

L'ITALIE DU SUD DANS LES GUIDES TOURISTIQUES: ENTRE IMAGINAIRES DOMINANTS ET DISCOURS ALTERNATIFS

Università degli Studi
« G. d'Annunzi » Chieti-Pescara

Résumé: Le sud de l'Italie a longtemps occupé une place centrale dans l'imaginaire des voyageurs européens et continue aujourd'hui d'être au cœur des représentations touristiques. Cette étude analyse les discours des guides touristiques francophones récents consacrés à cette région afin de comprendre comment ils articulent imaginaires stéréotypés et représentations alternatives. L'examen des introductions et descriptions régionales met en évidence une tension entre marginalité et séduction, authenticité et réintégration dans les circuits dominants. Par le biais de stratégies discursives spécifiques, les guides participent à la valorisation d'un tourisme alternatif, qui cherche à détourner les voyageurs des itinéraires balisés. Toutefois, cette approche n'échappe pas aux logiques commerciales du marché touristique. L'analyse souligne également la diversification des offres touristiques, notamment à Rome et Naples, et ouvre des perspectives de recherche sur l'évolution des discours face aux enjeux du tourisme durable.

Mots-clés: tourisme alternatif, Italie du Sud, imaginaires touristiques, discours touristique, guides de voyage

Introduction

Le sud de l'Italie, riche d'une histoire millénaire et d'un patrimoine culturel exceptionnel, a toujours occupé une place de choix dans l'imaginaire des voyageurs européens. Dès la seconde moitié du XVIII^e siècle et tout au long du XIX^e, le Grand Tour a conduit des milliers de voyageurs britanniques, allemands et français à explorer cette région, alors perçue comme un carrefour entre l'Occident et l'Orient¹ (Marchetti 2007: 33–43). L'Italie, pays à forte vocation touristique, est aujourd'hui associée à des « imaginaires touristiques » bien connus (Gravari-Barbas, Graburn 2012), notamment autour de villes comme Rome ou Naples et de lieux emblématiques tels que la côte amalfitaine.

Si certaines régions et villes moins connues restent en marge des grands pôles touristiques, elles bénéficient parfois d'un discours alternatif susceptible de générer de nouveaux imaginaires et de rompre avec l'expérience du tourisme de masse (Gravari-Barbas, Delaplace 2015). Parallèlement, bien que certaines formes de tourisme alternatif – telles que

1 De nombreux voyageurs, parmi lesquels Guy de Maupassant (2022) ou Jean Houël (2012), allèrent jusqu'en Sicile. D'autres régions furent également parcourues, quoique plus modestement, comme la Calabre, où s'arrêta Stendhal (1826), ou les Abruzzes, visités par l'Allemand Ferdinand Gregorovius (2023).

le tourisme durable, responsable, éthique, solidaire ou encore l'écotourisme (Kottelat 2011) – restent souvent confinées à un public de niche, elles témoignent d'une volonté de subvertir les schémas touristiques dominants. Ces éléments permettent de fixer un double objectif à notre étude: explorer les représentations du sud de l'Italie dans des guides touristiques francophones récents; et mettre en lumière les discours touristiques (Yanoshevsky 2021) qui, tout en s'appuyant sur des imaginaires stéréotypés (Bova, Margarito et al. 2000), introduisent subtilement des éléments alternatifs visant à contrer le phénomène de surtourisme² et à inciter à sortir des sentiers battus.

L'Italie du Sud comprend les régions situées au sud des Abruzzes, soit le Molise, la Campanie, les Pouilles, la Basilicate et la Calabre. Les îles, comme la Sardaigne et la Sicile, sont plutôt désignées sous le terme d'Italie insulaire. Notre corpus d'étude concerne spécifiquement les guides touristiques mentionnant l'Italie du Sud dans leur titre. Les ouvrages sélectionnés sont: *Le Routard, Italie du Sud. Naples, Côte amalfitaine, Pouilles – 2023/2024* (Collectif 2022); *Geoguide, Italie du Sud* (Collectif 2023); *Petit futé, Italie du Sud – 2019/2020* (Collectif 2018) et *Le Guide Vert, Italie du Sud, Rome & Naples, Latium, Abruzzes, Campanie, Pouilles, Basilicate, Calabre* (Collectif 2023).³

La lecture des sous-titres et l'analyse des sommaires révèlent que Rome et la région du Latium sont incluses dans presque tous les guides, à l'exception du *Routard*. Cette inclusion semble motivée par des raisons commerciales visant à rendre les publications plus attractives pour le lectorat, et ce, d'autant que le Latium est limitrophe de plusieurs régions du Sud.

Notre corpus est constitué d'une sélection rigoureuse de guides touristiques récents, réputés et régulièrement actualisés, offrant également une version numérique accessible en ligne. Il s'agit d'un corpus partiel et ouvert, susceptible d'être élargi pour inclure des sites Internet ou d'autres guides moins connus. Conformément à notre « positionnement théorique » (Charaudeau 2009), les guides choisis présentent une homogénéité de contenu suffisante pour permettre une analyse comparative et qualitative pertinente, essentielle à cette première phase de notre étude.

1. L'Italie du Sud: une question de représentation

La première partie de notre analyse porte sur les introductions générales des guides touristiques qui présentent l'Italie du Sud. Ces textes, qui ne s'étendent généralement pas au-delà d'une page, sont les premières

2 Surtourisme: terme ajouté à l'édition 2025 du *Petit Robert*, qui le définit comme une « présence touristique perçue comme excessive et nuisible ». Voir: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/surtourisme>.

3 Dorénavant, nous ferons référence à ces guides en utilisant leurs noms abrégés: *Le Routard*, *Geoguide*, *Petit futé* et *Guide Vert*.

lignes qui s'offrent aux yeux des lecteurs et représentent des « invitations au voyage » (Kerbrat-Orecchioni 2004: 135). Ils remplissent une fonction essentielle: convaincre le touriste d'acheter le guide et de s'éprendre des lieux décrits pour susciter, finalement, le désir de découverte.⁴

Nous commencerons notre étude, dans cette perspective, par l'examen du guide *Le Routard*:

L'Italie du Sud offre aux visiteurs des régions riches aux paysages divers et aux cultures variées. La Campanie cumule plein d'atouts, avec Naples qui possède un caractère bien trempé: turbulente et éruptive, surprenante et pleine de contradictions [...]. Les amateurs de vieilles pierres seront conquis par des villes antiques presque intactes comme Pompéi et Herculaneum – les sites archéologiques les plus visités au monde. Puis, la magnifique baie de Naples avec ses îles célèbres: Capri la luxueuse, Ischia la thermale ou Procida la secrète. [...] La découverte des Pouilles [...] demeure celle d'une Italie réputée pour ses délices culinaires où l'on découvre, de-ci de-là, de jolis bourgs. [...] Quant à la discrète Basilicate, elle a encore beaucoup à dévoiler aux visiteurs, qu'elle accueille tranquillement et avec le sourire. Sans doute parce que ses côtes maritimes cernées par le défilé rocheux des montagnes restent encore préservées du tourisme. [...] Et la Calabre ? Située au bout de la Botte, elle s'étire entre mer Tyrrhénienne et mer Ionienne, d'un bleu paradisiaque. On oublie ici que les montagnes réservent de belles balades et que sa capitale, Reggio Calabria, recèle un musée archéologique impressionnant avec ses deux célèbres bronzes de Riace, fierté de la région (*Le Routard*: 11).

Le discours introductif de ce guide met en avant les *topoi* de la « terre de contrastes », un lieu commun fréquemment mobilisé lorsqu'il s'agit du sud de l'Italie (Margarito 2003: 107–108, Gurrieri 2020: 226). Cette représentation repose sur l'image d'un Janus bifrons, associant des caractéristiques opposées et contradictoires, qui deviennent paradoxalement une source d'attraction touristique. Les aspects dysphoriques qui caractérisent la ville de Naples sont ainsi valorisés dans une perspective d'originalité, constitutive du charme singulier de la cité napolitaine.

Toutefois, ce qui attire particulièrement notre attention est l'usage de la figure de la personnification, que Pierre Fontanier définit comme un procédé discursif permettant de « faire d'un être inanimé, insensible, ou d'un être abstrait et purement idéal, une espèce d'être réel et physique, doué de sentiment et de vie, enfin ce qu'on appelle une personne; et cela, par simple façon de parler, ou par une fiction toute verbale, s'il faut le dire » (Fontanier 1977: 111). Naples y est décrite comme une entité féminine puissante qui s'impose avec toutes ses contradictions. L'usage de cette figure discursive confère à la ville un attrait particulier aux yeux

4 Pour des raisons de concision, nous ne reproduisons pas les introductions dans leur intégralité. Certaines phrases, considérées comme peu pertinentes pour notre analyse, ont été abrégées ou omises.

du lecteur, la rendant plus proche, plus humaine et donc plus désirable, conformément à la théorie de Fontanier.

La personnification traverse une grande partie du texte avec, par exemple, la description de la « discrète Basilicate », dépeinte comme une région mystérieuse qui promet de révéler ses secrets à ceux qui auront l'audace de consacrer leur temps à l'explorer. Ce procédé introduit un jeu subtil de séduction qui caractérise le discours touristique (Gurrieri 2024). Nous relevons par ailleurs l'usage du futur « les amateurs [...] seront conquis » en tant que métareprésentation d'un futur épistémique (Rocci 2005, Dendale 2001), qui, selon Silletti, « se définit par une attitude du sujet parlant par rapport au contenu propositionnel » (2012). La valeur modale du futur permet au rédacteur du guide de séduire un lecteur-touriste potentiellement passionné d'archéologie, et qui pourrait trouver à Herculaneum et à Pompéi un terrain propice pour vivre une expérience unique, en accord avec ses attentes. Enfin, la dernière partie de l'introduction s'attarde sur des régions « hors des sentiers battus » qui méritent un détour. Ce discours, s'inscrivant dans une logique de tourisme alternatif, fera l'objet d'une analyse *infra*.

Concentrons-nous à présent sur le second extrait introductif, tiré de *Geoguide*:

Le sud de l'Italie est tortueux, instable et volcanique, mais surtout valeureux, affable et poétique. Les enfants y sont tous des empereurs, une poignée de châtaignes vaut de l'or, et les petits poissons pêchés au matin sont un fabuleux trésor. Rome porte l'histoire du monde sur son dos, Naples est un théâtre ininterrompu, les Abruzzes sont un refuge de montagne, les Pouilles un royaume ensoleillé, Matera une sublime miraculée, et la Calabre un vieux pin guettant la mer depuis les hauteurs. Comment ne pas aimer ce pays [...]? [...] Cette terre qui a emprunté à toutes les civilisations qui l'ont traversée, cette marmite que chauffent les volcans par-dessous et le soleil par-dessus: ce paradis, c'est le Mezzogiorno! (*Geoguide*: 2).

Dans ce cas également, les *topoi* de la terre de contraste sautent aux yeux, mais c'est le langage métaphorique qui domine le discours touristique. Les enfants sont comparés à des empereurs, Naples est définie comme une ville-théâtre, les Abruzzes évoquent un refuge de montagne, les Pouilles sont considérées comme un royaume où le soleil brille, tandis que la Calabre est représentée comme un pin qui scrute la mer. Le lecteur-touriste est ainsi continuellement invité à mettre en relation le lieu décrit avec les émotions et sensations qui peuvent être suscitées d'un point de vue émotionnel ou de représentation du lieu. Il s'agit de métaphores qui reposent sur des analogies:

Il n'est donc pas étonnant de constater quand on examine les argumentations par analogie que, souvent, l'auteur n'hésite pas, au cours de son exposé, à se servir de métaphores dérivées de l'analogie proposée, habituant ainsi le lecteur à voir les choses telles qu'il les lui montre (Perelman, Olbrechts-Tyteca 2008: 536).

Le lecteur-touriste est donc poussé, au niveau discursif, à se fier aux analogies proposées, se laissant emporter par les émotions positives. Le rôle de la métaphore est essentiel dans ces exemples et nous comprenons comment « la métaphore se caractérise par les recatégorisations sémantiques qu'elle opère entre un univers-phore et un univers-thème dans une occurrence » (Bonhomme 2014: 221). Par exemple, comparer les Abruzzes à un refuge de montagne déclenche chez le lecteur deux images caractéristiques du lieu: la montagne, lieu de refuge contre le chaos de la vie quotidienne, offrant protection et accueil. En contraste, on pourrait dire que Naples, ville-théâtre, sollicite en permanence le lecteur du point de vue émotionnel, ou que Rome s'impose par sa riche histoire. Le passage introductif tend donc à capturer une grande variété de besoins en matière de voyage et de détente. Tous les lecteurs trouveront ainsi, selon leurs attentes, une destination qui soit relaxante ou stimulante.

Un autre passage introductif intéressant est celui de *Petit futé*, qui déconstruit les stéréotypes concernant l'Italie du Sud:

Qui a dit que le sud de l'Italie est la moitié mal-aimée de la botte italienne ? En dépit d'anciens stéréotypes, aujourd'hui on pourrait dire que l'Italie du Sud mène la danse! Les Etrusques, les Grecs puis les Romains y ont laissé des traces grandioses [...] Robert Guiscard, la « terreur du monde », Charles d'Anjou, frère de saint Louis, Frédéric II, l'empereur germanique hérétique, et Charles VIII, le roi de France qui a déclenché les guerres d'Italie en allant prendre Naples. La Renaissance s'est épanouie à Rome, le baroque [...] comme la ville de Lecce ou les mille témoignages du baroque romain. [...] les Abruzzes boisées et montagneuses qui protègent des loups, des ours et des lynx, la mer bleue des Pouilles et son arrière-pays parsemé de blancs *trulli* aux toits coniques ou les forêts de Calabre. Et quelle cuisine! Les fruits de mer, les pâtes et l'huile d'olive sont à l'honneur [...]. Qu'il s'agisse du sportif grisé [...] le dilettante tenté par le farniente [...], le féru d'art et d'histoire [...]. Laissez-vous donc aller à travers cette diversité, et profitez à 100% du Sud de la botte! (*Petit futé*: 1).

L'introduction du texte adopte une approche originale, mettant en lumière une dysphorie typique du sud de l'Italie, souvent perçu comme un territoire moins riche, marqué par des problèmes sociaux. Puis, une forte contre-argumentation souligne les aspects positifs et la beauté de cette partie du pays. La question rhétorique, qui ouvre le discours, attaque directement les stéréotypes et les dysphories associés au Sud. C'est une question perlocutoire, « ce qui signifie que son caractère signifiant réside non dans l'énoncé lui-même mais dans la situation de communication » (Robrieux 2010: 214). Cette question met en lumière un éventuel préjugé du lecteur, qui pourrait considérer le Sud comme une partie de l'Italie dévalorisée par la criminalité et le chômage. Le rédacteur s'appuie sur des arguments empiriques issus de son expérience personnelle, suggérant ainsi que ses connaissances du territoire permettent une argumentation fondée. Ces arguments reposent sur « l'induction qui, rappelons-le, est un

mode de raisonnement tendant à la généralisation à partir de cas particuliers, et sur le principe de l'analogie » (Robrieux 2010: 200). En particulier, le rédacteur utilise une argumentation par l'exemple, qui comporte « quelque désaccord au sujet de la règle particulière que l'exemple est appelé à fonder, mais cette argumentation suppose un accord préalable sur la possibilité même d'une généralisation à partir de cas particuliers » (Perelman, Olbrechts-Tyteca 2008: 471). Les exemples relatifs aux peuples qui ont laissé des traces de leur passage dans le sud de l'Italie, ainsi que les références à sa richesse culturelle, artistique et paysagère, rendent tout préjugé obsolète. La question rhétorique initiale, par son ironie, expose clairement la thèse du rédacteur: la beauté des lieux et leur richesse historique, artistique et paysagère. Le lecteur est ainsi incité à revoir profondément son jugement.

Enfin, nous présentons l'introduction du *Guide Vert* sur l'Italie du Sud, qui manifeste une approche argumentative différente, mais cohérente avec la ligne éditoriale du guide:

Redonner du sens au voyage en prenant son temps et dans un plus grand respect de l'environnement [...]. Laissons-nous surprendre et réapprenons à nous étonner de tout ce qui se trouve sous nos yeux [...]. L'Italie du Sud est une destination magnifique, riche de villes d'art et de petits villages, d'églises, de vestiges archéologiques, de sites naturels... où vous serez accueilli par une population chaleureuse profondément attachée à son patrimoine et ses terroirs d'exception. Autant de lieux incontournables ou insolites, connus ou confidentiels, que l'équipe du Guide Vert Michelin a cherchés et dénichés pour vous [...]. [...] à votre tour de faire le plein de beau, de bon et de rencontres. Et vos meilleurs moments de voyage seront peut-être publiés dans la prochaine édition! Bon voyage en Italie du Sud! (*Le Guide Vert*: 1).

Le style est résolument incitatif. La rédaction du guide se présente comme l'équipe du *Guide Vert*, bénéficiant d'un « éthos préalable » (Amossy 2016: 94) qui repose sur sa réputation en tant que l'un des meilleurs guides. Son expérience permet au touriste de découvrir non seulement les lieux incontournables, mais aussi ceux plus secrets et moins connus. Ce discours construit une image précise qui confère à l'équipe un rôle de « garant » (Seoane 2013: 51), légitimant ainsi ses propos. L'objectif étant clairement promotionnel – inciter à l'achat du guide –, il s'inscrit dans une logique discursive où, comme l'affirme Catherine Kerbrat-Orecchioni (2004: 135), le discours incitatif prédomine et englobe d'autres formes énonciatives. Adoptant les mécanismes du discours publicitaire, le texte repose principalement sur une évaluation laudative qui vise à persuader le lecteur en mettant en avant les qualités du produit présenté. De surcroît, l'emploi de l'impératif, couplé au « nous », inclut à la fois l'énonciateur et l'auditeur, supprimant l'idée d'un ordre, et s'apparentant plutôt à une invitation à vivre une expérience unique et émotionnelle. Cet impératif repose sur l'autorité que *Le Guide Vert* incarne et la certitude qu'il

saura engager le lecteur dans une expérience de voyage alternative, loin du tourisme de masse. Le voyage devient ainsi une expérience à savourer à son rythme, avec le souci de respecter l'environnement, un objectif central du *Guide Vert*, qui privilégie la beauté des paysages.

L'analyse des introductions des guides du corpus confirme un objectif promotionnel commun en matière de destination touristique, et montre que chacune cherche à conquérir son auditoire en établissant un rapport dialogique. Selon Ruth Amossy, ce rapport « tout en étant nécessairement adressé à l'autre et en tenant compte de sa parole, ne constitue pas un dialogue effectif » (2016: 52). Chaque guide conçoit un public idéal avec lequel il établit un dialogue imaginaire. Il s'agit d'un « ethos prédiscursif », comme l'indique Seoane, que le lecteur reconnaît à travers des éléments « extradiscursifs ou infradiscursifs (la collection, le titre, la couverture, etc.) » (2013: 52).

Tous les textes dépeignent un Sud de l'Italie comme une terre de contrastes, captivante par sa diversité et sa richesse, tout en offrant des trésors cachés. *Le Guide Vert* se distingue cependant en mettant l'accent sur l'idée d'un voyageur qui, loin de se précipiter, prend le temps d'intérioriser l'expérience du voyage pour mieux la partager ensuite, une suggestion implicite mais centrale dans son discours.

2. Les villes phares de l'Italie du Sud

À présent, notre analyse concentre son attention sur les villes importantes du sud de l'Italie qui se distinguent dans les descriptions. Les villes qui sont mises en avant et considérées comme les plus importantes dans les guides de l'Italie du Sud sont sans conteste Rome et Naples. Ces métropoles attirent l'attention au détriment de l'ensemble de leur région et deviennent des pôles d'attraction touristique souvent soumis à des phénomènes de surtourisme.

2.1. *La ville de Rome: caput mundi*

Dans les paragraphes introductifs consacrés à la ville de Rome se manifeste de manière particulièrement marquante la fonction poétique des guides touristiques, esquissant le portrait d'une métropole au patrimoine culturel et historique inestimable, capable de captiver le voyageur. Nous rassemblons ici les extraits de différents guides afin d'en proposer une analyse critique et une vision d'ensemble:

Le cours du temps se brouille dans le centre historique de la Rome antique, où se mêlent sites antiques monumentaux, vieilles ruelles médiévales et folies baroques. Gravissez le Capitole et le Palatin, puis arpentez le Forum. [...] Flânez ensuite autour du Colisée, avant de vous perdre du côté de la piazza Navona,

dans le dédale de ses ruelles ocre et rouges, bordées de boutiques et de cafés animés (*Geoguide*: 42).

« Roma caput mundi. » Rome capitale du monde. Bien que cette suprématie ne soit plus vraie depuis longtemps, Rome demeure une ville unique [...]. Avec ses fontaines, places, ponts, portes, églises, arches, statues, palais qui se croisent, se stratifient [...]. Capitale européenne, résolument tournée vers l'avenir [...]. Avec ses dernières réussites en matière d'art contemporain – le MAXXI, le MACRO et l'Auditorium –, elle prouve son dynamisme et sa volonté de s'inscrire dans le XXI^e siècle (*Petit futé*: 94).

Connaître Rome, c'est avant tout vouloir se perdre dans le dédale de ses petites rues, découvrir au détour d'une venelle une place aux murs ocre et couverts de glycine, commander « un caffè e una brioche » vers 8h le matin, au moment où les Romains investissent les troquets, dépasser les clichés pour toucher un soupçon de réalité (*Le Guide Vert*: 34).

Le corpus met en évidence une approche discursive qui mobilise à la fois une fonction poétique et descriptive, conférant à Rome une aura mythique. La ville y est dépeinte comme une entité à la fois intemporelle et dynamique, où la superposition des époques crée une continuité entre passé et présent. L'expression « Le cours du temps se brouille » suggère une indistinction temporelle qui permet au voyageur d'expérimenter Rome comme une stratification vivante d'époques et de styles architecturaux. Les guides touristiques mobilisent différents types d'engagement discursif. Les verbes à l'impératif (« Gravissez », « arpentez », « flânez ») dans *Geoguide* engagent le lecteur dans une expérience immersive, tandis que *Le Guide Vert* prône une approche plus intimiste, où le voyage se construit par la perte volontaire dans le dédale urbain et les interactions du quotidien. *Petit futé*, en revanche, articule une vision contrastée de la ville, entre grandeur passée et innovation contemporaine, mettant en avant des monuments représentatifs tels que le MAXXI et le MACRO.

La question du cliché est ici centrale. Comme l'ont montré Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot (2015: 61), les clichés ne se limitent pas à de simples répétitions figées; ils participent à la construction du discours en inscrivant un texte dans un cadre générique et en définissant son rapport aux représentations collectives. Ainsi, la mise en scène du café matinal ou de la déambulation dans les ruelles ne constitue pas une simple reproduction de *topoi* touristiques, mais une réactualisation de l'idée d'authenticité dans le discours touristique. Comme le soulignent Amossy et Rosen (1982), le cliché ne doit pas être perçu uniquement comme une forme stéréotypée, mais comme un phénomène dynamique, capable d'être resignifié selon le contexte discursif.

Par ailleurs, Rome présente des lieux emblématiques qui fonctionnent comme des « monuments-logos », un concept développé par Isabella Pezzini (2006). Ces monuments, tels que le Colisée ou le MAXXI, constituent des macro-signes identitaires qui incarnent une dimension

énonciative forte (Pezzini 2006: 44). Ils participent à la reconnaissance immédiate de la ville et à l'expérience touristique en la transformant en un récit visuel et performatif.

Ainsi, l'analyse de ces extraits met en lumière deux axes principaux: d'une part, la superposition temporelle, qui fait de Rome une mosaïque historique, et, d'autre part, l'équilibre entre tradition et modernité, permettant à la ville de préserver son patrimoine tout en affirmant son dynamisme. Le discours touristique oscille donc entre la perpétuation du cliché et sa réappropriation, offrant une représentation renouvelée et immersive de Rome, *caput mundi* d'hier et d'aujourd'hui.

2.2. La ville de Naples: un espace de paradoxes

Naples est souvent perçue comme un microcosme où se côtoient des éléments apparemment opposés, créant ainsi un riche tissu d'imaginaires qui façonnent la perception de la ville. Naples est représentée comme un espace de paradoxes: entre traditions et modernité, splendeur et chaos, clichés et authenticité. Cette dynamique contribue à forger un imaginaire collectif qui, tout en étant attractif, mérite d'être interrogé et nuancé pour mieux comprendre la réalité napolitaine:

La Campanie cumule plein d'atouts: Naples – l'une des villes les plus colorées de la Méditerranée – [...] et côté nourriture, la célébrisime pizza. [...] Naples, capitale de la Campanie, est une ville où les contrastes sont les plus frappants. La légende veut que ce soit une sirène au doux nom Parthénopée qui ait fondé cette ville, bruyante et passionnée (*Le Routard*: 73).

Finie l'image d'enfant terrible qui lui collait à la peau: Naples a le vent en poupe! Cette ville de contraste affiche une joie de vivre criante qui fascine. À l'ombre du Vésuve, elle s'enorgueillit également d'un patrimoine architectural remarquable. Mais Naples est avant tout la ville des Napolitains, où le linge au balcon n'est pas juste un cliché et où la pizza se savoure à « portafoglio », pliée en quatre, pour quelques euros (*Geoguide*: 78).

La capitale régionale de la Campanie va vous surprendre. Derrière son légendaire golfe qui constitue son porte-drapeau, la ville elle-même renferme une culture à la sauce... napolitaine. Naples, c'est d'abord une très vieille histoire marquée par le passage de nombreux peuples qui ont tenté de la dresser à leur image. [...] Si la ville est encore connue pour sa tradition culinaire, la routine n'y fait plus recette. Plutôt que de vous cuisiner un parcours « prêt à mâcher », ce mini-guide vise à vous montrer que Naples ne ressemble pas au reste de l'Italie. Faites fi des conventions, et davantage qu'à Venise ou Rome, découvrez les forces vives de Naples et la roublardise de ses habitants (*Petit futé*: 284).

Bruyante, volcanique, mirifique, populaire, déroutante... Naples est tout cela, et bien plus encore: l'excès semble sa raison d'être! L'ombre écrasante du Vésuve le dispute à la splendeur lumineuse de la baie, la magnificence baroque

des églises rivalise avec les palais aux façades les plus lépreuses, et les ruelles obscures débordent d'une vie infatigable. Au gré des scooters qui vrombissent et des palabres sonores dont l'écho rebondit sur les pavés de lave, Naples est un spectacle perpétuel, où le quotidien le plus humble flirte avec le sublime et le tragique (*Le Guide Vert*: 200).

Ces quatre guides touristiques mobilisent des stratégies discursives variées qui convergent vers une finalité commune: représenter Naples comme une ville fascinante, complexe et insaisissable. Dans cette perspective, les concepts d'énonciation et de scénographie, développés par Dominique Maingueneau, permettent d'éclairer la manière dont le discours touristique construit une image spécifique de Naples. La notion de scénographie, selon Maingueneau, « s'appuie sur l'idée que l'énonciateur aménage à travers son énonciation la situation à partir de laquelle il prétend énoncer » (Maingueneau 2014: 129). Dans *Geoguide*, par exemple, la scénographie articule une vision de Naples comme une ville vivante et chaleureuse, où les éléments du quotidien comme le linge suspendu aux balcons ou la pizza « à portafoglio » deviennent des signes d'authenticité. Cette mise en scène renforce une posture d'intimité, où le guide cherche à rapprocher le lecteur de l'expérience vécue des Napolitains. L'image du linge, bien qu'un cliché, est réinvestie dans un contexte énonciatif qui valorise le pittoresque sans tomber dans une représentation figée. *Le Guide Vert* adopte une scénographie plus théâtrale, où Naples est dépeinte comme une « ville d'excès » et un « spectacle perpétuel ». Cette mise en scène amplifie les contrastes entre la « splendeur lumineuse » de la baie et « l'ombre écrasante » du Vésuve, ou encore entre les églises baroques et les façades lépreuses. Les scooters vrombissants et les « palabres sonores » inscrivent la ville dans une dramaturgie urbaine où chaque détail participe d'une vision exaltée et sensorielle.

Roland Barthes, dans *Mythologies* (1957), explore comment certains objets ou pratiques se transforment en mythes à travers leur réinvestissement dans un imaginaire collectif. Les clichés évoqués dans les guides, comme le linge suspendu ou les ruelles obscures, fonctionnent comme des « signes » qui condensent une image archétypale de Naples. Dans *Petit futé*, par exemple, l'idée que Naples ne ressemble à aucune autre ville d'Italie – « Faites fi des conventions » – repose sur une stratégie mythologique qui oppose Naples à des villes comme Rome ou Venise, perçues comme plus conformes aux attentes touristiques classiques. Le guide déconstruit partiellement les clichés, tout en les réaffirmant sous une autre forme: la « roublardise des habitants » ou la culture « à la sauce napolitaine » deviennent des marqueurs identitaires qui servent à renouveler le mythe de Naples comme ville indomptable et unique. En mobilisant la scénographie, les guides touristiques construisent une posture énonciative qui oscille entre proximité (la vie quotidienne des Napolitains, les traditions culinaires) et exaltation (le spectacle urbain, les contrastes). Ces discours réactivent des clichés mythologiques tout en les réinvestissant dans une narration contemporaine. Par exemple, dans *Le Routard*, la

référence à la sirène Parthénope insère Naples dans une mythologie fondatrice, mais cette évocation est mise en tension avec le caractère bruyant et passionné de la ville, soulignant ses contradictions. Dans *Geoguide*, le linge suspendu ou la pizza pliée deviennent des « micro-récits » qui ancrent Naples dans une quotidienneté pittoresque, mais ces éléments participent également à un imaginaire collectif plus large de la Méditerranée.

En combinant les approches de Maingueneau et Barthes, on peut considérer Naples comme un « objet-discours » où s'entrelacent authenticité, mythologie et mise en scène poétique. Ces représentations servent à séduire le lecteur tout en le poussant à redécouvrir la ville au-delà des clichés figés.

3. Les discours alternatifs sur les régions du sud moins célèbres

À ce stade de notre analyse des discours touristiques sur le sud de l'Italie, notre réflexion se porte sur une catégorie de récits que nous qualifions d'alternatifs. En marge des représentations dominantes, ces discours mettent en lumière des régions méconnues, souvent négligées par les circuits traditionnels, mais dotées d'un patrimoine remarquable.

L'examen de ces narrations permet d'offrir une lecture renouvelée du territoire. Il s'agit d'interroger la manière dont des espaces en retrait peuvent être revalorisés par des approches soucieuses de durabilité, du respect des communautés locales et d'une redistribution plus équilibrée des flux touristiques. Ces récits s'affranchissent ainsi des cadres promotionnels conventionnels pour proposer des perspectives critiques et innovantes, recentrant l'attention sur des lieux jusque-là relégués à la périphérie des imaginaires touristiques.

3.1. Les Abruzzes et le Molise

Concernant notre corpus d'analyse, nous précisons qu'il n'existe pas d'introduction régionale pour les Abruzzes dans *Le Guide Vert* et pas d'introduction pour les deux régions en question dans *Le Routard*; les descriptions se concentrent directement sur les villes. Par conséquent, nous ne tiendrons pas compte de ces guides pour les régions concernées dans le cadre de cette partie de notre étude:

Unies par une histoire commune, les Abruzzes et le Molise appartenaient autrefois à la même région administrative. Avec leurs vastes espaces naturels, jadis traversés par les grandes transhumances, ces deux régions ont leur propre rythme, celui des villages de montagne, des monastères isolés et des petites villes balnéaires posées sur le littoral Adriatique (*Geoguide*: 141).

En bordure du littoral adriatique, coincée entre les Marches au nord, le Molise au sud et le Latium à l'ouest, les Abruzzes constituent une région de montagnes, les plus hautes de la chaîne des Apennins, avec les massifs du Gran Sasso et de la Majella [...]. Si ces montagnes représentent un handicap certain pour d'autres régions du Mezzogiorno, ici elles sont au contraire le principal atout. [...] Les Abruzzes représentent la « région la plus verte d'Europe ». [...] Pour quelques jours, le littoral peut être agréable [...] mais les hordes de touristes massés sur les chaises longues payantes peuvent décourager rapidement. Surtout si l'on vient de la quiétude des montagnes intérieures. [...] Le Molise est la plus petite région du Mezzogiorno [...]. Son territoire exigu, enclavé entre les fleuves Sangro et Volturno au nord et à l'ouest, les sommets du Matese au sud et le littoral adriatique à l'est, est l'un des plus ingrats de l'Italie du Sud. Couvert à 90% de montagnes et de hautes collines parsemées de forêts et de villages au riche passé médiéval. [...] Le Molise est peu peuplé. [...] Son habitat rural est constitué d'un réseau assez lâche de bourgades et de petits villages isolés. [...] On l'aura compris, le Molise, c'est tout d'abord une nature omniprésente à découvrir au travers d'itinéraires méconnus (*Petit futé*: 262).

Célèbre pour ses forteresses, ses châteaux forts et ses villages perchés, le Molise est tapissé de montagnes, véritables défenses naturelles et refuge pour ses habitants depuis l'Antiquité. Autrefois terre de transhumance des troupeaux, des armées et des voyageurs, la deuxième plus petite région d'Italie (devant la Vallée d'Aoste) est aujourd'hui également appréciée pour son littoral bien préservé et ses grandes plages peu fréquentées (*Le Guide Vert*: 164, 193).

Ces extraits mettent en lumière des représentations singulières des Abruzzes et du Molise, deux régions souvent marginalisées dans les circuits touristiques traditionnels. Ces discours, clairement alternatifs, valorisent des caractéristiques locales spécifiques en mettant l'accent sur la nature, l'authenticité et l'isolement.

Les Abruzzes sont présentés notamment comme une région où la nature constitue l'atout principal, avec des montagnes comme le Gran Sasso et la Majella, décrites comme des trésors écologiques et des refuges de tranquillité. Cette région est également qualifiée de « région la plus verte d'Europe », renforçant son image de territoire préservé. Dans ce contexte, la valorisation de la nature et de l'authenticité peut être reliée aux concepts du tourisme alternatif et spécialisé, tels que définis par Botti et Séraphin (2011). Ces formes de tourisme mettent en avant une différenciation forte des produits touristiques et une faible pression sur l'environnement naturel, des caractéristiques qui correspondent parfaitement à l'image projetée des Abruzzes. Toutefois, une tension émerge dans les descriptions: alors que l'intérieur montagneux est valorisé pour sa quiétude et son authenticité, le littoral est critiqué pour sa surpopulation touristique. Cette opposition illustre une volonté de promouvoir un tourisme de spécialité, ciblant des visiteurs allocentriques à la recherche de destinations éloignées des foules et prêtes à répondre à des attentes élevées (Botti, Séraphin 2011: 46).

Le Molise, quant à lui, est dépeint comme une terre enclavée, marquée par son isolement et sa faible densité de population. Les guides insistent sur la richesse de son patrimoine naturel et historique, évoquant ses villages médiévaux, ses montagnes et son littoral préservé. Bien que marginal, le Molise s'inscrit parfaitement dans une logique de tourisme alternatif en proposant des itinéraires méconnus et une expérience authentique, adaptée à des touristes désireux de contribuer au développement local tout en respectant les lieux. Ce positionnement rejoint les objectifs économiques, sociaux et environnementaux que vise le tourisme spécialisé, caractérisé par un retour sur investissement élevé pour les communautés locales et une saisonnalité réduite (Séraphin, Paul: 2015).

Ces discours construisent ainsi une vision d'un tourisme durable et spécialisé, en rupture avec les stéréotypes de l'Italie du Sud dominée par les plages bondées et les grandes villes. Cependant, bien que ces narrations se veuillent alternatives, elles risquent de véhiculer une image de marginalité en insistant sur l'isolement ou la rusticité des régions, ce qui pourrait freiner leur attractivité. Ce double discours reflète les potentialités, mais aussi les limites du tourisme spécialisé, qui doit trouver un équilibre entre différenciation et accessibilité pour ne pas renforcer le sentiment d'exclusion des territoires concernés.

3.2. Les Pouilles

Longtemps perçue comme une destination confidentielle, la région des Pouilles connaît une reconfiguration notable dans les discours touristiques, passant d'un statut alternatif à celui de territoire prisé des voyageurs. Cette mutation traduit non seulement une évolution de son attractivité, mais aussi une redéfinition des récits mettant en exergue ses singularités culturelles, naturelles et historiques.

L'étude des guides touristiques permet d'analyser les nuances entre l'image d'une destination encore en marge et celle d'une région pleinement intégrée aux circuits traditionnels. À l'instar des Abruzzes, *Le Guide Vert* ne propose pas de section introductive spécifique aux Pouilles, privilégiant encore une approche centrée sur la description des villes:

Dans l'Antiquité et bien avant les Grecs, la région était riche et prospère. [...] Aujourd'hui encore, contrairement à la vision classique du Mezzogiorno, pauvre et délaissé, la région peut s'enorgueillir d'une activité florissante. [...] L'Italie se mue ici en terre plutôt accueillante et riche en spécialités culinaires. La Pouille, devenue les Pouilles en français courant, est une belle promesse de vacances où se succèdent paysages variés et bourgs ô combien attachants (*Le Routard*: 278).

Émaillées de legs architecturaux de toute beauté, les Pouilles se dégustent comme un mille-feuille des civilisations successives qui y ont imprimé leur marque. Pris en tenaille entre deux mers, l'Adriatique et la Ionienne, le sud se

distingue par son habitat insolite – *trulli* aux chapeaux pointus, maisons des cavernes, palais baroques – et par ses criques de sable fin où *farniente* avec la mer pour témoin (*Geoguide*: 177).

La région des Pouilles, dont les 19350 km² recouvrent le talon de la Botte italienne, possède un important potentiel touristique; certains la comparent même à une mine d'or qui pourrait bientôt remplacer une Toscane « surexploitée »... En attendant, la région se découvre à petits pas [...]. La régularité du relief contraste sans doute avec la force de l'identité culturelle de la région. De cette identité naissent le sens de l'histoire et la magie des vestiges, la vitalité des traditions populaires, la gentillesse de l'accueil et la robuste simplicité de la cuisine. [...] à la base de cette identité, on trouve d'abord cette ressource fondamentale qu'est la pierre. La constitution géologique du territoire est en effet à prédominance calcaire. Recourant abondamment à ce matériau, l'architecture fut l'une des fiertés de la région (*Petit futé*: 437).

Dans *Le Routard*, les Pouilles sont présentées comme une région florissante, en contraste avec les clichés du *Mezzogiorno* pauvre et marginalisé. Cette opposition valorise leur prospérité économique et culturelle, tout en soulignant leurs paysages variés et leurs bourgs authentiques. Cette approche s'inscrit dans une logique de tourisme alternatif, où l'accent est mis sur des caractéristiques distinctives, comme l'authenticité et la diversité patrimoniale, en écho aux notions de différenciation évoquées par Botti et Séraphin (2011).

Geoguide, quant à lui, insiste sur le caractère unique des Pouilles en les décrivant comme un « mille-feuille des civilisations ». L'évocation des *trulli*, des criques de sable fin et des influences architecturales successives renforce l'idée d'une région où le tourisme de spécialité trouve pleinement sa place. Cette valorisation d'éléments culturels et naturels spécifiques vise à séduire des touristes allocentriques en quête d'expériences singulières.

Dans *Petit futé*, les Pouilles sont décrites comme une alternative prometteuse à une Toscane « surexploitée ». L'attention portée à l'identité culturelle, aux traditions populaires et à l'architecture régionale suggère une approche mesurée et respectueuse, alignée avec les principes du tourisme durable et spécialisé. Cependant, en qualifiant la région de « mine d'or », le guide révèle également les risques d'une intensification touristique.

Ces discours soulignent la tension entre préservation et développement touristique. Si les Pouilles offrent des opportunités idéales pour un tourisme alternatif, la forte attractivité de la région pourrait compromettre cette singularité, soulignant ainsi la nécessité de stratégies équilibrées pour préserver leur authenticité et leur patrimoine.

3.3. La Basilicate

Encore en marge des circuits touristiques classiques, la Basilicate suscite un intérêt croissant en raison de son authenticité et de ses singu-

larités. L'analyse du corpus révèle une région éloignée des dynamiques majeures du tourisme, mais dotée d'un patrimoine naturel et culturel remarquable. Cette apparente marginalité favorise l'émergence de stratégies discursives spécifiques, telles que l'usage de la déixis, qui accentuent l'image d'un territoire hors du commun, destiné aux voyageurs en quête de découvertes inédites.

À l'instar d'autres régions peu valorisées, *Le Guide Vert* ne propose pas d'introduction générale à la Basilicate et débute directement par la description de Matera, réduisant ainsi la région à cette seule ville emblématique. Cette approche contraste avec d'autres discours qui, au contraire, mettent en avant la ruralité et l'authenticité du territoire dans son ensemble:

Sur la Botte, elle correspond à la cheville. [...] à partir du XIV^e s., la Basilicate a décliné et s'est enfermée dans un isolement culturel et économique. Il fallut attendre les années 1950 pour que l'Italie prenne conscience du retard économique, social et culturel de cette région. [...] Aujourd'hui encore, les villages qui coiffent les sommets des montagnes ont souvent plus fière allure de loin que de près, car la vie reste rude dans ces contrées situées hors des grands circuits touristiques. Comparée à ses voisins des Pouilles ou de la Campanie, la Basilicate reste une terre peu visitée des étrangers. Pourtant, elle ne manque pas d'atouts (*Le Routard*: 401–402).

Alors que les Pouilles caracolent en tête de gondole, leur voisine Basilicate réserve ses charmes au voyageur plus avide de petites routes tortueuses que de circuits bien tracés. En guise de récompense, cette terre sauvage, montagneuse et rurale, lui dévoilera ses trésors de temples grecs, d'églises rupestres, de forteresses médiévales, de grottes habitées et de villages perchés. Vous cherchiez la botte secrète de l'Italie? C'est ici! (*Geoguide*: 177).

Encastrée entre les Pouilles au nord-est, la Campanie à l'ouest et la Calabre au sud, la Basilicate s'étend sur une superficie de 9992 km² [...] C'est probablement la région la plus petite, la plus discrète et la plus méconnue d'Italie. [...] Mais le nom originel de la province, Lucanie [...] « terre recouverte de bois », et c'est celui auquel s'identifient les poètes et les natifs de la région. [...] la Basilicate a été victime de l'isolement, de la pauvreté et de l'émigration jusqu'à des périodes récentes, au point que le tourisme ne l'a que peu concernée (*Petit futé*: 437).

Dans *Le Routard*, la Basilicate est présentée comme une région longtemps marquée par l'isolement économique et culturel, une marginalité encore perceptible aujourd'hui. L'emploi de déictiques temporels comme « aujourd'hui encore » et « il fallut attendre les années 1950 » a un rôle crucial pour la compréhension du discours (Kerbrat-Orecchioni 2014: 39–78). Il éclaire l'opposition entre un passé difficile et un présent toujours rude qui inscrit ainsi la région dans un récit de résilience en marge des standards touristiques dominants.

Dans *Geoguide*, le discours adopte une approche immersive en interpellant directement le lecteur: « Vous cherchiez la botte secrète de l'Italie ? ». Cette déixis personnelle le positionne en explorateur prêt à découvrir une région sauvage et méconnue, renforçant l'image d'un tourisme alternatif.

Enfin, *Petit futé* insiste sur la discrétion de la Basilicate à travers des superlatifs comme « la plus petite », « la plus méconnue » et des marqueurs géographiques comme « encastrée », affirmant une identité à la fois définie et marginale. L'évocation de son ancien nom, Lucanie, enrichit cette représentation d'une dimension culturelle et poétique.

À travers ces discours, où abondent les déictiques spatiaux et temporels, la Basilicate apparaît comme une destination secrète, réservée aux voyageurs avertis. La déixis devient ainsi un outil clé pour valoriser un tourisme de découverte et d'immersion, à l'écart des logiques de masse.

3.4. La Calabre

La Calabre, située à l'extrémité sud de l'Italie, incarne un territoire marqué par des contrastes qui structurent les discours touristiques à son sujet. Les descriptions oscillent entre l'exaltation de ses paysages exceptionnels, marqués par l'alternance entre mer et montagne, et les stigmates socio-historiques liés à la pauvreté et à la criminalité organisée. Cette dualité alimente des représentations discursives complexes qui, tout en cherchant à séduire, reproduisent parfois des clichés ancrés. Encore une fois, *Le Guide Vert* ne consacre pas de texte introductif spécifique à la région. Il semble adopter une perspective partielle, qui valorise certaines zones au détriment d'une approche globale de la région:

La pointe de la Botte, dont le bout de l'orteil vient chatouiller la Sicile [...] une misère qui a contraint beaucoup de ses habitants à l'exil et dans le terreau de laquelle a germé la 'Ndrangheta', la plus puissante organisation mafieuse du monde. Nous sommes donc au sud de l'Italie du Sud. Une Italie moins fastueuse, mais qui séduit, entre autres, par le charme de ses villages typiques, la beauté de ses eaux bleues, ses paysages contrastés et le caractère bien trempé de ses habitants. Quant à la cuisine, elle non plus ne connaît pas la fadeur. [...] Farniente, visites, culture, randonnées (et même ski, en hiver!), il y a donc de quoi faire et de quoi voir en Calabre. [...] Seul bémol: les trésors calabrais étant dispersés sur un territoire sillonné par de toutes petites routes (fort jolies, au demeurant), préparez-vous à passer pas mal d'heures derrière le volant ou dans les transports (*Le Routard*: 434–436).

Les Calabrais disent que, pour bien voir la mer qui borde leur pays, il faut prendre de la hauteur. En effet, la Calabre porte en elle ce paradoxe: est-elle de mer ou de montagne? Sur des centaines de kilomètres, une dentelle de sable blanc et de flots bleus frange une montagne haute et verdoyante qui se décline en plusieurs massifs. Il ne tient qu'à vous qu'elle soit un peu de l'une et un peu de l'autre (*Geoguide*: 263).

La Calabre est sans aucun doute la partie la plus « intense » de l'Italie méridionale. Et pourtant, on ne pense pas à cette région, ou seulement lorsqu'on la traverse en voiture pour se rendre en Sicile, par le détroit de Messine. Peut-être aussi quand on évoque le stéréotype du mafieux, aux cheveux noirs gominés, le regard sombre et hargneux. [...] Longtemps enclavée, privée de voies de communication faciles, cette région est restée la plus pauvre de l'Italie. [...] Elle a servi de terreau à une mafia que l'on retrouve encore. [...] Reggio Calabria fait cependant partie maintenant des bonnes surprises de la région: le relookage récent de la ville, grâce au fonds d'aménagement du tourisme, a rendu bien agréable cette cité autrefois inhospitalière (*Petit futé*: 564).

Le Routard présente la Calabre comme un territoire aux multiples facettes, où « la misère » et les stigmates historiques liés à la 'Ndrangheta coexistent avec des paysages « contrastés » et un patrimoine naturel et culturel séduisant. L'opposition entre des éléments négatifs (isolement, pauvreté, mafia) et des atouts touristiques (villages typiques, eaux bleues, gastronomie) structure le discours. Les déictiques temporels comme « maintenant » et les modalisateurs tels que « moins fastueuse » reflètent une volonté de dépasser les stéréotypes tout en les mentionnant. De plus, l'emploi d'une déixis inclusive « il y a de quoi faire et de quoi voir » invite le lecteur à s'approprier ces expériences.

Geoguide, quant à lui, insiste sur le paradoxe géographique de la Calabre, oscillant entre mer et montagne, tension soulignée par des expressions déictiques telles que « il ne tient qu'à vous », qui incitent le lecteur à prendre position face à cette dualité, tandis que des images poétiques (la « dentelle de sable blanc », les « flots bleus ») renforcent l'harmonie apparente des opposés.

Dans *Petit futé*, l'intensité de la Calabre est mise en avant, bien que souvent réduite à des stéréotypes – notamment celui du « mafieux, aux cheveux noirs gominés ». Ce discours, tout en critiquant la marginalité et l'enclavement historiques de la région, souligne des améliorations récentes, notamment à Reggio Calabria grâce aux fonds d'aménagement touristique, illustrant ainsi le contraste entre modernité et archaïsme, entre progrès et tradition.

En somme, ces discours valorisant la Calabre reposent sur des structures contrastées qui mettent en évidence des dualités identitaires. L'utilisation de certaines expressions – « il ne tient qu'à vous » –, engage le lecteur, mais tend également à simplifier une réalité touristique alternative et dynamique.

Conclusion

Cette étude s'est d'abord attachée à l'analyse des discours introductifs sur l'Italie du Sud dans les principaux guides touristiques, lesquels constituent un pôle d'attraction pour le lecteur-touriste, en orientant son regard

et ses attentes. Dans un second temps, l'examen des descriptions régionales a permis de mettre en évidence des représentations discursives qui oscillent entre marginalité et séduction, isolement et authenticité. Cette tension, inhérente au tourisme alternatif, met en valeur des territoires en retrait tout en contribuant, paradoxalement, à leur réintégration dans les circuits touristiques dominants, comme l'a montré l'analyse des discours.

Nous avons observé comment les guides mobilisent des dispositifs discursifs spécifiques pour engager le lecteur à s'appropriier les territoires en question. Ces stratégies participent à la construction d'un imaginaire touristique valorisant l'authenticité et l'expérience intime, en opposition aux itinéraires balisés du tourisme de masse. En façonnant ainsi la perception des lieux, le discours touristique, dans un processus plus large de « mise en tourisme » (Kadri, Bondarenko et al. 2021), modifie la perception des espaces et réoriente les pratiques des voyageurs et leurs attentes (Équipe MIT 2000).

Par ailleurs, les cas de Rome et de Naples illustrent comment des récits alternatifs peuvent également s'appliquer à des métropoles emblématiques du tourisme de masse. Loin de se limiter aux grandes attractions, ces villes sont revalorisées à travers de discours qui mettent en avant des quartiers méconnus, des traditions locales ou des expériences plus intimistes, dans une logique de diversification de l'offre touristique. Cette stratégie discursive permet ainsi de repositionner ces destinations dans un cadre plus expérientiel et différencié, sans pour autant échapper totalement aux logiques commerciales qui régissent l'industrie touristique contemporaine (Stock, Coëffé et al. 2020).

Une poursuite de la réflexion sur les dynamiques internes des régions du sud permettrait d'affiner encore la compréhension des phénomènes de hiérarchisation à l'œuvre. Dans le cas des Pouilles, par exemple, certains discours valorisent des destinations en marge des circuits traditionnels, comme les villages de l'intérieur, en opposition aux lieux devenus emblématiques. Cette différenciation interne illustre le double mouvement qui caractérise le tourisme alternatif: la recherche d'authenticité et de diversification, tout en évitant l'homogénéisation du territoire.

En conclusion, l'Italie du Sud apparaît dans ces discours comme une terre de contrastes, où l'isolement et la marginalité sont réinvestis comme des leviers d'attractivité. Cette tension, qui structure les nouveaux imaginaires touristiques, ouvre des perspectives de recherche sur l'évolution de ces représentations dans un contexte de transition vers un tourisme plus durable. Il serait ainsi pertinent d'examiner, dans des études futures, comment ces discours se transforment face aux enjeux contemporains, en croisant une approche textuelle avec des analyses de terrain portant sur les perceptions des voyageurs et des acteurs locaux. Comme le soulignent Botti et Séraphin (2011), le tourisme alternatif ne saurait être réduit à un simple phénomène de niche: il constitue une véritable stratégie de dif-

férenciation et de valorisation des territoires, dans un monde où l'attractivité repose de plus en plus sur l'authenticité perçue et l'expérience vécue.

Bibliographie

- Silletti, Maria Alida. 2012. « Situations d'occurrence des emplois du futur simple français sur la base d'un corpus économique de presse », *Corela*, HS-11, « RJC Cotexte, contexte, situation », [en ligne], <https://doi.org/10.4000/corela.2597>
- Amossy, Ruth et Elisheva Rosen. 1982. *Les Discours du cliché*. Paris: SE-DÉS-CDU.
- Amossy, Ruth et Anne Herschberg Pierrot. 2015. *Stéréotypes et clichés*. Paris: Armand Colin.
- Amossy, Ruth. 2016. *L'argumentation dans le discours*. Paris: Armand Colin.
- Barthes, Roland. 1957. *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil.
- Bonhomme, Marc. 2014. *Pragmatique des figures du discours*. Paris: Honoré Champion.
- Botti, Laurent et Hugues Séraphin. 2011. *Le tourisme aujourd'hui*. Bruxelles: De Boeck.
- Charaudeau, Patrick. 2009. « Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique », *Corpus* 8: 37–66, <http://journals.openedition.org/corpus/1674>
- Collectif. 2018. *Petit futé, Italie du sud – 2019/2020*. Paris: Les Nouvelles Éditions de l'Université.
- Collectif. 2022. *Le Routard, Italie du sud. Naples, Côte amalfitaine, Pouilles – 2023/2024*. Paris: Hachette.
- Collectif. 2023. *Geoguide, Italie du Sud*. Paris: Gallimard Loisirs.
- Collectif. 2023. *Le Guide Vert, Italie du Sud, Rome & Naples, Latium, Abruzzes, Campanie, Pouilles, Basilicate, Calabre*. Paris: Michelin éditions.
- D'Alconzo Paola. 2001. « La tutela del patrimonio archeologico nel Regno di Napoli tra Sette e Ottocento », *Mélanges de l'école française de Rome. Italie et Méditerranée*. 113-2, 507–537, https://www.persee.fr/doc/mefr_1123-9891_2001_num_113_2_9808
- Dendale, Patrick. 2001. « Le futur conjectural *versus* devoir épistémique: différences de valeurs et de restrictions d'emploi », *Le Français Moderne* 69 (1): 1–20.
- Équipe MIT. 2000. « La mise en tourisme des lieux: un outil de diagnostic », *Mappemonde* 57 (1): 2–6.
- Fontanier, Pierre. 1977. *Les Figures du discours, (1821–1830)*. Paris: Flammarion.
- Gravari-Barbas, Maria et Delaplace Marie. 2015. « Le tourisme urbain “hors des sentiers battus” », *Téoros* [en ligne], 34, 1–2. <https://journals.openedition.org/teoros/2790>.
- Gravari-Barbas, Maria et Nelson Graburn. 2012. « Imaginaires touristiques », *Via. Tourism Review* 1, [en ligne], <https://doi.org/10.4000/viatourism.1180> [consulté le 1 mars 2021].

- Gregorovius Ferdinand. 2023. *Passeggiate per gli Abruzzi nella settimana di Pentecoste del 1871*. Pescara: Ianieri Edizioni.
- Gurrieri, Antonio. 2024. « L'érotisation du discours touristique dans les guides de voyage francophones », Anita Fabiani et Gaetano Lalomia (éds). *Il vento di Eros*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Gurrieri, Antonio. 2020. « Le discours touristique en Sicile », *Le Forme e la Storia* 13 (1): 221–236.
- Houel Jean-Pierre-Louis-Laurent. 1782–1787 [2012]. *Voyage pittoresque des isles de Sicile, de Malte et de Lipari*. Paris: Hachette Livre BNF.
- Séraphin, Hugues et Bénédicte Paul. 2015. « La responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans le secteur touristique: un compromis entre tourisme de masse et tourisme alternatif. Le cas d'Haïti », *Études caribéennes* 31–32, [en ligne].
<http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/7600>
- Kadri, Boualem, Maria Bondarenko et Jean-Phariste Pharicien. 2019. « La mise en tourisme: un concept entre déconstruction et reconstruction. Une perspective sémantique », *Téoros* 38 (1), « Tourisme urbain » [en ligne], <http://journals.openedition.org/teoros/3413>
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 2004. « Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'île d'Aphrodite », Fabienne Baidier H., Marcel Burger, Dionysis Goutsos (éds). *La communication touristique – Approches discursives de l'identité et de l'altérité*. Paris: L'Harmattan.
- Maingueneau, Dominique. 2014. *Discours et analyse du discours*. Paris: Armand Colin.
- Marchetti, Marilia. 2007. *L'altro allo specchio. Studi di letteratura francese tra Ottocento e Novecento*. Catania: C.u.e.c.m.
- Margarito, Mariagrazia. 2003. « Éléments dysphoriques dans les guides touristiques: La Sicile des guides français », *Synergies Italie* 1: 102–114.
- Maupassant Guy de. 1885 [2022]. *Sicile*. Paris: République des Lettres.
- Perelman, Chaim et Lucie Olbrechts-Tyteca. 2008. *Traité de l'argumentation*. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles.
- Pezzini, Isabella. 2006. « Visioni di città e monumenti-logo », Gianfranco Marrone et Isabella Pezzini (éds). *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*. Roma: Meltemi.
- Reboul-Touré, Sandrine, Nicole Werly, Sergio Bova, Mariagrazia Margarito, Florence Mourlhon-Dallies et Marie-Sylvie Poli. 2000. *L'Italie en stéréotypes: analyse de textes touristiques*. Paris: L'Harmattan.
- Robrieux, Jean-Jacques. 2010. *Rhétorique et argumentation*. Paris: Armand Colin.
- Rocci, Andrea. 2005. *La modalità epistemica tra semantica e argomentazione*. Milano: Pubblicazioni dell'I.S.U. Università Cattolica.
- Seoane, Annabelle. 2013. *Les mécanismes énonciatifs dans les guides touristiques: entre genre et positionnements discursifs*. Paris: L'Harmattan.
- Stendhal. 1826 [2013]. *Rome, Naples et Florence*. Paris: Gallimard.

Stock, Mathis, Vincent Coëffé, Philippe Violier et Philippe Duhamel (éds). 2020. *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.

Yanoshevsky, Galia. 2021. « Introduction: les discours du tourisme, un objet privilégié pour l'analyse du discours », *Argumentation et Analyse du Discours* 27 [en ligne], <https://journals.openedition.org/aad/5425>

Антонио Гуријери

*Јужна Италија у туристичким водичима: између доминантних
имагинарних представа и алтернативних дискурса*

Резиме

Јужна Италија је дуго играла кључну улогу у машти европских путника и остаје најважнија за савремене туристичке представе. Ова студија испитује новије туристичке водиче на француском језику посвећене овом региону, са циљем да истражи како они одржавају равнотежу између стереотипних иминарних представа и оних алтернативних. Анализа увода и регионалних описа истиче сукоб између маргиналности и привлачности, аутентичности и реинтеграције у мејнстрим токове. Кроз специфичне дискурзивне стратегије, туристички водичи промовишу алтернативни облик туризма који настоји да усмери путнике даље од дестинација масовног туризма. Међутим, овај приступ остаје под утицајем динамике комерцијалног тржишта. Студија такође истиче диверзификацију туристичке понуде, посебно у Риму и Напуљу, и предлаже даља истраживања еволуције ових наратива као одговор на изазове одрживог туризма.

Кључне речи: алтернативни туризам, Јужна Италија, туристичке иминарне представе, путнички дискурс, туристички водичи

Примљено: 24. 9. 2025.

Прихваћено: 7. 11. 2025.