

Programme de recherche sur le tourisme dans le monde arabe **Vers une approche intégrée et fédératrice des connaissances**

François Bédard, Mohamed Reda Khomsi and Boualem Kadri

Volume 29, Number 1, 2010

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1024763ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1024763ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this note

Bédard, F., Khomsi, M. R. & Kadri, B. (2010). Programme de recherche sur le tourisme dans le monde arabe : vers une approche intégrée et fédératrice des connaissances. *Téoros*, 29(1), 125–127. <https://doi.org/10.7202/1024763ar>

CENTRE INTERNATIONAL DE FORMATION ET DE RECHERCHE EN TOURISME

Programme de recherche sur le tourisme dans le monde arabe Vers une approche intégrée et fédératrice des connaissances

François BÉDARD

Professeur au département d'études urbaines et touristiques
Directeur du CIFORT
Université du Québec à Montréal
bedard.francois@uqam.ca

Mohamed Reda KHOMSI

Doctorant en études urbaines
Université du Québec à Montréal
cifort@uqam.ca

Boualem KADRI

Professeur au département d'études urbaines et touristiques
Université du Québec à Montréal
kadri.boualem@uqam.ca

Contexte

Selon les statistiques de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le nombre des arrivées touristiques internationales en 2008 dans l'ensemble des pays du monde s'est élevé à 922 millions, une augmentation de 18 millions, soit de 2 % par rapport à 2007. Après quatre années de croissance soutenue, une baisse significative a été constatée au milieu de l'année 2008, et confirmée en 2009 (selon le Baromètre de l'OMT d'octobre 2009, le nombre des arrivées internationales a reculé de 7 % au cours des huit premiers mois de 2009). Et pour cause, la situation particulière de l'économie mondiale est en crise et les prévisions de relance sont peu favorables. Malgré tout, certaines régions continuent d'enregistrer des performances exceptionnelles en dépit d'un environnement incertain. Les deux régions formant le monde arabe, en l'occurrence l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient, ont réalisé en 2008 une évolution positive de 4,9 % et 18,1 % respectivement, dépassant ainsi la moyenne mondiale établie à 2 % (le monde arabe compte 22 pays : l'Algérie, l'Arabie saoudite, le Bahreïn, l'Égypte, les Émirats arabes unis (EAU), le Djibouti, les îles Comores, l'Irak, la Jordanie, le Koweït, le Liban, la Libye, le Maroc, la Mauritanie, l'Oman, la Palestine, le Qatar, la Tunisie, la Somalie, le Soudan, la Syrie et le Yémen).

Au-delà des considérations statistiques, les recherches portant sur le monde arabe sont souvent abordées selon des perspectives économiques (le positionnement géostratégique de la région qui concentre les plus grandes réserves pétrolières de la planète) ou politiques (le conflit palestinien et la guerre en Irak). La réflexion sur le tourisme en tant que secteur émergent, voire stratégique, dans les structures économiques et sociales de la majorité des pays composant le monde arabe est limitée à l'analyse des politiques de développement touristique. Cette situation est expliquée par l'intérêt des pays arabes à focaliser leurs études sur les principaux marchés émetteurs des touristes, à savoir l'Europe, l'Asie et les Amériques. Néanmoins, et depuis 2008,

l'Organisation arabe du tourisme (OAT), un organisme issu de la ligue arabe et plus précisément du conseil des ministres arabes du tourisme, en partenariat avec les ministères de tourisme des pays membres, a mené une série d'études sur la compétitivité du secteur à l'échelle régionale. Toutefois, et eu égard au caractère politique de l'institution et à l'absence de études approfondies, les recherches de l'OAT sont généralement des analyses partielles et partiales qui ne tiennent compte que des caractéristiques vernaculaires des pays impliqués dans les processus d'étude.

Sur le plan universitaire, les chercheurs engagés dans le champ des études touristiques doivent composer avec une série de contraintes, notamment :

- l'accès à l'information : en fonction des structures organisationnelles de chaque pays, les données publiées par les organismes de gestion de la destination se limitent, dans la majorité des cas, aux statistiques conventionnelles (arrivées, départs, dépenses touristiques) ;
- l'absence d'études approfondies sur le tourisme dans le monde arabe ;
- la faiblesse du financement de la recherche sur le tourisme de façon générale.

C'est dans ce contexte que le CIFORT, en partenariat avec Martin international, une société œuvrant dans le secteur des communications et plus connue à travers le développement du concept ciné-conférence intitulé les Grands exploreurs, a innové en lançant au printemps 2009 le premier programme international de recherche sur le tourisme dans le monde arabe.

Objectifs du programme

Le programme de recherche sur le tourisme dans le monde arabe vise trois grands objectifs :

- Promouvoir la recherche scientifique sur le tourisme dans le monde arabe, répondant ainsi à un besoin réel de développement des connaissances sur cette région du monde.

- Souligner l'importance du développement touristique dans les villes et les métropoles du monde arabe et mettre l'accent sur la perspective d'un modèle urbain et métropolitain. Le tourisme est considéré ici comme une fonction importante du développement général (social, économique, culturel, politique, environnemental), un vecteur multidimensionnel de changements et de transformations des territoires : composante importante du processus de métropolisation des territoires, levier d'une régénération urbaine, stimulateur d'une nouvelle image et identité urbaine contribuant à la création de la marque de la destination, élément indispensable d'une politique de communication de la ville.
- Privilégier une approche du développement touristique dans les pays arabes ouverts aux chercheurs et aux professionnels de l'industrie touristique. Cette approche devra se construire en collaboration avec les chercheurs et les professionnels des pays arabes. Les maîtres-mots sont ceux de coconstruction des connaissances et de collaboration scientifique entre les chercheurs du monde arabe et ceux des universités et centres de recherche en Amérique du Nord.

La finalité du programme est de permettre à la communauté scientifique, aux acteurs de l'industrie touristique et aux gestionnaires des destinations de disposer d'un portrait complet, rigoureux et actualisé du secteur touristique dans les pays arabes. En outre, le programme vise à fournir des connaissances favorisant la mise en place de politiques de développement touristique durable tout en respectant les spécificités de la région.

Observatoire du tourisme dans le monde arabe

Dans la perspective d'une approche pragmatique de recherche, le programme mis de l'avant prévoit de renforcer les connaissances déjà acquises par les différents acteurs nationaux et internationaux à travers la construction d'un réseau de chercheurs et d'experts qui aboutira à la mise en œuvre d'un observatoire. L'observatoire du tourisme dans le monde arabe est à la fois une unité de pilotage du programme de recherche et un espace de collaboration entre les différents membres du réseau que compte constituer le CIFORT. L'objectif de l'observatoire est de fournir de façon régulière et rigoureuse des éléments d'analyse et de suivi du développement touristique de la région étudiée. Pour atteindre cet objectif, un réseau d'experts sera mis en place, et pourra être composé des acteurs suivants :

- Centres de recherche universitaires ;
- Organismes de gestion de destination ;
- Organisations internationales (UNESCO, OMT, BITS, CED) ;
- Voyagistes ;
- Organismes de certification ;
- Cabinets-conseils ;
- Réseaux associatifs.

Diffusion

En sus de participer à des rencontres scientifiques afin de présenter les résultats de recherche, les responsables de ce programme prévoient d'autres activités de diffusion, en l'occurrence :

- La tenue aux deux ou trois ans d'un colloque international sur la thématique du tourisme dans le monde arabe avec la participation d'experts dont la majorité proviendra des pays arabes ;
- La publication en français, anglais et arabe des actes de ces colloques ;
- La production des cahiers de l'observatoire (publication trimestrielle ou semestrielle en français, anglais et arabe : statistiques, nouvelles tendances, événements et analyse) ;
- Et l'édition de la synthèse de l'année touristique (publication annuelle : statistiques agrégées, prévisions de développement, pratiques exemplaires et propositions d'amélioration).

Conclusion

Les grandes orientations du programme de recherche sur le monde arabe ont été présentées au secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) à l'occasion de sa visite à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) en novembre 2009. Reconnaisant la pertinence d'un tel programme, ce dernier a manifesté l'intérêt pour l'OMT d'y apporter son concours.

Depuis le lancement du programme au printemps 2010, neuf pays et 32 destinations ont fait l'objet d'une étude préliminaire. En guise de conclusion de cette chronique, nous présentons quelques éléments d'information sur l'Arabie saoudite et ses trois principales destinations, à savoir Riyad, Jeddah et Tabuk.

- À l'instar de plusieurs pays de la région, l'Arabie saoudite a développé un modèle de gouvernance centralisé. En effet, la Commission saoudienne pour le tourisme et le patrimoine (SCTA) est l'organisme chargé de la gestion de la destination. L'objectif de cette entité est de favoriser le développement d'un tourisme durable, respectueux de l'environnement, de la culture et des valeurs locales ;
- Avec ses 17,7 millions d'arrivées touristiques en 2008 et ses 209 millions de nuitées, le pays se positionne comme la plus importante destination de la région. Le tourisme religieux reste le principal motif de visite avec 42 % des arrivées, suivi du tourisme d'affaires (25 %), de la visite des familles et amis (19 %) et du tourisme de loisir (8 %) ;
- Riyad, capitale du royaume, est la principale destination affaires du pays. Avec le développement soutenu des infrastructures d'accueil, des centres financiers et commerciaux, la ville s'est imposée comme un centre d'affaires important dans la région du Moyen-Orient ;
- Malgré son positionnement stratégique sur le littoral de la mer Rouge, Tabuk, principale destination balnéaire du royaume, connaît une croissance touristique limitée en raison principalement de la proximité d'une zone de conflit régional (palestino-israélien) et de l'absence d'une gouvernance touristique efficace au niveau de la région ;
- Jeddah, qui est située dans la province de La Mecque, est considérée comme la passerelle entre les deux villes saintes du royaume, à savoir Médine et La Mecque. Au-delà du développement touristique, la ville connaît une effervescence économique sans précédent en raison de la construction de la nouvelle ville économique du

roi Abdullah. Il s'agit d'édifier un pôle urbain dont les soubassements tiennent aux principes du développement durable et au déploiement des infrastructures de très haute technologie.

Après l'Arabie saoudite, l'étude sera complétée par les pays composant la péninsule arabique et, par la suite, par les pays de l'Afrique du Nord. ■

Bibliographie

- CIFORT - Centre international de formation et de recherche en tourisme
(2010) *Le tourisme dans le monde arabe*, rapport d'étape, Montréal. 37 p.
- OMT - Organisation mondiale du tourisme (2009) *Baromètre OMT du tourisme mondiale*, Madrid, vol. 7, n° 3, octobre, p. 4.

teoros.revues.org

► Un outil pour vos recherches.

► Un accès direct à l'actualité de la recherche francophone en tourisme !

TÉOROS
REVUE DE RECHERCHE EN TOURISME

