



Les syndicats d'initiative Naissance de l'identité touristique de la France

Julie Manfredini

En 1889 est créé à Grenoble le premier syndicat d'initiative français. Mais ce n'est qu'à partir des années 1970 que se généralisent en France les offices de tourisme, fondement du « tourisme réceptif ». Ces structures associatives, fragiles, dévolues à l'accueil et aux renseignements, se spécialisent rapidement dans l'aménagement des territoires et la publicité touristique. Elles deviennent des agences de marketing touristique, alimentant le sentiment national et les représentations de la France, et font de cette dernière la première destination touristique mondiale.

Collection :
Perspectives Historiques

2017
ISBN : 978-2-86906-524-6
418 pages, 15,5 x 23,5
prix : 25 €

Ce livre brosse le portrait de personnalités remarquables, simples entrepreneurs pour les uns, véritables visionnaires pour les autres, qui ont su tisser des relations avec des institutions publiques et des organismes privés pour élaborer et entretenir les réseaux touristiques français.

Julie Manfredini est docteure en histoire contemporaine et chercheuse associée à l'EIREST (Université, Paris I). Elle s'intéresse particulièrement aux réseaux touristiques, aux imaginaires et aux émotions touristiques, ainsi qu'à la construction des identités territoriales menée par ces acteurs.



Bon de commande « Les Syndicats d'initiative »

Nom :

Prénom :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Pays :

Tél :

Mail :

Date et signature :

Commande de exemplaire(s) au prix de **25 €**
soit un total de : €

Joindre à ce bon :

- un chèque en euros tiré sur un établissement français,
libellé à l'ordre de « l'Agent comptable de l'université de Tours »
 un bon de commande institutionnel

et retourner le tout à l'attention des Presses universitaires François-Rabelais,
Université François-Rabelais, 60 rue du Plat d'Étain, BP 12050,
37020 Tours cedex 1, FRANCE.

[Vous pouvez également commander cet ouvrage chez votre libraire](#)
ou sur le site : www.pufr-editions.fr

Sommaire

Préface de Pascal Ory

Introduction

Chapitre 1 : Naissance des syndicats d'initiative. Histoire, enjeux et perspectives

Une nouvelle association de tourisme au niveau local

Une association parmi d'autres ?

Le syndicat d'initiative, un substitut municipal ?

Chapitre 2 : Le syndicat d'initiative, une microsociété

Les catégories sociales présentes dans les SI

Les réseaux culturels entretenus par les syndicats

L'influence culturelle des SI

Chapitre 3 : Une association touristique fragile

Un statut inadéquat ?

Paris, modèle ou concurrent ?

Les syndicats d'initiative, antichambres des conflits régionaux ?

Chapitre 4 : De l'histoire aux paysages (1889-1930)

À la recherche d'un passé : entre mémoire commune et particularités locales

L'iconographie touristique produite par les SI

La naissance du paysage touristique

Chapitre 5 : Émergence d'un patriotisme touristique (1930-1945)

Le SI et le patrimoine français : recensement, préservation et promotion

Élaboration et entretien du patriotisme culturel

Naissance du tourisme gastronomique, vers une spécialité française

Chapitre 6 : Officialisation et affirmation de cette quête identitaire (1945-1970)

Les SI et la reconstruction, reflet du climat d'après-guerre

Le sport, nouvelle offre touristique

Les SI et le tourisme dans la construction européenne

Chapitre 7 : La définition du territoire par les syndicats d'initiative

Comment dynamiser le tourisme urbain ?

Imaginer et élaborer des produits touristiques

Élaboration et modernisation de l'imaginaire touristique

Chapitre 8 : L'importance du cadre régional

Les fédérations de SI : entre rassemblement et autonomie

Une collaboration mise en réseau

La naissance des comités régionaux du tourisme : concurrence ou sérieux atout ?

Chapitre 9 : Vers une reconnaissance officielle

Une lente reconnaissance des SI

L'instrumentalisation du tourisme dans les années 1930 :

l'exemple de l'Exposition de 1937

Les concrétisations d'après-guerre

Conclusion

Annexes