

L'Institut Européen de Formation au Tourisme (IEFT) de Paris vient d'organiser, le mardi 12 mars, sa conférence annuelle, proposée à ses étudiants et entreprises du secteur du tourisme. L'objectif est de créer un nouvel espace d'échanges, en présence de professionnels reconnus, d'enrichir le programme pédagogique et de confronter les étudiants aux réalités du marché.

Un colloque pour répondre aux enjeux actuels du tourisme

Le colloque s'inscrit dans un contexte de mondialisation et d'expansion du tourisme international vers de nouvelles préoccupations. Les réflexions se sont orientées autour de l'expansion des activités touristiques de luxe et de leur avenir.

Le colloque a fait une large place aux interventions d'experts avec la présence de :

- Pascal Magniez, Directeur France-Benelux Department of Tourism and Commerce Marketing - Government of Dubai). Son intervention est allée bien au-delà des clichés du luxe extrême que véhicule le positionnement de Dubai pour montrer que la finalité d'un tel phénomène rejoint, à long terme, parfaitement les objectifs du développement durable dans le sens où la culture locale, l'art de vivre et l'authenticité bédouine de cette destination sont mises à l'honneur à travers les innovations qu'entreprend Dubai pour faire de son tourisme la source de croissance économique durable de demain.
- César Saint Ouen, Président du tour opérateur Croisière Jaune qui a développé le concept du luxe au pluriel qui n'a de signification que celle que lui donne le client. Il a en outre souligné la vraie nature du développement durable et mis l'accent sur ceux à qui cela doit profiter à savoir les populations locales et les territoires visités.
- Véronique Faillard, Présidente de la CITER (Coalition Internationale pour un Tourisme Responsable) qui a posé le cadre de référence relatif à l'éthique dans le tourisme et l'impérieuse nécessité d'intégrer le développement durable dans toute activité, en tout territoire et partout dans le monde.
- Catherine Mareuil, Responsable commerciale Marché de la Motivation & Récompense (EDENRED), spécialiste des incentives de luxe a pour sa part présentée le bien être de luxe et l'impact qu'il génère sur l'image, la notoriété et donc le positionnement de la marque qui le diffuse. Sa conclusion a porté sur la création de valeur à travers le sens à la fois culturel et sociologique que le bien être introduit dans les prestations touristiques pour en faire des offres de luxe durables et contributives au développement local.

Après la présentation des trois univers de référence, à savoir celui du Tourisme, celui du Luxe et celui du Développement Durable, Samy Guesmi et Amir Louizi, enseignants chercheurs à l'Idrac-IEFT Paris, ont abordé une réflexion menée en collaboration avec Abdou Bounafaa, enseignant chercheur à l'IEFT. Réflexion qui vise à ouvrir le débat sur le rôle qui peut être celui du business model dans l'intégration par le tourisme et le luxe des principes de développement durable

**Consultez la source sur Veille info tourisme:** [Compte-rendu du colloque « Tourisme de Luxe et développement durable – quels business models](#)