

## L'excellence des destinations

François Bédard, Ph.D.

Volume 30, Number 1, 2011

L'excellence des destinations

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1012103ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1012103ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Bédard, F. (2011). L'excellence des destinations. *Téoros*, 30(1), 9–11.

<https://doi.org/10.7202/1012103ar>

PRÉSENTATION

## L'excellence des destinations

**François BÉDARD**, Ph.D.

Professeur

Département d'études urbaines et touristiques

Université du Québec à Montréal (ESG-UQAM)

Directeur du Centre international de formation et de recherche en tourisme (CIFORT)

bedard.francois@uqam.ca

Dans un contexte de compétition touristique mondiale exacerbée, les destinations, à l'échelle locale ou régionale, jouent aujourd'hui un rôle clé. Les visiteurs choisissent une attraction, une station, une ville ou une région, plutôt qu'un pays. Ils privilégient une entité reconnue par sa marque, par son image. Les différents acteurs au sein d'une destination sont de plus en plus conscients de l'importance de la recherche de l'excellence pour améliorer leur positionnement concurrentiel.

Comment aborder le concept d'excellence d'une destination? La façon de traiter du concept d'excellence serait-elle fonction de la définition du concept de destination, d'où la nécessité de revisiter le concept de destination?

On ne peut aborder les problématiques liées à l'excellence d'une destination sans que surgisse la question de la mesure de cette excellence. Quels sont les variables et les indicateurs à prendre en compte dans la conception d'un système de mesure? Y a-t-il des variables universelles, c'est-à-dire des variables qui s'appliquent pour tous les types ou toutes les catégories de destinations : les destinations urbaines, rurales, de littoral, de montagne, de nature, de découverte; les destinations situées dans un pays du Nord et celles situées dans un pays du Sud?

Comment prendre en compte l'appréciation d'une destination par les visiteurs? Doit-on la mesurer en fonction de leur expérience vécue, de leurs attentes, etc.? Une même destination pourrait être perçue comme excellente par des visiteurs parce qu'ils y ont vécu une expérience satisfaisante, et médiocre par d'autres parce qu'ils ont été déçus de leur expérience. Se pose alors la question de l'importance du profil sociodémographique et des attentes des visiteurs dans leur perception du niveau d'excellence d'une destination.

À ces questions, s'ajoutent les principes du développement durable du tourisme et des outils promus par les grandes institutions tels l'Organisation mondiale du tourisme, l'UNESCO, le Programme des Nations Unies pour le Développement, le Global Sustainable Tourism Council de la UN Foundation,

la National Geographic Society et le Centre mondial d'excellence des destinations. Ces principes et ces outils peuvent-ils servir d'assises à un système de mesure de l'excellence des destinations?

Il existe dans le monde des dizaines de milliers de destinations à l'échelle locale ou régionale, ayant chacune leurs caractéristiques propres (ex. : l'offre, les marchés cibles, la structure, le niveau de maturité de l'industrie touristique, etc.). Dans un tel contexte, est-il possible de concevoir un système de mesure de l'excellence qui puisse être assez souple pour prendre en compte une aussi grande hétérogénéité ou encore doit-on traiter de l'excellence par type de destination?

Quoique l'excellence des destinations fasse partie depuis quelques années du discours des principaux leaders de l'industrie du tourisme, force est de constater qu'en tant qu'objet de recherche tout reste encore à faire. C'est pourquoi il est apparu utile de consacrer un dossier de *Téoros* à cette thématique.

Une synthèse des mots-clés des textes publiés dans ce numéro nous donne une vision d'ensemble de son contenu. Quelques auteurs s'intéressent plus particulièrement aux aspects théoriques des concepts de destination (destination urbaine ou métropolitaine, de territoire touristique, de haut-lieu touristique) et d'excellence (durable) d'une destination. D'autres traitent de problématiques liées à la gouvernance d'une destination, aux acteurs institutionnels, aux pratiques responsables, à la responsabilité sociale des entreprises. Enfin quelques-uns abordent l'excellence des destinations sous l'angle du patrimoine culturel, d'authenticité, d'interculturalité, de regard touristique, des risques perçus, d'utilisation du Web.

Le concept de destination fait l'objet d'une grande utilisation en tourisme tant dans le monde professionnel que dans celui de la communauté scientifique. Cette situation montre toutefois un paradoxe : si l'on reconnaît la puissance du mot destination relative notamment à sa richesse anthropologique, l'on observera néanmoins un déficit définitionnel, voire l'absence d'une définition partagée par la

communauté scientifique. À quelles significations renvoie le mot destination ? Boualem Kadri, Mohamed Reda Khomsi et Maria Bondarenko s'intéressent à cette question. Dans leur article intitulé *Le concept de destination : diversité sémantique et réalité organisationnelle*, les auteurs exposent les résultats d'une analyse sémantique et conceptuelle du concept de destination réalisée à partir d'un corpus d'écrits portant plus particulièrement sur le tourisme urbain. À la lumière de cette analyse, une nouvelle perspective d'appréhension du concept de destination notamment urbaine est proposée, basée sur la notion de projet et montrant la destination comme un ensemble de « projets » différenciés mais intégrés à un « projet » global.

Dans une approche géographique du tourisme, la destination touristique signifierait le lieu ou l'espace promu, reconnu et élu permettant aux individus d'échapper aux contraintes par une mobilité touristique. Aussi, comment évaluer la destination touristique ? Dans quelle mesure serait-elle excellente ? Par le choix du haut-lieu touristique comme cadre d'analyse, Jérôme Piriou cherche à comprendre en quoi les caractéristiques de ce lieu justifieraient et illustreraient l'excellence d'une destination. Son texte *Le haut-lieu touristique : un cadre d'analyse de l'excellence d'une destination* démontre que l'altérité du lieu contribuerait dans une certaine mesure à la mobilité à des fins récréatives. Par ailleurs, dans un contexte de mondialisation du tourisme, les hauts-lieux touristiques demeurent des lieux localisés et localisants par leurs valeurs, la connaissance de leurs pratiques. Cependant, les acteurs du tourisme évalueraient la destination touristique différemment, car les critères dépendraient de leur projet et de leurs intentions. Aussi, l'étude de quelques cas français et la prise en compte des composants systémiques du tourisme que sont les acteurs, les lieux et les pratiques ont permis d'esquisser quelques pistes de réponses.

L'objet de l'article d'Axel Frick et de Corinne Van der Yeught est de comprendre comment une destination touristique peut expérimenter une forme d'excellence « durable » compte tenu de la variété des acteurs (publics et privés) qui composent la chaîne de valeur touristique et de la complexité des processus décisionnels. Leur article *Expérimenter et innover pour tendre vers l'excellence « durable » dans une destination : la démarche collective EVEIL-Tourisme en Pays d'Aubagne et de l'Étoile* procède en deux temps. Dans un premier temps, les concepts d'excellence, de développement durable des territoires et de responsabilité sociale des entreprises sont examinés, et les difficultés rencontrées par les organisations poursuivant des objectifs de durabilité sont identifiées. Dans un second temps, l'article présente les premiers résultats d'une recherche intervention menée au sein d'un projet pilote de développement touristique durable en phase d'expansion dans le sud de la France : la démarche EVEIL-Tourisme. L'intérêt de cette démarche réside dans l'accompagnement qu'elle propose aux opérateurs touristiques souhaitant progresser vers des pratiques responsables, et dans son approche systémique et transversale qui concourt au développement durable du territoire.

L'article de Melchisedek Chétima est intitulé *Par ici l'authenticité ! Tourisme et mise en scène du patrimoine culturel dans les monts Mandara du Cameroun*. Cette étude est née d'une

série de questionnements auxquels l'auteur était confronté en observant les touristes dans les monts Mandara du Cameroun. Étant originaire de cette région, l'auteur s'est posé la question de savoir ce que les touristes recherchaient exactement et ce qui les passionnait dans le traditionnel, le mythique et l'ancestral. Ces interrogations l'a conduit à étudier le rapport entre authenticité et excellence d'une destination. De son étude, il ressort que le pouvoir d'attraction des monts Mandara réside dans la richesse de son patrimoine culturel et naturel, considéré par les visiteurs comme « authentique ». Cependant, cette image « authentique » ne concerne pas seulement les objets culturels dans leur existence réelle. Elle résulte également des mises en scène de la vie quotidienne, orchestrées par les populations d'accueil dans l'intention de se conformer aux attentes des touristes. Les mises en scène sont par la suite relayées par les opérateurs touristiques qui produisent des photos particulièrement sélectives dans le but de circonscrire la nature et la culture locales, et de les offrir, sous une forme visuelle, au regard des touristes.

Comme l'ensemble des pratiques sociales, le secteur du tourisme est touché par la modification rapide des modes de consommation. Ainsi aucune des grandes pratiques du tourisme ni aucun lieu n'est assuré de conserver son aura, sa puissance d'attraction, dans les décennies à venir. L'attractivité d'une destination peut être corrélée à une exigence de sécurité qui vise le risque zéro pour le consommateur. Pour explorer la relation entre les concepts de « risque » et d'« excellence d'une destination touristique », Christiane Gillet, dans son article *Risque et excellence d'une destination touristique : l'exploration de la relation entre deux concepts antinomiques — Étude de cas dans le secteur institutionnel touristique de la région Bretagne (France)*, a fait le choix d'analyser particulièrement les représentations des risques qu'ont les acteurs institutionnels du tourisme pour l'avenir touristique d'une destination régionale française. Une recherche qualitative auprès de 25 acteurs met en exergue la qualité de la gouvernance économique du secteur touristique comme risque et enjeu majeurs pour l'avenir du développement touristique du territoire.

Le dernier article que nous proposons dans ce dossier porte sur la technologie. La forte montée en puissance d'Internet dans la communication du XXI<sup>e</sup> siècle se manifeste aussi dans le monde du tourisme. Les sites Web sont devenus le lieu de rencontre privilégié entre professionnels et touristes. Dans la concurrence vive que se livrent les métropoles, ils sont un atout essentiel, car ils représentent souvent le premier contact qui décide de la suite donnée à la démarche. La recherche de l'excellence de l'outil est donc une priorité. Les aspects d'*usability* et d'*efficiency* des sites sont à juste titre souvent mis en avant par les spécialistes, mais ils ne sont pas particuliers au tourisme. En revanche, la dimension interculturelle est autant spécifique du domaine qu'elle est essentielle. L'article de Philippe Viallon et de Sandrine Henneke-Lange, *L'approche interculturelle comme critère de l'excellence des sites Web des métropoles touristiques*, analyse dans quelle mesure les sites de quelques métropoles européennes et nord-américaines tiennent compte de cette dimension. Le résultat est que les stratégies sont très diverses. Certains se contentent de quelques traductions qui sont souvent des copies conformes

à l'original. À l'inverse, d'autres ont une démarche proactive d'adaptation à la culture du visiteur : ils donnent ainsi une image de professionnels soucieux d'aller au devant des désirs de leurs visiteurs, celle de l'excellence.

Nous vous invitons à visiter le site Internet de *Téoros* (teoros.revues.org) pour lire un entretien avec J. R. Brent Ritchie de l'Université de Calgary. En guise d'introduction, le professeur Ritchie nous propose une définition du concept de l'excellence des destinations. Par la suite, il fait un tour d'horizon de ses principales contributions dans la recherche en tourisme au cours des 30 dernières années. Il conclut en énonçant quelques défis à relever par les gestionnaires de destination et en dégagant trois grandes tendances dans l'industrie du tourisme. ■

### Références

- BALOGLU, Seymus et Ken MC CLEARY (1999) "A Model of Destination Image Formation", *Annals of Tourism Research*, n° 26, p. 868-897.
- BARTHÈS, Cédric (2005) « Méthode et outils pour bâtir une stratégie touristique de territoire », *Guide d'ingénierie territoriale*, Voiron : La lettre du cadre territorial, coll. « Dossiers d'experts », 110 p.
- BÉDARD, François (1999) « Adaptation aux nouvelles technologies dans l'industrie du tourisme », *Téoros*, vol. 18, n° 3, automne, p. 33-39.
- BENSAHEL, Liliane et Myriam DONSIMONI (1999) *Le Tourisme, facteur de développement local*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 109 p.
- BERGERY, Line et Cécile DEJOUX (2006) « Élargissement de la notion d'excellence : vers l'excellence durable », *Revue Gestion 2000*, n° 6, p. 147-164.
- BON, Véronique (2009) « Le développement durable : des fondements pour l'entreprise aux écueils managériaux », *Management & Avenir*, vol. 9, n° 29, p. 172-190.
- BONNEMAISON, Joël (1999) *Les territoires de l'identité*, Paris : L'Harmattan. 316 p.
- BOTTI Laurent, Nicolas PEYPOCH, Bernardin SOLONANDRASANA (2008) « De la destination touristique », chapitre 1 DANS *Ingénierie du tourisme : Concepts, Méthode, Applications*, p. 19-33. Bruxelles : De Boeck, coll. « les Métiers du tourisme ».
- CAZELAIS, Normand (2000) « L'espace touristique québécois contemporain », DANS CAZELAIS, Normand, Roger NADEAU et Gérard BEAUDET (sous la direction de), *L'Espace touristique*, p. 5-60. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- CHAHABRA, Deepak; Robert HEALY et Erin SILLS (2003) "Staged Authenticity and Heritage Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 30, n° 3, p. 702-719.
- COEFFE, Vincent, Hélène DESIRE-PEBARTHE et Philippe VIOLIER (2007) « Mondialisation et mondes du tourisme », *L'information géographique*, vol. 71, n° 2, p. 83-96.
- DAVIDSON, Rob et Robert MAITLAND (1997) *Tourism destinations: the dynamics and evolution of tourism destination*, Londres : Hodder and Stoughton. 281 p.
- ETCHNER, Charlotte et Brent RITCHIE (1991) "The Meaning and measurement of destination image", *The Journal tourism studies*, n° 2, p. 2-12.
- GALLARZA, Martina, Irene GIL SAURA et Haydée CALDERON GARCIA (2002) "Destination image: Towards a Conceptual Framework", *Annals of tourism research*, vol 29, n° 1, p. 56-78.
- GIESSEN, Hans et Virginie VIALON (2009) « L'élaboration des sites Internet dans des pays différents: prédominance culturelle ou contrainte du média? », *Proceedings International conference*. Conférence. Athènes : New medias, convergences and divergences. DVD.
- GOELDNER, Charles et J. R. Brent RITCHIE (2006) *Tourism: principles, practices, philosophies*, 10<sup>e</sup> édition, Hoboken (NJ) : John Wiley & Sons. 521 p.
- HAYLLAR, Bruce, Tonny GRIFFIN et Deborah EDWARDS (2008) *City spaces, Tourist places. Urban tourism precincts*, Elsevier : Butterworth-Heinemann. 381 p.
- HAZEBROUCQ, Jean-Marie (2009) « De l'espace touristique à la destination touristique : un territoire qui se projette », DANS LEMASSON, Jean Pierre et Philippe VIOLIER (sous la direction de), *Destinations et territoires*, p. 7-22. Sainte-Foy : Éditions Téoros, Presses de l'Université du Québec.
- KIM, Seehyung et Yoohik YOON (2003) "The Hierarchical Effects of Affective and Cognitive Components on Tourism Destination Image", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 14, n° 2, p. 1-22.
- LESNE Anaïs et Michel ZINS (2009) « Évaluer les destinations touristiques dans un contexte de multiplication des expériences offertes aux touristes internationaux », DANS LEMASSON, Jean Pierre et Philippe VIOLIER (sous la direction de), *Destinations et territoires*, p. 23-37. Sainte-Foy : Éditions Téoros, Presses de l'Université du Québec.
- PETERS, Thomas et Robert WATERMANN (2004) *Le prix de l'excellence*, 2<sup>e</sup> édition, Paris : Dunod. 360 p.
- PILETTE, Danielle et Boualem KADRI (2005) *Le tourisme métropolitain : le cas de Montréal*, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 139 p.
- RAFFOUR, Guy (2003) *E.tourisme interactif. Les enjeux des infomédiations sur l'offre et la demande touristique*, Paris : La documentation française. 448 p.
- RITCHIE, J. R. Brent et Geoffrey I. Crouch (2003) *The Competitive Destination: A sustainable tourism perspective*, Oxon : CABI Publishing. 272 p.
- TOMATIS, Joseph (2006) « Anticiper les crises pour mieux relancer les destinations », *Les Cahiers Espaces* « Anticiper les vieillissement des destinations », n° 235, p. 23-27.
- UNWTO (2004) *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, Madrid : World Tourism Organization. 507 p.
- UNWTO (2007) *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid : World Tourism Organization. 150 p.
- UNWTO (2008) *Handbook on E-marketing for Tourism Destinations*, Madrid : World Tourism Organization. 277 p.
- UNWTO (2009) *Handbook on Tourism Destination Branding*, Madrid : World Tourism Organization. 165 p.
- VALDEZ MUÑOS, Raul et Jean-Charles CHEBAT (1997) « La compréhension du choix de destination touristique. Vers un modèle de comportement axé sur le dynamisme des ensembles de choix de destination de touriste », *ADETEM, Revue Française du Marketing*, n° 163, p. 19-36.
- VIOLIER, Philippe (2009) « Proposition pour un modèle d'analyse dynamique des lieux touristiques », DANS LEMASSON, Jean-Pierre et Philippe VIOLIER (dir.), *Destinations et territoires*, volume 1, p. 26-27. Montréal : Éditions Téoros, Presses de l'Université du Québec.
- VIVIANE, Hamon (2005) « Authenticité, tourisme durable et marketing », *Espaces*, n° 228, p. 42-56.