



54ème colloque
ASRDLF

5-7 juillet 2017, Athènes, Grèce



15th conference
ERSA-GR



Les défis de développement pour les villes et les régions dans une Europe en mutation

Analyse croisée des comportements des habitants permanents et des touristes à XIAMEN (Chine). Première approche spatio-temporelle à partir de l'exploitation des réseaux sociaux

Mr Wenbo HU

Laboratoire PACTE PhD student
14 bis, avenue Marie Reynoard 38100 Grenoble France
wb.hoo@hotmail.com

Mr Luc GWIAZDZINSKI

Laboratoire PACTE researcher, Maître de conférences
14 bis, avenue Marie Reynoard 38100 Grenoble France
lucmarcg@gmail.com

Mr Wanggen WAN

Institute of Smart Cities Dean, professeur
No.99, Shangda Road 200444 Shanghai P.R.China
wanwg@staff.shu.edu.cn

Référence à la session / reference to the session

S11

Résumé / Summary

Les données statistiques classiques permettent rarement d'avoir des informations sur les "populations présentes" (Terrier, 2007) dans les villes et les territoires et surtout de pouvoir séparer les visiteurs et les habitants permanents, les habitants et les touristes à des fins d'analyse.

Elles permettent encore moins de mettre en évidence les comportements de ces deux populations à différentes périodes (journée, nuit, semaine, week-end...) et d'identifier les conflits potentiels liés à cette co-présence et d'imaginer les futurs possibles.

La communication propose d'utiliser les données fournies par le réseau social Chinois SINA Micro-blog pour l'étude de ces différentes populations et de leurs comportements spatio-temporels.

L'étude chronotopique s'appuie sur les premiers résultats de travaux en cours d'une équipe franco-chinoise pluridisciplinaire (géographe, informaticiens, urbanistes...) sur des données du printemps 2015 extraites par

Data mining pour la ville touristique de Xiamen au sud de la Chine.

Les recherches permettent d'identifier des groupes d'habitants permanents et des touristes et visiteurs. Elles permettent également de cartographier les comportements des différentes populations en co-présence, d'identifier les secteurs privilégiés par chaque groupe, les pratiques et l'usage différencié des lieux.

Une nouvelle géographie des comportements émerge à partir de l'utilisation de ces données issues des réseaux sociaux numériques qui permet d'imaginer une approche plus fine de l'accueil touristique importante pour la recherche, les acteurs du tourisme et les autorités des villes en question.

Mots clé : tourisme, réseaux sociaux, touriste, frontière, information

Bibliographie / Bibliography

- H. W. Boyd, O. C. Walker et J. C. Larréché, "Marketing management", Irwin, Chicago, 1995.
- M. Boyer, "Le tourisme en France", Editions EMS, Paris, 2003.
- S. Britton, "Tourism, capital and Place: towards a critical geography of tourism", Environment and Planning D: Society and Space, Vol. 9, p. 451-478, 1991.
- G. R. Brooks, "Defining market boundaries", Strategic Management journal, Vol. 16, No. 7, p. 535, 1995.
- G. Cazes, "Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs", Bréal, Paris, 1992.
- L. Gwiazdzinski et O. Klein, "Du suivi GPS des individus à une approche chronotopique, Premiers apports d'expérimentations et de recherches territorialisées", Netcom, vol. 28, No.1(2) : 77-106, 2014.
- J. G. Hanna, "A typology of consumer needs", dans research in marketing, ed., J. S., JAI Press Inc., Greenwich, Connecticut, p. 83-104, 1980.
- W.B Hu et al., "Les nuits de Shanghai, Première approche spatio-temporelle à partir des réseaux numériques sociaux", Netcom, Vol. 30, No. 3-4, 2016.
- N. Leiper, "Defining tourism and related concepts: tourist, market, industry and tourism system", dans VNR's Encyclopedia of hospitality and Tourism, Khan, M. A., Olsen, M. D. et Var, T., Van Nostrand Reinhold, New York, p. 539-558, 1993.
- W. G. Llewellyn et J. P. Kopachevsky, "Interpretations of tourism as commodity", Annals of Tourism Research, Vol. 21, No. 3, p. 643-660, 1994.
- A. Mathieson et G. Wall, "Tourism economic, physical and social impacts", Longman House, Harlow, 1982.
- K. Moore, G. Cushman et D. Simmons, "Behavioral conceptualization of tourism and leisure", Annals of Tourism Research, Vol. 22, No. 1, p. 67-85, 1995.
- G. Ritzer, "The McDonalization of Society", Pine Forge, Thousand Oaks, 1996.
- M. Sawhney, "Making new markets", Business, Vol. 2, No. 0, p. 116-121, 1999. Seydoux, "De l'hospitalité à l'accueil", Edition Delta et Spes, Denges, 1983. P. Tremblay, "The economic organization of Tourism", Annals of Tourism Research, Vol. 25, No. 4, p. 837-859, 1998.