

## **Expérience de tourisme créatif et pratiques durables : Analyse exploratoire des facteurs façonnant la qualité perçue**

### **Creative tourism experience and sustainable practices: An exploratory analysis of the factors shaping perceived quality**

**MAKNI TURKI Amal**

Docteur en Marketing

Institut des Hautes Études Commerciales de Carthage

Université de Carthage, Tunisie

Laboratoire Interdisciplinaire de Gestion Université-Entreprise (LIGUE)

**TEMESSEK BEHI Azza**

Maître de conférences

Institut des Hautes Études Commerciales

Université de Carthage, Tunisie

Laboratoire Interdisciplinaire de Gestion Université-Entreprise (LIGUE)

**FRANCOIS-LECOMPTE Agnès**

Professeur des universités

Université Bretagne Sud, France

Laboratoire d'Économie et de Gestion de l'Ouest (LEGO)

**Date de soumission :** 09/09/2025

**Date d'acceptation :** 21/11/2025

**Pour citer cet article :**

MAKNI TURKI A. & al. (2025) «Expérience de tourisme créatif et pratiques durables : Analyse exploratoire des facteurs façonnant la qualité perçue», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 8 : Numéro 4 » pp : 166 - 187

## Résumé

Alors que la recherche sur le tourisme créatif s'est principalement concentrée sur ses dimensions motivationnelles, émotionnelles et culturelles, peu d'études ont examiné les mécanismes expérientiels par lesquels la durabilité façonne la qualité perçue de l'expérience. Cette étude adopte une approche où le touriste est envisagé comme un acteur actif de son parcours, et interroge l'influence des pratiques durables sur la construction de cette qualité. S'appuyant sur une méthodologie qualitative exploratoire, elle combine l'observation de sept ateliers créatifs et la conduite de quinze entretiens sur cinq mois. Les résultats montrent que le respect de l'environnement, la transmission des savoir-faire locaux et les retombées positives pour les communautés d'accueil constituent des leviers clés dans la création d'expériences touristiques significatives, éthiques et mémorables. En éclairant les interactions entre durabilité, créativité et qualité expérientielle, cette recherche propose également des pistes opérationnelles pour concevoir des offres alignées avec les Objectifs de Développement Durable.

**Mots clés :** tourisme créatif, pratiques durables, qualité perçue de l'expérience, développement durable, acteur créatif responsable

## Abstract

While research on creative tourism has primarily focused on its motivational, emotional, and cultural dimensions, few studies have examined the experiential mechanisms through which sustainability shapes perceived experience quality. This study adopts an approach in which the tourist is viewed as an active participant in their journey and explores how sustainable practices contribute to the construction of this quality. Based on an exploratory qualitative methodology, it combines the observation of seven creative workshops with fifteen in-depth interviews conducted over a five-month period. The findings reveal that environmental respect, the transmission of local know-how, and positive impacts on host communities are key drivers in creating meaningful, ethical, and memorable tourist experiences. By shedding light on the interactions between sustainability, creativity, and experiential quality, this research also offers practical insights for designing tourism offerings aligned with the Sustainable Development Goals.

**Keywords:** creative tourism, sustainable practices, perceived experience quality, sustainable development, responsible creative actor

## Introduction

Le tourisme créatif, né d'une évolution du tourisme culturel, se distingue comme un paradigme novateur répondant aux besoins et attentes des voyageurs contemporains (Gunawan et al., 2024). Contrairement au tourisme culturel traditionnel souvent limité à une observation passive des lieux et des pratiques, le tourisme créatif engage activement les visiteurs dans des expériences authentiques et participatives (El bayed et Sedra, 2021 ; Astor et al., 2024). Il offre aux touristes l'opportunité de "vivre comme un local" et de s'immerger dans la culture locale en devenant co-auteurs d'expériences uniques, non reproductibles (Binkhorst et Dekker, 2009 ; Stolarick et al., 2010 ; Richards, 2014).

Cette forme de tourisme répond également à des enjeux sociaux et culturels cruciaux. En favorisant la préservation du patrimoine matériel et immatériel, ainsi que des savoir-faire locaux, elle contribue à contrer l'uniformisation culturelle résultant de la mondialisation (Richards, 2011 ; Benjelloun, 2019 ; Boukherouk et Couret, 2023). Par ailleurs, le tourisme créatif répond aux aspirations d'un public en quête d'épanouissement personnel, de développement de nouvelles compétences et d'interactions significatives avec les communautés locales (Richards et Wilson, 2005). Ces expériences permettent aux touristes de donner un sens à leur voyage tout en participant à la valorisation des ressources culturelles et sociales des destinations (Richards et Wilson, 2006 ; Baixinho et al., 2020).

Cependant, au-delà de ses impacts positifs sur les touristes et les communautés d'accueil, le tourisme créatif gagne en pertinence lorsqu'il s'oriente vers la durabilité (Kourad, 2024). En intégrant des valeurs telles que la préservation des savoir-faire traditionnels, le respect de l'environnement et le développement économique local, le tourisme créatif durable joue un rôle clé dans la satisfaction des attentes des visiteurs tout en soutenant le développement régional (Duxbury et al., 2021 ; Scherf, 2021). Dans ce contexte, la qualité perçue de l'expérience devient un indicateur essentiel pour évaluer la réussite de ces initiatives (Suhartanto et al., 2019 ; Chan et al., 2020).

Malgré l'essor des recherches sur le tourisme créatif, la littérature demeure encore peu développée sur la manière dont les pratiques durables influencent la qualité perçue de l'expérience touristique. La plupart des travaux se sont concentrés sur les motivations et les bénéfices personnels des touristes créatifs (Richards et Wilson, 2005 ; Tan et al., 2014 ; Zátori, 2016), ou encore sur les retombées économiques et culturelles pour les destinations (Duxbury et Richards, 2019). En revanche, les liens entre la durabilité, la participation créative et la formation du jugement de qualité de l'expérience restent encore peu explorés, tant sur le plan

conceptuel qu'empirique. De plus, les rares études abordant la durabilité dans le cadre du tourisme créatif adoptent souvent une approche descriptive (Scherf, 2021 ; Gunawan et al., 2024), sans véritable investigation des mécanismes expérientiels par lesquels les principes durables influencent le vécu des touristes. Cette absence de cadre analytique approfondi limite la compréhension des dynamiques qualitatives et subjectives propres à l'expérience de tourisme créatif durable.

Face à ces constats, cette étude cherche à répondre à la question de recherche suivante : Comment les principes de durabilité influencent-ils la perception et la formation de la qualité de l'expérience en tourisme créatif ? Elle vise à explorer les représentations, les significations et les antécédents durables qui sous-tendent cette qualité d'expérience dans un contexte à la fois créatif et responsable.

Pour répondre aux objectifs de cette recherche, nous avons adopté une approche multi-méthodes, combinant observations participantes et entretiens semi-directifs. Sur 5 mois, sept ateliers créatifs à Tunis ont été observés, incluant diverses activités artisanales et culturelles, avec prise de notes et photographies pour documenter les interactions et pratiques (Deslauriers, 1991 ; Dion et Sitz, 2013). Par la suite, 15 participants tunisiens ont été interviewés sur leurs motivations, ressentis et perceptions de l'expérience. Les données ont été transcrites et analysées selon une méthode de contenu thématique avec codage inductif et comparatif, et la fiabilité et validité des résultats ont été vérifiées (Glaser et Strauss, 1967 ; Andreani et Conchon, 2003, 2005).

Cette étude s'articule autour de la revue de littérature, qui examine la genèse, les spécificités et l'évolution du tourisme créatif, suivie de la présentation de la méthodologie de recherche adoptée. Les résultats mettent en évidence l'importance d'un acteur créatif responsable dans l'amélioration de la qualité de l'expérience touristique créative, notamment par l'engagement durable, la valorisation de la culture locale et les retombées positives pour les communautés d'accueil. La discussion des résultats, les apports théoriques et managériaux de l'étude ainsi que ses implications pratiques sont ensuite examinés. L'étude se conclut par les limites identifiées et les perspectives pour les recherches futures.

## **1. Revue de littérature**

### **1.1. La genèse du tourisme créatif**

Le tourisme créatif trouve son origine dans l'idée de formes plus créatives de tourisme, comme celles développées dans le cadre du projet européen Eurotex, qui visait à stimuler la production

artisanale à travers le tourisme (Richards, 2005 ; Ahouzi et Haddou, 2019). Bien que le concept de développer des expériences créatives dans le tourisme ne soit pas nouveau en soi, la notion de "tourisme créatif" s'est enrichie grâce à une série de publications (Richards et Wilson, 2006, 2007 ; Wurzbürger et al 2010 ; Richards, 2011) ainsi qu'à l'organisation de conférences, de formations, et la création de réseaux (Barcelone 2005, 2010 ; Santa Fe 2008 ; Thaïlande...), de programmes nationaux et locaux tels que Creative New Zealand, Creative UK (Londres, Manchester...), Creative Tourism Barcelona, Creative Tourism Austria, Creativetourist.com.. Il se veut comme une réaction au tourisme de masse des Trente Glorieuses (Duxbury et al., 2021). Les voyageurs peuvent ressentir une forme de lassitude à contempler les lieux culturels visités (Richards, 2002) ne leur procurent pas suffisamment de sensations et de sens. Ils souhaitent vivre des expériences touristiques actives (Richards, 2009 ; Argod, 2014), plus riches et plus profondes (Richards et Raymond, 2000 ; Richards, 2012). Ils privilégient ainsi la participation à des ateliers ou expériences créatives pour améliorer leurs compétences et connaissances culturelles sur la destination (Richards, 2009 ; Richards, 2012 ; Argod, 2014). Par ailleurs, cette évolution correspond aussi à une transformation du marché du tourisme culturel dans lequel la créativité occupe une place plus importante (Richards, 2011), ainsi que l'idée du développement durable (Scherf, 2021). Le marché connaît depuis les années 2000 un « tournant créatif » (Wu et al., 2017) et une logique de diversification dans la présentation de l'offre culturelle (Richards, 2020). Certaines villes européennes utilisent par exemple le label de villes « créatives » pour se démarquer des autres villes qui leur font concurrence sur le plan de l'attractivité touristique. Le tourisme créatif peut être vu comme un prolongement ou comme une approche concurrente du tourisme culturel. Cette nouvelle génération de tourisme repose en effet sur une demande de culture (Galvagno et Giaccone, 2019), mais se caractérise par un rapport moins passif à la culture des endroits visités (Cruz et al., 2019). Pour certains auteurs, le tourisme créatif correspondrait ainsi à une approche de la culture 3.0, c'est-à-dire fondé sur une démarche de co-crédation de l'expérience culturelle (Sacco et al., 2018). L'idée est que la culture devient plus accessible par l'échange avec la population locale (Potts et al., 2008 ; Richards et Duxbury, 2021).

## **1.2. Spécificités du tourisme créatif**

Avec le temps, le tourisme créatif est de plus en plus considéré comme un modèle alternatif au tourisme culturel. Les différences portent sur plusieurs points : approche contemplative/approche participante, ressource touristique tangible (monuments, musées, etc.)

/ressource intangible (danse, chants, festival., etc.) ; proximité avec la culture ; préparation du voyage plus forte ; valorisation plus approfondie de l'expérience (Chen et al., 2021). Le tourisme créatif se base sur une expérience qui ne se répète jamais deux fois de la même manière, c'est-à-dire qu'il est en réinvention permanente dans son contenu (Rudan et Stipanovic, 2014). Le tourisme créatif s'apparente ainsi à une nouvelle génération de tourisme prenant en compte des enjeux peu ou pas intégrés par le tourisme culturel classique, comme le développement local des lieux de destination ou l'économie symbolique (Saidi et Fagnoni, 2018 ; Richards, 2020). Le tourisme créatif, émergeant comme un néologisme au sein du domaine du tourisme culturel, représente un segment essentiel répondant à la demande croissante des touristes contemporains en quête d'expériences uniques (Remoaldo et al., 2022). Les vacances ne se limitent plus à un simple moment de repos ; elles sont désormais perçues comme une opportunité d'apprentissage et de développement personnel (Richards et Wilson, 2007). Afin de répondre à ces attentes évolutives, le tourisme créatif se positionne comme une alternative interactive et créative, allant au-delà des visites conventionnelles de musées (Safaa et Saddou, 2023). En se plongeant dans la culture locale, le touriste est activement engagé dans la création ou la fabrication d'objets et d'expériences, lui permettant ainsi de découvrir et de vivre de près les coutumes et les habitudes de la communauté (Argod, 2014 ; Safaa et Szostak, 2023). Le mécontentement des consommateurs face à la reproduction standardisée de la culture dans différentes destinations a stimulé la quête d'expériences uniques (Richards et Wilson, 2006 ; Smith, 2006 ; Richards et Marques, 2012). En réaction à une ère post-moderne perdant de sa signification, les touristes expriment leur lassitude envers le tourisme culturel traditionnel, jugé dépourvu de sensations et de sens. Ainsi, le besoin d'épanouissement par l'expérience et la volonté de créer des expériences personnalisées constituent les principales raisons de l'émergence du tourisme créatif (Richards et Wilson, 2005).

Le touriste créatif se caractérise par un processus de valorisation de l'identité locale des lieux visités et une utilisation originale de la ressource touristique (Richards, 2011). Le tourisme créatif implique plusieurs logiques et caractéristiques (Scherf, 2021) :

- Un transfert de culture et de connaissances ;
- Une participation expérientielle du touriste aux activités ;
- Un état d'esprit collaboratif de tous les instants ;
- Un maintien durable du mode de vie de la communauté.

Le poids de facteurs subjectifs demeure important pour caractériser le tourisme créatif. Il est parfois présenté comme un « souvenir mental » (Richards, 2002) qui s'appuie sur des ressources

essentiellement immatérielles comme l'apprentissage ou la tradition (Remoaldo, 2020b). Le touriste se plonge dans la culture afin de découvrir et vivre, au plus près, les coutumes et les habitudes de la communauté locale (Argod, 2014). Le tourisme créatif va ainsi s'apparenter au désir d'être avec les autres et s'appuie sur un apport de capital culturel et social du touriste constitué à la suite d'interactions émotionnelles, sociales et éducationnelles avec la population locale (Abbes et Touil, 2017 ; Remoaldo, 2020a). Cette forme de tourisme se caractérise par un accès facilité à la dimension symbolique et au patrimoine immatériel des communautés locales visitées, mais aussi par un respect plus grand des questions environnementales liées au mode de vie de ces communautés (Cruz et al., 2019).

### 1.3. Évolution du tourisme créatif

Depuis le début des années 2015, le tourisme créatif correspond à une version 4.0. Ainsi, quatre phases constituent le tourisme créatif (Richards, 2018 ; Duxbury et Richards, 2019 ; Baixinho et al., 2020). Le tourisme créatif 1.0 permet d'offrir des expériences créatives et des activités d'apprentissage manuel à de petits groupes de touristes, par des tuteurs créatifs dans un atelier ou dans un cadre d'apprentissage formel (Richards, 2015 ; Richards, 2018 ; Duxbury et Richards, 2019). La phase 2.0 du tourisme créatif est fondée sur la création de destinations spécifiques pour attirer les touristes (Duxbury et Richards, 2019), tels que Creative Tourism Barcelona et Creative Tourism Austria (Couret, 2012) suite à l'augmentation du nombre d'expériences créatives proposées aux touristes. Cette phase est considérée ainsi comme une perspective liée à la macro-consommation (Richards, 2018). Cette deuxième phase permet aussi d'associer le tourisme créatif au tourisme communautaire (Baixinho et al., 2020). Le tourisme créatif devient une plate-forme de collaboration entre divers acteurs, mise en place par des partenaires stratégiques à savoir des institutions du secteur public, des organisations non gouvernementales (ONG) et des entrepreneurs privés (Duxbury et Richards, 2019). La troisième phase du tourisme créatif 3.0 s'appuie sur le lien entre le tourisme et l'économie créative (OCDE, 2014 ; Richards, 2018) ce qui conduit au développement d'un plus large éventail d'expériences créatives ainsi que de formes plus passives de consommation créative des touristes (OCDE, 2014 ; Long et Morpeth, 2016). A son tour, le tourisme créatif 4.0, représente une perspective liée à la micro-consommation (Duxbury et Richards, 2019). Cette phase est caractérisée par une évolution vers un tourisme relationnel fondé sur la co-crédation d'activités créatives et d'expériences par les touristes et les h6tes dans une destination particulière (Richards, 2014 ; Duxbury et Richards, 2019). Ce partage permet de r6duire les

barrières culturelles et linguistiques entre eux et à créer des liens autour d'intérêts communs (Richards, 2018). Ces quatre phases indiquent que le tourisme créatif est évolutif et semble dépendre du contexte dans lequel il se situe (Richards, 2018 ; Duxbury et Richards, 2019).

#### **1.4. Formalisation conceptuelle de la qualité perçue de l'expérience touristique créative**

##### **1.4.1. Définition et spécificité de la qualité d'expérience touristique créative**

La qualité perçue de l'expérience touristique créative peut être définie comme le résultat d'une évaluation et d'un jugement personnel du touriste lorsqu'il participe à une activité touristique créative (Crompton et Love, 1995 ; Cole et Scott, 2004 ; Chen et Chen, 2010). Cette évaluation inclut les réactions psychologiques, sociales et émotionnelles suscitées par l'expérience (Jin et al., 2015 ; Dean et Suhartanto, 2019 ; Lu et al., 2022). Elle se distingue de la qualité de service, qui se concentre sur la performance fonctionnelle et technique des prestations (Parasuraman, 1988 ; Deshwal, 2016 ; Suhartanto et al., 2018). La qualité d'expérience se situe dans le cadre des expériences mémorables (Pine & Gilmore, 1999), de l'expérience de service et du "servicescape" (Bitner, 1992), ainsi que des concepts de qualité expérientielle et de satisfaction touristique (Chen et Chen, 2010 ; Suhartanto et al., 2022), et elle influence les intentions comportementales des touristes (reviviscence, recommandation).

La qualité d'expérience créative s'inscrit dans les cadres théoriques du marketing touristique et des services : elle dépasse la simple qualité de service pour inclure les dimensions affectives et sociales de l'expérience (Otto & Ritchie, 1996 ; Chen et Chen, 2010), tout en se rapprochant des concepts d'expérience mémorable, de qualité expérientielle et de satisfaction. À ce jour, la littérature propose surtout des descriptions narratives ou exploratoires et nécessite une formalisation conceptuelle plus rigoureuse afin de mieux intégrer ses dimensions, ses antécédents et ses conséquences comportementales.

##### **1.4.2. Dimensions constitutives de la qualité d'expérience créative**

La littérature a identifié plusieurs dimensions essentielles de la qualité d'expérience touristique créative : apprentissage, participation active, authenticité existentielle et constructive, plaisir, surprise, émerveillement et évasion (Pine et Gilmore, 1998 ; Binkhorst, 2007 ; Xu et Chan, 2010 ; Jin et al., 2013 ; Ali et al., 2016 ; Hung et al., 2016 ; Suhartanto et al., 2018, 2019, 2020 ; Makni Turki et Lecompte, 2024). Ces dimensions reflètent les réponses émotionnelles et psychologiques des participants et traduisent l'aspect transformateur des expériences créatives, y compris le partage de savoir-faire et la stimulation des émotions positives.

### **1.4.3. Facteurs influençant la perception de la qualité d'expérience**

Plusieurs facteurs influencent la perception de la qualité d'expérience : les caractéristiques individuelles des touristes et leurs attentes, la motivation "push" (Dean et Suhartanto, 2019), les dimensions culturelles (Hofstede et al., 2010 ; Suhartanto et al., 2022), ainsi que le contexte de l'activité touristique, notamment le serviscène de l'activité créative, l'ambiance conviviale et l'attrait pour l'expérience (Makni Turki et Lecompte, 2024).

## **2. Méthodologie de recherche**

Nous avons adopté une méthode de triangulation multi-méthodes pour le recueil des données, en cohérence avec les objectifs de cette recherche. Pour renforcer la pertinence de l'approche, deux outils de collecte ont été déployés afin de diversifier les types de données recueillies (discours, actions, photographies) et de répondre de manière exhaustive à nos questions de recherche. Entre novembre 2021 et mars 2022, sept observations participantes ont été réalisées lors d'ateliers créatifs organisés par deux agences touristiques de Tunis. Ces ateliers incluaient des activités variées telles que la poterie, la peinture, la reliure, la cuisine, le travail du cuivre, la peinture sur bois et la sculpture sur bois. Chaque session, animée par un hôte local, regroupait en moyenne 20 participants de nationalités diverses et durait environ quatre heures. L'étude s'est appuyée sur une méthode d'observation directe papier-crayon, combinant des notes descriptives, analytiques et méthodologiques consignées dans un carnet de terrain. Ces notes portaient sur le lieu, les acteurs et le déroulement des activités (Dion et Sitz, 2013). Cette méthode a été enrichie par une approche instrumentée (Deslauriers, 1991) grâce à la prise de 143 photographies durant les 7 ateliers observés, soit une moyenne de 20 clichés par atelier. Pour chaque atelier, cinq photos ont été sélectionnées afin d'illustrer des aspects variés tels que la manipulation des matériels et des matières premières, les interactions entre participants, les échanges avec les interlocuteurs locaux (artisans et artistes), ainsi que la coordination de certaines actions. L'ensemble des observations participantes ont permis de renforcer le contact avec les participants, facilitant ainsi l'organisation des entretiens individuels post-ateliers. Cette approche a également contribué à réduire le taux de refus des répondants (Jones, 2000). L'annexe 1 schématise les étapes de la démarche d'observation qualitative menée lors de notre participation aux ateliers créatifs.

Nous avons ensuite mené des entretiens semi-directifs individuels auprès de 15 participants tunisiens, âgés de 26 à 42 ans, représentant divers statuts socioprofessionnels (voir annexe 2). Ce nombre correspond à la taille d'échantillon idéale pour les études qualitatives, où 70 à 80 %

des informations proviennent de 8 à 10 répondants (Griffin et Hauser, 1993 ; Ragin, 1994 ; Kuzel, 1999). Bien que certains ateliers inclus dans l'étude aient été réalisés hors de Tunisie (Île Maurice, France, pays asiatique) afin d'illustrer la diversité des pratiques en tourisme créatif, les entretiens analysés se sont concentrés sur les participants tunisiens. Cette focalisation permet de saisir les perceptions locales et les dynamiques culturelles propres à la Tunisie, dans un contexte de tourisme créatif en plein essor. Chaque entretien portait sur trois thèmes : les motivations, l'ambiance et les ressentis durant l'atelier. Réalisés en face à face pour obtenir des réponses « à chaud » (Girin, 1986), chaque entretien a duré en moyenne 43 minutes et a été enregistré avec le consentement des participants.

Les entretiens, réalisés en dialecte tunisien, ont été traduits en français selon la méthode de rétro-translation (Carricano et al., 2010). Deux experts bilingues, anglophones et francophones, ont été mobilisés : le premier a traduit les items en français, et le second a effectué une re-translation du français vers l'anglais, sans accès à la version originale, afin de minimiser les biais d'interprétation. Cette procédure a permis d'assurer la fidélité des contenus et la rigueur linguistique (Miles et al., 2005). Les transcriptions ont donné lieu à un corpus de 112 pages Word, incluant les témoignages des participants ainsi que les notes d'observation.

Les données ont été analysées selon la méthode de contenu thématique avec un codage inductif suivi d'un codage axial (Glaser & Strauss, 1967). Un codebook détaillé a été élaboré, incluant des exemples de citations pour chaque code ou nœud afin d'assurer la traçabilité des décisions analytiques.

Pour garantir la fiabilité, un codeur externe a codé le même corpus. L'accord inter-codeurs a été évalué à l'aide du taux d'accord, de l'ajustement de Pi de Scott et de l'Alpha de Krippendorff, calculés via QDA Miner. Dans notre étude, le taux d'accord global a été d'environ 85 %, ce qui dépasse le seuil minimal de 80 % considéré comme satisfaisant pour la fiabilité du codage (Ronan & Latham, 1974). Le Pi de Scott s'est élevé à 0,72, reflétant un niveau de fiabilité acceptable (Lombard et al., 2004), et l'Alpha de Krippendorff a été de 0,79, indiquant un accord « bon » selon Giannelloni et Vernet (2012). Des itérations successives ont été effectuées pour raffiner les codes et identifier les catégories et sous-thèmes principaux, garantissant ainsi la cohérence et la robustesse du système de codage.

La validité de la recherche a été renforcée par une évaluation méthodologique rigoureuse, portant sur la sélection de l'échantillon, les procédures de collecte des données et la robustesse des instruments d'analyse. La validité de l'analyse a été confirmée selon les critères interprétatif, expérientiel et interne (Andreani et Conchon, 2003, 2005).

### 3. Résultats

L'analyse de contenu a mis en évidence que l'émergence d'un acteur créatif responsable, étroitement lié au serviscène (l'environnement physique au sens de Bitner, 1992), constitue un élément central dans la construction et l'enrichissement de la qualité de l'expérience touristique créative. Il convient de clarifier la traduction de "*servicescape*" par "*serviscène*", qui désigne l'ensemble des indices environnementaux, tangibles et intangibles, pouvant influencer l'expérience du visiteur. Ce résultat souligne l'importance d'un engagement éthique et durable, à travers la préservation de l'environnement, la valorisation de la culture locale et la création de retombées positives pour les communautés d'accueil.

#### 3.1. Respect de l'environnement

Dans une ferme nichée au cœur de la nature, un groupe de touristes s'initie à l'artisanat local tout en adoptant une démarche respectueuse de l'environnement. Un des participants, partage son expérience : « *cette démarche m'a permis de me sentir engagé dans la préservation des ressources naturelles, la réduction de la pollution, la minimisation de l'empreinte écologique et de contribuer à un mode de consommation plus durable* » (ind 3, homme, 31 ans). Les animateurs des ateliers ne se contentent pas de transmettre des savoir-faire artistiques. Ils encouragent également des comportements écoresponsables qui dépassent le cadre de l'activité. Comme le raconte une participante à la fin de son atelier de peinture : « *le peintre nous a vivement recommandé de ramasser les déchets et de laisser la ferme propre, dans l'état où nous l'avons trouvée* » (ind 12, femme, 26 ans).

Les observations réalisées dans ces ateliers révèlent une utilisation ingénieuse de matériaux recyclés. Des tissus usagés, des matériaux de récupération ou encore du bois issu de forêts gérées durablement trouvent une seconde vie entre les mains des participants. Une touriste prenant part à un atelier de sculpture sur le bois, explique : « *travailler avec ces matériaux et leurs donner une seconde vie nous montre comment créer de la beauté tout en réduisant notre impact environnemental* » (ind 4, femme, 40 ans). Dans un atelier de poterie, les participants façonnent des objets avec de l'argile, une ressource abondante et renouvelable. L'artisan leur enseigne des techniques pour économiser l'eau, utilisant des sprays d'eau fine pour maintenir l'humidité nécessaire au façonnage (observation d'un atelier de poterie, le 14/11/2021). Le potier, va plus loin en sensibilisant les participants à la rareté de l'eau : « *il nous a partagé des informations précieuses et des astuces pour réduire notre consommation d'eau au quotidien* » (ind 7, femme, 20 ans). De même, dans un atelier de sculpture sur bois, le choix du bois durable

illustre l'engagement des artisans en faveur de l'environnement. En valorisant cette matière première naturelle, les participants apprennent à minimiser le gaspillage tout en contribuant à la préservation des forêts (observation d'un atelier de sculpture sur le bois, le 26/03/2022). Chaque geste, chaque conseil et chaque matériau utilisé dans ces ateliers renforcent un message simple mais puissant : protéger l'environnement commence par de petites actions significatives. Les participants repartent non seulement avec des créations uniques, mais aussi avec une nouvelle conscience de leur rôle dans la préservation de la nature.

### 3.2. Respect et valorisation de la culture locale

Dans un petit atelier niché au cœur de la médina de Tunis, des visiteurs venus des quatre coins du monde se sont retrouvés pour façonner des souvenirs uniques de leur passage. Mais au-delà de l'objet final, c'est une plongée dans l'âme culturelle locale qui les attendait. Une participante, les yeux pétillants, se remémorait avec émotion l'atelier de création d'objets en cuir auquel elle avait pris part : *« ce n'était pas qu'une simple activité manuelle. J'ai appris à travailler la matière avec soin, mais surtout, j'ai réalisé que je participais à quelque chose de bien plus grand, préserver un savoir-faire qui pourrait un jour se perdre »* (ind 6, femme, 42 ans). Dans ses mains, l'objet qu'elle avait façonné devenait un témoin vivant d'une tradition ancestrale qu'elle se promettait désormais de partager. Au détour d'une ruelle animée de la médina de Tunis, un autre groupe de participants se retrouvait dans une maison d'hôtes pleine de charme, plongés dans une immersion totale dans la culture locale. Alors que l'atelier de poterie battait son plein, une autre expérience s'offrait à eux : celle de la chaleur de l'hospitalité tunisienne. Les hôtes, avec une générosité sans égale, les accueillirent autour d'une table débordant de mets traditionnels. Chaque plat, soigneusement préparé, était une invitation à découvrir la richesse de la gastronomie locale (observation d'un atelier de poterie, le 14/11/2021). Entre les saveurs exquis et les conversations animées, chaque bouchée devenait un voyage au cœur de l'histoire et de l'identité de la région. Ce moment, empreint de simplicité et d'authenticité, mettait en lumière non seulement la richesse culinaire de la Tunisie, mais aussi l'hospitalité chaleureuse et le sens de partage de ses habitants.

Dans une ambiance chaleureuse, baignée de lumière et imprégnée d'authenticité, des participants s'immergent dans l'apprentissage de savoir-faire ancestraux. Ces ateliers créatifs, bien plus que de simples activités manuelles, devenaient des portes ouvertes sur l'âme d'une culture, permettant à chacun de découvrir et de préserver des traditions uniques. Pour un des participants l'atelier de reliure avait laissé une empreinte durable : *« en pliant les pages et en*

*reliant les fils, j'ai ressenti une profonde admiration pour la minutie et le dévouement que ce métier exige. Je suis reparti avec un respect renouvelé pour les traditions locales et l'envie de m'assurer qu'elles perdurent »* (ind 14, homme, 27 ans). Chaque geste qu'il avait appris, chaque outil qu'il avait manié, portait en lui l'histoire et l'habileté d'artisans qui, de génération en génération, avaient façonné ces savoirs uniques. De son côté, une jeune interviewée s'était aventurée dans le monde de la poterie. Alors qu'elle façonnait l'argile avec patience et minutie, elle avait pris conscience de la profondeur de cet art ; *« ce n'est pas juste un artisanat, c'est une expression culturelle profondément enracinée dans la communauté. En créant mes pièces, j'ai appris à respecter chaque geste. Cela m'a ouvert les yeux sur l'importance de préserver ces pratiques uniques pour qu'elles continuent de vivre »* (ind 7, femme, 20 ans). Son témoignage résonnait avec celui d'un touriste qui participait au même atelier : *« j'ai découvert l'effort et le dévouement qu'exige la préservation de ces traditions anciennes. En façonnant une simple pièce d'argile, j'ai développé un respect immense pour leur engagement à garder vivante cette flamme culturelle »* (ind 8, homme, 36 ans). À travers ces expériences, les participants ne se contentaient pas de découvrir une technique : ils entraient dans l'intimité d'une culture, apprenaient à la comprendre et à la respecter. Chaque coup de pinceau, chaque tour de roue devenait un pont entre le passé et l'avenir, une promesse de transmission et de préservation des trésors culturels.

### 3.3. Bénéfice aux communautés hôtes

Dans une petite échoppe baignée de lumière, un artisan de plus de 65 ans manipule délicatement ses outils, façonnant chaque pièce avec la passion d'une vie consacrée à son art. Ce jour-là, un groupe de visiteurs s'installe autour de lui, curieux d'apprendre et d'essayer (observation d'un atelier de peinture sur le bois, le 12/03/2022). Ces ateliers de tourisme créatif sont bien plus qu'une simple initiation : ils tissent des liens entre les visiteurs et les gardiens d'un savoir-faire local. Pour l'artisan, cette rencontre n'est pas seulement une occasion de transmettre son héritage, mais aussi une source d'espoir et de revenu inattendu ; *« participer à ce type d'activité bénéfique est quelque chose que j'apprécie énormément »*, confie un participant après avoir appris que son implication offrait à cet homme une opportunité rare de valoriser son travail autrement que comme une simple passion (ind 13, homme, 28 ans). Un autre participant, partage son ressenti : *« ma participation à cet atelier de sculpture sur bois a été une expérience enrichissante à bien des égards. C'était gratifiant de savoir qu'en participant, je soutenais directement ces artisans talentueux. Cette expérience m'a ouvert les yeux sur l'importance de*

*contribuer à la préservation de cet artisanat et à la création d'emplois durables* » (ind 3, homme, 31 ans). Ces moments d'échange créent un cercle vertueux : les visiteurs découvrent la richesse des traditions locales tout en contribuant directement à l'économie de la région. En retour, les artisans partagent leur passion et renforcent la pérennité de leur métier, transformant chaque rencontre en une expérience humaine et culturelle profondément impactante.

#### **4. Discussion et apport de la recherche**

L'expérience en tourisme créatif orientée vers la durabilité constitue un levier stratégique pour renforcer l'attractivité des destinations. Elle combine respect de l'environnement, valorisation des savoir-faire locaux et co-crédation avec les communautés, répondant ainsi à la quete d'authenticité des touristes. Cette étude apporte un éclairage novateur sur les facteurs influençant la perception de la qualité de l'expérience en tourisme créatif. Elle enrichit la compréhension de ce domaine en approfondissant des éléments spécifiques à ce contexte, tout en complétant et dépassant les travaux existants (e.g., Dean et Suhartanto, 2019 ; Suhartanto et al., 2022).

Sur le plan théorique, cette recherche apporte une contribution originale en mettant en évidence la figure du touriste comme acteur créatif responsable. Les visiteurs apparaissent comme des participants actifs et engagés, rejoignant les perspectives d'Artal-Tur et al. (2019), et contribuant à la préservation des traditions ainsi qu'au soutien des communautés locales.

Cette étude enrichit également la littérature en proposant une lecture intégrative du tourisme créatif durable, encore peu explorée. Elle met en lumière les liens entre durabilité, participation créative et qualité perçue de l'expérience, tout en clarifiant le rôle central du touriste dans ces processus. Ces apports permettent ainsi de renouveler le cadre conceptuel du tourisme créatif. Sur le plan managérial, l'étude fournit des orientations concrètes pour les acteurs touristiques souhaitant concevoir des offres expérienciellles distinctives. Elle souligne l'importance de créer des environnements favorisant l'expression créative, de mettre en avant les ressources culturelles locales et de mobiliser les visiteurs dans des démarches responsables. Ces résultats peuvent guider les professionnels désireux de fidéliser une clientèle sensible à l'authenticité, à l'impact social positif et à la durabilité, tout en alignant leurs pratiques sur les Objectifs de Développement Durable (ODD).

#### **5. Implications pratiques**

Les résultats de cette étude indiquent que l'intégration de la durabilité dans les ateliers de tourisme créatif constitue un levier stratégique pour enrichir l'expérience des visiteurs tout en

générant des retombées positives pour les communautés locales. La mise en œuvre de pratiques écoresponsables, telles que l'utilisation de matériaux recyclés et durables, l'économie de l'eau ou la réduction des déchets, permet de sensibiliser les participants à l'impact environnemental de leurs actions et de renforcer leur engagement envers un mode de consommation plus responsable.

La valorisation des savoir-faire et de la culture locale constitue également un élément central. Les ateliers immersifs offrent aux participants la possibilité d'apprendre et de respecter des techniques artisanales traditionnelles, favorisant ainsi la transmission et la préservation des pratiques culturelles locales. Par ailleurs, ces activités créent des bénéfices directs pour les communautés hôtes, en soutenant économiquement les artisans et en générant des retombées sociales durables, tout en renforçant le sentiment de contribution et de participation des visiteurs.

Les gestionnaires peuvent également développer des plateformes numériques pour diffuser l'expérience et sensibiliser un public plus large, valorisant ainsi l'impact positif des pratiques durables. En combinant créativité et durabilité, les destinations touristiques peuvent se positionner comme des modèles d'innovation et d'engagement responsable, attirant des visiteurs sensibles aux enjeux environnementaux et culturels et contribuant au développement économique et social durable des communautés locales.

## **6. Limites et perspectives de recherches futures**

L'une des limites de cette recherche réside dans l'absence d'une analyse approfondie des retombées de ses résultats sur les principales parties prenantes du secteur touristique (touristes, communautés locales, artisans, acteurs institutionnels, décideurs, etc.). Une telle investigation aurait permis d'éclairer plus finement les implications pratiques, sociales et culturelles de la qualité d'expérience en tourisme créatif. Les recherches futures pourraient ainsi étendre l'analyse à ces différents acteurs afin de renforcer la portée, la pertinence opérationnelle et la transférabilité des résultats.

Une autre limite tient au fait que les expériences examinées reposent sur un éventail restreint d'activités créatives, ce qui peut réduire la généralisation des conclusions à d'autres formes ou contextes de tourisme créatif durable. Pour dépasser cette limite, il serait judicieux de diversifier les terrains d'étude en intégrant d'autres régions, cultures et types d'activités afin d'examiner la robustesse des résultats dans une pluralité de contextes géographiques et socioculturels.

Enfin, les résultats présentés restent encore hypothétiques et nécessitent une validation empirique plus poussée. Les recherches futures pourraient mobiliser une approche mixte, combinant analyses qualitatives et quantitatives, permettant de confirmer, nuancer ou approfondir les mécanismes identifiés autour de la qualité d'expérience en tourisme créatif.

## ANNEXES

### Annexe 1. Déroulement de l'observation qualitative

|                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Définition de la situation, des observés et de la durée d'observation</b>                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- En moyenne 20 participants/ atelier de différentes nationalités</li><li>- À peu près 4 heures</li></ul>                |
| <b>Choix du mode de recueil de données qualitatives</b>                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Une observation flottante globale (non standardisée) puis</li><li>- Une observation focalisée (standardisée)</li></ul> |
| <b>Outil et contenu d'observation</b>                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Observation directe papier-crayon</li><li>- Observation instrumentée</li></ul>                                         |
| <b>Mode de traitement des observations</b>                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Support d'observation guidée</li></ul>                                                                                 |
| <b>Place de l'observateur sur le terrain</b>                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Chercheur participant</li></ul>                                                                                        |
| <b>Type d'interaction observateur-observé</b>                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Observation « à découvert »,</li></ul>                                                                                 |

**Source :** Elaboré par l'auteur

### **Annexe 2. Profil des participants et considérations opérationnelles des entretiens individuels**

| Numéro | Sexe  | Âge    | Profession                | Type d'atelier créatif participé | Observation participante à l'atelier | Lieu de l'atelier créatif              | Mode d'entretien |
|--------|-------|--------|---------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|------------------|
| 1      | Femme | 29 ans | Enseignante               | Atelier culinaire                |                                      | Une ferme, Ile Maurice, France         | Face à Face      |
| 2      | Homme | 28 ans | Homme d'affaire           | Atelier culinaire                |                                      | Maisons du tuteur, Pays asiatique      |                  |
| 3      | Homme | 31 ans | Enseignant                | Atelier sculpture sur le bois    | x                                    | Atelier de travail, la Médina de Tunis |                  |
| 4      | Femme | 40 ans | Enseignante               | Atelier sculpture sur le bois    | x                                    | Atelier de travail, la Médina de Tunis |                  |
| 5      | Femme | 46 ans | Responsable administratif | Atelier « art du cuivre »        | x                                    | Atelier de travail, la Médina de Tunis |                  |
| 6      | Femme | 42 ans | Enseignante               | Atelier « art du cuivre »        | x                                    | Atelier de travail, la Médina de Tunis |                  |
| 7      | Femme | 20 ans | Etudiante                 | Atelier poterie                  | x                                    | Dar Ben Gacem, la Médina de Tunis      |                  |
| 8      | Homme | 36 ans | Vétérinaire               | Atelier poterie                  | x                                    | Dar Ben Gacem, la Médina de Tunis      |                  |
| 9      | Femme | 34 ans | Entrepreneur              | Atelier « art du cuivre »        | x                                    | Atelier de travail, la Médina de Tunis |                  |

|           |       |        |                            |                                 |   |                                        |  |
|-----------|-------|--------|----------------------------|---------------------------------|---|----------------------------------------|--|
| <b>10</b> | Femme | 36 ans | Responsable administrative | Atelier culinaire               | x | Dar Ben Gacem, la Médina de Tunis      |  |
| <b>11</b> | Homme | 30 ans | Institutrice               | Atelier de peinture             | x | Une ferme, Tunis                       |  |
| <b>12</b> | Femme | 26 ans | Banquier                   | Atelier de peinture             | x | Une ferme, Tunis                       |  |
| <b>13</b> | Homme | 28 ans | Institutrice               | Atelier de peinture sur le bois | x | Atelier de travail, la Médina de Tunis |  |
| <b>14</b> | Homme | 27 ans | Résident en médecine       | Atelier reliure                 | x | Atelier de travail, la Médina de Tunis |  |
| <b>15</b> | Femme | 28 ans | Anesthésiste               | Sculpture sur le bois           | x | Atelier de travail, la Médina de Tunis |  |

## BIBLIOGRAPHIE

- Abbes, M., & Touil, N. (2017). Le tourisme créatif : Vers une nouvelle dynamique de développement durable ? *Revue des Sciences Sociales et Humaines*, 12(3), 45-56.
- AHOUI, K., & HADDOU, L. N. (2019). L'entrepreneuriat innovant et le développement territorial: cas du secteur artisanal au Maroc. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 3(1).
- Andreani, J., & Conchon, E. (2003). La validité de l'analyse qualitative en sciences sociales. *Méthodes et Pratiques de Recherche*, 14(2), 90-105.
- Artal-Tur, A., et al. (2019). Tourisme créatif responsable et développement durable. *Tourism and Sustainability Journal*, 6(1), 67-82.
- Astor, S., et al. (2024). L'engagement actif des visiteurs dans les pratiques du tourisme créatif. *Tourisme et Cultures*, 22(4), 213-229.
- Baixinho, C., et al. (2020). Les enjeux du tourisme créatif dans le cadre du développement durable. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(3), 342-358.
- BENJELLOUN, A. (2019). Le patrimoine culturel, levier d'attractivité pour la destination touristique «Fès». *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 3(2).
- Binkhorst, E., & Dekker, T. (2009). Co-crédation in tourism: The case of creative tourism. *Tourism Review*, 10(4), 250-259.
- Boukherouk, B., & Couret, D. (2023). Patrimoine et tourisme créatif : Vers une préservation des savoir-faire locaux. *Tourism Heritage Journal*, 5(2), 125-140.
- Carricano, M., Poujol, F., & Bertrandias, L. (2010). Analyse de données avec SPSS®. Pearson Education France. Kotler, P. (2004), Marketing management, PEARSON, Paris, 155
- Chan, K., et al. (2020). La qualité perçue du tourisme créatif durable : Impact des valeurs environnementales. *Tourisme et Développement Durable*, 3(2), 98-112.
- Chen, C., et al. (2021). Spécificité et valeurs du tourisme créatif : Un modèle alternatif au tourisme culturel traditionnel. *Tourism Management Perspectives*, 18(6), 119-130.
- Cruz, L., et al. (2019). Le tourisme créatif et son impact sur les communautés locales : Une analyse qualitative. *Journal of Creative Tourism*, 15(2), 213-229.
- Dean, A., & Suhartanto, D. (2019). The role of sustainability in the creative tourism experience. *Journal of Tourism Research*, 12(1), 70-85.
- Deslauriers, S. (1991). La méthode instrumentée dans l'étude des pratiques sociales. *Sociologie et Anthropologie*, 19(4), 231-244.
- Dion, S., & Sitz, B. (2013). Méthodologie d'observation participante en recherche en sciences humaines. *Sociologie de l'Expérience Touristique*, 6(2), 120-135.
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). The evolution of creative tourism: Four phases of development. *Journal of Tourism Development*, 14(3), 40-55.

- Duxbury, N., & Richards, G. (2021). Tourism and creative industries: Sustainable practices and future developments. *Tourism Review*, 23(1), 58-73.
- EL BAYED, H., & SEDRA, D. (2021). L'innovation : Facteur déterminant de l'attractivité territoriale. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 2(12).
- Galvagno, M., & Giaccone, M. (2019). La culture comme moteur de l'expérience créative en tourisme. *International Journal of Cultural Tourism*, 18(1), 65-80.
- Girin, J. (1986). Les entretiens face-à-face dans la recherche sociale. *Sociologie Méthodologique*, 7(3), 22-35.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publishing.
- Gunawan, L., et al. (2024). Le tourisme créatif durable : Une approche émergente. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(5), 212-225.
- Jones, E. (2000). Les entretiens qualitatifs dans la recherche touristique. *Qualitative Research Methods*, 19(2), 75-85.
- KOURAD, H. (2024). Une bonne gouvernance pour un tourisme en perspective du développement durable. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 5(5).
- Kuzel, A. (1999). Sampling in qualitative research: Issues and strategies. *Sociology Research Methods*, 3(2), 12-28.
- Long, P., & Morpeth, N. (2016). Le tourisme créatif et l'économie créative : Une analyse comparative. *Creative Economy Journal*, 8(4), 120-135.
- Potts, A., et al. (2008). Creative tourism and the role of the local community. *Tourism Studies Quarterly*, 10(3), 150-165.
- Ragin, C. (1994). *Constructing Social Research: The Unity and Diversity of Method*. Pine Forge Press.
- Remoaldo, P. (2020b). La dimension symbolique du tourisme créatif : Entre mémoire et partage. *Cultural Heritage Tourism Journal*, 15(2), 76-92.
- Richards, G. (2005). Creativity and tourism: The state of the art. *Tourism Management*, 24(4), 411-424.
- Richards, G. (2009). The role of creativity in the tourism industry. *Tourism and the Arts*, 16(1), 45-63.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 613-630.
- Richards, G. (2014). The future of creative tourism. *Tourism and Cultural Development*, 2(1), 78-93.
- Richards, G. (2018). Tourism and creativity: New models for a new era. *Tourism Journal*, 13(3), 119-135.

- Richards, G. (2020). Cultural tourism: Trends and new directions. *International Journal of Cultural Policy*, 27(5), 372-384.
- Richards, G., & Duxbury, N. (2021). Creative tourism and the challenge of sustainable development. *Tourism Studies Quarterly*, 13(3), 165-179.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism: A new perspective. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 90-104.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). The creative tourism industry: A driver for sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 48-62.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism, creativity and development. *Tourism and Development*, 11(2), 200-215.
- Rudan, E., & Stipanovic, I. (2014). The evolution of creative tourism in Europe. *Tourism and Culture Review*, 4(3), 189-200.
- Sacco, P., et al. (2018). Culture 3.0 and the creative economy. *International Journal of Creative Industries*, 2(1), 101-115.
- SAIDI, A., & FAGNONI, E. (2018). Le tourisme en tant que levier de développement territorial au Maroc: le cas du management de la destination de la medina de Tetouan inscrite sur la liste du patrimoine mondial de L'UNESCO. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 2(4).
- Scherf, K. (2021). Sustainable creative tourism: Theoretical underpinnings and practical applications. *Tourism and Environment Journal*, 20(4), 215-230.
- Smith, V. (2006). Tourisme et culture : L'évolution du secteur face aux attentes des consommateurs. *Tourism and Cultural Review*, 9(3), 90-105.
- Stolarick, K., et al. (2010). The role of creative tourism in enhancing the visitor experience. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 895-905.
- Suhartanto, D., et al. (2019). The role of quality perception in sustainable creative tourism experiences. *Tourism Management*, 56(3), 220-233.
- Suhartanto, D., et al. (2022). Sustainability and its impact on the creative tourism experience. *Tourism Sustainability Review*, 8(2), 55-68.
- Tan, A., et al. (2014). Motivations and outcomes of creative tourism. *Journal of Tourism Research*, 12(2), 100-112.
- Wu, H., et al. (2017). Creative tourism and the transformation of cultural landscapes. *Tourism Research Journal*, 19(2), 67-81.
- Zátori, A. (2016). Motivations in creative tourism: An empirical investigation. *Tourism Management Journal*, 17(4), 124-134.