



Disponible en ligne sur www.sciencedirect.com

ScienceDirect

journal homepage: www.elsevier.com/locate/rgo



Analyse stratégique de l'ancienne ville de Byblos : une approche fondée sur les perceptions des touristes étrangers

André Azouri^a, Hana Maalouf^b, Marwan Azouri^{a,*}

^aLebanese university, faculty of tourism and tourism management, Beirut, Liban

^bLebanese university, faculty of information, Beirut, Liban

INFO ARTICLE

Historique de l'article :

Reçu le 2 mai 2018

Accepté le 3 mai 2018

Disponible sur Internet le xxx

Mots clés:

Tourisme

Patrimoine

Attraction

Valorisation

RÉSUMÉ

Le tourisme est au cœur du processus de valorisation des territoires. Dans ce contexte, le patrimoine devient un enjeu majeur dans la touristification des destinations. À partir d'une enquête et d'une analyse stratégique des attractions historiques de l'ancienne ville de Byblos, cette étude de cas permet l'identification des opportunités et des facteurs de développement durable de la ville afin de trouver des solutions pour la protection de ses attractions.

© 2018 Holy Spirit University of Kaslik. Publishing services provided by Elsevier B.V. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

1. Introduction

L'industrie touristique constitue, actuellement, le leitmotiv principal de l'activité économique des nations. Non seulement, elle génère des recettes élevées mais aussi elle contribue, davantage, à la création d'emplois. Selon le dernier Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 3,9 % pour atteindre un total de 1 milliard 235 millions. Ainsi, les pays se concurrencent au niveau d'attraction de nouveaux touristes et il en suit de même une compétitivité inter-régions pour une même nation. Tenant compte de l'importance considérable de l'impact du tourisme sur le développement local et durable des pays, plusieurs d'études se sont consacrées à cette discipline pluridisciplinaire.

Cet intérêt croissant à fait l'objet de plusieurs débats, discussions, résultats et voire même des recommandations. Partant de ces constats, l'attrait touristique et ses résultants se trouvent au carrefour de plusieurs approches. Dans ce cadre, le projet méditerranéen « Future of Our Past » (FOP) fut développé en partenariat avec différents pays dont : l'Italie (Lazio, Basilicata, Campania) – l'Egypte (Alexandrie) – l'Espagne (Cordoba) – Malte (Malta) – l'Autorité palestinienne (Bethlehem) – la Tunisie (Monastir) et le Liban (Byblos), ayant pour but la mise en valeur des centres historiques de chaque ville citée dans ces pays membres, et la création de liens permettant de promouvoir le tourisme, secteur économique solide et vigoureux.

* Auteur correspondant.

Adresse e-mail : MarwanAzouri@m.azouri@tbs.education.org >MarwanAzouri@m.azouri@tbs.education.org ()

<https://doi.org/10.1016/j.rgo.2018.05.001>

2214-4234/© 2018 Holy Spirit University of Kaslik. Publishing services provided by Elsevier B.V. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Cependant, chaque ville doit témoigner, à proprement dit, d'un certain cachet matériel et immatériel en vue d'inciter davantage l'affluence des touristes aux sites cités ci-dessus. Selon Casarin et Andreani (2002), il faut repenser les investigations sur le comportement d'achat dans le tourisme : une nouvelle approche devrait permettre de situer les recherches sur le processus décisionnel des organisations touristiques dans une démarche proche de la réalité. Dans ce sens, la problématique de ce travail de recherche consiste à comprendre : comment les touristes évaluent un site touristique et dans quelle mesure ils souhaitent y réitérer l'expérience ?

Dans le cadre de cette problématique de recherche, il est fort constatable de prendre en considération des perceptions des touristes comme déterminants pour l'accroissement du tourisme pour une région ou ville particulière. Il revient alors aux responsables de la région de promulguer des pratiques voire des stratégies qui incitent davantage l'arrivée des touristes étrangers et la croissance économique de la région. Cette étude témoigne d'un intérêt particulier lorsqu'on tient compte de la stabilité dans la région et que des aspects géopolitiques freinent l'affluence des touristes. Partant des statistiques du site archéologique (2013–2014), une croissance de 14 % est affichée pour les touristes arabes et une croissance de 20 % des Libanais. Alors qu'une décroissance de 15 % est remarquable concernant les touristes européens, américains et autres.

2. Revue de la littérature et modèle conceptuel

Le tourisme est essentiellement basé sur un endroit spécifique et sur identité particulière qui se traduit par une destination touristique à différentes échelles. En tout temps, les états, les organismes de tourisme promeuvent activement une identité d'un lieu déterminé afin d'attirer les touristes et d'accroître leur part de marché dans ladite industrie. La volonté d'établir une identité pour une destination particulière dérive d'intérêts complexes et concurrents qui se manifestés à une échelle régionale et internationale. Le projet FOP a pour perspective la création d'une approche systématique pour la protection et la valorisation des centres historiques de chacune des villes, membres du Projet, tout en identifiant leur patrimoine et leurs particularités et en leur offrant une place touristique et économique plus importante.

Étudier la situation actuelle des centres historiques constitue un point de départ pour construire un modèle de planification touristique basé sur les perceptions des touristes. Pour Hui, Wan, et Ho (2007), l'importance croissante du tourisme sur l'économie nationale d'un pays a accentué les recherches exploratoires au sujet de la motivation et la satisfaction des touristes. Le tourisme joue aussi son rôle exogène dans l'amélioration de la qualité de vie. Il constitue un moyen de communication entre les différentes cultures et civilisations.

Ce modèle sera typique pour une coopération socio-économique entre les sites historiques, permettant à terme, de générer un nombre important de touristes à travers des échanges d'expériences d'un site à un autre et notamment suivant les méthodes de promotion. Py (2007) avance dans ce cadre l'ampleur sociale et l'importance économique du tourisme et souligne que « le tourisme traduira un besoin fondamental d'échanges humains, de découvertes et de ruptures avec les habitudes... ».

Par conséquent, les touristes étrangers ont un impact plus important par rapport aux touristes nationaux. Il est essentiel de comprendre comment les touristes étrangers perçoivent la ville de Byblos comme une destination de voyage afin de les attirer pour concurrencer les villes des pays voisins et avoir un impact économique plus important sur la région. Cependant, avant de songer à la notion d'attraction touristique, il importe de prendre en compte les raisons et les intentions qui motivent les touristes à visiter un site, une ville, voire un pays et que leur ordre de préférence va, en premier, à une destination particulière plutôt qu'à une autre.

La perception par les touristes à l'égard d'une image pour une destination comme un choix privilégié pour le voyage est importante. Autrement dit, Augustyn et Ho (1998) avancent qu'il importe de comprendre les besoins et les motivations des touristes et des dispositions d'adaptation en conséquence.

3. Étude cas de l'ancienne ville de Byblos (Jbeil)

Au Liban, le tourisme international remonte aux années 1880. Ce secteur vit une croissance considérable à partir des années 1960 qui dura jusqu'en 1975. En 2009, le secteur bat le record de 1974, juste avant le déclenchement de la guerre, au temps où le Liban était considéré comme la Suisse de l'Orient : la capitale Beyrouth est classée N.1 parmi les 44 destinations recommandées par le New York Times et l'Unesco la désigne « La capitale mondiale du livre 2009 ».

L'étude de cas de Byblos au Liban, portant sur une enquête et une analyse stratégique des attractions historiques de l'ancienne ville, se montre importante afin de développer une image directrice d'un tourisme durable. Le Liban possède cinq sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'Unesco.

L'un de ces sites, la vallée Sainte de la Qadisha, est classé sous la catégorie des sites naturels depuis 1998 alors qu'Anjar, Baalbeck, Byblos et Tyr sont classés sous la catégorie des sites culturels depuis 1984.

L'objectif consiste à évaluer les ressources potentielles, d'identifier les opportunités et les contraintes, sans négliger la participation de la population autochtone, puisque la solidarité aide à construire un territoire socialement responsable.

Du côté géographique, la ville de Byblos, située à 38 km de Beyrouth le long de la côte méditerranéenne, se trouve à mi-chemin entre Tripoli (considérée la 2^e capitale du Liban) et Beyrouth. La ville elle-même fait partie du Caza de Jbeil, qui comprend 84 autres villages. Le noyau ancien de la ville est le site culturel le mieux conservé et habité. La ville de Byblos est classée la

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/7414126>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/7414126>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)