

<http://www.culture-materielle.com/>

Voyage à Tikidad : De l'accès à l'expérience de consommation

Publication :

2002, Voyage à Tikidad: de l'accès à l'expérience de consommation, Décisions Marketing, 28, Octobre-Décembre, 52-63.

Richard Ladwein
EREM - IAE de Lille
104, Avenue du Peuple Belge
59043 LILLE cedex
richard.ladwein@univ-lille1.fr

Voyage à Tikidad :

De l'accès à l'expérience de consommation

Résumé : A partir d'une approche ethnométhodologique, cet article tente d'enrichir la notion de consommation expérientielle, en mettant l'accent sur la composante praxéologique de l'expérience de consommation. L'étude menée dans un hôtel de type club révèle l'importance de l'appropriation de l'espace dans l'élaboration de l'expérience de consommation. Cette appropriation permet au villégiateur de devenir spectateur ou acteur sur son lieu de vacances. L'étude pose en outre la question du contrôle de l'expérience par le prestataire de service.

Abstract : Based on an ethnomethodological approach, this article tries to complete the notion of experiential consumption focusing on the praxeologic component of the experience of consumption. The study, led in a "club hotel", reveals the importance of the appropriation of space in the elaboration of the experience of consumption. This appropriation allows the vacationer to become spectator or actor on its place of holiday. The study emphasizes the question of the control of the experience by the provider of the service.

La variété des expériences de consommation appelle naturellement des positions théoriques et méthodologiques qui le sont également. En choisissant d'explorer la nature de l'expérience de consommation d'un voyage touristique en hôtel de type club, on constate rapidement que différents niveaux de lecture interfèrent (symbolique, émotionnel, fonctionnel, praxéologique, etc.). Compte tenu de la complexité de la situation de consommation, l'approche ethnométhodologique offre une alternative. En effet, en privilégiant les situations de la vie quotidienne à partir des pratiques des acteurs, l'ethnométhodologie est susceptible de fournir un cadre d'analyse pertinent pour circonscrire la consommation expérientielle dans la mesure où celle-ci implique des interactions psychosociales.

L'objectif de cet article est donc de mettre en évidence les apports spécifiques de l'ethnométhodologie et l'enrichissement de la notion de consommation expérientielle à partir de l'analyse d'une expérience de consommation touristique, celle d'un séjour en hôtel-club.

L'approche ethnométhodologique et le contexte de l'étude

Après avoir explicité l'intérêt de l'approche ethnométhodologique dans l'étude de la consommation expérientielle, des précisions seront apportées quant au choix du terrain et des options méthodologiques.

La consommation expérientielle au miroir de l'ethnométhodologie

Les apports de l'ethnométhodologie sont avant tout de nature théorique. Par définition, l'ethnométhodologie traite des activités pratiques et ordinaires comme des champs d'étude empirique. Dans ce cadre, l'ethnométhodologie vise à identifier les méthodes ou les moyens que les individus mettent en œuvre dans leurs activités quotidiennes, que celles-ci soient routinières ou non. Alors que la sociologie suppose l'existence de normes ou de structures qui préexistent sous la forme de représentations et qui conditionnent l'activité des individus, l'ethnométhodologie privilégie l'idée selon laquelle les acteurs, par leurs interactions, mais aussi par leurs jugements ou leurs raisonnements, actualisent les normes ou les structures sociales et que leur activité révèle les règles ou les routines implicitement associées à ces normes ou à ces structures. La réalité sociale est ainsi créée par les acteurs en situation. Les faits sociaux ne sont pas « donnés » *a priori*. Ils découlent de structures, de normes implicites mais aussi des interactions sociales qui les mobilisent ou les adaptent (Garfinkel 1984).

Dans ce cadre, l'expérience de consommation est susceptible de bénéficier d'un éclairage nouveau. L'approche expérientielle s'est légitimement attachée à introduire une rupture par rapport à un paradigme essentiellement utilitariste (Holbrook et Hirschman, 1982). Holbrook et Hirschman soulignent l'importance des aspects symboliques, esthétiques et hédonistes de la consommation qui participent à la recherche de plaisir, de sensations ou d'émotions. De nombreuses formes de consommation ne peuvent pourtant être circonscrites exclusivement par les effets psychologiques de l'expérience de consommation. Participer à un concert ou encore faire une « lan-party¹ » imposent par exemple de prendre également en compte la composante praxéologique de l'expérience de consommation. C'est en effet aussi dans l'action que se construit l'expérience et, en ce sens, on ne peut négliger les méthodes mises en œuvre par les acteurs au cours de l'expérience de consommation et qui, par hypothèse, contribuent à la qualité de l'expérience de consommation.

Le concept d'hôtel-club comme destination touristique

Pour Holbrook et Hirschman (1982) les vacances constituent un domaine d'application privilégié du paradigme de la consommation expérientielle. Le terme « vacances » reste cependant une dénomination générique. Elles peuvent prendre des formes très diverses : sédentaires ou nomades, reposantes ou excitantes. Dans la diversité de l'offre touristique, l'hôtel-club constitue une forme hybride de prestation de service. Elle est en effet basée sur une offre d'hébergement en hôtel, généralement confortable, et de restauration. La composante « club » a ceci de particulier qu'elle s'inspire des villages mis en place par le Club Méditerranée. En pratique, la prestation de service associée à l'hébergement et à la restauration est basée sur une offre d'animations et d'activités plus ou moins sportives ou ludiques. Les infrastructures permettent aux résidents de pratiquer ces activités à l'intérieur de l'enceinte de l'hôtel qui dispose par exemple de courts de tennis, de terrains de volley-ball, d'une piscine, d'un bar servant également de boîte de nuit.

L'hôtel-club apparaît ainsi comme une offre touristique de type sédentaire, tout en laissant aux résidents la possibilité de participer plus ou moins intensément aux activités, aux animations et d'effectuer des sorties culturelles ou des visites de sites dans les environs du lieu de résidence à condition que leur durée ne dépasse pas le cadre de la journée.

Le terrain choisi, que nous appellerons Tikidad, est typique d'une offre touristique de type hôtel-club.

¹ Une « lan-party » est une partie de jeu vidéo pratiquée en réseau.

Le recueil du matériel

L'ethnométhodologie fait volontiers appel à une grande diversité de méthodes de recueil des informations. Elle utilise indifféremment l'entretien individuel, l'observation comportementale ou le recueil d'interactions verbales (Garfinkel 1984, Piette 1996, Goulding 2000).

L'approche adoptée ici est principalement basée sur l'observation non structurée de la situation de consommation. Si cette forme d'investigation est marginale dans les pratiques de la recherche marketing, son intérêt n'est pourtant pas négligeable, particulièrement dans le cadre de l'analyse de la consommation expérientielle. L'ethnométhodologie considère en effet l'acteur social profondément inséré dans la vie quotidienne. Or celle-ci est susceptible de révéler une organisation ou une structuration sociale à partir de laquelle l'individu développe des stratégies ou des méthodes qui l'actualisent.

L'étude menée ne s'est pas limitée à l'observation non structurée. Elle a été complétée par la prise de photographies afin de repérer quelques situations significatives. Par ailleurs, des entretiens ont été menés avec des personnels de l'établissement et des animateurs.

L'analyse développée à partir du matériel disponible a permis d'identifier deux champs d'investigation privilégiés : l'occupation de l'espace et les activités pratiquées par les résidents.

L'occupation de l'espace

Au cours de son séjour, le consommateur est amené à occuper et à pratiquer l'espace résidentiel. Celui-ci peut-être privé ou public. En pratique, on ne s'intéressera qu'à l'occupation des espaces publics qui, par essence, sont les lieux des interactions sociales. L'observation révèle que le comportement le plus remarquable est incontestablement l'appropriation spatiale autour de ce qui s'apparente à une place centrale, c'est-à-dire la piscine. L'occupation des lieux par les résidents est assez singulière car elle révèle l'attachement profond des acteurs à faire leur place ou peut être plus justement à prendre place dans l'espace de consommation au sein duquel l'expérience de consommation se réalise. Les individus développent en effet de véritables stratégies qui leur permettront d'occuper l'espace le plus enviable, c'est-à-dire celui du pourtour immédiat de la piscine.

Autour de la piscine : le premier cercle

L'espace disponible dans le premier cercle autour de la piscine ne permet pas à tous les résidents de trouver une place. Les transats, bien que nombreux, provoquent une situation concurrentielle discrète dans l'appropriation des transats qui sont disposés sur le pourtour de la piscine. En pratique, l'observation en période d'activité de la communauté ne révèle rien d'anormal. Tout au plus, les nouveaux arrivants constatent qu'il n'y a guère de place autour de la piscine et qu'ils leur faut se replier sur le second cercle, celui de la pelouse. À bien des égards cette localisation est moins avantageuse. Les positions sur le second cercle sont, en effet, très discrètes dans la mesure où elles ne permettent pas à ces individus de s'inscrire dans le regard des autres. Ils sont véritablement soustraits à la confrontation sociale. Celle-ci est double. Il s'agit d'une part de disposer d'une position spatiale qui permette d'observer l'activité des autres résidents et d'autre part de s'exposer au regard d'autrui. Si, à bien des égards, les termes de voyeurisme et d'exhibitionnisme sont excessifs, ils permettent néanmoins de qualifier grossièrement les motivations à être localisé sur le premier cercle. Cette confrontation sociale peut être appréciée en terme de positionnement social, dans sa forme générique qui est l'expression de soi (Goffman 1973). Celle-ci est largement révélée par les pratiques vestimentaires (discret, conforme, décontracté, clinquant ou remarquable) ou une attitude comportementale (jovialité, discrétion coupable, austérité, courtoisie, etc.). Les interactions verbales, bien que relativement limitées, permettent aux résidents de conforter ou de vérifier l'interprétation du positionnement social qui n'est pas limité au positionnement statutaire. D'une manière générale la portée pragmatique de ces interactions a pour objet de vérifier la résonance de l'expression de soi par la construction d'affinités identitaires, souvent implicites.

Méthodes d'occupation

La conquête des transats du premier cercle autour de la piscine passe par des stratégies d'occupation. La méthode, relativement rudimentaire se révèle cependant efficace. Celle-ci n'a pu être révélée que par une observation de la chronologie de l'occupation du premier cercle autour de la piscine. En pratique, les acteurs dès leur réveil occupent les transats vacants en y positionnant une marque de présence. L'instrument le plus adapté pour effectuer ce marquage est évidemment la serviette de bain. Il s'agit d'un objet personnel dont la manipulation serait perçue comme une intrusion sociale, une violation de la sphère privée. Les

conventions sociales n'autorisant pas les conquêtes sauvages, toute place marquée devient une place conquise pour la journée.

Le marquage d'un transat par une serviette de bain ne signifie en aucun cas l'occupation de l'espace. A leur réveil ou à leur première sortie, les résidants se contentent de marquer l'appropriation du transat. La jouissance de cette position sur le premier cercle n'intervient que progressivement. Bien souvent c'est le petit déjeuner qui offre l'occasion de marquer la position. Ce n'est que plus tard dans le courant de la matinée, que l'espace est effectivement occupé.

Cela a pour effet d'offrir un spectacle tout à fait étonnant dans la première partie de la matinée. Tous les transats sont marqués, mais rares sont ceux qui sont occupés, tout comme rares sont les résidants ayant abandonné leur transat pour profiter de la piscine. Ce spectacle de désolation n'en demeure pas moins fascinant car il révèle avec force les méthodes mise, en œuvre par les résidants pour jouir pleinement de leur séjour (photos 1 et 2).

Photo 1 – Méthode d'appropriation de position à l'aide de serviettes



Photo 2 – Espace de la piscine déserté mais entièrement approprié



La dotation de la position

De manière accessoire l'appropriation d'un espace dans le premier cercle autour de la piscine est accompagnée de comportements qui visent à valoriser la position acquise. En effet lorsqu'une position est occupée, au moins par un marquage, de nombreux résidants cherchent à augmenter la qualité de l'appropriation. En ce sens quelques accessoires peuvent être récupérés afin d'augmenter la valeur de la position. Parmi ces accessoires, on peut signaler l'existence de matelas de mousse, de petites tables, de parasols ou encore de cendriers. Ces accessoires permettent au résidant d'augmenter son confort lors de l'usage de sa position dans le premier cercle, tout en révélant aux autres résidants son efficience à organiser son confort. Certains individus poussent l'expérience jusqu'à anticiper les besoins de la journée, en accumulant de tels accessoires dont ils n'ont pas encore l'usage mais qui pourraient se révéler utiles au cours de la journée (photo 3).

Photo 3 – Dotation de la position appropriée (parasol déployé et parasol en réserve)



Pérennisation de la position acquise

Indépendamment de ces stratégies concurrentielles qui amènent les individus à réserver par un marquage symbolique l'espace conquis, on observe également une récurrence dans le choix

de la localisation. L'espace approprié devient un territoire qu'il convient de préserver. Ainsi un territoire conquis mérite d'être préservé tout au long du séjour. On observe alors aisément une récurrence dans l'occupation des positions dans le premier cercle. Jour après jour, les positions occupées n'évoluent qu'au gré des flux entre départs et arrivées. Les partants libèrent des positions qui si elles sont enviables, sont recolonisées prioritairement par des résidents déjà aguerris au jeu concurrentiel. La qualité des positions dans le premier cercle autour de la piscine semble être le fait de préférences en matière d'ensoleillement ou plus justement d'équilibre entre ensoleillement et ombre sur l'ensemble de la journée.

Conclusion

L'usage de ce que nous avons appelé le premier cercle confère aux résidents des bénéfices qui ne peuvent être réduits au degré d'ensoleillement souhaité ou à la proximité de la piscine. Les méthodes, au sens de Garfinkel (1984), mises en œuvre par les acteurs sont particulièrement intéressantes. Elles révèlent que le consommateur n'est pas passif dans cette situation de consommation. Il met en œuvre des moyens variés pour occuper et s'approprier l'espace et, pour ce faire, entre dans un jeu concurrentiel avec les autres résidents. Si les motivations d'accès à ce premier cercle autour de la piscine ne sont évidemment pas partagées par tous les résidents, l'observation continue tout au long de la journée révèle cependant qu'il s'agit de l'espace public dont la densité d'occupation est la plus importante, que l'offre est insuffisante (le budget spatial est contraint) et que le jeu concurrentiel profite à ceux qui ont su mettre en œuvre une méthode adaptée. Enfin, il faut rappeler que réussir à s'insérer dans le premier cercle confère aux résidents la possibilité de s'inscrire dans le jeu social de l'expression de soi et l'observation d'autrui, qui, comme nous le verrons, structure les activités développées par les résidents.

La pratique des activités

Les activités caractéristiques des résidents ont été soigneusement répertoriées afin d'apprécier la manière dont les consommateurs utilisent leur temps. Si l'ambiance générale dans l'enclave semble être caractérisée par une certaine léthargie, comme si le temps était suspendu, peut-on accepter pour autant que les résidents profitent de leur séjour pour ne rien faire ?

Une activité transversale : le « regardage »

L'occupation d'une position privilégiée autour de la piscine est une activité à part entière. La mise en œuvre de cette méthode, selon la terminologie ethnométhodologique, a pour effet d'initier favorablement l'expérience de consommation. Mais en quoi consiste-t-elle au juste ? Si au premier abord, les motivations principales du positionnement des acteurs sur le pourtour de la piscine semblent être le repos, la lecture, le bronzage, l'exposition du corps (Le Breton 1990) et l'opportunité de pouvoir se rafraîchir ou se détendre dans la piscine, on peut cependant s'interroger sur la pertinence d'une telle interprétation.

Les méthodes mises en œuvre par les acteurs pour occuper le premier cercle autour de la piscine, décrites précédemment, permettent d'en douter. L'une des activités principales semble être intensément basée sur l'observation des autres et de leurs occupations. Tous les individus qui pratiquent cette activité de « regardage » s'improvisent comme des sociologues du sens commun selon l'expression de Garfinkel (1984). Sur le fond, on peut s'interroger sur la légitimité de cette pratique de « regardage ». Une explication basée sur la curiosité sociale semble insuffisante. Goffman (1991) propose un cadre théorique qui permet de comprendre le caractère transversal de cette activité. Il suggère que lorsqu'une personne se présente aux autres, elle mobilise une définition de la situation qui doit lui permettre de se comporter de manière adéquate c'est-à-dire, éviter tout risque de rupture lors d'interactions sociales (qu'elles soient verbales ou non), éviter des comportements qui pourraient mettre en cause l'image de soi que l'individu s'est forgé sur son rôle, ainsi que la légitimité du rôle dans la situation. A titre d'exemple, les individus souhaitant participer aux activités sportives ou ludiques doivent préalablement envisager les conventions du jeu, les risques encourus pour l'image de soi (Goffman 1991). Autrement dit l'activité de « regardage » permet à chacun de savoir dans quelles situations il pourra opérer comme acteur ou comme spectateur ou éventuellement y renoncer, persuadé de n'avoir pas su interpréter correctement la situation ou identifier les méthodes à mettre en œuvre pour opérer dans de bonnes conditions au sein de l'espace public. En définitive cette activité de « regardage » permet à la personne d'interpréter les cadres de l'expérience afin d'ajuster la présentation de soi au sein de l'espace public (Goffman 1991).

La fabrication des rythmes

Bien qu'extraits de leur vie quotidienne, les acteurs se recréent une quotidienneté. Celle-ci est caractérisée par la récurrence de certains comportements, autrement dit l'instauration

d'habitudes. Certaines de ces habitudes se forment sur le lieu de villégiature. C'est par exemple le cas des comportements d'occupation de l'espace, décrits précédemment, de la pratique des repas ou celle d'activités sportives pour les adultes. Les enfants quant à eux sont susceptibles de rejoindre l'animatrice qui leur est spécifiquement dédiée. Quels que soient les choix, l'impression dominante est l'instauration de rythmes qui balisent le quotidien des résidents. Ce phénomène déjà observé par Augé (1997) ou Urbain (1994) dans le cadre du tourisme balnéaire, semble également s'appliquer à celui d'un séjour dans un hôtel-club. Plus curieusement, d'autres comportements sont transposés de la vie quotidienne sur le lieu de villégiature. Le résident exporte certaines de ses habitudes. Ainsi, certains résidents génèrent une récurrence par la pratique de l'apéritif ou encore la lecture de leur presse favorite alors même qu'ils se trouvent à des milliers de kilomètres de leur domicile ou de leur lieu de travail (photo 4).

Photo 4 – La lecture du journal l'Equipe



Dans la fluidité de ces rythmes tout micro-événement devient remarquable. Il fait partie intégrante du spectacle que les résidents s'offrent à eux-mêmes. Il est interprété. Il est discuté. Il affecte de manière aléatoire le flux linéaire du quotidien.

Danses rituelles

Dennis Rook (1985) souligne que la vie quotidienne est ponctuée par de nombreuses activités rituelles qui constituent des expériences de consommation à part entière. L'auteur définit le rituel comme une activité structurée et codifiée dont la fonction est expressive ou symbolique, qui est récurrente et intensément vécue par l'acteur.

L'examen des activités des résidants révèle l'existence d'une activité rituelle parfaitement stéréotypée : la danse du village (photo 5). Celle-ci est exécutée autour de la piscine, ce qui conduit à renforcer le rôle de la place centrale et du premier cercle autour de la piscine. La danse apparaît deux fois par jour, une première fois en fin de matinée et une seconde fois en fin d'après-midi. Elle semble symboliser la fusion rituelle dans le culte de la communauté tribale. La danse rituelle permet l'actualisation de la présence et de la participation de l'acteur à la communauté. Si les hommes semblent réticents à cette pratique, les femmes sont en revanche plus disposées à l'accepter. Les résidants sont incités à participer à cette danse rituelle par les animateurs qui assument ainsi une fonction quasi chamanique car leur rôle est d'initier le rituel et d'accompagner les participants afin que l'exécution du rite soit respectée. Un tel rituel s'apparente dans la typologie de Rook (1985) à une fonction d'intégration sociale, d'apprentissage et d'appartenance sociale.

Photo 5 – Danse rituelle



Comme de nombreux rites, cette danse assure une fonction de passage. Elle rythme en effet le cours de la journée et vient clôturer les activités prises en charge par les animateurs. A l'issue de la danse rituelle, les résidents retrouvent une certaine forme d'autonomie et disposent d'une certaine latitude pour s'adonner à quelques ablutions ou mises en conformité vestimentaires avant les repas. A l'issue de chaque danse rituelle, les acteurs se dispersent et l'activité de « regardage » s'estompe. L'espace public d'exposition, le premier cercle autour de la piscine, abandonne sa sacralité et devient pour un temps un espace public profane (Belk et al. 1989).

La pratique d'activités ludiques et sportives

Le prestataire de services offre aux résidents la possibilité de s'adonner à de nombreuses activités plus ou moins intenses sur le plan sportif. Ces activités imposent généralement de participer à un groupe social qui se forme de manière temporaire. L'observation de ces activités révèle une forte sexualisation. Ainsi, on constate que des activités telles que le stretching ou la gymnastique aquatique sont largement colonisées par les femmes alors que le tir à l'arc ou le water-polo le sont davantage par les hommes. Autrement dit, aux femmes sont dévolues les activités liées à l'entretien du corps et aux hommes les activités impliquant la compétition, la performance ou la combativité (photo 6).

En pratiquant ces activités, les résidents s'exposent. Ils se mettent en scène et s'exhibent à l'appréciation d'autrui. Il est remarquable de constater qu'ils choisissent alors de se mettre en scène de manière parfaitement stéréotypée. L'activité choisie reflète l'identité sexuelle de l'individu. Le choix de ce type de répertoire, dans le jeu des acteurs, est peut-être purement conventionnel, mais on peut également supposer qu'il s'agit du registre que les acteurs peuvent le plus aisément jouer et dont ils maîtrisent les codes, sans disposer d'un scénario (Solomon 1983 , Goffman 1991).

Si certaines activités sont caractérisées par une partition sexuelle, d'autres en revanche ne le sont pas. Ainsi la participation à des animations telles que des jeux ou la fréquentation de soirées dansantes sont l'occasion pour les deux sexes de se mélanger et de développer des interactions. Lorsque c'est le cas, celles-ci restent généralement cantonnées au temps et à l'espace de l'animation ou de la soirée. Les résidents ne profitent généralement pas de ces opportunités pour se lier, former des groupes d'affinités. Les résidents semblent se conformer aux cadres proposés par les équipes d'animation, cadres qui rythment le déroulement de la journée, tant pour les acteurs que pour les spectateurs.

Photo 6 – Une activité fortement sexuée : la gymnastique aquatique



Les sorties

Si les activités décrites précédemment sont internes à l'enclave résidentielle, d'autres en revanche amènent les résidants à sortir. Ces sorties sont soit le fait d'initiatives individuelles soit s'inscrivent dans le cadre de visites organisées.

Les sorties basées sur des initiatives individuelles conduisent les résidants à s'exposer. Ils ont à gérer l'accès à une destination, à engager des épisodes transactionnels dans le pays hôte. De telles sorties imposent des coûts cognitifs importants car les résidants ne disposent pas des connaissances nécessaires pour évoluer aisément dans un environnement inconnu. Les entretiens menés ont par ailleurs révélé que de telles sorties sont relativement rares.

D'autres sorties sont, en revanche, parfaitement encadrées. Elles offrent aux résidants une vision synoptique et protégée de l'expérience exotique. Cette expérience offerte par le prestataire est parfaitement aseptisée car elle évite soigneusement au touriste tout contact avec les autochtones car ceux-ci pourraient se révéler importuns compte tenu du décalage économique entre les touristes et les autochtones.

La proposition de Christin (2000), selon laquelle le voyage est une méthode permettant à l'individu de jouir d'un monde renouvelé tant du point de vue géographique que culturel, ne semble pas pouvoir être acceptée dans le cadre d'une expérience de consommation au sein d'un hôtel-club. Les sorties apparaissent tout au plus comme une manière de cristalliser l'expérience exotique. Elles permettent de voir ou de prendre connaissance de manière très

superficielle des autochtones, de leur culture et de leurs mœurs. Le temps passé à de telles activités et le nombre des sorties soulignent par ailleurs leur caractère anecdotique. Mais on peut néanmoins leur accorder une fonction essentielle, celle de pouvoir étayer le récit du voyage qui sera élaboré au retour. Les images serviront de preuves apocryphes dans cette tentative de renouvellement du quotidien.

Conclusions

L'examen des principales activités des résidants révèle qu'elles sont essentiellement internes. A bien des égards, l'expérience exotique est limitée à quelques sorties protégées hors de l'enclave et ne peut suffire à caractériser l'expérience de consommation. En conséquence, la qualité de l'expérience de consommation doit être analysée à partir de la nature des occupations et des interactions que les résidants développent à l'intérieur de l'enclave et concentrent deux fonctions principales : s'exposer et regarder.

L'espace touristique et l'expérience de consommation

L'analyse des comportements des résidants rend nécessaire une formalisation de l'espace au sein duquel se déroule l'expérience de consommation. Elle détermine en effet dans une large mesure les modalités du contrôle de l'expérience par le prestataire de services. Avant de nous intéresser à la théâtralisation de l'activité, nous explorerons la nature de la destination et ses propriétés topologiques.

De l'exotisme de la destination

Tikidad pourrait être un pays. En vérité il s'agit d'une enclave. Un espace typique de villégiature. Des palmiers envahissent le décor, constitué par une architecture vaguement méditerranéenne. A peine quelques signes suggèrent que l'enclave est localisée en Afrique du Nord.

Le voyage qui conduit à Tikidad ne consiste qu'à se rendre sur le lieu de villégiature. En aucun cas, le consommateur vit l'expérience du nomadisme (Maffesoli 1997), le résidant est, selon la dénomination d'Urbain (1994), un villégiateur dont la particularité est d'être topophile. Il s'attache à son lieu de villégiature, se l'approprie, l'occupe, y développe ses rythmes propres et ne l'abandonne qu'à de rares occasions lors de son séjour. De l'exotisme, les individus n'en consomment que l'image (le décor), voire uniquement le concept pour

certains. Il importe surtout que l'image de la destination soit congruente avec l'image de soi en voyage (Sirgy et Su 2000).

Si, *a priori*, l'exotisme de Tikidad est synonyme d'un ailleurs, qui est supposé marquer une rupture par rapport à la vie quotidienne, l'analyse des activités des résidants permet d'en douter. Le caractère exotique de la destination est avant tout symbolique. Ce qui domine est en effet le sentiment d'une forte inertie, une régularité dans les rythmes et l'absence d'événements perturbateurs. Cela donne l'impression d'une situation intemporelle. Le temps s'écoule chaque jour de la même manière sans que rien d'essentiel ne vienne perturber la vie à l'intérieur de l'enclave. La météo ne fait qu'accentuer le phénomène, comme si le décor architectural bénéficiait d'un éclairage artificiel, tout en étant maintenu à une température à peu près constante. L'exotisme devient alors synonyme de parenthèse intemporelle dont les caractéristiques majeures sont la constance et la récurrence.

Une topologie de l'espace de consommation

Comme on a pu le découvrir, l'espace est une composante essentielle dans la structuration de l'expérience de consommation. Si, bien souvent, les praticiens du marketing sont sensibles aux phénomènes d'ambiance, la question posée ici relève d'avantage de l'organisation spatiale, en ce sens qu'elle introduit un champ de contraintes grâce auquel l'expérience de consommation s'élabore.

Si la destination est une enclave d'un point de vue topographique, elle est tout d'abord une ouverture d'un point de vue topologique cette fois. L'accès physique à la destination oblige le résidant à transiter par un sas, le hall d'accueil de l'hôtel, qui peut être apprécié comme un non-lieu transitionnel selon l'expression de Marc Augé (1992). L'expérience du transit fait partie intégrante de l'expérience de consommation. Elle est l'obligation rituelle permettant d'accéder à l'expérience du séjour mais aussi d'en revenir. Si ce type d'expérience n'a rien d'initiatique, il n'en porte pas moins les germes d'une expérience de passage. Des changements vestimentaires accompagnent d'ailleurs le changement d'univers. Ces épisodes des départs et des arrivées trouvent ainsi un ancrage spatial. L'espace transitionnel entre l'extérieur et l'intérieur, d'un point de vue symbolique, joue le rôle de frontière temporelle entre l'« avant » ou l'« après » et le « pendant ». Ce non-lieu transitionnel a donc avant tout une fonction topologique de rupture temporelle qui délimite le séjour. Comme on l'a vu, ce non-lieu a également, mais de manière plus marginale, une fonction de rupture culturelle entre l'interne et l'externe.

La seconde fonction topologique relève de la centralité. A bien des égards, Tikidad ressemble à une île exotique. Elle est isolée du reste du monde par un mur d'enceinte opaque permettant aux résidants d'être protégés de l'extérieur et de ses vicissitudes. Mais les frontières restent molles en ce sens que les résidants ne s'aventurent pas beaucoup vers les limites de l'enclave d'ailleurs masquées ou protégées par une intense végétation. D'un point de vue topologique, on observe de fait une inversion. Sur une île à la végétation luxuriante, la frontière qui marque la limite entre la terre et l'eau est périphérique et l'intérieur de l'île est impénétrable. A Tikidad, on observe l'inverse ; la frontière entre la terre et l'eau est centrale, et les limites sont périphériques mais inaccessibles. Cette inversion topologique conduit à donner à la piscine une position privilégiée d'un point de vue symbolique et praxéologique. C'est là où s'élabore le spectacle. La frontière, celle du spectacle, est donc centrale. Espace public par excellence, il concentre les enjeux d'appropriation qui, comme nous l'avons vu, autorisent l'exposition de soi et le regard sur autrui. Par voie de conséquence, la piscine concentre également l'activité des résidants. Les espaces privés sont rejetés à la périphérie, ainsi que ceux permettant de se soustraire aux activités dominantes à savoir l'exposition de soi et le regard sur autrui.

Si l'analyse de l'espace de consommation est particulièrement intéressante, c'est avant tout du point de vue topologique. Bien que la topographie du lieu ou les facteurs d'ambiance constituent des paramètres que l'on ne peut négliger, l'approche topologique présente l'intérêt de coordonner de manière compréhensive les méthodes mises en œuvre par les résidants lors du déroulement de l'expérience de consommation.

Théâtralisation de l'action

L'espace public de l'hôtel-club ressemble à un spectacle au sein duquel tout un chacun est à la fois acteur et spectateur. Cet espace scénographique caractérise le budget spatial dont disposent les résidants et dont la structuration conditionne les comportements à l'instar d'un jeu théâtral (Moles et Rohmer 1982).

L'étude des activités a révélé l'existence de comportements d'acteurs et de comportements de spectateurs, les deux rôles pouvant être assumés simultanément ou alternativement. Cette définition des rôles s'inspire de l'analyse structurale en positionnant un jeu de contraires et de contradictions (Floch 1995). La configuration permet ainsi, sur la base des rôles d'acteur ou de non-acteur, de spectateur ou de non-spectateur, d'identifier quelques dominantes dans l'activité des individus.

- L'acteur/spectateur (le villégiateur idéal) : il souhaite être vu en participant à des activités, mais également voir afin de profiter du spectacle offert par les autres résidants ; c'est le villégiateur idéal car il fait écho aux efforts de l'équipe d'animation.
- L'acteur/non-spectateur (l'exhibitionniste) : il privilégie le fait d'être vu et n'est pas sensible au spectacle qu'offrent les autres ; ses motivations peuvent être multiples et concerner autant le besoin de participer à la vie sociale que le besoin de reconnaissance de soi.
- Le non-acteur/spectateur (le voyeur) : il préfère ne pas être regardé mais prend plaisir à bénéficier du spectacle offert par les autres résidants ; le spectateur est nécessaire au bon déroulement des spectacles qui jalonnent le cours de la journée et, comme précédemment, ses motivations peuvent être diverses (inaptitude à devenir acteur, passivité, etc.).
- Le non-acteur/non-spectateur (le simple résidant) : il ne porte aucune attention à la composante « club » de la prestation de manière volontaire, c'est-à-dire par goût ou, de manière involontaire, par son inaptitude à mettre en œuvre des méthodes adaptées.

Cette typologie des formes d'activités dominantes pourrait servir de base de segmentation à la fréquentation d'un hôtel-club. La qualité de l'expérience de consommation vécue par chacun est déterminée par l'équilibre entre ces formes d'activités. Un nombre trop important de « simples résidants » ne permet pas la mise en place d'une situation concurrentielle pour l'appropriation du premier cercle. De même, il est nécessaire qu'il y ait suffisamment d'acteurs de qualité mais aussi suffisamment de spectateurs pour que l'ensemble fonctionne. L'intérêt du spectacle en dépend car les deux rôles fondamentaux sont indubitablement liés. Se pose alors la question des méthodes mises en œuvre par les résidants. Leur examen a permis de révéler l'effet structurant de la topologie de l'espace de consommation sur le déroulement de l'expérience de consommation en tant que fait social à part entière. Mais on peut s'interroger sur l'aptitude des résidants ayant choisi de séjourner à Tikidad à identifier les méthodes qui leur permettent d'actualiser l'expérience de consommation et donc indirectement sur le contrôle de l'expérience de consommation par le prestataire de service.

Expérience de consommation et contrôle

La référence théâtrale pose inévitablement la question de la mise en scène. Autrement dit, la théâtralisation suppose une scénographie et donc une forme de contrôle.

Le marketing des services nous invite à penser qu'il suffit d'organiser la prestation pour que le consommateur en retire les bénéfices qu'il en attend. Si certaines prestations de service peuvent faire l'objet d'une programmation formelle, il n'est cependant pas certain qu'au sein de l'espace de l'hôtel-club, la qualité de l'expérience de consommation puisse être parfaitement contrôlée, même si la manipulation du temps et de l'espace est un élément essentiel (Ritzer et Stillman 2001).

Dans le cas de l'hôtel-club, outre la qualité de l'hébergement et la qualité de la restauration, le contrôle de l'expérience de consommation revient à procéder, comme le souligne Augé, à « la mise en fiction du monde, à sa déréalisation » (Augé 1997, p. 14). Concrètement, il s'agit, pour le prestataire de service, de garantir la sécurité et la quiétude de l'enclave et de sélectionner un hôtel qui respecte les contraintes topologiques qui autorisent le bon déroulement de l'expérience.

L'opérateur peut également contrôler la qualité du dispositif d'animation. Celui-ci va permettre de gérer la qualité du spectacle, tant du point de vue des acteurs que de celui des spectateurs. Les acteurs sont mobilisés par les animateurs, garants de la qualité du spectacle. Les spectateurs, ou pour le moins ceux qui en assument le rôle, bénéficient de la prestation. L'absence d'acteurs pourrait se révéler particulièrement préjudiciable à la qualité du spectacle. La situation impose donc aux animateurs une certaine efficacité dans leurs choix, tant dans celui des animations que dans le recrutement des acteurs. Il faut en effet que ces derniers soient suffisamment performants pour assurer correctement le rôle qui leur est proposé, qu'ils en aient les compétences ou qu'ils aient pu les apprendre par l'observation. Si les résidents ne peuvent interpréter correctement le cadre de l'expérience (Goffman 1973, 1991) et identifier les méthodes permettant la construction de l'expérience de consommation, il n'y a pas de spectacle. La composante « club » de la destination touristique n'aurait alors plus aucun sens, obligeant les résidents à s'interroger sur la nature de la destination touristique choisie et donc indirectement, sur le type d'expérience exotique qu'ils sont prêts à vivre.

Conclusions et perspectives

Dans un « hôtel-club », la qualité perçue de l'expérience de consommation apparaît comme une résultante complexe. Si *a priori* cette forme de tourisme est fondamentalement caractérisée par le choix d'une destination exotique, on peut cependant douter de l'importance

qu'il convient de lui accorder. L'hôtel-club ne permet au consommateur que de rencontrer l'imaginaire du voyage. Mais en définitive, l'idée du voyage s'éteint pour laisser place à une conception sociale d'une destination. Le voyage, en tant que tel, n'est qu'une transition, une rupture dans le flux de la vie quotidienne. La destination qui se doit pourtant d'être exotique apparaît davantage comme une reproduction d'une socialité parfois tribale dont il faut découvrir ou redécouvrir les règles. Celles-ci renvoient à l'expression de soi en tant qu'acteur social, mais aussi à la découverte des autres en tant que spectateur.

L'expérience de consommation est ici appréhendée comme un spectacle qui nécessite de la part des consommateurs des méthodes afin ceux-ci puissent s'inscrire par leurs actions dans l'espace de consommation. Sa topologie conditionne partiellement le type d'expérience vécue. Quelle qu'en soit l'issue, force est de constater que les résidants sont également directement responsables de la qualité de l'expérience de consommation. La qualité perçue de l'expérience dépend en effet de la participation de tous au spectacle en tant qu'acteur ou spectateur et donc de leurs motivations mais aussi de leurs aptitudes à interpréter le cadre de l'expérience et à identifier les méthodes qui leur permettent de s'inscrire dans l'espace de consommation.

En définitive, la question à laquelle est confronté le prestataire de service réside dans le contrôle ou la gestion de la prestation de service. C'est en effet à partir d'elle que s'élabore l'expérience de consommation. L'approche développée ici a permis de souligner que l'organisation du service est insuffisante en soi. Elle est fortement dépendante de l'organisation de l'espace qui conditionne l'activité comportementale des résidants et si l'on peut espérer une scénographie qui fonctionne, il est également nécessaire de mobiliser les résidants ce qui suppose pour les animateurs qu'ils identifient les rôles dans lesquels ils souhaitent s'inscrire et qu'ils rendent lisible le cadre de l'expérience afin que les consommateurs mettent en œuvre les méthodes leur permettant d'optimiser leur expérience.

L'approche ethnométhodologique adoptée ici ne peut évidemment prétendre circonscrire exhaustivement la nature de l'expérience de consommation telle qu'elle se structure dans un hôtel-club. Elle offre cependant un éclairage intéressant et nouveau car elle révèle la composante praxéologique inhérente à l'expérience de consommation. Les méthodes mises en œuvre par les résidants sont déterminantes dans l'évaluation de l'expérience de consommation dont dépendra au final la satisfaction et la fidélité à cette forme de tourisme ou à un tour opérateur en particulier. L'approche expérientielle de la consommation peut, dans certains cas, s'en trouver enrichie.

Il est évident que l'analyse proposée ne peut être généralisée à d'autres hôtels-clubs. Leur configuration topologique est susceptible d'être différente rendant peut être plus complexe l'analyse. Des investigations complémentaires s'avèrent nécessaires. Sous réserve de valider les conclusions apportées, il serait intéressant d'apprécier par des moyens d'enquête l'articulation entre la satisfaction et les méthodes mises en œuvre par les résidents au regard de leurs motivations d'accès. De tels résultats seraient de nature à moduler le recrutement des consommateurs mais aussi la gestion de la prestation de service, en particulier la qualité de l'animation.

Bibliographie

Augé Marc (1992), *Non-lieux*, La librairie du XX^e siècle, Seuil, Paris.

Augé Marc (1997), *L'impossible voyage, le tourisme et ses images*, Rivages poche, Editions Payot & Rivages, Paris.

Belk Russell W., Wallendorf Melanie, Sherry Jr. John F. (1989), The Sacred and The Profane in Consumer Behavior : Theodicy on the Odyssey, *Journal of Consumer Research*, 16, June, 1-38.

Christin Rodolphe (2000), *L'imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, L'Harmattan, Paris.

Floch Jean-Marie (1995), *Sémiotique, marketing et communication*, Presses Universitaires de France, Paris.

Garfinkel Harold (1984), *Studies in Ethnomethodology*, Polity Press, Cambridge.

Goffman Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, 2 tomes, Les Editions de Minuit, Paris.

Goffman Erving (1991), *Les cadres de l'expérience*, Les Editions de Minuit, Paris.

Goulding Christina (2000), Grounded Theory Methodology and Consumer Behaviour, Procedures, Practice and Pitfalls, *Advances in Consumer Research*, 27, 261-266.

Holbrook Morris B., Hirschman Elizabeth C. (1982), The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, *Journal of Consumer Research*, 9, September, 132-140.

Le Breton David (1990), *Anthropologie du corps et modernité*, Presses Universitaires de France, Paris.

Maffesoli Michel (1997), *Du nomadisme, vagabondages initiatiques*, Le livre de Poche, Paris.

Moles Abraham A., Rohmer Elisabeth (1982), *Labyrinthes du vécu*, Librairie des méridiens, Paris.

Piette Albert (1996), *Ethnographie de l'action*, Editions Métailié, Paris.

Ritzer George, Stillman Todd (2001), The Modern Las Vegas Casino-Hotel : The Paradigmatic New Means of Consumption, *M@n@gement*, 4, 3, 83-99.

Rook Dennis W. (1985), The Ritual Dimension of Consumer Behavior, *Journal of Consumer Behavior*, 12, December, 251-264.

Sirgy M. Joseph, Su Chenting (2000), Destination Image, Self-Congruity, and Travel Behavior: Toward an Integrative Model, *Journal of Travel Research*, 38, 4, 340-352.

Solomon Michael R. (1983), The Role of Products as Social Stimuli : A Symbolic Interactionism Perspective, *Journal of Consumer Research*, 10, December, 319-329.

Urbain Jean-Didier (1994), *Sur la plage*, Petite Bibliothèque Payot, Editions Payot & Rivages, Paris.