approche de genre pour relire le territoire. Les trajectoires hommes-femmes dans les projets touristiques ruraux (Ardèche méridionale, Ligurie, Fes-Boulemane)*. Doctorat de géographie. Université Joseph-Fourier - Grenoble I, Français, 427 p.
- PRUITT, Deborah & Suzanne LAFONT (1995), « For Love and Money: Romance Tourism in Jamaica », *Annals of Tourism Research*, 22(2), 422-440.
- ROUX, Sébastien (2011), *No money, no honey. Economies intimes du tourisme sexuel en Thaïlande*, La Découverte, coll. « textes à l'appui », 268 p.
- ROGERS, Rebecca et Françoise THEBAUD, « Éditorial », *Clio. Histoire, femmes et sociétés [Online]*, 28 | 2008, 28 | 2008, 5-16.
- SAÏD, Edward (1980). *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, traduit de l'américain par Catherine Molammoud, Paris : Editions du Seuil.
- SEGALEN, Victor (1978). *Essai sur l'exotisme*, Paris : Editions Fata Morgana
- STASZAK, Jean-François (2012). « L'imaginaire géographique du tourisme sexuel », *L'Information géographique*, 76(2), 16-39.
- UNWTO and UN Women (2011), *Global Report on Women in Tourism 2010*, 103 p.