

Schmitz S. (2025). Regards formés, informés et initiés sur une destination touristique : l'exemple des cascades d'Ouzoud, in Gebrati Fatima (Ed.) *Tourisme et régionalisation au Maroc : Quelle articulation pour un développement territorial*, Université Cadi Ayyad.

Regards formés, informés et initiés sur une destination touristique : l'exemple des cascades d'Ouzoud

Prof. Serge Schmitz, Laplec (UR Sphères), Université de Liège (Belgique)

Les touristes sont une composante essentielle d'une destination, car sans touriste, il n'y pas de destination. De plus, ils façonnent la destination par leur présence et comportements et participent à créer l'image de celle-ci par le bouche à oreille ou les réseaux sociaux. Dès lors, l'intégration dans le management touristique du regard que les touristes portent sur la destination devrait être une évidence. La présente communication plaide pour une prise en compte des regards formés/déformés du visiteur qui arrive avec sa propre culture et clés de lecture mais également des regards initiés des habitants qui connaissent l'histoire et la signification des lieux à côté des regards informés/professionnels des experts en stratégie touristique. Cela s'apparente à l'analyse des trois images reprises par Gunn (1988) : l'image induite par les acteurs du tourisme dans leur information et promotion, l'image organique du visiteur potentiel et l'image modifiée par l'expérience. La deuxième partie de l'exposé analyse ces trois images pour les cascades d'Ouzoud pointant des discours différents entre les différents tour-opérateurs mariachis et les bureaux officiels et des expériences, recensées à travers les avis sur Tripadvisor et Google Maps, très variables de la part des touristes dépendant notamment de la qualité du guide. De nombreux points d'attention sont soulignés par les touristes dans leurs commentaires qui devraient être des pistes d'amélioration ou au moins de réflexion pour les acteurs du tourisme et les autorités. In fine, il s'avère que l'image de la visite des cascades d'Ouzoud est formatée comme celle d'une excursion d'un jour à partir de Marrakech afin de voir ces magnifiques cascades que la nature a créées et que le surtourisme et une gestion problématique des déchets et de l'installation de commerces ont dénaturées.

Bibliographie

- Dubois, C., Cawley, M., & Schmitz, S. (2017). The tourist on the farm: A 'muddled' image. *Tourism Management*, 59, 298-311.
- Gunn C.A., 1988. *Tourism Planning*, Taylor & Francis.
- Larrère R. & Larrère C., 1997. *Du bon usage de la nature. Pour une philosophie de l'environnement*. Paris : Aubier.
- Nicola, S., & Schmitz, S. (2024). From mining to tourism: Assessing the destination's image, as revealed by travel-oriented social networks. *Tourism and Hospitality*, 5(2), 395-415.
- Schmitz, S., & Bruckmann, L. (2020). The quest for new tools to preserve rural heritage landscapes. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 66(2).
- Vanderheyden, V., Van der Horst, D., Van Rompaey, A., & Schmitz, S. (2014). Perceiving the Ordinary: A Study of Everyday Landscapes in Belgium. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 105(5), 591-603.