

Bibliographie Thématique

Luxe et tourisme

Juillet 2016

Cette bibliographie propose les références de documents autour de la thématique du luxe dans le tourisme. Ces documents sont disponibles au sein du CRT. Certains sont en accès libre sur le web.

Les documents sont classés par ordre de publication antéchronologique.

Lecture des références bibliographiques :

Pour les ouvrages imprimés et les documents sur l'intranet :

Titre du document [en ligne]

NOM DE L'AUTEUR, prénom. Editeur, année de publication. Nombre de pages

(cote)

Résumé

Pour les périodiques imprimés ou sur l'intranet :

Titre de l'article ou du dossier [en ligne]

NOM DE L'AUTEUR, prénom. In NOM DE L'AUTEUR, prénom. *Titre du dossier* (si article), Nom du périodique, n° de périodique, année de publication. Nombre de pages

(cote)

Résumé

Les documents au format papier sont accompagnés de la mention d'une cote qui permet de les retrouver au sein de la Direction de la Qualité.

Les documents numériques sont accompagnés de la mention [en ligne] et sont accessibles sur l'Intranet du CRT, dans la partie « ressources documentaires ». Ceux disponibles en accès libre sur internet sont accompagnés de la mention d'une URL et d'une date de consultation.

Sommaire

Luxe et tourisme : définition et offre	4
Luxe et tourisme : attentes des clientèles	6
Luxe et hébergement	7

Luxe et tourisme : définition et offre

Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux [en ligne]

MANTEI, Christian. Juris tourisme, n°171, janvier 2015. 5 pages

(cote : *Juris tourisme*)

Cet article expose les analyses issues de l'étude menée par Atout France : un atout pour la France, le luxe à la française plébiscité par les touristes internationaux, les composantes du tourisme de luxe à la française.

Une approche marketing du tourisme [en ligne]

TRIBOU, Gary. Juris tourisme, n°171, janvier 2015. 3 pages

(cote : *Juris tourisme*)

L'auteur explicite le tourisme de luxe en utilisant une approche marketing. Cela lui permet de caractériser le produit "tourisme de luxe" de segmenter et de cibler ses clientèles.

Le luxe touristique, une catégorie culturelle en mouvement [en ligne]

CORNELOUP, Jean. Juris tourisme, n°171, janvier 2015. 3 pages

(cote : *Juris tourisme*)

Cet article présente les formes de pratiques luxueuses qui se développent et leurs caractéristiques.

L'alliance du luxe et du tourisme [en ligne]

FABRY, Nathalie. Juris tourisme, n°171, janvier 2015. 3 pages

(cote : *Juris tourisme*)

Cet article apporte des clés de compréhension sur ce qui caractérise actuellement l'alliance entre luxe et tourisme.

Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux. Le village mondial : marchés matures, marchés émergents, le Moyen-Orient [en ligne]

ATOUT France. 2014. 132 pages

(Cote : *TOU.LUX.1*)

Cette étude analyse les atouts de la France dans le domaine du luxe et le levier qu'il représente auprès des clientèles touristiques internationales notamment celles des pays émergents et du Moyen-Orient. L'ouvrage fait un état des lieux du marché du luxe dans le monde et décrit ses tendances. Il étudie les attentes des clientèles du luxe vis-à-vis de la France et présente les filières d'excellence du tourisme de luxe en France.

[Retour au sommaire](#)

Voyage de luxe [en ligne]

Revue Espaces tourisme et loisirs, n°272, juillet-août 2009. 25 pages

Ce dossier aborde le sujet du voyage de luxe. Il décrit ses caractéristiques, son marketing et offre un panorama ainsi qu'une analyse du marché français.

L'innovation émotionnelle supplante la tradition. Les nouvelles tendances du tourisme de luxe.

MAREUIL, Catherine. *In Espaces tourisme et loisirs*, n°241, octobre 2006. 9 pages

(Côte : archives revue *Espaces tourisme et loisirs*)

Cet article définit les attentes des consommateurs du tourisme de luxe et les éléments constitutifs de cette offre dont il distingue trois types : le luxe inaccessible, le luxe intermédiaire, le luxe accessible.

Tourisme de luxe. 1^{ère} partie.

Espaces tourisme et loisirs, n°212, février 2004. 41 pages

(cote : archives revue *Espaces tourisme et loisirs*)

Les articles de ce dossier analysent et définissent le concept de tourisme de luxe. Ils présentent quelques offres exprimant le luxe.

[Retour au sommaire](#)

Luxe et tourisme : attentes des clientèles

Le luxe selon trois clientèles majeures. Europe, Moyen-Orient, Chine [en ligne]

Touriscopie, n°171, octobre 2014. 2 pages

(cote : *Touriscopie*)

Cet article analyse les évolutions de la relation de trois clientèles vis-à-vis du luxe : les européens prennent du recul, les Arabes notamment d'Arabie Saoudite et des Emirats Arabes Unis considèrent positivement le luxe tandis que l'attitude des chinois évolue vers une sélection plus exigeante des marques, un attachement aux marques françaises et un plus grand souci d'éthique.

Le marché du tourisme de luxe : la clientèle britannique [en ligne]

Atout France. 2009. 36 pages

Cette étude propose une analyse du marché du tourisme de luxe britannique sous l'angle des attentes et des besoins de la clientèle britannique ainsi que sous l'angle des produits proposés par les TO britanniques. Une deuxième partie fait un état des lieux des modalités de communication, de promotion et de commercialisation du tourisme de luxe sur le marché britannique. Une troisième partie présente les ventes de la France sur le marché britannique, sa perception, ses forces et ses faiblesses en tant que destination de tourisme de luxe. Enfin, la conclusion réunit les points importants à travailler pour valoriser l'offre française du tourisme de luxe.

Le marché du tourisme de luxe. Évolution des clientèles et de leurs attentes. Impacts, menaces et opportunités pour le tourisme français [en ligne]

ODIT France. 2006. 138 pages

Le guide introduit la réflexion sur le tourisme de luxe par un retour épistémologique et historique sur la notion de luxe et sur ses valeurs fondamentales.

Une première partie décrypte les raisons de la diversité des attentes de la clientèle vis-à-vis de l'univers du luxe. Une deuxième partie analyse la mutation de l'offre luxe à travers l'histoire et dans une réponse à l'évolution de la clientèle. Elle propose une ébauche de définition des composantes d'une offre luxe. Une troisième partie analyse le marché du tourisme de luxe, ses caractéristiques et ses principales tendances. Elle identifie les spécificités de son offre et son modèle économique. Enfin, une dernière partie présente l'offre de tourisme de luxe française en fait un diagnostic et en détermine les enjeux.

Le marché chinois du tourisme de luxe. Un marché en devenir.

In *Marché émetteur chinois*. Espaces tourisme et loisirs, n°238, juin 2006. 5 pages

(cote : *archives revue Espaces tourisme et loisirs*)

Cet article donne des éléments de compréhension sur les attentes des touristes chinois en matière de luxe.

Luxe et hébergement

Palaces : trois nouveaux établissements français distingués [en ligne]

DICHARRY, Elsa. Les Echos, 25 juillet 2016. Disponible sur

<http://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/0211153898425-palaces-trois-nouveaux-etablissements-francais-distingues-2016586.php> > (page consultée le 17 août 2016)

AccorHotels mise 2,6 milliards sur l'hôtellerie de luxe [en ligne]

PALIERSE, Christophe. Les Echos, 10 décembre 2015.

Cet article présente le rachat du canadien Fairmont Raffles Hotels International, FRHI, groupe d'hôtellerie de luxe par AccorHotels. Il indique les chiffres du parc hôtelier d'AccorHotels par marque ainsi que le classement mondial des groupes hôteliers haut de gamme en nombre de chambres.

Hôtellerie, l'Asie conquérante [en ligne]

VARECZA, Viktoria. Spécial Voyages d'affaires, n°19, avril-mai 2015. 5 pages.

(cote : *Voyages et stratégie*)

En 2014, la première adresse en Europe de la chaîne hongkongaise, The Peninsula, a ouvert à Paris. Cet article explique l'intérêt des acteurs chinois, hongkongais et singapouriens pour le secteur hôtelier de luxe européen et leurs stratégies de développement.

Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux [en ligne]

MANTEI, Christian. Juris tourisme, n°171, janvier 2015. 5 pages

(cote : *Juris tourisme*)

Cet article expose les analyses issues de l'étude menée par Atout France : un atout pour la France, le luxe à la française plébiscité par les touristes internationaux, les composantes du tourisme de luxe à la française.

Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux. Le village mondial : marchés matures, marchés émergents, le Moyen-Orient [en ligne]

ATOUT France. 2014. 132 pages

(Cote : *TOU.LUX.1*)

Cette étude analyse les atouts de la France dans le domaine du luxe et le levier qu'il représente auprès des clientèles touristiques internationales notamment celles des pays émergents et du Moyen-Orient. L'ouvrage fait un état des lieux du marché du luxe dans le monde et décrit ses tendances. Il étudie les attentes des clientèles du luxe vis-à-vis de la France et présente les filières d'excellence du tourisme de luxe en France.

[Retour au sommaire](#)

Nouvelle ère pour les palaces à Paris [en ligne]

PALIERSE, Christophe. Les Echos, 1 août 2014

Gabriel Matar : « On ne mesure pas assez l'attraction de la capitale » [en ligne]

PALIERSE, Christophe. Les Echos, 1 août 2014

Les nouveaux territoires de l'hôtellerie de luxe

DOIZELET, Philippe. In *Hébergement touristique du futur*. Espaces tourisme et loisirs, n°275, novembre 2009. 4 pages

(cote : *Revue espaces tourisme et loisirs*)

Ce dossier interroge des experts de l'hébergement touristique sur les tendances actuelles. Les articles abordent ainsi la question de l'innovation, les nouveaux concepts hôteliers, les nouveaux territoires de l'hôtellerie de luxe, le souci écologique, esthétique et le souhait de la personnalisation, l'offre touristique urbaine.

Tourisme de luxe [en ligne]

Espaces tourisme et loisirs. n°273, septembre 2009. 24 pages

Ce dossier aborde le sujet du tourisme de luxe sous l'angle de l'hébergement. Un article apporte une analyse sur la cinquième étoile du classement hôtelier renouvelé en 2009. Ce dossier présente également la catégorie Logis d'Exception, et propose une vision prospective jusqu'à 2015 des palaces parisiens.

[Retour au sommaire](#)