



HAL
open science

Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction

Christophe Guibert, Alain A Grenier, Nathalie Montargot, Larbi Safaa

► **To cite this version:**

Christophe Guibert, Alain A Grenier, Nathalie Montargot, Larbi Safaa. Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction. Mondes du tourisme, 2023, 23, <10.4000/tourisme.5743>. <halshs-04193158>

HAL Id: halshs-04193158

<https://shs.hal.science/halshs-04193158v1>

Submitted on 1 Sep 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC 4.0 - Attribution - Non-commercial use - International License

Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction

Christophe Guibert, Alain A. Grenier, Nathalie Montargot et Larbi Safaa



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/tourisme/5743>

DOI : [10.4000/tourisme.5743](https://doi.org/10.4000/tourisme.5743)

ISSN : 2492-7503

Traduction(s) :

What gender does to tourism (and vice versa). Introduction - URL : <https://journals.openedition.org/tourisme/5758> [en]

Éditeur

Association Mondes du tourisme

Référence électronique

Christophe Guibert, Alain A. Grenier, Nathalie Montargot et Larbi Safaa, « Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 23 | 2023, mis en ligne le 13 juillet 2023, consulté le 15 juillet 2023. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/5743> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.5743>

Ce document a été généré automatiquement le 15 juillet 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ce que le genre fait au tourisme (et inversement). Introduction

Christophe Guibert, Alain A. Grenier, Nathalie Montargot et Larbi Safaa

- 1 Le thème retenu pour le présent dossier de *Mondes du tourisme* est scientifiquement et symboliquement important. Il vise à interroger le tourisme, sous toutes ses formes, via des approches disciplinaires variées (en sciences sociales et sciences de gestion), à l'aune des questions de genre. Questionner les rapports sociaux de domination à travers le prisme des rapports femmes/hommes est un enjeu crucial (et pas uniquement lorsque l'on étudie le tourisme, bien-sûr). C'est aussi un sujet complexe. Il s'agit en effet de mettre à jour, en dévoilant l'envers du décor, les mécanismes sociaux des sociétés de normes dans lesquelles le patriarcat demeure bien souvent un impensé, sur le mode du « ça va de soi ». L'objectif est donc de caractériser les logiques historiques, sociales, spatiales, économiques qui font qu'il devient possible de négocier, transgresser voire de renverser des normes sociales souvent adossées à des processus de domination masculine. Le tourisme fait partie de ces pratiques sociales qui permettent sans doute, selon les configurations et les contextes, de remettre en cause les conduites sociales spontanées consciemment et inconsciemment adaptées et assujetties, sous des allures d'évidence et de doxa, aux normes sociales dominantes. Les articles qui composent ce dossier insistent, justement, sur la persistance des inégalités et la permanence des rôles sociaux assignés aux femmes comme aux hommes. Étudier les mécanismes de genre dans le tourisme consiste donc à prendre en compte les processus sociaux de production, de légitimation, de transgression ou encore de contestation de différences sexuées hiérarchisées entre les femmes et les hommes dans les dynamiques de pratiques et les représentations propres au tourisme. Les mots et les discours du tourisme, les images des destinations touristiques, les usages professionnels au sein des systèmes économiques touristiques, les pratiques et les gestes des touristes eux-mêmes sont ainsi potentiellement au cœur des mécanismes sociaux de genre. Ces mécanismes fonctionnent d'autant mieux qu'ils sont impensés et invisibles des femmes et des hommes engagés dans les interactions touristiques.

- 2 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 »). En provenance des États-Unis (Oakley, 1972 ; Rubin, 1975), 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 reproduction 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 encore trop souvent un impensé théorique, quelques recherches apparaissent dans les années 2000 et 2010 pour combler ce manque. Ainsi les travaux 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 (2012, 2011). De même, de nombreux étudiant·e·s en master commencent à étudier, dans leurs mémoires de recherche, les pratiques touristiques des femmes, sans les inscrire systématiquement dans les études de genre. Dans le monde académique anglo-saxon, à l'inverse, les travaux de recherche croisant les objets tourisme et genre sont plus anciens. Dès les années 1990, des géographes, sociologues et anthropologues interrogent, avec les outils conceptuels attachés à leur époque, le thème des *gender tourism studies*. Les travaux portent notamment sur la reconnaissance des processus touristiques comme mécanismes sexués, tant dans leur construction, leur présentation que leur consommation, tout en prenant en compte les configurations selon le temps et l'espace (Kinnaird et Hall, 1994). En 1997, l'ouvrage collectif coordonné par Thea Sinclair examine le rôle central joué par les femmes dans l'industrie du tourisme en questionnant la manière dont celle-ci crée des tensions entre l'attitude et le comportement des touristes et les croyances à l'égard des femmes locales (Sinclair, 1997). Sur ce point précis du travail et du genre en contexte touristique, des articles paraissent dans les principales revues internationales, comme *Annals of tourism research* (Byrne Swain, 1995 ; Wilkinson et Patriwi, 1995). Un peu plus tard, dans les années 2010 et 2020, des articles prennent pour objet une lecture critique et systématique des travaux de recherche, nombreux, sur le genre dans le système touristique, témoignant en ce sens d'une production scientifique riche et variée (Nunkoo *et al.*, 2017 ; Yang *et al.*, 2017 ; Figueroa-Domecq *et al.*, 2020).
- 3 Les études sur le genre permettent aux études sur le tourisme de repenser divers fondements conceptuels et épistémologiques. Inviter le genre comme grille de lecture dans le champ du tourisme permet de renouveler les lectures disciplinaires – sociale, économique et culturelle – que l'on peut faire 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 également en prenant en considération la réaffectation des rôles de genre, la reproduction des égalités et notamment des inégalités. Toutefois, une double perspective se dégage : celle des visiteur·se·s et celle des hôtes. Autrement dit, les questions de sexe, de sexualité et de genre affectent tant la consommation et la pratique que la production touristique (Byrne Swain et Henshall Momsen, 2002). La question du genre en tourisme enregistre

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 abordée par le prisme du voyage des femmes demeure encore un thème de recherche balbutiant, 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. Cette dernière demeure un thème récurrent, notamment par l'analyse du rôle et du statut croissants des femmes dans la société, qui ne cessent d'occuper une place de plus en plus importante. De même, les études consacrées à la place des femmes dans l'industrie touristique sont en progression soutenue. Cela se manifeste notamment à travers l'écllosion d'offres dédiées aux femmes, ainsi que par l'augmentation des femmes voyageant en solo ou entre femmes (Marcil, 2022). L'accès des femmes au voyage comme expression d'émancipation et d'autonomisation est également l'une des expressions des luttes féministes à travers le temps. Il n'existe pour autant ni condition féminine commune, ni oppression uniforme des femmes, mais bien une multitude de situations d'oppressions. À ces approches, on peut également ajouter celle de l'intersectionnalité, qui permet d'analyser les imbrications d'oppressions à travers le prisme non seulement du genre, mais également de l'ethnicité, de l'âge et de la classe sociale. Ainsi, davantage qu'une addition de systèmes de domination, le mécanisme de l'intersectionnalité postule l'interaction de ces systèmes dans la reproduction ou la réduction des inégalités sociales (Buscato, 2019). La question des sexualités et du tourisme, encore peu traitée scientifiquement bien que fortement médiatisée, que ce soit en lien avec la prostitution ou le tourisme sexuel, constitue également un questionnement important permettant de déconstruire certaines représentations.

- 4 Lectrices et lecteurs du présent dossier thématique auront compris que les enjeux scientifiques sont vastes et qu'il semble être temps de croiser le genre et le tourisme comme objets de recherche pour le moins stimulants. Plusieurs domaines de recherche peuvent ainsi être convoqués pour étudier ce qui, de fait, implique des interactions sociales, entendues comme mécanismes au principe de la construction des rapports sociaux hiérarchisés (Goffman, 1997), autrement dit des rapports de pouvoir entre les femmes et les hommes.

Tourisme, genre et carrière professionnelle

- 5 La féminisation des emplois et la division sexuée du travail demeurent deux tendances majeures du secteur touristique ces dernières décennies. Le tourisme est en effet l'un des secteurs économiques qui accordent une place importante, statistiquement, à l'emploi féminin et des groupes minoritaires. Cependant, les écarts salariaux et en termes d'avancement de carrière perdurent, malgré une légère atténuation. Les femmes ne sont toujours pas aussi bien rémunérées que les hommes et ne reçoivent pas le même niveau d'éducation et de formation en matière de services que les hommes. Selon le *Global Report on Women in Tourism* (UNWTO et UN Women, 2011), les femmes occupent 49 % des emplois du secteur de l'hôtellerie et de la restauration à travers le monde. Selon ce même rapport, la rémunération des femmes semble être plus proche de celle des hommes dans le tourisme que dans les autres secteurs : elles percevraient en moyenne 87,5 % du salaire des hommes. Les femmes sont également beaucoup plus susceptibles d'être des employeurs dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration

que dans d'autres secteurs, avec un taux de 21.95 %. En outre, le taux de femmes travaillant à leur propre compte dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration avoisine les 49 %, contre 33.25 % dans les autres secteurs économiques (UNWTO et UN Women, 2011). Le tourisme n'est ainsi pas un secteur professionnel épargné par les mécanismes sociaux de ségrégation genrée de l'emploi et du travail (Chamkhi et Toutlemonde, 2015) : il y subsiste une spécialisation forte et durable des activités professionnelles dites féminines au sein des entreprises touristiques (accueil, service, entretien, etc.).

Tourisme, genre et sexualité

- 6 Les liens entre tourisme et homo et/ou hétéro sexualité n'ont pris de l'importance que récemment dans la littérature. C'est vraisemblablement grâce à la reconnaissance croissante des droits des minorités sexuelles que la question sexuelle commence à être posée et à apparaître sous plusieurs formes dans les études touristiques. De nettes variations peuvent néanmoins être identifiées, entre les pays du Nord et ceux du Sud notamment. Le tourisme des personnes LGBTQ+ (homosexuelles, bisexuelles, transsexuelles, transgenres et queer) reflète des besoins, représentations, motivations et réalités fort différentes (Grenier, 2022). Il s'agit souvent de séjours récréatifs d'émancipation et/ou d'affirmation d'un soi caché ou étouffé, un moment privilégié pour assumer pleinement son identité, sans crainte de représailles. Il importe ici de souligner que le tourisme des personnes LGBTQ+ est à distinguer du 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 *et al.*, 2018, p. 17)

Genre, images et valorisation touristique

- 7 Le tourisme est un phénomène social éminemment économique, dans lequel 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, souvent façonnées par un travail marketing 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 leur régularité historique, au point de penser en apparence « évident » et « naturel » tout comportement répondant 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 pas à convoquer des corps féminins selon une lecture pour le moins genrée des rôles sociaux assignés. Que l'on pense à l'image d'une femme maternante avec ses enfants dans un camping ou à l'exposition de corps féminins dénudés sur une plage, 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 le mouvement #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

- 8 Loin d'être une exclusivité masculine, la soif du lointain et de l'ailleurs a de tout temps aiguillonné la curiosité des aventurières écrivaines-voyageuses occidentales en Orient. Cette tradition a donné lieu à une production littéraire et picturale abondante, souvent augmentée d'une palette d'images, de perceptions et de représentations des altérités, perçues comme étranges et exotiques. Une tradition qui perdure sous d'autres formes 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, faisant du regard féminin un foyer romantique sublimant l'espace. La tradition du récit de voyage change de perspective pour rompre avec l'orientalisme en tant que socle du colonialisme, c'est là la thèse majeure mise en exergue par Edward Saïd dans son œuvre avant-gardiste *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident* (1980). Il s'agit plus de l'usage de la sensibilité féminine dans ses rapports à « l'esthétique du divers », pour reprendre le vocabulaire de Victor Segalen (1978), 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 s'efface progressivement 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 certain 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

- 9 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 abrite des sites historiques et culturels parmi les plus importants au 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, qu'il soit 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 une division spatiale en fonction des sexes. Elles rendent la participation des femmes au phénomène touristique, en tant que visiteuses et/ou travailleuses, très faible. Le tourisme pourrait cependant faire surgir des situations de renversement de certaines positions de domination instituées, à l'image de ce que révèle Corinne Cauvin-Verner (2009) sur les relations sexuelles entre des touristes occidentales et des guides dans le Sahara, où la séduction des étrangères est capitalisée et l'objet d'une compétition. Une 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 et 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 ; dans d'autres, il s'agit de s'adapter aux cadres hétéronormatifs du pays.

- 10 Les sept articles qui composent le dossier « Ce que le genre fait au tourisme (et inversement) » mobilisent des approches disciplinaires variées (géographie, sociologie, histoire, anthropologie) et convoquent des objets de recherche hétéroclites. Ils s'appuient tous sur des enquêtes empiriques et permettent de répondre, à leur manière, à une partie des questions et problématiques soulevées dans ce propos introductif. Marie-Ève Férérol analyse la question du genre à travers l'usage des femmes dans les stratégies de communication des stations thermales en France. Thelma Bacon interroge la manière dont la pratique du naturisme gomme ou non les représentations plus ou moins complexées que les femmes se font de leur corps. Pauline Boivineau questionne la place des femmes dans les festivals et leurs instances dirigeantes, en particulier à Avignon. Laure Pourcin prend pour objet les stéréotypes de genre des professionnel·le·s de l'action sociale dont les missions portent sur le départ en vacances de publics spécifiques. Enfin, la problématique de l'émancipation (supposée ?) des femmes dans la mise en tourisme plus ou moins récente de territoires singuliers, la Nouvelle-Calédonie, le Maroc et la Namibie, est interrogée respectivement par Sarah Bellec, Nacima Mohamdi et Sébastien Preuil.
- 11 Nous espérons que les pistes de recherche et les résultats proposés ici constitueront un accélérateur des recherches sur la thématique croisée du genre et du tourisme.

BIBLIOGRAPHIE

Véronique AN TOMARCHI et Suzanne DE LA BARRE, « Tourisme et femmes », *Téoros*, vol. 29, n° 2, p. 87-92, 2010 [<http://journals.openedition.org/teoros/919>].

Chadia ARAB, Marien GOUYON et Nasima MOUJOURD, « Migrations et enjeux migratoires au prisme des sexualités et du genre », *Migrations Société*, vol. 173, n° 3, p. 15-26, 2018 [<https://doi.org/10.3917/migra.173.0015>].

Pierre BOURDIEU, *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998.

Marie BUSCATO, *Sociologies du genre*, Paris, Armand Colin, 2019 (2^e éd).

- Margaret BYRNE SWAIN, « Gender in Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n° 2, p. 247-266, 1995 [[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00095-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00095-6)].
- Margaret BYRNE SWAIN et Janet HENSHALL MOMSEN (dir.), *Gender/Tourism/Fun?*, Elmsford (NY), Cognizant Communication Corporation, 2002.
- Corinne CAUVIN-VERNER, « Du tourisme culturel au tourisme sexuel. Les logiques du désir d'enchantement », *Cahiers d'études africaines*, vol. 193-194, p. 123-146, 2009 [<https://doi.org/10.4000/etudesafriaines.18663>].
- Amine CHAMKHI et Fabien TOUTLEMONDE, « Ségrégation professionnelle et écarts de salaires femmes-hommes », *DARES Analyses*, n° 82, p. 1-12, 2015, [https://dares.travail-emploi.gouv.fr/recherche?search_api_fulltext=S%C3%A9gr%C3%A9gation+professionnelles+et+%C3%A9cart+de+salaires+femmes-hommes].
- Christine DÉTREZ, *La construction sociale du corps*, Paris, Seuil, 2002.
- Christina FIGUEROA-DOMECQ, Anna DE JONG et Allan WILLIAMS, « Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review », *Annals of Tourism Research*, vol. 84, 2020 [10.1016/j.annals.2020.102980].
- Sylvie GAGNON, « Des réalités roses et moins roses... incontournables », *Téoros*, vol. 16, n° 3, 1997 [<http://journals.openedition.org/teoros/595>].
- Erving GOFFMAN, « The Frame Analysis of Gender », dans Charles LEMERT et Ann BRANAMAN (dir.), *The Goffman Reader*, Malden (MA), Blackwell, 1997, p. 201-227.
- Alain A. GRENIER, « Tourisme des personnes LGBTQ+ », dans Boualem Kadri, Marie Delaplace, Alain A. Grenier et Yann Roche (dir.), *Vocabulaire du discours touristique*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2022, p. 268-274.
- Christophe GUIBERT, *Contrôler ou s'émanciper. Ce qui sépare : de l'usage intéressé des normes et des marges*, mémoire d'HDR en sociologie, ENS Lyon, 2019.
- Lynda JOHNSTON, « (Other) Bodies and Tourism Studies », *Annals of Tourism Research*, vol. 28, p. 180-201, 2001 [[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00012-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00012-8)].
- Jean-Claude KAUFMAN, *Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus*, Paris, Nathan, 1995.
- Vivian KINNAIRD et Derek HALL (dir.), *Tourism: A Gender Analysis*, Chichester (NY), John Wiley & Sons, 1994.
- Bernard LAHIRE, « Héritages sexués : incorporation des habitudes et des croyances », dans Thierry Blöss (dir.), *La dialectique des rapports hommes-femmes*, Paris, Presses universitaires de France, 2001, p. 9-25.
- Sophie LOUARGANT, *L'approche de genre pour relire le territoire. Les trajectoires hommes-femmes dans les projets touristiques ruraux (Ardèche méridionale, Ligurie, Fès-Boulemane)*, thèse de doctorat en géographie, Université Joseph-Fourier-Grenoble I, 2003 [<https://theses.hal.science/tel-00261464>].
- Émilie MARCIL, *Femmes et tourisme de l'entre-soi*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2022.
- Robin NUNKOO, Michael HALL et Jeynakshi LADSAWUT, « Gender and choice of methodology in tourism social science research », *Annals of Tourism Research*, vol. 63, p. 207-210, 2017 [<https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.01.002>].
- Ann OAKLEY, *Sex, Gender and Society*, Londres, Temple Smith, 1972.

- Deborah PRUITT et Suzanne LAFONT, « For Love and Money: Romance Tourism in Jamaica », *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n° 2, p. 422-440, 1995 [[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00084-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00084-0)].
- Rebecca ROGERS et Françoise THÉBAUD, « Éditorial », *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, n° 28, p. 5-16, 2008 [<https://doi.org/10.4000/clio.7563>].
- Sébastien ROUX, *No money, no honey. Économies intimes du tourisme sexuel en Thaïlande*, Paris, La Découverte, 2011.
- Gayle RUBIN, « The Traffic in Women: Notes on the “Political Economy” of Sex », dans Rayna R. Reiter (dir.), *Toward an Anthropology of Women*, New York, Monthly Review Press, 1975, p. 157-210.
- Edward W. SAÏD, *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, Paris, Seuil, 1980.
- Victor SEGALEN, *Essai sur l'exotisme, une esthétique du divers*, Paris, Éditions Fata Morgana, 1978.
- M. Thea SINCLAIR, *Gender, work and tourism*, New-York, Routledge, 1997.
- Jean-François STASZAK, « L'imaginaire géographique du tourisme sexuel », *L'Information géographique*, vol. 76, n° 2, p. 16-39, 2012 [<https://doi.org/10.3917/lig.762.0016>].
- Hazel TUCKER, « The Ideal Village: Interactions Through Tourism in Central Anatolia », dans Simone Abram, Don Macleod et Jackie D. Waldren, *Tourists and Tourism: Identifying with People and Places*, Oxford, Berg Press, 1997, p. 107-128.
- UNWTO et UN WOMEN, *Global Report on Women in Tourism 2010*, World Tourism Organization (UNWTO) et UN Women, 2011.
- Paul F. WILKINSON et Wiwik PRATIWI, « Gender and tourism in an Indonesian village », *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n° 2, p. 283-299, 1995 [[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00077-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00077-8)].
- Elain YANG, Catheryn KHOO-LATTIMORE et Charles ARCODIA, « A systematic literature review of risk and gender research in tourism », *Tourism Management*, vol. 58, p. 89-100, 2017 [<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>].

AUTEURS

CHRISTOPHE GUIBERT

Professeur des universités

Sociologie

ESTHUA Faculté de tourisme, culture et hospitalité de l'Université d'Angers

ESO Angers (UMR CNRS 6590)

[christophe.guibert\[at\]univ-angers.fr](mailto:christophe.guibert[at]univ-angers.fr)

ALAIN A. GRENIER

Professeur

Sociologie

École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal

[grenier.alain-adrien\[at\]uqam.ca](mailto:grenier.alain-adrien[at]uqam.ca)

NATHALIE MONTARGOT

Professeure associée

Sciences de gestion

Excelia La Rochelle Business School
Montargotn[at]excelia-group.com

LARBI SAFAA

Professeur

Sciences de gestion

École supérieure de technologie d'Essaouira

Université Cadi Ayyad, Marrakech

Laboratoire des sciences appliquées à l'environnement et au développement durable (SAEED)

safaa.larbi[at]uca.ma