



**UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURÈS
INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION**

MASTER TOURISME

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Vers un tourisme durable au Myanmar : la création d'un observatoire

Présenté par :
Aye Nyein THU

Année universitaire : **2020 - 2021**

Sous la direction de : **Laurence LAFFORGUE**

MASTER TOURISME

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Vers un tourisme durable au Myanmar : la création d'un observatoire

Présenté par :

Aye Nyein THU

Année universitaire : **2020 - 2021**

Sous la direction de : **Laurence LAFFORGUE**

L'ISTHIA de l'Université de Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

Remerciements

Je tiens à témoigner toute ma reconnaissance aux personnes suivantes, pour leur aide dans la réalisation de ce mémoire :

Je voudrais dans un premier temps remercier, mon directeur de mémoire Madame Laurence LAFFORGUE, Maître de conférences associé en droit public, Co-responsable du Master 1 « TIC ADTT » qui m'a apporté l'encouragement dont j'avais besoin pour réaliser ce travail passionnant. Elle a su me guider dans mes lectures, qui m'ont orienté dans mes recherches.

Je remercie également toute l'équipe pédagogique de l'ISTHIA, l'université de Toulouse - Jean Jaurès et les intervenants professionnels responsables de ma formation, pour avoir assuré la partie théorique de celle-ci.

Monsieur Philippe GODARD, Co-responsable du master TIC ADTT, à l'université de Toulouse – Jean Jaurès, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion.

Par ailleurs, je tiens à remercier madame BESSIERE et monsieur RAYSSAC pour leur cours de méthodologie de recherche pour réaliser ce mémoire.

Messieurs U Aung Aye Han et U Naung Naung Han, pour m'avoir accordé des entretiens et avoir répondu à mes questions sur le secteur du tourisme au Myanmar, ainsi que leurs expériences personnelles.

Un grand merci à Alain Viguerie pour avoir relu mon mémoire. Ses conseils de rédaction ont été très précieux. Thurain Aung pour permettre d'utiliser ses photos. Yi May Thaw pour la vérification du résumé en anglais.

Je remercie mes parents, l'ensemble de mes proches, pour leur soutien constant et leurs encouragements durant toute la durée de rédaction de ce travail.

Pour finir, un grand merci à mes amis et mes proches birmans surtout pour leur courage en ces moments difficiles au Myanmar (Birmanie). Je vous soutiens de tout cœur.

Sommaire

Remerciements	4
Sommaire	5
Introduction générale	7
Partie 1 : L’observatoire touristique, la gestion des données et les défis de l’émergence du numérique dans un pays en voie de développement comme le Myanmar	9
Introduction de la partie 1 :	10
Chapitre 1 : Les approches et les notions à explorer	11
Chapitre 2 : Le Big Data, l’Open Data et la gestion de données dans l’observation	19
Chapitre 3 : Les enjeux et les défis du tourisme dans le contexte du Myanmar	30
Conclusion de la partie 1	41
Partie 2 : la création d'un observatoire touristique : un outil au service d'un développement territorial durable	42
Introduction de la partie 2	43
Chapitre 1 : L’adhésion des principaux acteurs et mise en place d’un système opérationnel sur la création d’un observatoire touristique	44
Chapitre 2 : Les bases de la création d’un observatoire touristique et la diversification des données	52
Conclusion de la partie 2	58
Partie 3 : Terrain de recherche et méthodologie probatoire proposée ...	59
Introduction de la partie 3 :	60

Chapitre 1 : Le terrain d'étude : le site de Bagan inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO.	61
Chapitre 2 : La Méthodologie probatoire proposée.....	65
Conclusion de la partie 3.....	72
Conclusion.....	73
Bibliographie.....	74
Annexe	77

Introduction générale

Le tourisme de nos jours est l'une des industries majeures au niveau global. De par sa nature, sa complexité et sa transversalité, le tourisme demande des analyses et des observations toujours plus exigeantes aux acteurs touristiques afin de pouvoir mettre en place une stratégie ou prendre une décision dans cet univers où le numérique évolue en permanence. L'observatoire touristique permet aux acteurs de connaître un point de vue de l'ensemble du secteur.

Aujourd'hui, la plupart des acteurs principaux du territoire considèrent de plus en plus le tourisme comme un facteur de développement. Avec la concurrence entre les territoires, l'observatoire touristique prend un rôle essentiel pour appliquer une stratégie de Marketing, développer l'attractivité du territoire et générer des retombées économiques. Selon J.M Blanc, directeur de Spot Auvergne, « *Comprendre le présent pour éclairer l'avenir*¹ », une formule inspirée par la méditation qui peut s'appliquer à l'observation. Avant de définir des stratégies et des projets touristiques pour augmenter l'attractivité et les retombées économiques territoriales, il est évident qu'il faut comprendre son état des lieux, ses cadres de référence et les notions sur lesquelles il convient de s'appuyer pour se diriger vers un développement territorial durable. Les professionnels ont bien pris en compte que l'observation et l'évaluation en permanence sont nécessaires dans tous les domaines, que ce soit pour un organisme, un territoire, ou un pays, ou même au niveau international. Néanmoins, très peu de territoire analyse l'ensemble des volets du tourisme durable : environnemental, social et économique.

L'émergence du Big Data bouleverse l'observation touristique. Le manque de compétence numérique dans le tourisme pour le traitement du Big Data et la rapidité des données générées provoquent des défis aux acteurs dans l'observation. En outre, la décentralisation des territoires et l'ouverture des données avec le concept de l'Open Data rendent complexe le domaine de l'observation. Normaliser des données homogènes et les traiter de la manière la plus efficace devient un enjeu

¹ Blanc Jean-Michel, L'observation, un outil de stratégie touristique, *Cahier espaces : Tourisme et Loisirs*, septembre 2006, no 90

majeur en prenant en compte la notion de durabilité. Avec la transversalité du tourisme et la complexité du domaine de l'observation, une question s'est posée pour un pays en voie de développement comme le Myanmar, qui est au début de l'observation touristique dans le but d'aller vers un tourisme durable et de qualité. Ce travail de recherche est basé sur la situation du secteur du tourisme au Myanmar avant les événements du premier février 2021.

« Comment développer un observatoire touristique pour avoir un état des lieux au Myanmar afin d'aller vers un tourisme durable ? »

Pour traiter cette problématique, dans une première partie, nous chercherons d'abord à mieux comprendre les thèmes du tourisme et de la durabilité. Nous aborderons la notion de l'observation et son évolution dans le temps. Ensuite, nous présentons les concepts du Big Data, l'Open Data avec la gestion des données. Nous terminons cette partie en mettant en évidence les défis de l'émergence du numérique dans un pays en voie de développement comme le Myanmar et son état des lieux.

La deuxième partie traitera des conditions de la création d'un observatoire au service de la valorisation touristique durable au Myanmar. Seront exposés nos deux pistes de réponse qui sont la collaboration des différents acteurs principaux, d'une part, et d'autre part les bases de la création d'un observatoire touristique et la diversification des données.

Dans une troisième et dernière partie, nous présenterons le terrain de recherche local retenu au Myanmar qui permettra de vérifier nos hypothèses de recherche.

Partie 1 : L'observatoire touristique, la gestion des données et les défis de l'émergence du numérique dans un pays en voie de développement comme le Myanmar

Introduction de la partie 1 :

L'évolution du numérique et l'émergence du Big Data dans l'économie demandent plus d'enjeux dans tous les secteurs économiques dans lesquels le tourisme est compris. Le rôle de l'observation pour déterminer des stratégies devient indispensable de nos jours. Depuis plus de trois décennies, le monde a plus conscience qu'il faut agir pour le développement durable. La notion de la durabilité est introduite dans différents secteurs.

Le premier chapitre abordera le thème du tourisme et du développement durable, l'application de la notion de durabilité dans le tourisme pour comprendre le secteur du tourisme et ses enjeux.

Dans le deuxième chapitre, la notion de l'observation, son évolution, ses concepts et ses enjeux de nos jours seront présentés.

Le dernier chapitre de cette partie abordera le Myanmar (la Birmanie) pour comprendre son état des lieux, ses enjeux et ses défis dans le tourisme.

Chapitre 1 : Les approches et les notions à explorer

1. Tourisme et développement durable

Le thème du tourisme en raison de sa transversalité, est complexe et varié pour le définir dans sa globalité. Selon les intérêts des acteurs qui jouent directement ou indirectement un rôle dans le tourisme et leurs activités, il peut y avoir différentes notions du tourisme parmi lesquelles la durabilité est la plus recherchée.

2. Définitions du tourisme

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la définition du tourisme signifie :

« Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs ».

Cette définition montre qu'il est complexe pour les spécialistes de déterminer les acteurs concernés par le tourisme. En 1975, une nouvelle approche de l'économie du tourisme est définie par une commission interministérielle *ad hoc* y compris l'Insee, la Commissariat général du plan, la Direction de la prévision et plusieurs ministères (Culture, Environnement, Jeunesse et sports). Cette approche tient compte de deux points : le caractère transversal du tourisme et la difficulté de donner une définition précise du tourisme au travers des activités qui concourent à sa production².

² Observation du tourisme : de la construction du dispositif aux enjeux futurs, Juris Tourisme, numéro 232, p 18

Le concept de re-création avancée au début des années 80 selon Graburn, professeur d'anthropologie socioculturelle à Berkeley (Université de Californie), pour définir le tourisme et traduit en français par Michalon dans sa thèse (2020, p.23) en 2020 comme :

« Le tourisme est cette pratique caractéristique de nombreuses sociétés modernes et industrielles, qui implique le voyage et qui s'inscrit dans un ensemble de comportements non-habituels : jeu, rituel, cérémonie, communion, états de conscience altérés, méditation, culte, pèlerinage, etc. Comme pour toutes ces pratiques, le tourisme implique une prise de distance avec sa vie 'instrumentale' normale et son gagne-pain, et offre l'entrée dans une autre sorte d'état moral, dans lequel les besoins mentaux, expressifs et culturels passent au premier plan. Il n'y a donc rien d'étonnant à ce que le tourisme soit souvent considéré comme une re-création : le renouveau de la vie, le rechargement d'éléments fatigués, si nécessaire au maintien de la santé mentale et physique.³ »
(Graburn, 1983, p.11)

Cette définition est cependant contradictoire avec quelques notions du tourisme. En prenant la définition du terme 'touriste' selon l'OMT, un touriste signifie « toute personne effectuant un voyage comprenant au moins une nuit passée hors de son domicile habituel » ou selon l'INSEE « visiteur qui passe au moins une nuit dans un hébergement pour un motif professionnel ou privé. » Dans ces définitions, l'activité professionnelle est comprise dans la définition du touriste.

En outre, les différents types et formes de tourisme complètent les notions et les définitions. Il existe concrètement autant de types de tourisme que d'intérêts humains. Les définitions opérationnelles des formes de tourisme peuvent nous aider à comprendre la nature et le thème « Tourisme ». Selon l'OMT, ce sont : le tourisme culturel, l'écotourisme, le tourisme rural, le tourisme d'aventure, le tourisme de

³ Graburn Nelson H.H. *The anthropology of tourism*, Volume 10, Issue 1, Annals of Tourism Research, 1983, P 9-33. <https://www.sciencedirect.com/journal/annals-of-tourism-research/vol/10/issue/1>. (Consulté le 12-02-2021)

santé, le tourisme de bien-être, le tourisme médical, le tourisme d'affaires (lié à l'industrie des réunions), le tourisme de gastronomie, y compris l'œnotourisme (tourisme du vin), le tourisme côtier, maritime et en eaux intérieures, le tourisme urbain/en ville, le tourisme de montagne, le tourisme éducatif et le tourisme sportif. Ces définitions complètes proposées par l'OMT figurent dans l'annexe A.

Nous pouvons distinguer deux types de tourisme en général : tourisme de proximité et tourisme international. Parmi eux, il y a deux types de clientèles, l'une appartenant au tourisme de masse signifiant un groupe de personnes agroupées par un opérateur touristique et l'autre au tourisme individuel décidant de leurs activités et itinéraires sans intervention d'opérateurs⁴.

Tous ces notions rendent complexe de décrire le tourisme en une seule définition. En fonction des projets et fonctionnalités touristiques, il faut tenir compte des différents acteurs concernés par l'industrie du tourisme, parmi eux, les entreprises internationales, les PME, les petits acteurs locaux, les intérêts des habitants, les emplois d'été, les services publics, les associations et les activités de plein air, les « acteurs amateurs » comme les propriétaires des gîtes et des chambres d'hôte. Au-delà de ceci, les sites patrimoniaux et historiques, les patrimoines naturels, les destinations touristiques ou « destination management organisation (DMO) » en anglais, les autorités et les députés des territoires prennent un rôle majeur dans le tourisme. Ces diverses formes de productions touristiques rendent complexe la mesure du développement économique du tourisme d'un pays ou d'un territoire.

Le tourisme de nos jours est un secteur d'activités qui est considéré comme un élément indispensable pour le développement territorial. En valorisant un territoire, le tourisme génère un développement économique et la notoriété. Il est lié à plusieurs ressources : patrimoines culturels, naturels, paysages, gastronomie, etc... Cette retombée économique créée par les activités touristiques peut servir dans la préservation et la valorisation de la culture, des patrimoines et des projets

⁴ <https://lesdefinitions.fr/tourisme>. (Consulté le 10-3-2021).

environnementaux. En outre, cela peut aider les habitants et les acteurs locaux en créant des emplois et des revenus.

3. La notion de la durabilité

Depuis la fin de 18^{ème} siècle, l'industrialisation dans la plupart des pays développés permettent aux gens d'avoir une qualité de vie meilleure. Ce modèle de croissance de production donne les moyens pour l'essor économique d'un pays. D'autre part, avec le succès ce modèle, le monde se dirige vers l'épuisement des ressources naturelles dont le secteur de l'énergie est un des plus concernés. Selon Atout France « 80 % de l'énergie utilisée actuellement est d'origine fossile et au rythme actuel de consommation, la plupart des matières premières énergétiques non renouvelables (pétrole, gaz, uranium, charbon...) seront épuisées dans les prochaines décennies. » (2011, p.9)

La notion du développement durable est apparue dans un premier temps pour protéger la nature et la biodiversité. De nos jours, elle s'intègre dans tous les domaines. Les gens prennent conscience non seulement du changement climatique mais aussi de l'importance de garder les richesses naturelles de notre planète. Les spécialistes se posent des questions depuis toujours sur la définition de la durabilité du développement économique d'un territoire ou d'un pays. Selon Monsieur Boumeggouti, maître de conférences en géographie de l'ISTHIA, « Il faut arrêter de croire que cette croissance du développement économique est infinie dans ce monde où les ressources sont définies et limitées.⁵ »

Toutes ces questions qui nous interrogent sur le modèle et le développement économique ne sont pas nouvelles. En 1972, le rapport de « Limits to Growth » par MIT (Institut de technologie du Massachusetts), première étude, s'interroge pour la première fois sur la question de la durabilité du système économique. 15 ans plus tard, en 1987, la définition de développement durable est née avec la citation de

⁵ Boumeggouti Driss, *De l'aménagement de territoire à l'aménagement touristique en France*, Cours de master 1, TIC ADTT, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2020.

Mme Gro Harlem Brundtland, Premier Ministre norvégien. Selon elle, le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

En 1992, le Sommet de la Terre à Rio, tenu sous l'égide des Nations unies, officialise la notion de développement durable et celle des trois piliers (économie/écologie/social) : un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.⁶

Le Sommet mondial sur le développement durable a eu lieu en 2002. Plusieurs chefs d'états, gouvernements et ONG ont adopté un plan d'action sur la pauvreté et la paupérisation, la consommation, les ressources naturelles et leur gestion, la globalisation, le respect des Droits de l'homme. En 2005, le protocole de Kyoto discuté en 1997 sur la réduction des gaz à effet de serre a été approuvé.

Les objectifs de développement durable ont été fixés par l'Organisation des Nations Unies en 2015 avec l'ambition de les atteindre en 2030. Ils répondent aux défis mondiaux, particulièrement liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice.

Le concept du développement durable engage un équilibre entre l'homme, l'économie et la nature. Il y a trois phases dans cette approche comme le passé, le présent et le futur. En raison des problèmes du passé de la diminution des ressources comme les matières premières, les énergies fossiles, l'eau, la biodiversité et l'accroissement de la population, de la consommation, des besoins énergétiques, des déplacements, des déchets, des inégalités dans ce monde, aujourd'hui, il y a des enjeux et défis économiques, sociaux et environnementaux. Le développement durable sera la solution pour notre futur en certifiant un équilibre entre ces trois volets économique, social et environnemental. Ce concept nous fait comprendre que tous les secteurs d'activité ont la responsabilité de protéger notre planète.

⁶ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1644>. (Consulté le 10-3-2021).

4. La durabilité appliquée au tourisme

Aujourd'hui, pour parler de la durabilité appliquée au tourisme, on parle de tourisme durable, directement traduit par le mot anglais « sustainable tourism », d'autres termes sont aussi couramment utilisés comme le développement durable du tourisme et le tourisme responsable.

Définition du tourisme durable par l'OMT signifie :

« Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. »

Dans un premier temps, les démarches du développement durable furent initiées dans le secteur de l'agriculture vivrière et de l'artisanat de proximité. En suivant, ces démarches se sont intégrées dans les domaines du tourisme. De nos jours, le tourisme devient un axe essentiel dans les démarches de la durabilité.

« Les principes du tourisme ont été définis lors de la Conférence mondiale du tourisme durable à Lanzarote les 27 et 28 avril 1995. Cette charte du tourisme durable s'inspire des principes énoncés dans la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement et des recommandations de l'Agenda 21. » (Atout France, 2011, p. 16)

Le tourisme est fortement lié d'une façon à l'autre avec la durabilité. Avec sa qualité de transversalité et ses divers acteurs concernés, selon l'OMT, les directives en matière de développement et les méthodes de gestion du tourisme durable sont applicables à toutes les formes de tourisme et à tous les types de destination, y compris le tourisme de masse et les divers segments spécialisés.⁷

Selon l'OMT, le tourisme durable doit :

- « Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en

⁷ <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development>. (Consulté le 19 mars 2021).

préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;

- Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ;
- Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socioéconomiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté.⁸ »

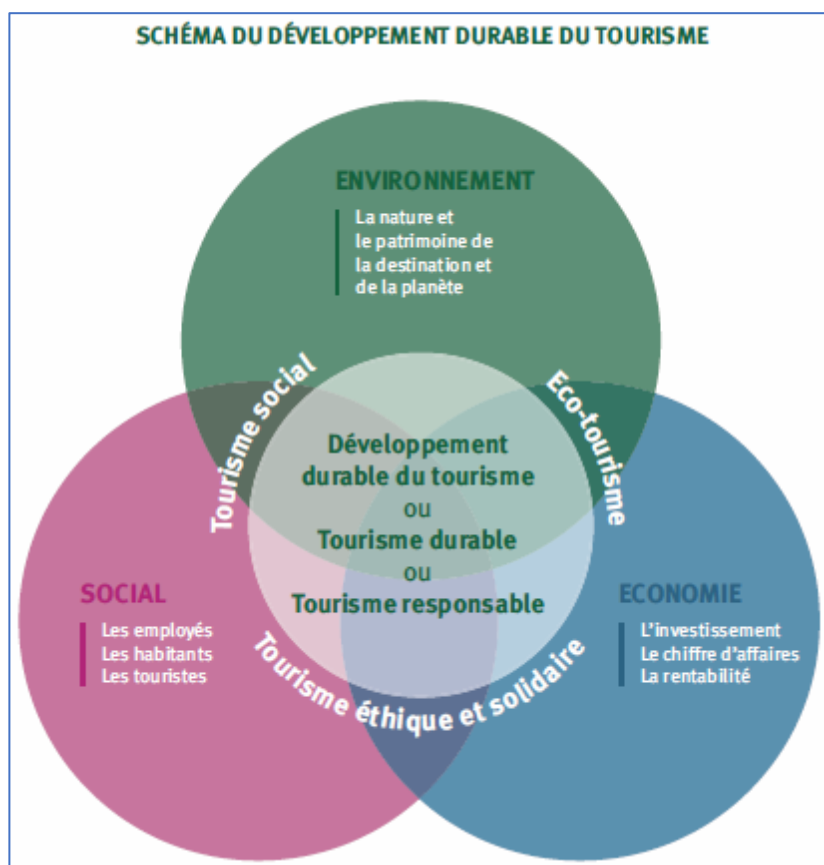


Figure 1 : Schéma du Développement durable du tourisme ⁹

⁸ <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development>. (Consulté le 3.3.2021).

⁹ 11 édition Atout France – Tourisme et développement durable p.17

Le schéma du développement durable en trois secteurs croisés : économique, social et environnemental, est appliqué dans le tourisme durable sous forme de trois piliers touristiques : « Tourisme social », « Eco-tourisme » et « Tourisme éthique et solidaire ». Comme le tourisme est transversal, il y a plusieurs facteurs et acteurs qui sont interconnectés directement ou indirectement dans ce domaine. Le schéma du développement durable du tourisme permet de comprendre qu'il faut un équilibre entre ces trois piliers qui sont liés pour l'application de la durabilité dans le tourisme.

Selon Atout France (2011, p. 12), « l'industrie du tourisme représente 9% du PIB mondial, 4% du PIB européen et 6,5% du PIB français. En France, les dépenses des visiteurs internationaux atteignent près de 40 milliards d'euros. Le tourisme représente 220 millions d'emplois directs dans le monde et, en France, génère près de 900 000 emplois salariés directs. »

Ce nombre de création d'emplois locaux contribuent largement dans la socio-économie de plusieurs territoires. Néanmoins, les difficultés de quelques territoires, où ils n'ont pas la capacité de former ou de gérer les personnels et ressources humaines, l'insuffisance de reconnaissance des emplois, nous emmènent vers les problèmes des salaires sous-payés, des emplois forcés des enfants et du tourisme sexuel. Ce dernier représente environ 10 % des déplacements touristiques mondiaux." (Source OMT – 2007)

Le tourisme peut être un facteur de développement pour un territoire et en même temps, avec ce développement économique, la vie devient chère au niveau des dépenses quotidiennes et le loyer, ce n'est plus viable pour les habitants locaux. C'est le cas dans quelques grandes villes européennes.

Pour un voyageur ou un voyageur, l'application du tourisme durable signifie tout simplement d'utiliser un hébergement durable, choisir un transport et des activités durables. Il y a toujours des risques dans la mobilité liée au pétrole et l'émission de CO₂, les emprunts carbone, le problème de consommation d'eau, la pollution et les déchets qui sont générés par le tourisme, la dégradation des patrimoines naturels et culturels etc... ajoutant le risque d'acculturation ou folklorisations.

Chapitre 2 : Le Big Data, l'Open Data et la gestion de données dans l'observation

1. La notion de l'observation

L'observation touristique s'est développée pour répondre aux besoins de connaissances du secteur par les différents acteurs du tourisme. Après une phase de développement au niveau national, la méthodologie approuvée sera reprise par plusieurs instances internationales. De nos jours, grâce au numérique, à l'avènement du Big Data, les outils pour l'observation ont beaucoup évolué. Les études qui prenaient du temps hier, peuvent aboutir très rapidement. Mais l'observation a perdu l'observatoire national qui lui était dédié contre une multitude d'organismes, depuis les fédérations nationales aux offices du tourisme, produisant alors un ensemble de données hétérogènes et difficilement exploitables dans son ensemble. L'exploitation des Open Data peuvent permettre d'avoir une nouvelle vision de l'état du tourisme.

1.1. L'évolution de l'observation touristique dans le temps

Dans le but de mieux comprendre les effets économiques du tourisme en France, une commission interministérielle se chargea d'établir en 1975 une comptabilité économique du tourisme. Deux points vont en ressortir : le caractère transversal du tourisme et la difficulté de lui donner une définition précise. L'article d'Observation du tourisme : dispositif aux enjeux futurs¹⁰ fait par Juris tourisme retrace ces évolutions.

Pour le premier point, l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economique) appliqua le « système élargi de comptabilité national » (SECN) qui

¹⁰ L'article d'Observation du tourisme : dispositif aux enjeux futurs, Juris tourisme 2020, numéro 232 et l'ouvrage de l'observation

ajoute à l'élément central, des comptes dits « satellites » afin de mieux prendre en compte les retombées périphériques du tourisme.

Enfin pour le définir, il a été décidé de s'arrêter sur la consommation en relevant les activités « caractéristiques » et celles venant de la production des biens et services connexes.

La méthodologie des premiers comptes satellites du tourisme (CST) est prête en 1978 et appliquée pour la première fois en 1979. Par la suite elle sera reprise par l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economiques), l'OMT (Organisation mondiale du Tourisme), Eurostat (direction générale de la commission européenne chargée de l'information statistique), la commission des statistiques des Nations Unies et par de nombreux pays.

En 1980, le rapport final de la commission du tourisme du huitième plan recommande la régionalisation des observatoires. Ce sera renforcé avec les premiers contrats de plan Etat-Région (CPER). Actuellement la région garde toujours un rôle dans l'observation.

Pour aller plus loin que les enquêtes de l'INSEE portant sur les vacances et la fréquentation des établissements touristiques des Français, il sera rajouté en 1991, une enquête mensuelle sur l'ensemble des déplacements touristiques des citoyens français, que ce soit en France ou à l'étranger. Afin de diffuser et valoriser les informations pour la connaissance de l'activité touristique, la même année sera créé l'ONT (Observatoire National du Tourisme), une association indépendante comprenant des partenaires publics et privés. Chaque année de son existence, elle organisera des séminaires, elle éditera des publications de ses analyses et évolutions dans chacun de ses grands secteurs d'activité.

L'ONT sera ensuite fusionné avec l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique) au sein d'ODIT France puis avec Maison de la France pour former Atout France en 2009, « l'agence de développement touristique de la France » dans laquelle la partie observation sera progressivement réduite. Entre temps, les différents observatoires régionaux sont officialisés et l'observation du tourisme est

reprise au niveau local par les offices de tourisme, les communautés de commune, les territoires touristiques, les départements.

1.2. Les concepts, les méthodes et les acteurs de l'observation touristique

L'observation, il s'agit d'une série d'actions, la récolte de données brutes, la compilation de celles-ci, puis l'analyse pour ensuite synthétiser un état des lieux d'un organisme, d'un territoire, ou d'un pays afin de mieux comprendre la situation et prendre des décisions en conséquence. Si l'on cite la définition du dictionnaire Larousse, le mot observation se définit par « Action de regarder avec attention les êtres, les choses, les événements, les phénomènes pour les étudier, les surveiller, en tirer des conclusions.¹¹ ».

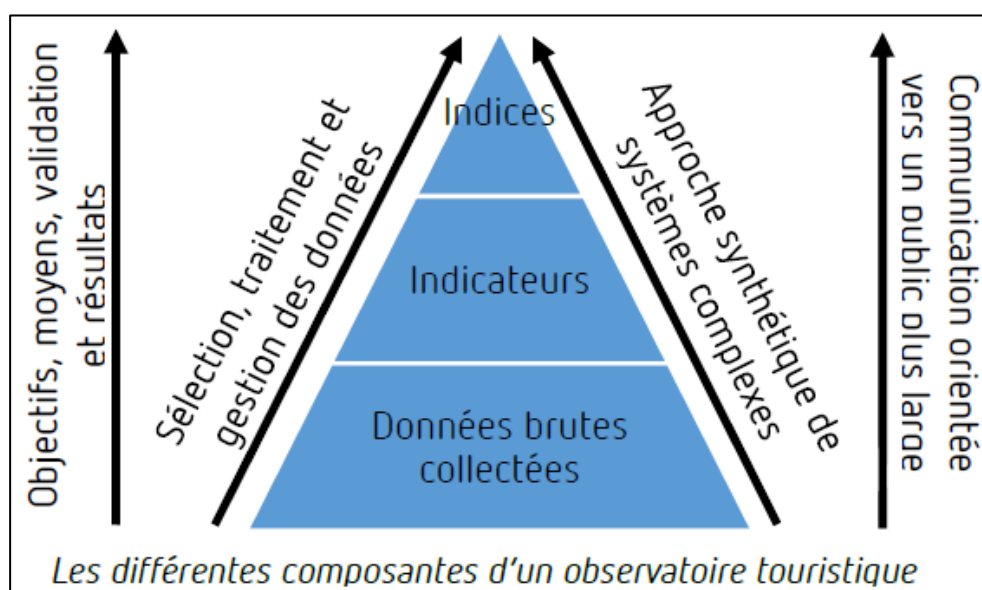


Figure 2 : Les différentes composantes d'un observatoire touristique¹²

¹¹ Le Petit Larousse Illustré, Paris : Larousse, 2001, p.707

¹² https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/sites/otf.org/files/otf/fichiers/rapport_etat_des_lieux_des_observatoires_touristiques.pdf. (Consulté le 20-03-2021)

Les enquêtes, les questionnaires ainsi que les GDS (Global Distribution System : logiciel de gestion des réservations de prestation de voyage) ont été pendant longtemps les sources principales de données. Le Big Data est de plus en plus utilisé mais il requiert un tri des données et une analyse particulière qui rend son utilisation difficile sans les compétences dédiées. Les chiffres sortant des centrales de réservation, du SDT (Suivi de la Demande Touristique) et du CST (Compte Satellite du Tourisme) représentent un gros volume et sont faciles à interpréter.

La fédération des Offices de Tourisme de France (OTF) a réalisé un état des lieux¹³ en distinguant l'observatoire « externe », celui-ci étant le point de vue du territoire avec des données de type fréquentation, clientèle, offre touristiques, etc..., de l'observatoire « interne », celui-ci étant le point de vue de la structure avec des données de type RH (ressources humaines), budget, masse salariale, etc.

L'observation touristique « externe » est très complète. Au niveau international, l'OMT, Eurostat, Agir pour un Tourisme Responsable en sont trois acteurs majeurs. Au niveau national, Atout France, La Direction Générale des Entreprises, Veille Info Tourisme, l'INSEE, l'ANCV (Agence Nationale des chèques Vacances), le Centre des Monuments Nationaux, les CCI (Chambre de commerce et d'Industrie) ont chacun leur rôle et couvrent efficacement le territoire national dans leur domaine. Au niveau régional, l'observatoire des politiques régionales et les CRT (Comité Régionaux du Tourisme) contribuent largement notamment par la création d'outils d'observations. Au niveau départemental, les ADT/CDT (Agence de Développement Touristique et Comité Départementaux du Tourisme alimentent en données les CRT. Ils utilisent Flux Vision Tourisme pour la plupart. Enfin au niveau local les offices de Tourisme réalisent les observations suivant leur capacité et moyen d'enquêtes ou suivant les outils fournis par le CRT.

L'observation touristique « interne » reste limité et inégal. Il commence au niveau national avec les OPCO (Opérateur de Compétences) qui réalisent chaque

¹³ https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/sites/otf.org/files/otf/fichiers/rapport_etat_des_lieux_des_observatoires_touristiques.pdf. (Consulté le 20-03-2021)

année un bilan du nombre de salariés, des budgets, de la répartition hommes/femmes, etc..., l'AFNOR (Association Française de Normalisation) réalise une étude sur la performance en lien avec la certification, le CNFPT (Centre National de la Fonction Publique Territoriale) sous la forme de fiches métiers. Au niveau régional, les FROTSI (Fédération Régionales des Offices de Tourismes) réalisent des bilans de leur réseau, Destination Région (fédération française des organismes régionaux de tourisme) aident les CRT à harmoniser et améliorer leurs méthodes de collecte. Au niveau départemental, les UDOTSI/FDOTSI (Union et Fédération Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative) exécutent des bilans de leur réseau en récupérant le nombre de structure, de salariés, les budgets, etc. Tourisme et Territoires pilote et coordonne des projets comme Flux Vision Tourisme. Au niveau local, les offices de tourisme se limitent pour la plupart aux bilans : budget, nombre de salarié, etc.

Pour conclure, il existe actuellement de multiples organismes qui publient enquêtes, données et résultats en fonction de leurs missions. Les données externes sont très complètes comparées aux données internes. Malgré les progrès de la technologie numérique, le manque de normalisation et le fait que les différents acteurs menant ces observations travaillent pour leurs propres objectifs, fait qu'il est difficile de faire une interprétation globale des résultats.

2. Définition : Data et Big Data

Le terme "data" désigne « la représentation d'informations dans un environnement informatisé.¹⁴ » Remplaçant les documents papiers, photos... elles sont générées par les outils informatiques, l'internet avec notamment le e-commerce et les réseaux sociaux. Un prospectus publicitaire remis dans la boîte aux lettres ou dans la rue peut être remplacé par un e-mail qui lui va créer de la data par l'ouverture du message, le clic sur un lien hypertexte, la visite du site,

¹⁴ Adraste Xavier et Salles Guillem, Les destinations touristiques à l'épreuve de la data, Juris tourisme, 2007, no 201, p.19.

l'inscription à une lettre d'information ou « newsletter ». L'intérêt du client peut alors être facilement déduite par la durée passée à lire ces informations, aux différentes étapes franchis lors du parcours des différentes pages web.

Littéralement, Le terme « Big Data » signifie « **méga données**, grosses données ou encore **données massives**. Ils désignent un ensemble très volumineux de données qu'aucun outil classique de gestion de base de données ou de gestion de l'information ne peut vraiment travailler. **Avec le Big Data, environ 2,5 trillions d'octets de données sont créées et stockées tous les jours.**

¹⁵ » Ce sont les **informations** qui viennent des réseaux sociaux, messages envoyés ou reçus, vidéos publiés, les informations climatiques, signaux GPS, enregistrements transactionnels d'achats en ligne et bien d'autres encore. Les géants du Web ou parfois « géants du numérique », désignent la quinzaine d'acteurs d'Internet d'envergure mondiale, parmi lesquels yahoo, google et facebook, ont été les tous premiers à déployer ce type de technologie. En créant de volumineuses bases de données d'utilisateurs, ils produisent un chiffre d'affaires considérable grâce à leur capacité d'innovation.

Le concept de « Big Data » est apparu pour désigner les enjeux que représente le stockage et l'exploitation de ces données. Il est aussi expliqué par la règle des 5V.

- Le premier V désignant le volume de données générées en temps réel. Le coût de stockage diminuant au fil des ans, elles n'ont cessé de s'accumuler. A l'échelle mondiale, le volume a été multiplié par vingt lors de la dernière décennie. Il devrait continuer à croître de façon exponentielle dans les prochaines années.

¹⁵ <https://www.lebigdata.fr/definition-big-data>

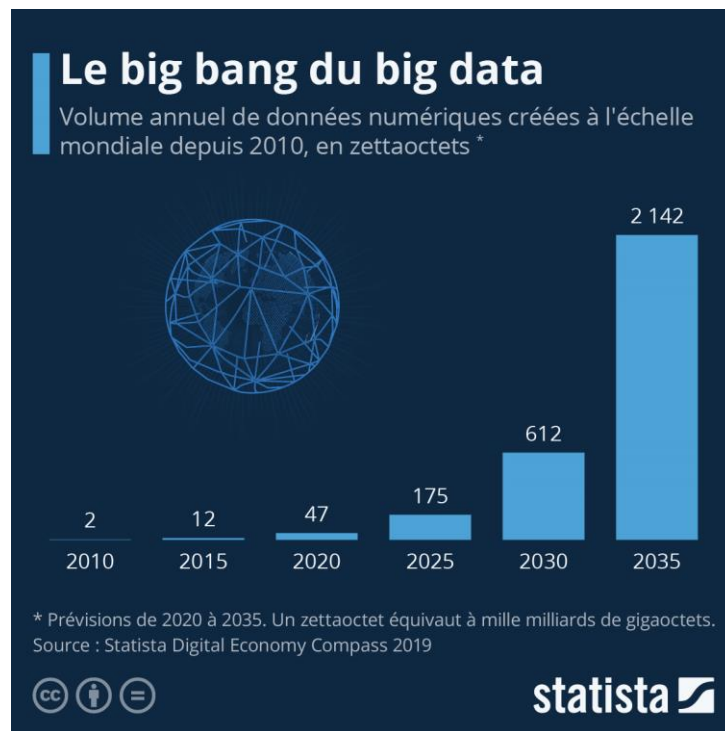


Figure 3 : Le Big bang du Big Data¹⁶

- Le second V pour indiquer la variété des données. Structurées pour celles provenant par exemple des bases de données, et non structurées comme celles provenant des réseaux sociaux, blogs... sous forme de photos, textes ou de fichiers audios et vidéos. Ces dernières sont tout à la fois plus nombreuses et plus difficiles à traiter.
- Le troisième V correspond à la vitesse à laquelle les données sont créées, circulent et sont stockées et donc à la rapidité à laquelle elles peuvent être analysées.
- Le quatrième V désigne la véracité. Il est primordial de s'assurer de l'authenticité des données ainsi que les traiter rapidement, avant qu'elles ne deviennent pas obsolètes.
- Enfin le cinquième V marque la valeur générée par l'exploitation de ces données. Isoskèle la marque data marketing du groupe La Poste, en

¹⁶ <https://fr.statista.com/infographie/17800/big-data-evolution-quantite-donnees-numeriques-creees-dans-le-monde/>. (Consulté le 20-3-2021).

association avec l'institut BVA (société d'études et de conseil) évalue le marché Data Marketing à 2 milliards d'euros pour 2018.

Aujourd'hui, le concept de Mixed Data ou de smart Data montre que le volume n'est pas ce qui compte le plus dans la valeur des données mais plutôt l'exploitation de celles-ci en les croisant de la manière la plus efficace. Dans son livre « Du Big Data au smart Data » Fernando Lafrate décrit le Smart Data comme « La capacité des entreprises à analyser et exploiter leurs données de manière plus intelligente » (p35, 2015).

3. Open Data et Le système de collecte des données

3.1. Open Data

D'autres données utilisables et libres d'accès sont créées par les collectivités, les établissements publics ou sont parfois d'origine privés, elles sont communément appelées « Open Data ». « Le terme Open Data désigne des données auxquelles n'importe qui peut accéder, que tout le monde peut utiliser ou partager. Les critères essentiels de l'Open Data sont la disponibilité, la réutilisation et la distribution, et la participation universelle.¹⁷ »

Selon la définition donnée par l'Open Knowledge Foundation en 2005, un des premiers organismes qui a initié l'Open Data, les principes de l'Open Data sont basées sur trois critères :

- La disponibilité et l'accès : Les données doivent être disponibles avec un coût de reproduction raisonnable. Elles doivent être téléchargeables dans un format structuré et modifiable.
- La réutilisation et la redistribution : L'organisme qui dépose les données doit clairement déclarer la permission de la réutilisation et de la redistribution, y compris la possibilité de croiser avec d'autres données.
- Participation universelle : Toute le monde a le droit de pouvoir utiliser, partager, redistribuer ces données sans restriction d'usages, entre les différents secteurs : soit commercial ou non-commercial.

¹⁷ <https://www.lebigdata.fr/Open-data-definition>

Ces trois principes sont essentiels car ils permettent d'avoir l'interopérabilité et de pouvoir collaborer pour travailler ensemble entre les différentes entreprises et systèmes. En même temps, ils permettent la capacité de mélanger différents ensembles de données.

La loi pour une République numérique du 7 octobre 2016 oblige les communes de plus de 3500 habitants ainsi que leurs EPCI (Etablissements Publics de Coopération Intercommunales), de rendre accessibles en lignes les informations publiques qu'ils détiennent, lorsque celles-ci se rapportent à leur territoire et sont disponibles sous forme électronique. En règle générale, elles ne comportent aucune information sur les individus. Ces données sont notamment disponibles sur :

- Data.gouv.fr
- Data.economie.gouv.fr
- Data.ofgl.fr
- banatic.gouv.fr
- Explorateur de données de valeur foncière (DVF), etc...

Selon Jean-Marie Bourgogne¹⁸, délégué générale d'Open Data France (pendant les Assises nationales de l'AFIGESE 2017, le rendez-vous territorial de la fonction financière, du contrôle de gestion et de l'évaluation des politiques publiques), la définition de l'Open Data dans les territoires est présentée comme :

« L'ouverture et le partage des données publiques, aussi appelés Open Data, consistent à mettre à disposition de tous les citoyens, sur Internet, toutes les données publiques brutes qui ont vocation à être librement accessibles et gratuitement réutilisables. »

Pour qu'une donnée publiée sur le web soit ouverte, les données structurées doivent être accessible au bon format ouvert et non propriétaire (CSV, Excel, etc...), exploitables, c'est-à-dire, lisible par une machine et avoir une licence ou permission clair sur les conditions de réutilisation. Pour l'observation, il faut un format standard pour avoir des données homogènes afin de pouvoir les analyser et les évaluer.

¹⁸ <https://afigese.fr/2017/10/01/ateliers-assises-2017/>. (Consulté le 20-3-2021)

3.2. Le système de collecte des données

La réservation des séjours sur internet est largement répandue et nous trouvons plusieurs sites comme TripAdvisor ou Booking invitant les internautes à laisser leurs avis sur les destinations, hôtels, restaurants, lieux de loisirs. Nous sommes de plus en plus nombreux à les consulter avant de faire un choix. La start-up nantaise Guest Suite propose aux professionnels du tourisme et d'autres secteurs, de collecter, diffuser, analyser et répondre aux avis clients.

Les outils numériques utilisés pour le marketing, la promotion et la communication avec les clients permettent aux DMO, Destination Management Organisation en anglais, de récolter et stocker des données à partir de diverses sources. De nos jours, l'un des enjeux majeurs des destinations touristiques est : « Comment organiser efficacement la gestion de toutes ces données ? »

Les données peuvent généralement se classer en quatre catégories :

- Les données internes comme les données récoltées par les outils digitaux utilisés par les DMO sur les sites Web, réseaux sociaux, boîtes mail, outils de vente en ligne et les systèmes d'information touristique, etc...
- Les données externes comme les données produites par les différents acteurs hors de l'organisme lui-même, comme les journalistes, bloggeurs, touristes, etc...
- Les données froides ou données constantes qui sont mises à jour manuellement comme les datas du système d'information touristique (SIT).
- Les données chaudes mises à jour automatiquement par les outils numériques en temps réel comme par exemple les outils de réservation ou les places de marché.

Les territoires utilisent ces données surtout pour le marketing et la promotion, la notoriété et l'attractivité afin d'avoir plus de touristes ou de visiteurs dans la concurrence du marché touristique. L'idée principal, étant d'avoir le maximum

possible de retombée économique. Donc, la majorité des données traitées dans l'observation reste quantitatives comme la fréquentation, les flux, etc...

4. Les enjeux de l'observation de nos jours (Observation du tourisme : à quoi ça sert ?)

La rapidité de l'évolution numérique de nos jours est un des enjeux majeurs dans l'observation touristique. La capacité d'acquérir les compétences concrètes pour manipuler le Big Data en le transformant vers le Mixed Data ou Smart Data par les professionnels du tourisme est assez limité. Ajouter à cela la protection des données personnelles est essentielle. Il faut également ne pas négliger l'aspect de la protection des données personnelles. La RGPD est un règlement général sur la protection des données applicables dans toute l'Union Européenne, que celle-ci soit informatisé ou pas. La CNIL (Commission Nationale Informatique et Liberté) est une autorité qui en France, contrôle et sanctionne les manquements à la législation sur les données personnelles.

Avec l'évolution numérique, la concurrence entre les territoires et les destinations deviennent crucial et à force d'appliquer les stratégies pour avoir l'attractivité, la notoriété du territoire, la stratégie majeure devient pour avoir plus de fréquentation et plus de retombées économiques pour le territoire. Majorité des observatoires touristiques restent sur les enquêtes quantitatives comme la fréquentation, les dépenses, le taux de remplissage, les nuitées, etc... Les structures font le traitement des données surtout pour le marketing et la capacité de les traiter de la manière plus efficace est assez recherchée pour la durabilité en considérant l'angle de sociale et environnemental. Au niveau local, l'angle des autres perspectives au-delà du point de vue économique est rarement traité, pourtant nous pouvant très bien analyser en croisant les différentes données pour différent perspective. Les professionnels du tourisme de nos jours se posent des questions sur l'observation que nous faisons, répondent vraiment à nos besoins pour aller vers le tourisme durable ou responsable.

Chapitre 3 : Les enjeux et les défis du tourisme dans le contexte du Myanmar



Figure 4 : La Carte du Myanmar (Birmanie)¹⁹

¹⁹ Myanmar - United Nations. <https://www.un.org/geospatial/content/myanmar>. (Consulté le 02-01-2021)

1. Etat des lieux du Myanmar

1.1. Histoire et géographie du pays

Le Myanmar, ex-Birmanie, pays du sud-est asiatique à majorité bouddhiste, demeure encore mystérieux aux yeux des Occidentaux. Pourtant il possède de nombreux monuments, sites historiques et naturels exceptionnels, ainsi qu'un peuple attachant formé de 135 ethnies.

« La Birmanie, un pays qui est différent de tout ce que tu connais » disait Rudyard Kipling en 1898.

La République de l'Union du Myanmar se situe dans l'Asie du sud-est, elle partage la frontière avec le Bangladesh à l'ouest, l'Inde au nord-ouest, la Chine au nord, et le Laos et la Thaïlande à l'est. Le pays s'étend sur environ 2000 km. Le climat y est subtropical. Venant des glaciers de l'Himalaya et traversant du nord au sud le bassin central du pays avant de se jeter dans la mer d'Andaman, son long fleuve mythique, l'Irrawaddy (2170 km de long) raconte dans ses méandres les moments glorieux des anciennes capitales des dynasties birmanes. Au nord du pays, le mont Hkkakabo Razi culmine à 5881 mètres d'altitude. Au sud, les 1500 km (environ) de côtes s'ouvrent vers le golfe du Bengale (partie de l'océan Indien) et la mer d'Andaman où dans la partie birmane, se trouve environ 800 îles.

Le Myanmar compte plus de 55 millions d'habitants et 135 ethnies descendants de trois groupes : Tibéto-birman, Mon-Khmer et Thaï-shan. Les birmans forment la majorité, les sept autres ethnies majeures se composent des Kachin, Kayar, Karen, Chin, Mon, Arakan (Rakkine) et Shan. La population est à majorité bouddhiste (80%), on y trouve aussi le christianisme, l'hindouisme, L'islam, l'animisme, le sikhisme, etc. Naypidaw est la capitale administrative depuis 2005. Yangon (Rangoun) l'ancienne capitale reste la ville la plus peuplée avec environ 8 millions d'habitants. Mandalay au centre du pays compte 1,5 millions d'habitants. Toutefois le pays demeure majoritairement rural, l'agriculture emploie les deux tiers

de la population. Premier exportateur de riz au monde entre la fin du 19^{ème} siècle et 1962, il reste un producteur majeur.

Si l'occupation humaine de la région remonterait à au moins 11 000 ans, la première civilisation connue est celle des Môn. C'est au III^{ème} siècle av J.-C. que la tradition orale date leur premier contact avec le bouddhisme.

Dans le bassin central du pays se trouve les vestiges des plus anciennes cités (royaumes Pyu de 200 av J.-C. à 900 ap J.-C.) dont les habitants sont venus du Tibet. Il s'agit du premier site birman classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.

La capitale du premier empire (11^{ème} au 13^{ème} siècle) se situe dans une des courbes du grand fleuve Irrawaddy, il s'agit de Bagan (autrefois orthographié Pagan). Sur une superficie d'environ 50 km², 3595 monuments répertoriés, y sont rassemblés, parmi lesquels de nombreux temples, stupas et monastères bouddhiques. Ils témoignent de façon spectaculaire de cette époque où pour gagner du mérite les rois et les habitants les plus riches ont fait construire ces monuments. La cité comprenait alors entre 50 000 et 200 000 personnes faisant de Bagan et de l'empire Khmer au Cambodge, les plus importantes puissances d'Asie du Sud-Est. Vers la fin du XIII^{ème} siècle le royaume fut envahie plusieurs fois par les armées mongoles qui finirent par l'anéantir définitivement.

A sa chute, la Birmanie est de nouveau divisée. On y compte principalement le royaume (Môn) d'Hanthawaddy qui deviendra un grand centre de commerce et de bouddhisme, les royaumes de Sagaing et Pinya de part et d'autre de l'Irrawaddy, réunifiés en 1364 par le royaume d'Ava où la culture y connaît un renouveau (âge d'or de la littérature birmane).

Du XVI^{ème} au XVIII^{ème} siècle, régna sur le second Empire birman, la dynastie Taungoo (ou Taungû) qui en s'emparant du delta de l'Irrawaddy, unifia la plus grande partie de la Birmanie. Ce fut alors le plus vaste des pays de l'Asie du Sud-Est et l'une des plus puissantes de l'histoire du pays. Aux prises avec le soulèvement de plusieurs villes et des incursions portugaises répétées, la dynastie s'effondra en 1752. De nos jours, on retrouve encore des vestiges de l'empire en Thaïlande et la statue du roi Bayin Naung à Vientiane au Laos.

Peu après apparaît la dynastie des Konbaung, deuxième plus large empire dans l'histoire birmane, et ses trois capitales royales : Ava, Amarapura et Mandalay. Dans ces villes, les remparts, palais, pagodes, monastères en teck, etc... reflètent l'intensité et la ferveur cette civilisation. La ville de Dagon qui deviendra Yangon (renommée Rangoun par les anglais) future capitale sera conquise. Quatre tentatives d'invasion chinoise seront repoussées, tout en élargissant les frontières avec la Chine.

Face à ces conquêtes, aux désirs de s'accaparer les richesses naturelles et s'assurer d'une route pour Singapour, les Britanniques gouvernant alors l'Inde et l'actuel Bangladesh s'unissent avec le royaume de Siam (ancien nom de la Thaïlande) en 1824, pour la première guerre anglo-birmane. Au cours de la troisième, ils conquièrent l'ensemble du pays qui devient une province de l'Inde Britannique en 1886 avec pour capitale Rangoun.

A l'ouverture du canal de Suez, la demande de riz birman augmente. L'économie birmane croît mais le pouvoir et la richesse se concentrent dans les mains d'entreprises britanniques. Après plusieurs grèves au début des années 1920, une révolte paysanne en 1930, la contestation des étudiants, les Britanniques détachent la Birmanie de l'Inde et accordent une nouvelle constitution. Lors de la seconde guerre mondiale, les nationalistes birmans se voient refuser les concessions demandées et un mandat d'arrêt est lancé contre Aung San (père de Aung San Suu Kyi, prix Nobel de la paix et femme de conseil d'Etat) opposant à l'occupation qui s'enfuit à l'étranger. Avec l'aide des Japonais, il retourne en Birmanie où il formera l'Armée pour l'indépendance birmane. Mais très vite les promesses japonaises se révèlent fausses. Aung San négocie avec Lord Mountbatten et se range aux côtés des alliés. Après une nouvelle occupation britannique, il négociera l'indépendance et formera un gouvernement. Le 19 juillet 1947, il sera assassiné avec six de ses ministres et deux autres personnes à l'instigation d'un ancien ministre. Sa fille Aung San Suu Kyi était alors âgée de deux ans.

Son successeur U Nu dirige le pays jusqu'en 1958 avant de confier le pouvoir au général Né Win pour cause d'instabilité politique et les revendications d'indépendances des armées Karen, Kachin, Môn, trois des sept principales ethnies

du pays. Il dirige le pays jusqu'en 1988, quand les étudiants revendiquent la démocratie. La révolte fera des milliers de morts du côté des manifestants. En 1990, l'armée refusera d'admettre la victoire de la NLD (Ligue Nationale pour la Démocratie), la partie de la « Dame » Aung San Suu Kyi, revenue dans son pays après des études et son installation au Royaume-Uni. Elle sera alors assignée en résidence surveillée jusqu'en 1995 puis de nouveau entre 2003 et 2010. Pour son combat en faveur de la démocratie, elle obtient le prix Nobel de la paix en 1991. En 2005, la capitale administrative est déplacée à Naypyidaw. Le 21 octobre 2010, le pays change de nom pour « Republic of the Union of Myanmar ». Le climat politique se détend et il faut attendre les élections de 2015 puis l'année suivante pour voir la « Dame » nommée conseillère d'état. La constitution permettant cependant aux militaires de garder la main sur plusieurs ministères. Le pays s'ouvre peu à peu au tourisme.

1.2. Les crises majeures qui impactent le tourisme : La pandémie de la COVID 19 et le coup d'état du 1^{er} février 2021

En 2020, Le monde entier subit la pandémie de Covid-19. Au Myanmar, Les deux premiers cas positifs sont trouvés le 23 mars 2020. Suit, l'arrêt des visas touristes et des vols officiels. Les hôtels des grandes villes sont utilisés comme centre de quarantaine. En dehors du secteur de l'hôtellerie, tout le secteur du tourisme, international comme de proximité est arrêté à partir de fin mars 2020. Selon le vice-ministre national du tourisme du ministère de l'hôtellerie et du tourisme, du fait de la crise sanitaire, l'économie du tourisme a baissé de 70 % en 2020 par rapport à 2019 et ses 4,3 millions. Comme son voisin thaïlandais, le pays s'en sort plutôt bien avec environ 142000 cas de personnes contaminés et 3200 morts officiels au 31 janvier 2021.

Les élections du 8 novembre 2020 sont largement remportées par la NLD, le parti de Madame Aung San Suu Kyi. Cependant, l'armée conteste ces résultats. Après des jours de rumeurs, le 1^{er} février 2021 a lieu le coup d'état de l'armée. La « Dame » ainsi que le président, d'autres personnes importantes du gouvernement,

sont arrêtés. Depuis le peuple birman n'accepte pas cette reprise en main de l'armée. Les importantes manifestations pacifiques, journalières et les grèves de février surprennent les militaires qui finissent par perdre patience et répriment plus violemment le mouvement. Pour autant les citoyens birmans restent déterminés à lutter pour la libération de la « Dame », des prisonniers politiques et pour la démocratie.

Sur le site officiel du ministère de l'Europe et des affaires étrangères, on peut lire :

« Compte tenu de la situation, les déplacements vers la Birmanie ne sont plus possibles. Eu égard aux conditions sanitaires et de sécurité, il est demandé aux Français de bien considérer toutes les raisons liées à leur présence actuelle en Birmanie.²⁰ »

2. Le tourisme au Myanmar

2.1. Les destinations et les patrimoines

De par son étendue, ses multiples ethnies le Myanmar possède un patrimoine culturel et naturel très important. Voici la description de quelques-uns parmi les plus connus.

Bagan et ses temples récemment classé au patrimoine de l'humanité, 3595 monuments répertoriés sur une superficie d'environ 50 km², est devenu aujourd'hui presque uniquement un site touristique. Calèches, vélos et scooter électrique ou pas, permettent de s'y déplacer. Le matin se sont les montgolfières qui élèvent les visiteurs pour admirer la vue d'ensemble de ces temples. Parmi eux, l'Ananda Temple est un chef d'œuvre de l'architecture de l'époque. Haut de 51m, il comporte 4 grands portails ouvrant sur 4 vestibules disposés symétriquement autour d'un

²⁰ <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/birmanie/>
(Consulté le 28-03-2021)

pilier central percé de 4 niches habitant chacune un bouddha en teck de 9,5 mètres de hauteur.

« Bagan est un paysage sacré qui présente un éventail exceptionnel d'art et d'architecture bouddhiques. Cet ensemble d'architecture monumentale reflète l'intensité de la ferveur religieuse d'un empire bouddhique ancien.²¹ »

L'ancienne capitale **Yangon** (Rangoun), centre économique de 5 millions d'habitants, a gardé de nombreux bâtiments construits par les Britanniques à la fin du 19^{ème} siècle, constituant la plus riche vitrine d'architecture coloniale d'Asie du Sud-Est. Parmi les nombreux temples bouddhistes dispersés dans la ville, le joyau reste la Pagode Shwedagon. Cet important centre de pèlerinage mesure 99 mètres de haut pour 433 mètres de circonférence. Elle est entièrement recouverte d'or.

Dans son récit de voyage « Un gentleman en Asie », Somerset Maugham décrit ainsi le monument : « Shwedagon s'élevait superbement..., scintillant de son or, pareil à un espoir soudain dans les ténèbres de l'âme dont parlent les mystiques, scintillant à travers le brouillard et la fumée de cette ville prospère »

Le Lac **Inle** est un des sites majeurs. On y rencontre les pêcheurs Intha. Leurs photos ont fait le tour du monde, debout sur leur pirogue, une jambe enroulée autour de la rame, remontant le filet. Des villages sur pilotis se trouvent autour du lac ainsi que des jardins flottants arrimés à l'aide de poteaux en bambou, véritables tapis végétaux où poussent des légumes toute l'année. Près du lac, la ville de Kalaw située à 1300 mètres d'altitude, est le point de départ de nombreux treks à travers les montagnes. On y traverse des villages perdus au milieu des montagnes et les paysages sont souvent ponctués de plantations de thé et d'orangers.

Le Rocher **d'Or** est un bloc de pierre de 600 tonnes et un important lieu de pèlerinage. Posé en équilibre, maintenu selon la légende par un seul cheveu de Bouddha, son équilibre précaire et sa couverture d'or attirent les touristes pour son éclat quand le soleil vient le caresser de ses rayons.

²¹ Source : whc.unesco.org (Consulté le 21-12-2020)

La ville de **Mandalay**, rendue célèbre par le poème de Rudyard Kipling se trouve au centre du pays. Elle possède de nombreux atouts : son palais, ancienne citadelle fortifiée, le monastère Shwenandaw Kyaung fabriqué entièrement en teck tout comme les 1200 mètres du pont U Bein dont les piliers datent du 18^{ème} siècle qui se trouve à quelques kilomètres de là.

A l'extrême sud du Myanmar, le littoral de **Tanintharyi** (Tenasserim) n'a rien à envier aux bords de mer enchanteurs qui longent l'Asie du Sud-Est. Au large, l'archipel des **Mergui** (Myeik), un ensemble de 800 îles frangées de coraux forment un paradis tropical.

2.2. La nature des voyageurs et des séjours touristiques

Il existe un tourisme à but religieux. Il est essentiellement local. Les Thaïlandais sont nombreux à traverser la frontière pour se rendre en pèlerinage dans les temples bouddhistes. C'est la nationalité la plus représentée parmi les visiteurs de la pagode Shwedagon à Yangon (Rangoun).

Les voyages organisés proposés par les agences de voyages internationales locales permettent aux touristes de visiter le pays avec un package tout compris « sans se casser la tête ». Ils requièrent habituellement un service et des infrastructures au standard international. Les retraités occidentaux qui ont des moyens, choisissent ces voyages. On retrouve également un tourisme chinois récent dans cette formule. En général, ils vont rarement sortir des sentiers battus et se contentent des lieux incontournables que sont Bagan, Mandalay, Lac Inlé, Yangon (Rangoun) et le Rocher d'or.

Les touristes individuels, les « back-packers » ou routards, préfèrent organiser eux-mêmes leur voyage et vivre au plus proche des locaux. Ils vont utiliser les transports en communs et préférer les chambres modestes aux hôtels de luxe.

A noter également, un tourisme sportif cherchant une activité physique dans un lieu exotique. Ils viennent essentiellement pour les treks. On trouve autour de lac Inle, à partir de la ville de Kalaw, un réseau de pistes parcourant les montagnes.

Plus au sud, l'archipel des Mergui s'est ouvert à la plongée sous-marine grâce aux opérateurs et croisiéristes. La plupart des séjours proposés sont des croisières au départ de Thaïlande.

3. Les enjeux et les défis du tourisme

Avec sa richesse des patrimoines naturels et culturels, le tourisme au Myanmar peut très bien appliquer la notion de la durabilité. C'est un pays qui est connu pour son authenticité, ses nombreuses ethnies et leur propre culture, ses destinations naturelles, tous ces points forts peuvent aussi être des risques et provoquer des dégâts l'acculturation et la dégradation des patrimoines naturels et culturels. Dans ces dernières années, le gouvernement a changé et facilité l'obtention des visas touristiques pour attirer plus de touristes.

Douze pays d'Asie, y compris Hong Kong et Macao, n'ont pas besoin d'avoir un visa touristique pour visiter le Myanmar. Les citoyens de cent pays ont la possibilité de demander un visa touristique en ligne (e-visa) sans passer par les ambassades birmanes²². Selon le gouvernement, en 2019, il y avait environ 4,3 millions de visiteurs soit 23 pour cent d'augmentation par rapport à 2018, parmi eux une majorité venant des pays asiatiques. Avec cette augmentation du nombre de visiteurs, les touristes se sont concentrés dans les sites touristiques connus. C'est encore très loin d'être appelé du tourisme de masse, mais c'est un tourisme concentré au même endroit. Comment devrions-nous gérer les sites et les destinations touristiques pour la régulation de ces flux de touristes sans l'observation ?

Le ministère de l'hôtellerie et du tourisme (MOHT) a bien pris en compte la stratégie du tourisme durable. Il a réalisé des projets surtout dans l'écotourisme et le tourisme solidaire en encourageant les projets de tourisme communautaire. Si l'application du tourisme durable est la stratégie majeure pour l'industrie du tourisme, l'observation sera un élément essentiel pour réguler les sous-

22

fréquentations et sur-fréquentations sur les sites touristiques pour ainsi maintenir la qualité du tourisme et préserver les destinations et les patrimoines. L'observation et l'évaluation en permanence doit être réalisé pour réussir l'application de la durabilité du tourisme au Myanmar.

« L'observation touristique du Myanmar est encore bien loin d'avoir un ensemble d'état des lieux du secteur, même pour la fréquentation à part les chiffres qui viennent des frontières et des aéroports pour compter le nombre d'étrangers qui entrent dans le pays, au titre touriste ou autres. » dit le directeur adjoint du ministère de l'hôtellerie et du tourisme pendant un entretien exploratoire.

Les enquêtes ou les outils numériques sont très peu utilisés en raison du budget, du financement et la difficulté du manque de savoir-faire en matière du numérique qui est aussi toujours lié avec le financement. La fréquentation du tourisme de proximité au Myanmar est difficile à calculer. Le ministère prend en compte le nombre de nuitées des hôtels et motels. Un outil qui s'appelle « Hotel guests list management system », est aussi utilisé par les hôtels et les motels qui sont autorisés par le ministère de l'hôtellerie et du tourisme pour accueillir les touristes étrangères et locaux. Mais il faut comprendre le système de classement des hôtels et la nature des voyages en pèlerinage bouddhistes qui définissent les touristes de proximité. Il y a encore des petites auberges, hôtels pour les habitants du Myanmar et qui ne sont pas l'autorisation de recevoir des touristes étrangères parce qu'ils n'ont pas l'autorisation par le ministère de l'hôtellerie et du tourisme, mais ils ont l'autorisation municipale par chaque préfecture. Ajouter à cela, Les pèlerins bouddhistes qui sont hébergés dans les monastères, il devient compliqué d'avoir le nombre de la fréquentation du tourisme de proximité. Dans les grands sites touristiques, ils ont mis des compteurs automatiques pour savoir le nombre de personnes qui viennent quotidiennement mais il ne faut pas oublier les vendeurs ou les employés qui travaillent sur le site, et qui passent plusieurs fois par jour, ainsi que les bouddhistes qui habitent dans le coin, qui viennent prier presque tous les jours. De plus, la question se pose sur la définition du tourisme de proximité. Qu'appelle-t-on un touriste de proximité ? Dans quelles conditions ? et comment le mesurer ? Au niveau du tourisme international, la fréquentation des touristes peut

se collecter dans les aéroports, les entrées des frontières. Il n'y a pas encore la gestion des flux des touristes sur les sites touristiques et les destinations.

En 2020, « Myanmar tourism Marketing », une association du Marketing du tourisme au Myanmar a fait une enquête en ligne pour connaître l'impact sur le secteur. Il y a toujours des questions sur la fiabilité des données car l'échantillonnage de cette enquête ne couvre pas le secteur du tourisme dans le pays entier. Selon le directeur adjoint du ministère de l'hôtellerie et du tourisme du Myanmar, les enjeux et les défis majeurs de l'observation dans le tourisme sont la fiabilité des données, la difficulté d'accès des données détaillées et spécifiques, le budget pour utiliser la technologie numérique et l'adaptation par les employés. Même s'il est déjà largement utilisé dans les domaines économique, bancaire, analyses des marchés de différents secteurs économiques, l'utilisation du Big Data est encore loin d'être utilisée dans l'observation touristique au Myanmar. En outre, elle est principalement faite par le ministère de l'hôtellerie et du tourisme central qui n'a pas suffisamment de moyen budgétaire et des ressources humaines pour couvrir le secteur entier du pays. Avec le développement du secteur touristique et la sur-fréquentation des grands sites connus, les professionnels ont compris qu'il faut un système d'observation pour avoir un état des lieux du tourisme au Myanmar et la gestion des flux touristiques.

En février 2019, le vice-président, qui est président au Comité central national de développement du tourisme (NTDCC), a encouragé une coopération et une coordination accrues entre les départements gouvernementaux et le secteur privé pour le développement du tourisme. Le vice-président a également exhorté les autorités régionales et étatiques à promouvoir le tourisme communautaire, à assurer le développement durable du tourisme existant, à explorer davantage de destinations de voyage, à inviter d'avantage d'investisseurs locaux et étrangers dans le secteur, à mettre en place et à promouvoir l'alimentation traditionnelle, les soins de santé et la sécurité. Si la stratégie touristique du pays est d'aller vers le tourisme de qualité en s'appuyant sur la notion de la durabilité, le tourisme communautaire, solidaire et éco-tourisme, il est indispensable de construire un système d'observation touristique avec la collaboration de tous les acteurs.

Conclusion de la partie 1

Dans cette première partie, nous avons vu la difficulté qu'il y avait de définir le tourisme dans son ensemble. Nous trouvons bien des définitions liées aux voyages, ou rattachées à des types de tourisme, culturel, écotourisme, affaires, etc., ou un concept lié à un éloignement de la vie quotidienne dans le cadre d'un voyage. En complément, il est important de souligner sa transversalité, son impact dans plusieurs secteurs d'activités, il représente un enjeu majeur pour un territoire et un pays. La notion de durabilité a évolué du début de la prise de conscience des bouleversements écologiques, du changement climatique jusqu'à aujourd'hui où elle définit un équilibre entre l'homme, l'économie et la nature. Le tourisme s'y inscrit du fait de son rôle économique. Son observation est donc primordiale pour veiller au respect de la durabilité. Des premières enquêtes de l'INSEE, à la création d'un Observatoire National du Tourisme, jusqu'au traitement des données numériques, les méthodes ont évolué. Il est maintenant devenu très important de s'aider du potentiel que représente le Big Data et les Open Data afin d'en sortir des analyses allant au-delà des données quantitatives.

Le Myanmar est un pays en développement où le tourisme a commencé à prendre de l'importance. Encouragé par le ministère de l'hôtellerie et du tourisme, des projets durables sont engagés dans l'écotourisme et le tourisme solidaire. La collecte des données liées au tourisme se fait par différents ministères mais le pays est loin d'avoir un état des lieux. Sans observatoires, les enquêtes, les outils numériques et l'utilisation du Big Data ne sont qu'au début de leurs utilisations.

Dès lors se pose la question, en quoi et sous quelles conditions la création d'un observatoire peut-elle contribuer à la valorisation touristique durable des sites patrimoniaux au Myanmar ?

Partie 2 : la création d'un observatoire touristique : un outil au service d'un développement territorial durable

Introduction de la partie 2

Nous aborderons ici les principes de la création d'un observatoire au Myanmar à partir de la situation actuelle et des outils nécessaires.

Le premier chapitre présentera l'administration du tourisme au Myanmar, le système de collecte des données et la décentralisation permise par la loi du tourisme de 2018. Puis nous verrons deux exemples de système d'observation. La plateforme DATAtourisme lancé suite à une consultation publique qui collecte les sources des différentes institutions pour ensuite les diffuser en Open Data. Flux Vision Tourisme de l'opérateur de téléphonie Orange qui propose des analyses à partir des données de ses clients.

Le deuxième chapitre indiquera les cadres de référence pour la mise en place d'un observatoire, les méthodologies à appliquer afin de vérifier les impacts sur l'économie et aller vers un tourisme durable.

Chapitre 1 : L'adhésion des principaux acteurs et mise en place d'un système opérationnel sur la création d'un observatoire touristique

L'observatoire touristique permet aux acteurs du tourisme d'avoir une vision globale et un état des lieux du secteur. Avec sa transversalité, il est évident qu'il faut avoir la cohésion et la compréhension entre les acteurs du tourisme pour créer un observatoire. Depuis le début de l'observation du tourisme, la France a bien pris en compte le poids de l'industrie du tourisme dans l'économie et sa transversalité. L'observatoire national du tourisme, qui est née en France en 1992, adopté par l'OMT (organisation mondiale du tourisme) et plusieurs territoires, peut servir comme un modèle dans la création d'un observatoire touristique dans un pays. L'observatoire national du tourisme a publié un dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique à l'année 2000. L'objectif de cet ouvrage est : « Répondre au besoin d'harmonisation des observations du tourisme pour connaître, pour mesurer, pour comparer, pour décider. Et diffuser les savoirs. » (ONT, 2000, 3 p)

Toutefois, il faut prendre conscience que l'observatoire national du tourisme (ONT) est créé dans le but de mesurer le poids de l'industrie du tourisme dans l'économie en France. Ses méthodes et concepts s'appuient sur les études quantitatives en prenant le point de vue économique. Il est intéressant de le savoir pour positionner le secteur du tourisme dans l'économie du territoire. Pourtant, la notion de la durabilité est aussi un sujet à ne pas négliger dans la création d'un observatoire du tourisme. Déterminer un système gestionnaire avec les principaux acteurs du tourisme concernés dans la création d'un observatoire touristique est une des premières étapes à suivre. Cohésion et compréhension entre les acteurs devient un facteur majeur dans la création d'un observatoire du tourisme. Ici, nous présentons l'administration du tourisme au Myanmar pour la comprendre.

1. L'administration dans le secteur du tourisme

1.1. Administration du tourisme au Myanmar

Le ministère de l'hôtellerie et du tourisme (MOHT) joue un rôle majeur dans le tourisme pour l'administration au Myanmar. La Fédération du tourisme au Myanmar, structurée en 11 associations touristiques, dans lesquelles participent différents acteurs du secteur privé comme les agences de voyage, le transport touristique, les agences de voyages du tourisme de proximité en titre de pèlerinage, les hôtels, la restauration, les écoles et formations touristiques, les services de santé touristique, les guides nationaux, etc..., renforce le ministère dans les démarches du développement du tourisme au Myanmar. Ces 11 associations sont :

- | | |
|------------|--|
| 1. MHA | - Myanmar Hoteliers Association |
| 2. UMTA | - Union of Myanmar Travel Association |
| 3. MTM | - Myanmar Tourism Marketing |
| 4. MHPA | - Myanmar Hospitality Professionals Association |
| 5. MRA | - Myanmar Restaurants Association |
| 6. MTTA | - Myanmar Tourism Transportation Association |
| 7. MSEA | - Myanmar Souvenir Entrepreneurs Association |
| 8. DPTOA | - Domestic Pilgrimage & Tour Operators Association |
| 9. MTHCGSA | - Myanmar Tourist Health Care and General Services Association |
| 10. MTGA | - Myanmar Tourist Guides Association |
| 11. MTHRDA | - Myanmar Tourism Human Resources Development Association |

Ajouter à cela, les acteurs privés du tourisme des différentes régions.

1.2. Gestion de collecte de données aux Myanmar

Le système de collecte des données au Myanmar est fait par les différents ministères de chaque secteur. L'organisation de la statistique central, « *Central Statistical Organization (CSO)* » en anglais, déclarent les chiffres et les enquêtes des données de l'observations tous les ans. Ces informations viennent majoritairement des ministères. CSO ne prend qu'une partie des données liées à leurs enquêtes et les fait compiler et analyser pour avoir des rapports annuels. Le ministère de l'hôtellerie et du tourisme fournis les données de revenus à CSO. A part les revenus du ministère (MOHT), il n'y a pas d'autres enquêtes touristiques faites par CSO. Les bureaux des différentes destinations du ministère (MOHT) sont les centres majeurs de la collecte des données et des informations du tourisme au Myanmar. Néanmoins, l'analyse et la compilation des données sont faites par le MOHT central. Pour la fréquentation, les données sont collectées par les différents ministères : ministère des affaires étrangères avec le visa touristique, ministère du Travail, de l'Immigration et de la Population dans les aéroports et les entrées des frontières, ministère du transport et de la communication, la liste des droits d'entrées des sites etc... Ces données sont envoyées à MOHT pour être compilées et analysées afin d'avoir la fréquentation des touristes au Myanmar. Au-delà de la liste des droits d'entrées et les compteurs de quelques grands sites, il n'y a pas d'autres outils ou d'enquêtes qui mesurent la fréquentation sur chaque site touristique jusqu'en 2020.

1.3. La loi du tourisme de 2018 qui permet la décentralisation dans le secteur du tourisme au Myanmar

En septembre 2018, la loi du tourisme, « The Myanmar Tourism Law » en anglais est apparu. Suivant cette loi, en février 2019, le gouvernement du Myanmar a promis de prendre des mesures pour décentraliser le secteur du tourisme en formant trois comités à différents niveaux. Selon le vice-président U Henry Van Thio, qui a présidé la première réunion du NTDCC à Nay Pyi Taw en février 2019,

l'ancienne loi sur le tourisme, promulguée en 1993, permettait uniquement au gouvernement de gérer les hôtels et les services touristiques. La nouvelle loi sur le tourisme de septembre 2018, permet au secteur privé d'exploiter des hôtels et des services touristiques, donnant aux régions et aux États, y compris la zone du conseil de Nay Pyi Taw, la capitale officielle du pays, le pouvoir de gérer les services du secteur.

NTDCC – National Tourism Development Central Committee, le Comité central national de développement du tourisme (NTDCC), qui est présidé par le vice-président du pays, décide les politiques et les stratégies générales du tourisme au Myanmar.

Ensuite, au deuxième niveau, se trouve le Tourism Executive Committee ou le comité exécutif du tourisme. Il est formé du ministre du tourisme national (ministère de l'hôtellerie et du tourisme central) qui en est le président, des ministres du tourisme régional et quelques acteurs du tourisme. Ce comité s'occupe d'implémenter les politiques et stratégies décidé par le comité central et de guider les comités régionaux du tourisme, R /STCs – Region or State Tourism Committees ou les destinations management organisations (DMO). Le premier ministre de chaque région est le président de ce comité. Ce dernier gère l'autorisation de construction des infrastructures dans le secteur du tourisme comme les hôtels et il délivre les permis de travailler pour les agences de voyages et pour les guides soit nationaux soit régionaux ou les guides locaux pour accompagner les treks. Avec cette décentralisation, chaque comité régional du tourisme, « Destination management organisation (DMO) » en anglais, dirige leur destinations et stratégies touristiques pour l'attractivité de la région à l'aide du comité exécutif du tourisme en suivant les politiques du Comité central national de développement du tourisme (NTDCC).

Ces comités de chaque niveau, formé en 2019, comprennent plusieurs professionnels et représentants du secteur privé, y compris les membres des 11 associations de la Fédération du Tourisme au Myanmar. Depuis 2018, avec la décentralisation des destinations touristiques, « *destination management organisation (DMO)* » en anglais, le ministère de l'hôtellerie et du tourisme central

a créé un département de recherche et de développement pour travailler uniquement sur l'observation et la recherche. Ce grand changement grâce à la loi du tourisme de 2018, permettra aux professionnels du tourisme de pouvoir appliquer autrement l'observation du tourisme.

La décentralisation des régions et l'évolution du Big Data favoriseront le développement d'un système de collecte des données en prenant le concept de l'Open Data. Ce dernier émerge dans quelques secteurs au Myanmar.

2. Solutions proposées à partir de l'Open Data et du Big Data pour l'observation touristique

2.1. DATAtourisme : Une plateforme de l'observation touristique dans l'univers de l'Open Data

Avec l'émergence du Big Data dans l'économie, l'Open Data peut répondre aux besoins de l'observation touristique dans le but de standardiser une base de données et d'avoir des données homogènes pour mieux les compiler et les traiter. En même temps il permet aux différents acteurs d'avoir accès à ces données. Comme exemple d'un système opérationnel utilisant l'Open Data dans le tourisme, nous présentons la plateforme DATAtourisme qui a été lancée officiellement en 2017 suite à une consultation publique de la DGE (Direction Générale des Entreprises) pour avoir l'accessibilité de la data dans le tourisme et identifier les données existantes, manquantes ou recherchées. Son but est de collecter, uniformiser et diffuser en Open Data des données produites par les acteurs touristiques institutionnels : OT (offices du tourisme), CDT (Comité Départementaux du Tourisme), CRT (Comité Régionaux du Tourisme).

La première brique du projet a consisté à définir une ontologie. Il s'agit de créer un ensemble structuré des termes et concepts du tourisme pour créer une

base de données. Une première version en français et en anglais se trouve sur le site datatourisme.fr.

La deuxième brique a été de constituer une plateforme numérique capable de réceptionner et d'homogénéiser les vocabulaires provenant des OT, CDT et CRT et les rendre disponible en Open Data. La difficulté réside dans l'hétérogénéité des données reçues des différentes sources

La troisième brique a été de s'assurer de la fiabilité des données en travaillant avec les producteurs de celles-ci. La qualité des données est un des grands enjeux pour le succès du dispositif.

La quatrième brique ambitionne de définir un modèle d'autofinancement de la plateforme tout en respectant les principes de l'Open Data.

Ce modèle de plateforme DATATourisme peut s'adapter dans la création d'un système d'observatoire du tourisme et d'une base de données communes entre les territoires en émergeant l'Open Data et en collaborant entre les acteurs locaux, départementaux, régionaux et nationaux.

2.2. Flux vision tourisme (FVT) : Une solution pour mesurer la fréquentation touristique

La mesure de la fréquentation des sites peut être utilisée pour des aspects de marketing et de promotion, ainsi que dans la gestion des flux pour réguler la sur-fréquentation des sites connus. Les outils numériques permettent d'avoir une donnée fiable de la fréquentation. De nombreux outils existent pour la mesurer. En France, Flux vision tourisme (FVT) fait partie des nouveaux outils numériques pour l'observation.

Développé par l'opérateur de téléphonie mobile Orange avec le soutien de Tourisme & Territoires (regroupé depuis dans ADN Tourisme) et l'expertise des ADT, il fournit des statistiques de fréquentation provenant des mobiles et donc des clients de son réseau, environ 40% de la population en 2019 soit un échantillon plus large que ne serait une enquête sur le terrain. Les résultats sont rendus anonymes en accord avec la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).

Selon l'article d'Espaces mars 2017 rédigé par Berlingué et Contet, des travaux ont permis d'affiner l'outil. Ils ont porté notamment sur :

- la distinction des touristes, des résidents et des « habituellement présents »
- le calcul des nuitées
- le redressement des données suivant les parts de marché locales d'Orange.
- l'interpolation pour combler les défaillances éventuelles
- la création et l'interpolation de certains indicateurs comme la distinction des excursionnistes récurrents (déplacements domicile-travail) des excursionnistes occasionnels.
- le traitement et la valorisation des données brutes.

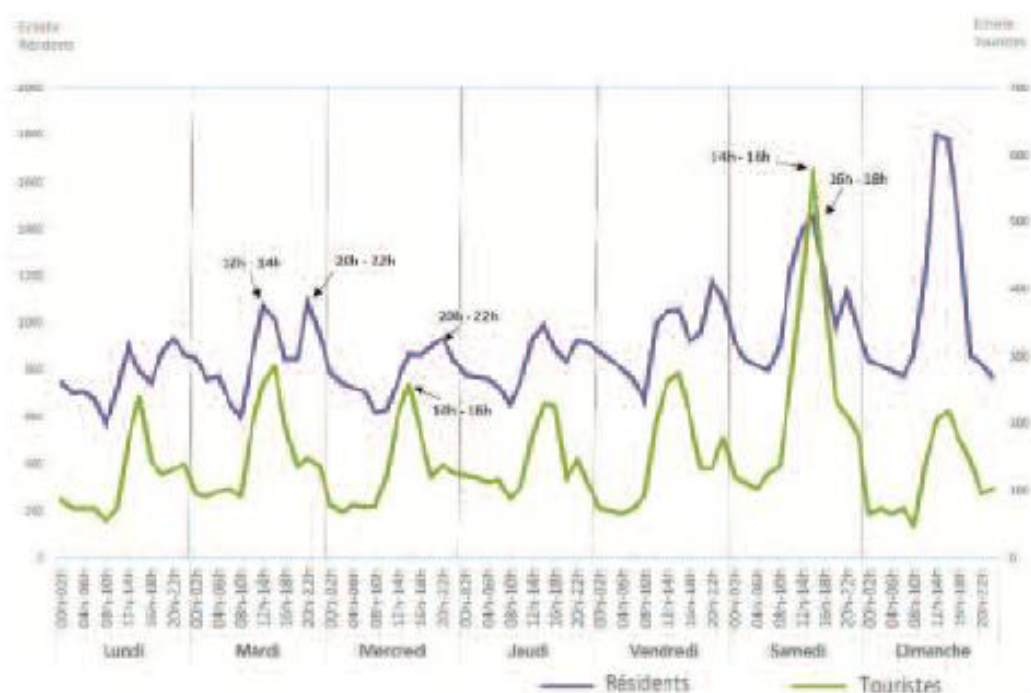


Figure 5 : Fréquentation du parc national des Calanques par les résidents et les touristes français par créneaux de deux heures (juin 2016)²³

²³ Source : Flux Vision Tourisme – Bouches-du-Rhône Tourisme

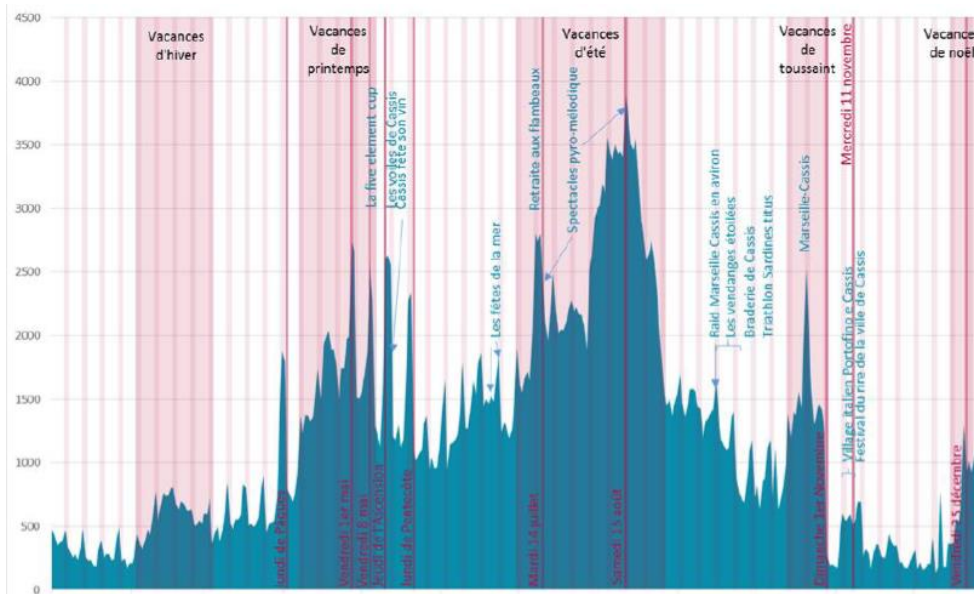


Figure 6 : Fréquentation française à Cassis en 2015²⁴

Les déplacements des touristes étrangers sont recadrés en prenant en compte les données des opérateurs ayant un accord avec Orange. Il a l'avantage de fournir des données sur des échelles de temps très courtes. Il facilite l'estimation de fréquentation pour les lieux non payants comme les parcs naturels où la comptabilisation des tickets d'entrée n'est pas possible. Néanmoins, son coût peut être rédhibitoire pour les petites structures. Il nécessite également une bonne connaissance du territoire et une maîtrise des concepts de l'outil pour avoir une communication exacte des résultats. Il peut venir en complément d'autres outils.

²⁴ Source : Flux Vision Tourisme – Bouches-du-Rhône Tourisme

Chapitre 2 : Les bases de la création d'un observatoire touristique et la diversification des données

La diversification des données peut répondre au besoin du tourisme durable dans la création d'un observatoire pour mieux analyser, au-delà des éléments classiques. Pour les décideurs et les acteurs du tourisme, il est nécessaire de comprendre son territoire, ses ressources et ses offres touristiques, ses patrimoines, ainsi que sa fragilité d'un point de vue culturel, social et environnemental. C'est le cas dans un territoire authentique comme le Myanmar. Le seul moyen, qui peut répondre à ces besoins, est de développer un observatoire du tourisme durable.

1. Les cadres de référence

Les cadres de référence sont fondamentaux dans l'observation. L'objectif d'un observatoire touristique, qui est un outil d'aide à la décision, est d'apporter une analyse d'un état des lieux du territoire afin de pouvoir mettre en place des stratégies appropriées. Développer un observatoire touristique jouant un rôle au-delà de l'observation classique avec une perspective d'avoir plus de retombée économique et de fréquentation, devient un des enjeux majeurs pour les territoires. En respectant le développement durable, le cadre de référence d'un observatoire peut guider dans le cheminement des stratégies durables.

Selon Prof. François-Pierre Gingras dans son dossier de « Fondements de la recherche en science politique », le cadre de référence (ou paradigme) se définit « un ensemble de règles implicites ou explicites orientant la recherche scientifique, pour un certain temps, en fournissant, sur la base de connaissances généralement reconnues, des façons de poser des problèmes, d'effectuer des recherches et de trouver des solutions.²⁵ »

²⁵ Prof. François-Pierre Gingras, *Fondements de la recherche en science politique*, POL 2556, automne 2004. <http://aix1.uottawa.ca/~fgingras/metho/cadres.pdf>. (Consulté le 01-04-2021)

Aujourd'hui, dans un niveau local, un observatoire touristique traite généralement de 5 grandes thématiques²⁶ :

1. Le recensement de l'offre touristique de son territoire
2. Le suivi de la fréquentation
3. Les caractéristiques et les comportements de ses clientèles
4. Les retombées économiques
5. L'image, la notoriété et l'e-réputation de son territoire

L'observation et l'évaluation de ces cinq thématiques permettent au territoire de connaître sa position dans le marché touristique territorial. Ici, nous prenons l'observatoire du tourisme de la Drôme comme un exemple pour comprendre ses analyses et ses enquêtes. Ces analyses sont publiées en cinq titres dans son espace pro²⁷.

L'enquête de conjoncture est menée durant les périodes de vacances scolaires et les mois estivaux afin de disposer des premières tendances de fréquentation.

Fréquentation Touristique Globale est faite par le Flux Vision Tourisme qui permet d'avoir des fiches de fréquentations des territoires et événements du département de la Drôme.

Fréquentation Des Hébergements Marchands est des fiches de synthèse de la fréquentation touristique des hébergements marchands de la Drôme faites par les Enquêtes INSEE.

Le bilan touristique et les chiffres clés annuels permettent de quantifier et qualifier la fréquentation touristique du département. Le bilan touristique de 2019 peut trouver en annexe B comme exemple.

Fiches Marchés Touristiques de ces 5 premiers marchés étrangers pour quantifier et qualifier la saisonnalité et le poids de chaque marché.

Ces enquêtes analysent surtout la fréquentation et les nuitées qui favorisent les études quantitatives. En outre, la majorité des études qualitatives des

²⁶ <https://www.trajec-toires-tourisme.com/lob-servation-touristique-locale-mieux-connaître-pour-mieux-agir/>. (Consulté le 1-03-2021)

²⁷ <https://www.ladrometourisme.com/espace-pro/renseignez-vous/observatoire-du-tourisme/>. (Consulté le 12-11-2020)

observatoires restent sur un point de vue de marketing, fidélisation et notoriété du territoire.

A part les observations des différents secteurs, il est rare de trouver un observatoire du tourisme qui au niveau local traite dans son ensemble d'une situation actuelle du territoire en tenant en compte les trois volets du développement durable : économique, environnemental et social. Pourtant, il est indispensable pour un secteur très transversal comme le tourisme. Donc, les acteurs du tourisme et de l'observation touristique doivent prendre en considération des cadres de référence pour mieux répondre au besoin du tourisme vers son chemin durable et responsable.

2. Le regard croisé des analyses dans l'observatoire du tourisme durable

Le choix des fondements d'un observatoire touristique guide le territoire dans les processus de prise de décisions stratégiques vers la durabilité. L'analyse du SWOT, modèle d'analyse stratégique développé à Harvard par Edmund Learned, Roland Christensen, Kenneth Andrews et William Guth en 1965, sous le nom « LCAG » peut s'appliquer dans l'observation touristique pour mieux comprendre le territoire. À la base, une analyse SWOT est un outil d'analyse stratégique qui permet d'évaluer les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une entreprise, d'un projet d'investissement ou d'un produit ou service.²⁸

Cette analyse se déroule en deux phases : interne et externe. Les forces et les faiblesses du territoire d'un point de vue du tourisme durable, de la socio-économie, de l'environnement et de la culture, sont l'analyse interne. En tant que phase externe, l'analyse des opportunités et des menaces amenées par le tourisme dans le développement territorial permet au territoire de comprendre les risques potentiels et les opportunités à saisir.

Ici, il est intéressant de prendre la méthodologie de l'Analyse Coûts-Avantages (ACA) pour les territoires touristiques afin de pouvoir réaliser des projets

²⁸ <https://www.bestpractices-si.fr/publications/etat-de-l-art/l-analyse-swot>. (Consulté le 02-04-2021).

durables. Elle est utilisée par les experts de la Commission européenne, cité originellement par Pierre Torrente, directeur du campus des métiers du tourisme pyrénéen - Université de Toulouse-Jean Jaurès, pour les projets de la valorisation des patrimoines.

« L'analyse coût-avantage (ACA) est un outil d'analyse des projets publics, qui a pour objectif de déterminer si la réalisation d'un projet est souhaitable du point de vue de l'ensemble de la société. »

La méthode ACA doit respecter quatre étapes : étape 1 - définition du projet et de son coût, étape 2 - Identification et quantification physique des avantages et des inconvénients du projet, étape 3 - Valorisation monétaire des avantages et des inconvénients et étape 4 - évaluation du projet²⁹. Dans toutes ces étapes, la prise en compte de l'environnement et du social : les intérêts des différents acteurs locaux et des habitants, au-delà du point de vue économique, peut aider à mener vers la durabilité. Pour appliquer cette dernière dans le domaine du tourisme de la manière plus efficace, l'observation et l'évaluation sont des termes essentiels à comprendre dans cet univers en permanente évolution.

2.1. Observation sur la qualité des patrimoines et les ressources touristiques

La diffusion des visiteurs en différents sites du territoire peut être une des solutions pour résoudre le tourisme concentré au même endroit et la gestion de la sur-fréquentation. Connaître l'existence des patrimoines et des ressources d'un territoire permet aux décideurs de mieux gérer les flux touristiques. Il est également nécessaire de connaître leur qualité.

Selon L'UNESCO, le thème du patrimoine se distingue en deux grands termes : le patrimoine culturel et naturel. Le patrimoine culturel dans son ensemble

²⁹ Torrente Pierre, Patrimoine et tourisme : deux notions associées pour le meilleur et pour le pire, Tourisme, 2003, no 12

recouvre deux grandes catégories de patrimoine : patrimoine culturel matériel et immatériel.

Le patrimoine culturel matériel peut se distinguer en trois titres :

- le patrimoine culturel mobilier (peintures, sculptures, monnaies, instruments de musiques, armes, manuscrits)
- le patrimoine culturel immobilier (monuments, sites archéologiques)
- le patrimoine culturel subaquatique (épaves de navire, ruines et cités enfouies sous les mers)

Le patrimoine culturel immatériel signifie traditions orales, arts du spectacle et rituels.

Le patrimoine naturel définit les sites naturels ayant des aspects culturels tels que les paysages culturels, les formations physiques, biologiques ou géologiques.

La valorisation du patrimoine consiste à faire connaître et à mettre un patrimoine local (architectural, artistique, naturel...) en valeur afin de favoriser l'attractivité du territoire. Tout en le protégeant elle agit comme un levier de développement économique en attirant les visiteurs. La mise en valeur permet de rendre accessible les sites du patrimoine au plus grand nombre par des visites, des animations et l'organisation d'évènements. Cette valorisation agit également dans le développement de l'éducation artistique et culturelle et permet de préserver et évaluer en permanence la qualité du patrimoine.

Les recensements et les analyses des ressources touristiques peuvent se faire en deux étapes : collecter les données sur les patrimoines, les paysages, les activités locales, les randonnées et treks, la culture et la gastronomie, etc..., et les évaluer du point de vue de leur qualité, leur capacité et possibilité d'accueillir des visiteurs.

2.2. L'impact du tourisme sur socio-économique, culturel et environnemental

L'évaluation se fait pour connaître les impacts et les effets du tourisme sur le territoire. Le tourisme est considéré comme un facteur de développement des territoires. Néanmoins, les effets secondaires générés par le tourisme dégradent les sites patrimoniaux, l'environnement ainsi que la culture et les modes de vie socio-économique des habitants. De nos jours, nous mesurons l'emploi créé par le tourisme et le poids de l'économie du tourisme. Il est essentiel de savoir si les habitants locaux auront accès aux emplois créés dans le territoire et s'ils bénéficieront des retombées économiques. Avec un observatoire, la collaboration entre les acteurs des différents secteurs qui observent l'impact socio-économique, culturel et environnemental répondra au besoin du développement des territoires touristiques.

Conclusion de la partie 2

La création d'un observatoire touristique qui analyse au-delà de l'observation simple répondra au besoin du tourisme durable. Cette partie a présenté la gestion administrative et la législation sur la décentralisation qui aiderait à créer un système d'observation du tourisme au Myanmar.

Le modèle DATAtourisme à partir de l'Open Data peut être une solution pour la gestion opérationnelle et les étapes à suivre dans un pays qui est au début de l'observation. Les relations qui existent déjà entre les différentes institutions sont essentielles à la mise en place d'un observatoire. Avoir des données précises de fréquentation sur les sites est nécessaire pour réguler les flux. Un troisième acteur à l'image de Flux Vision tourisme peut être une solution numérique s'il est adapté au pays.

Il est important de collecter des données diverses à l'aide des différents acteurs, au-delà du point de vue quantitatif, de valoriser les patrimoines pour les préserver et respecter les habitants et l'environnement. Avant tout un observatoire devra avoir ces bases pour respecter le tourisme durable.

Partie 3 : Terrain de recherche et méthodologie probatoire proposée

Introduction de la partie 3 :

La dernière partie de notre recherche présentera dans un premier temps le terrain d'étude appliquée et en suivant, la méthodologie proposée pour justifier les hypothèses que nous avons abordé.

Nous expliquerons lors du premier chapitre la présentation et le choix du terrain sélectionné.

Le deuxième chapitre présentera tout à bord les concepts et les méthodes de la recherche. Nous finirons ce chapitre en abordant la méthodologie pour pouvoir vérifier nos hypothèses et les outils d'analyse pour réaliser nos enquêtes.

Chapitre 1 : Le terrain d'étude : le site de Bagan inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO.

1. Bagan de nos jours



Figure 7 : Photo de la vue de Bagan, Photographie – Thurain Aung

L'étude d'un observatoire au Myanmar se fera sur le site de Bagan, ancienne capitale royale (XI^e-XIII^e siècles), afin d'avoir un terrain plus spécifique et détaillé pour mieux le traiter. Bagan et ses 3595 monuments répertoriés sur une superficie d'environ 50 km² est l'un des plus spectaculaires sites archéologiques au monde : « Bagan in central Burma is one of the world's greatest archeological sites, a sight to

rival Machu Picchu or Angkor Wat.³⁰ » Inscrit depuis 2019 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO pour lequel il répond aux critères III, IV et VI.

III : apporter un témoignage unique ou du moins exceptionnel sur une tradition culturelle ou une civilisation vivante ou disparue.

IV : offrir un exemple éminent d'un type de construction ou d'ensemble architectural ou technologique ou de paysage illustrant une ou des périodes significative(s) de l'histoire humaine.

VI : être directement ou matériellement associé à des événements ou des traditions vivantes, des idées, des croyances ou des œuvres artistiques et littéraires ayant une signification universelle exceptionnelle.

Pour la plupart des touristes visitant le Myanmar, Bagan est incontournable. Les temples, stupas, monastères, vestiges archéologiques, sculptures et fresques se visitent toute l'année. Cependant c'est dans la période de novembre à février, que le site va recevoir le maximum de touristes. C'est le moment où le climat y est le plus favorable, en dehors de la saison chaude qui dure de mars à avril et de la saison des pluies, de mai à octobre.

Ce pic touristique sur 4 mois montre combien le site peut être fragilisé par une sur-fréquentation. Le caractère saisonnier complique le modèle économique. L'impact écologique est d'autant plus fort qu'il est concentré sur une courte période. Le caractère saisonnier complique le modèle économique.

Par sa superficie et son ensemble de temples, Bagan peut être comparé à Angkor l'autre grand site archéologique de l'Asie du Sud-Est. Il est la principale attraction touristique du Cambodge et souffre aujourd'hui d'un tourisme de masse. Patrimoine mondial : à Angkor, le défi du tourisme de masse. Le site archéologique cambodgien devrait accueillir 10 millions de visiteurs en 2025, au risque de mettre

³⁰ <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/asia/myanmar/articles/Bagan-Trip-of-a-Lifetime/>. (Consulté le 02-04-2021)

en péril ce joyau.³¹ Tous ces aspects montrent sur un site exceptionnel comme Bagan, qu'il est important d'avoir un observatoire du tourisme.

2. Choix du terrain de recherche



Figure 8 : La carte de Bagan

³¹ https://www.lemonde.fr/architecture/article/2018/02/02/patrimoine-mondial-a-angkor-le-defi-du-tourisme-de-masse_5251049_1809550.html. (Consulté le 02-04-2021)

La création d'un observatoire du tourisme respectant le développement durable au Myanmar est le but de recherche du mémoire. Avec la décentralisation du tourisme, le fait que les territoires et les régions gèrent le tourisme territorial, favorise la création d'un observatoire local. Le site de Bagan se compose de sites patrimoniaux, de temples et de stupas dans un ensemble qui comprend également des habitations de l'échelle d'un département. Les risques de dégradation des patrimoines et les menaces de l'effet secondaire du tourisme concentré rend la création d'un observatoire touristique local nécessaire. C'est une solution pour les acteurs afin de comprendre la situation actuelle. En tant qu'un des sites les plus visités au Myanmar et le fait d'être inscrit comme patrimoine mondiale de l'UNESCO, permet à Bagan la facilité de pouvoir développer un observatoire du tourisme durable au niveau départemental avec la coopération des acteurs publics et privés du territoire. Pour créer une base de données homogène entre les territoires locaux, nous choisirons l'ensemble du site de Bagan comme terrain de recherche. Il sera un modèle pour le développement d'un système d'observatoire aux différents niveaux du territoire au Myanmar.

Chapitre 2 : La Méthodologie probatoire proposée

1. Méthodologies de recherche

Pour vérifier les hypothèses, nous pouvons mener une étude quantitative et qualitative. L'étude quantitative est une méthode très utilisée en sociologie, notamment à partir de réponses données à partir d'un questionnaire posé à un grand nombre d'individu. Les enquêtes statistiques sont utilisées comme outil de connaissance et d'aide à la prise de décision. L'analyse quantitative permet de mesurer l'étendue d'un fait mais elle reste limitée pour en expliquer le sens. Alors que l'analyse qualitative pourra aller plus loin dans la connaissance mais aura besoin de l'analyse quantitative pour savoir s'il s'agit d'un comportement exceptionnel ou général.

1.1. L'enquête quantitative

L'enquête quantitative³² se conduit sur un grand nombre de personne. Si l'échantillonnage ne peut être exhaustif, il faut que l'échantillon soit représentatif, c'est à dire que les unités qui le constituent ont été choisies par un procédé tel que tous les membres de la population ont la même probabilité de faire partie de l'échantillon.

L'enquête quantitative cherche à limiter les biais au niveau individuel dans les réponses en proposant :

- Un questionnaire standardisé (les questions et les items de réponses sont strictement identiques dans leur formulation et leur ordre pour l'ensemble de la population, et celle-ci doit être interrogée dans les même conditions, selon la même procédure).

³² https://joseph.larmarange.net/IMG/pdf/deroulement_enquete.pdf (consulté le 30-03-2021)

- L'objectif est de réduire et de contrôler l'existence de biais (de limiter le plus possible les variations inter individuelles) : s'il y a un biais dans la formulation du questionnaire il touchera l'ensemble des personnes interrogées.
- Donc contrairement à l'entretien semi-directif ou aux histoires de vie, l'enquête par questionnaire est une technique qui contraint à la fois l'enquêteur et l'enquêté, il ne leur ait laissé aucune marge de liberté, aucune possibilité d'initiative. Tous doivent se conformer à la même procédure d'enquête, de passation du questionnaire.

1.2. Enquête qualitative

L'enquête qualitative³³ se fait en entretien non directif et semi directif.

Entretien non directif : l'enquêteur intervient peu. Il indique un thème général que l'enquêté explore à sa guise.

Entretien **semi-directif** : grille d'entretien (liste de questions à poser) adaptée à l'enquêté, mais ne suit pas nécessairement l'ordre programmé du questionnement. Inscription dans le fil discursif de l'interviewé, qui reste libre de structurer sa propre pensée. L'enquêteur peut poser des questions qui n'étaient pas initialement prévues, et/ou ne pas poser certaines questions initialement prévues, en fonction du discours de l'interviewé. L'entretien semi-directif est le plus utilisé en sociologie.

Entretien directif : l'enquêteur mène les échanges en utilisant une grille normalisée (identique à toutes les personnes interrogées et avec un ordre de questions à observer). Les questions sont ouvertes, mais les réponses attendues sont courtes à la différence du questionnaire.

L'entretien n'est pas une donnée en soi, c'est son analyse qui produit les données.

³³ Méthodologie d'entretien en sociologie. Cours de Madame Laurence Tibère. M1 NTIC & TD ISTHIA
Université Toulouse Jean-Jaurès 2020-2021

<i>Etude qualitative</i>	<i>Etude quantitative</i>
Approche intensive	Approche extensive
Structuration minimum	Structuration maximum
Entretien ouvert sur un thème	Questionnaire standardisé
Pas ou peu de questions préparées	Questions préparées
Libre expression du répondant	Questions imposées au répondant
Nombre réduit d'enquêtés	Grand nombre d'enquêtés

Figure 9 : Comparaison d'étude qualitative et quantitative³⁴

2. Méthodologie proposée pour les hypothèses

2.1. L'échantillonnage proposé pour les entretiens

Pour vérifier les hypothèses, le choix des personnes à interroger se fera en deux groupes : groupe du Myanmar et groupe international. Pour mieux comprendre un état des lieux du tourisme, son observation et la faisabilité d'un observatoire du tourisme durable au Myanmar, nous choisirons les professionnels locaux, en distinguant en différentes catégories :

- Les professionnels du secteur public et privé du tourisme en prenant le niveau national, régional, local et les individuels
- Les professionnels du secteur de la préservation du patrimoine
- Les professionnels du ministère des affaires religieuses et la culture qui gèrent les départements de l'archéologie
- Les professionnels du secteur informatique et numérique

Pour le choix des personnes du groupe international, nous interrogerons aux :

- acteurs du tourisme dans l'observation

³⁴ https://joseph.larmarange.net/IMG/pdf/deroulement_enquete.pdf (consulté le 30-03-2021)

- les professionnels du office du tourisme, ADT, CRT en tenant en compte de différents niveaux territoriaux.

2.2. Méthodologie probatoire proposée pour l'hypothèse 1

Afin de justifier la première hypothèse, nous pratiquons la méthode qualitative et l'observation. Cette méthode d'entretien non directif et semi-directif nous permettra d'approfondir les connaissances du domaine, la coopération entre les acteurs. Ces entretiens nous permettront d'avoir des points de vue professionnels à travers des interlocuteurs par leurs expériences. L'observation en faisant la comparaison entre les outils numériques, les observatoires et les différentes plateformes de l'Open Data nous aidera de connaître la gestion opérationnelle d'un système de l'observation. Cela aidera à développer un modèle de l'observatoire adapté au tourisme durable.

2.3. Méthodologie probatoire proposée pour l'hypothèse 2

Afin d'en cerner tous les enjeux, une étude qualitative à l'aide entretien non directif et entretien semi-directif sera également préférée. Dans ces entretiens, il est important de chercher sur le regard croisé des différents secteurs : économique, social et environnemental, pour la diversification des données dans l'observation. Les outils et compétences numériques du Big Data doivent être observé pour répondre à cette hypothèse.

2.4. Le guide d'entretien

Pour mener ce type d'entretien, il est nécessaire de préparer un guide d'entretien, Les questions qui le composent doivent suivre un ordre logique, en commençant par des questions générales pour aller vers des questions plus précises. Elles doivent être claire et rester compréhensible pour l'interviewé en évitant des termes techniques ou professionnels peu connu du public. Deux formes de questions se

retrouvent dans l'entretien. Les questions fermées qui attendent une réponse prédéfinie, elles sont à privilégier car plus facile à analyser Les questions ouvertes où aucune réponse particulière n'est attendu, elles laissent plus de liberté mais sont plus difficile à exploiter.

2.5. Exemple de guide d'entretien

Ici, nous prenons un guide d'entretien parmi les entretiens semi-directifs proposés.

Objectif : Identifier les conditions et facteurs afin de développer un observatoire du tourisme dans la perspective d'un développement territorial durable.

Introduction

Bonjour, je vous remercie d'avoir accepté de me consacrer du temps pour cet échange.

Je suis étudiante en première année de Master tourisme : TIC appliquées au développement des territoires touristiques à l'ISTHIA, l'université de Toulouse – Jean Jaurès, France. Je réalise une étude de recherche portant sur « **Identification des conditions et des facteurs afin de développer un observatoire du tourisme dans la perspective d'un développement territorial durable.** » L'entretien va durer environ 30 minutes et vos réponses seront anonymes et seront utilisées dans un cadre strictement professionnel. Nous précisons qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Avant de commencer, serait-il possible de vous enregistrer?

Pour commencer, pourriez-vous vous présenter ?

1. Les enjeux dans les démarche au développement du tourisme au Myanmar

မြန်မာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးရေးအတွက် ဆောင်ရွက်ရာမှာ ကြုံတွေ့ရသောစိန်ခေါ်မှုများ

Pourriez-vous présenter le rôle de votre organisation ou institution dans le secteur du tourisme ?

လက်ရှိမြန်မာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်း စီမံခန့်ခွဲမှုတွင် သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ လုပ်ငန်းဆောင်တာများနှင့် ပူးပေါင်းပါဝင်မှု

Quel sont les enjeux pour le développement du tourisme au Myanmar ?

မြန်မာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးရေးအတွက် ဆောင်ရွက်ရာမှာ ကြုံတွေ့ရသောစိန်ခေါ်မှုများ ကိုဖြေကြားပါ။

2. Stratégies du tourisme durable et développement territorial

ခရီးသွားလုပ်ငန်း ရေရှည်ဖွင့်ဖြိုးတိုးတက်ရေး နှင့် ဒေသတွင်းဖွံ့ဖြိုးရေး အစီအမံများ

Quelles stratégies à court terme et long terme utilise-t-on dans le secteur du tourisme au Myanmar ?

မြန်မာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်းအနေနဲ့ ဘယ်လို နည်းဗျူဟာတွေနဲ့ လုပ်ဆောင်နေပါသလဲ။

3. Le système de l'observation (သုတေသန နှင့် ပတ်သက်သောအစီအမံများ)

- Les enquêtes, collecte de données et analyse de données (Survey, Data collection and Data analysis)
- Les processus d'observation et d'évaluation (Monitoring and evaluation process)
- Les sources de données et les parties prenantes majeures (Data Sources and key stakeholders)

4. L'adaptation avec l'évolution numérique (နည်းပညာတိုးတက်မှု အပေါ် လိုက်လျောညီထွေရှိမှု)

Quels sont les outils numériques utilisés dans l'observation et la collecte des données ? (Applications, Outils de collecte de données, Open data, Big data, Base de données numériques)

လက်ရှိမှာ ဘယ်လိုနည်းပညာတွေကို အသုံးပြုပြီး ဒေတာကောက်ခံ စုဆောင်းပါသလဲ။

Les indicateurs et les facteurs pour mesurer le développement du tourisme

ခရီးသွားလုပ်ငန်းဖွံ့ဖြိုးရေးကို တိုင်းတာရန်လိုအပ်သော ညွှန်းကိန်းများ၊ ထည့်သွင်းစဉ်းစားသင့်သော အချက်များ

မြန်မာ့ခရီးသွား ရေရှည်ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးဆိုတဲ့ ခေါင်းစဉ်ကို တိုင်းတာဖို့ အတွက် ညွှန်းကိန်းများ

Les indicateurs pour mesurer le développement du tourisme durable

5. Approche administrative

Pouvez-vous expliquer le système de l'observation du tourisme ?

ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် ဒေတာကောက်ယူခြင်း၊ စုဆောင်းခြင်း၊ သိမ်းဆည်းခြင်းများအစရှိတဲ့ သုတေသနစနစ် ကို မည်သို့စီမံခန့်ခွဲပါသလဲ။

Est-ce que nous avons besoin d'un organisme ou d'un système pour observer le tourisme au Myanmar ? Si oui, quels sont les acteurs et institutions qui doivent coopérer pour faire fonctionner cet organisme ?

မြန်မာ့ ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် သုတေသနပြုရန်အဖွဲ့အစည်း သို့ စနစ်တစ်ခုလိုအပ်ပါသလား။ လိုအပ်ခဲ့လျှင် ၎င်းသုတေသနအဖွဲ့အစည်းတစ်ခုမှာ ပါဝင်သင့်သော၊ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သင့်သော အဖွဲ့အစည်းများ၊ stakeholder များ

6. La loi et la législation

L'impact et les défis de la loi du tourisme de 2018 au Myanmar

မြန်မာ့ခရီးသွားလုပ်ငန်း ဥပဒေ ၏ အရေးပါမှုနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းအပေါ် သက်ရောက်သော အပြောင်းအလဲများ၊ ကြုံတွေ့ရသောအခက်အခဲများနှင့် စိန်ခေါ်မှုများ။

Cet entretien exploratoire est visé pour les professionnels du tourisme au Myanmar qui participent à la gestion administrative. Donc, le guide d'entretien se déroule en birman et est traduit en français. Il nous permettra de comprendre l'état des lieux du tourisme au Myanmar.

Conclusion de la partie 3

Le terrain choisi de Bagan nous permet de comprendre la faisabilité d'un observatoire touristique dans un territoire à l'exceptionnelle richesse patrimoniale. En même temps, il concentre les risques de dégradation culturel et naturel. La création d'un observatoire touristique en respectant le tourisme durable permettra de maintenir le tourisme de qualité au Myanmar.

Ces outils d'analyse et d'enquête nous aideront à vérifier les hypothèses qui répondent à la problématique. Ces entretiens exploratoires et probatoires nous permettront de comprendre le sujet et de justifier nos recherches du mémoire.

Conclusion

Les différents territoires ont conscience de l'importance de l'observation et de la transversalité du tourisme pour déterminer les stratégies de l'aménagement territorial. Les décideurs considèrent le tourisme comme le facteur de développement. L'évolution numérique dans la promotion des territoires devient un enjeu et la concurrence entre les territoires dirige l'observation vers un point de vue économique et quantitatif. Selon les niveaux de compétence numérique des territoires et leurs organisations, l'utilisation des outils TIC et les savoir-faire du Big Data devient un défi majeur dans l'observation.

Si le modèle appui sur les secteurs : économique, social et environnemental, nous pouvons avoir les bases d'un observatoire pour la durabilité. Le Myanmar en est au début de l'observation. Connue pour son authenticité et sa richesse culturelle et patrimoniale, l'observation est cruciale pour maintenir un tourisme de qualité. Dans ce travail de recherche on a essayé de montrer trois points de vue essentiel : la collaboration des différents acteurs, le développement de l'Open Data et la diversification des données. Avec la cité de Bagan comme modèle de recherche choisi, respecter ces trois points répondra à la création d'un observatoire touristique au Myanmar dans la perspective d'un développement territorial durable. Ce modèle pourra alors s'appliquer à d'autres régions afin de pouvoir développer un système d'observation au Myanmar.

Nous avons pris des exemples numériques côté fonctionnement et opérationnel. Le concept du Big Data peut renforcer la diversification des données en croisant les éléments des différents secteurs afin d'améliorer la qualité de l'observation. Il est intéressant d'avoir les compétences en gestion des données du Big Data.

Dans cette perspective d'approfondir l'utilisation du numérique dans la diversification des données de l'observation à l'aide du Big Data et de la gestion des bases de données, la suite pourra être un projet de recherche à continuer pour le mémoire de master 2.

Bibliographie

Ouvrages :

Atout France, *Tourisme et développement durable (De la connaissance des marchés à l'action marketing)* – édition no 11, Paris : Altéa Groupe Expert, 108 p.

Gingras François-Pierre, *La théorie et le sens de la recherche*, dans l'ouvrage collectif sous la direction de Benoît GAUTHIER, *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, 4e éd., Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003, 103-126 p.

Lafrate Fernando, *Du Big Data au Smart Data au service d'un monde connecté*. Iste Editions, 2015, 80 p.

Organisation National du Tourisme, *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Association conventionnée par le ministère chargé du tourisme, 2000, 132 p.

Veyret Yvette, Saint-Orens Alain, Chalier Alain et al., *Comprendre le développement durable*, Canejan : Centre régionale de documentation pédagogique d'Aquitaine, 2008, 238 p.

Articles académiques :

Adraste Xavier et Salles Guillem, *Les destinations touristiques à l'épreuve de la Data*, *Juris tourisme*, 2007, no 201, p.19-21.

Blanc Jean-Michel, *L'observation, un outil de stratégie touristique*, *Cahier espaces : Tourisme et Loisirs*, septembre 2006, no 90, p.158-162.

Berlingué Christel, Contet Jean-Michel, *Flux Vision Tourisme. Le big data au service de l'observation des flux touristiques*, Editions ESPACES Mars 2017, 335, 110-121 p.

Béseau Hugues, *Observer n'est pas une fin en soi. Conseils pour poser les bases d'un observatoire local du tourisme*, revue *Espaces*, mars 2017, n°335

Graburn Nelson H.H. *The anthropology of tourism*, Annals of Tourism Research, 1983, Volume 10, Issue 1, P 9-33.

Institut français du tourisme, Observation du tourisme : de la construction du dispositif aux enjeux futurs, *Juris tourisme*, 2020, no 232, p. 17-21.

Juris tourisme 2020, n°232

Les cahiers espaces : *Observation, évaluation et tourisme*, numéro 60, avril 1999, Revue trimestrielle éditée par les éditions touristiques européennes-S.A.R.L été

Torrente Pierre, *Patrimoine et tourisme : deux notions associées pour le meilleur et pour le pire*, Tourisme, (Equipe de recherche interdisciplinaire sur le tourisme) Université de Toulouse Le Mirail, 2003, no 12, p. 7-25. E.R.I.T.

Documents ou rapports officiels du Myanmar :

Myanmar Tourism Strategic Recovery Roadmap (2020-2025) – Executive report – draft plan

State party of Myanmar, *Decisions adopted during the 43rd session of the World Heritage Committee (Baku, 2019)*, 43COM 8B.20 - Bagan (Myanmar)- Management Plan, UNESCO, 2019, 254-257 p.

The Republic of the Union of Myanmar, *Myanmar Tourism Master Plan (2013 – 2020)* Final-Draft Report, June 2013

The Myanmar Tourism Law, septembre 2018

The protection and preservation of cultural heritage regions law Myanmar, 2019

Document ou Rapport Officiels, Thèses et Mémoires

Joncour Ida, *La gestion collaborative de données au service de l'attractivité touristique des territoires (Le cas du réseau Apidae Tourisme)*, Mémoire de master 2, TIC appliquées au Développement des Territoires Touristique, Foix : L'ISTHIA, Université de Toulouse-Jean Jaurès, 2018, 134 p.

Michalon Martin, *Tourisme, politique et appropriation de l'espace dans la Birmanie en transition, le cas de la région du lac Inlé*, Thèse de doctorat en géographie, Paris : École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2020, 586 p.

Rouquayrol Marion, *Accessibilité et handicap : le droit au tourisme pour tous*, Mémoire de master 1, Tourisme et Développement, Foix : L'ISTHIA, Université de Toulouse-Jean Jaurès, 2019, 121 p.

Torchy Maryne, *Le rôle de l'Observation Touristique dans la mise en place de la stratégie marketing départementale*, Mémoire de master 2, TIC appliquées au Développement des Territoires Touristique, Foix : L'ISTHIA, Université de Toulouse-Jean Jaurès, 2017, 149 p.

Annexe

Annexe A - Définitions opérationnelles des formes de tourisme par l'Organisation Mondiale Du Tourisme (2019)³⁵

Tourisme culturel

Le tourisme culturel est un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre à connaître, de découvrir et de consommer les attractions/produits culturels d'une destination touristique, matériels et immatériels, et d'en faire l'expérience. (p.31)

Écotourisme

L'écotourisme est un type d'activité touristique de nature dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'observer, d'apprendre à connaître, de découvrir et d'apprécier la diversité biologique et culturelle, et d'en faire l'expérience, en adoptant une attitude responsable propre à protéger l'intégrité de l'écosystème et à améliorer le bien-être de la population locale. (p. 33)

Tourisme rural

Le tourisme rural est un type d'activité touristique dans lequel l'expérience du visiteur mobilise une large gamme de produits généralement en rapport avec les activités de nature, l'agriculture, la culture/les modes de vie ruraux, la pêche d'agrément et les excursions. (p.34)

Tourisme d'aventure

Le tourisme d'aventure est un type de tourisme pratiqué habituellement dans des destinations présentant des caractéristiques géographiques et des paysages particuliers et généralement associé à une activité physique, à un échange culturel, à une interaction et à un contact avec la nature. Cette expérience peut comporter

³⁵ Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>. (Consulté le 06 mars 2021)

une part de risque, réelle ou perçue comme telle, et peut exiger un effort physique et/ou mental considérable. (p. 36)

Tourisme de santé

Le tourisme de santé recouvre les types de tourisme ayant pour motivation première la contribution à la santé physique, mentale et/ou spirituelle moyennant des activités médicales et de bien-être qui développent l'aptitude de chacun à satisfaire ses besoins et à mieux fonctionner en tant qu'individu dans son milieu et au sein de la société. (p.39)

Tourisme de bien-être

Le tourisme de bien-être est un type d'activité touristique axé sur l'épanouissement et l'équilibre de toutes les dimensions de la vie d'une personne, notamment les dimensions physique, mentale, émotionnelle, professionnelle, intellectuelle et spirituelle. Le touriste de bien-être a pour motivation première de se livrer à des activités préventives et dynamiques d'amélioration de son style de vie, telles que la gymnastique de forme, une alimentation saine, la relaxation, les soins et les traitements curatifs. (p.41)

Tourisme médical

Le tourisme médical est un type d'activité touristique faisant intervenir des ressources et des services thérapeutiques (à la fois invasifs et non invasifs) de la science médicale. Il peut inclure le diagnostic, le traitement, la cure, la prévention et la rééducation. (p.41)

Tourisme d'affaires (Lié à l'industrie des réunions)

Le tourisme d'affaires est un type d'activité touristique dans lequel le visiteur, pour un motif professionnel et/ou d'affaires bien précis, voyage en dehors de son lieu de travail et de résidence pour assister à une réunion, une activité ou un événement. Les principales composantes du tourisme d'affaires sont les réunions, les voyages de gratification, les congrès et les salons. (p.42)

Tourisme de gastronomie

Le tourisme de gastronomie est un type d'activité touristique caractérisé par le fait que l'expérience du visiteur, au cours de son voyage, est en rapport avec la cuisine et des produits et activités connexes. Outre les expériences culinaires authentiques, traditionnelles et/ou novatrices, le tourisme de gastronomie peut aussi recouvrir d'autres activités apparentées, comme rendre visite à des producteurs locaux, participer à des festivals gastronomiques et suivre des cours de cuisine.

L'œnotourisme (tourisme du vin), lequel est une sous-catégorie du tourisme de gastronomie, s'entend du tourisme dont le motif est la visite de vignobles et d'exploitations viticoles, la dégustation, la consommation et/ou l'achat de vin, souvent à la propriété ou au plus près de la source. (p.44)

Tourisme côtier, maritime et en eaux intérieures

Le tourisme côtier s'entend des activités de tourisme pratiquées depuis le rivage telles que la baignade, le surf, les bains de soleil et autres activités côtières sportives, de détente et de loisir en bord de mer, au bord d'un lac ou au bord d'une rivière. La proximité de la côte est aussi une condition pour les services et les installations à l'appui du tourisme côtier.

Le tourisme maritime s'entend des activités pratiquées en mer telles que les croisières, la navigation à bord de yachts et de bateaux de plaisance et les sports nautiques, y compris leurs infrastructures et leurs services terrestres respectifs.

Le tourisme en eaux intérieures s'entend des activités touristiques telles que les croisières, la navigation à bord de yachts et de bateaux de plaisance et les sports nautiques qui sont pratiquées dans des environnements aquatiques situés à l'intérieur d'un périmètre terrestre et comprenant des lacs, rivières, étangs, ruisseaux, eaux souterraines, sources, rivières souterraines et autres, regroupés traditionnellement sous l'appellation de zones humides intérieures. (p.46-47)

Tourisme urbain/en ville

Le tourisme urbain/en ville est un type d'activité touristique réalisé en milieu urbain avec les caractéristiques qui lui sont propres d'économie non agricole – administration, industrie manufacturière, commerce ou encore services – et de

nœud de transport. Les destinations urbaines/citadines offrent une gamme large et hétérogène d'expériences et de produits culturels, architecturaux, technologiques, sociaux et de nature à des fins de loisir et d'affaires. (p.48)

Tourisme de montagne

Le tourisme de montagne est un type d'activité touristique pratiqué à l'intérieur d'un espace géographique déterminé et délimité, comme peuvent l'être des collines ou des montagnes, présentant des caractéristiques et des propriétés particulières propres à tel(le) ou tel(le) paysage, topographie, climat, biodiversité (flore et faune) et population locale donné(e). Il recouvre une large gamme d'activités sportives et de loisir de plein air. (p.51)

Tourisme éducatif

Le tourisme éducatif réunit les types de tourisme ayant pour motivation première la participation du touriste à des activités d'apprentissage, de développement personnel, d'enrichissement intellectuel et de perfectionnement des compétences, et l'expérience correspondante. Le tourisme éducatif recouvre une large gamme de produits et de services liés aux études, séjours de renforcement des compétences, voyages scolaires, stages sportifs, formations axées sur la progression professionnelle et cours de langues, entre autres. (p.52)

Tourisme sportif

Le tourisme sportif est un type d'activité touristique désignant l'expérience de voyage du touriste qui vient assister en tant que spectateur ou qui participe activement à une manifestation sportive incluant généralement des activités commerciales et non commerciales de compétition. (p.55)

Annexe B – BILAN Touristique 2019 de la Drôme



BILAN Touristique 2019

LE TOURISME DANS LA DRÔME

3,5 millions (+3% par rapport à 2018)
de nuitées en hébergements marchands

Source : INSEE 2019 (hôtellerie, hôtellerie de plein-air, hébergements collectifs)

39ème
département d'accueil des touristes français

Source : TNS-SOFRES - SOT 2018 (part des marchés en voyages/ séjours)

+ de 450 000 000€
de consommation touristique française

Source : TNS-SOFRES - SOT 2017-18 (AURA) - FVT 2019

Estimation : Dépense moy. par jour et par personne (moy. annuelle AURA) *
Nombre de nuitées touristiques françaises

7 700 (+5% par rapport à 2018)
emplois salariés

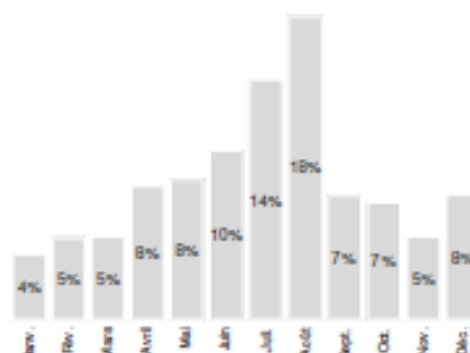
Source : ACOSS, URSSAF - Emploi salarié au 01/01/18 des activités liées
caractéristiques du tourisme. Elles peuvent de ce fait sous-estimer certaines
données dues aux activités saisonnières.

9,3 millions de nuitées touristiques françaises

Source : Orange - Flux Vision Tourisme - ADT26

A noter : les nuitées étrangères sont indisponibles en 2019

Nuitées touristiques françaises (en millions)

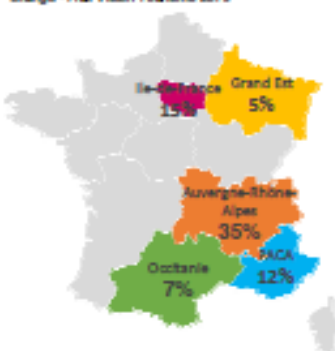


LES CLIENTÈLES

66% de clientèle française

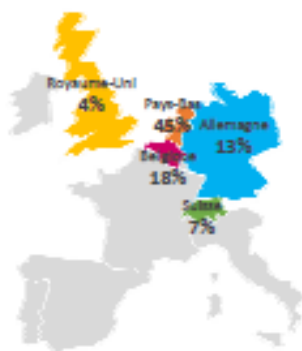
Source : INSEE (en hébergement marchand 2019)

Orange - Flux Vision Tourisme 2019



34% de clientèle étrangère

Source : INSEE (en hébergement marchand 2019)



LES CAPACITÉS D'ACCUEIL

38% en hébergements marchands

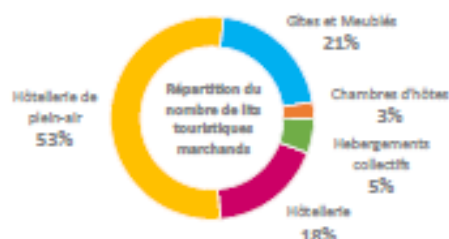
Source : INSEE - ADT26

Estimation à mars 2019, ne comprenant pas : les meubles hors d'habitation,
labellisés et agrémentés, les gîtes de groupe hors labellisés, les chambres d'hôtes non
labellisées ou non agréées, certains hébergements d'été, les établissements
en cours de classement...

62% en résidences secondaires

Source : INSEE - Recensement Général de la Population 2012

dont 12% détenues par des étrangers originaires de : Belgique (31%), Suisse
(10%), Pays-Bas (14%), Grande-Bretagne (13%), Allemagne (10%)



Annexe C – La traduction d’une partie de l’entretien exploratoire avec le directeur adjoint du ministère de l’hôtellerie et du tourisme du Myanmar

ANT :	Bonjour
UAH :	Comment allez-vous ?
ANT :	Oui je vais bien et vous ? Ici il fait un peu froid.
UAH :	Oui, moi aussi. Ici je juste fais attention à me déplacer. Et vous pouvez me poser des questions ?
ANT :	Oui. Pourrais-je enregistrer cette interview comme document sonore ?
UAH :	Oui
ANT :	Hier je vous ai envoyé le titre de ma thèse à laquelle j’aimerais connaître le système de la surveillance à l’aide de moniteur dans le tourisme et sa construction. Comment je vais le démarrer au Myanmar surtout concernant à l’administration du système ? En plus merci de me permettre de savoir de la part du ministère du tourisme vos activités et votre coopération sur ce sujet. Premièrement, je voudrais bien connaître de la part du ministère votre fait à se rendre compte et vos activités au titre du planning stratégique
UAH :	Quand j’en parle, nous observons d’abord Les conditions actuelles du pays ; nos ressources humaines, nos infrastructures, nos produits, nos capacités et nos services dans l’hospitalité. Après avoir bien observé et calculé tout, nous élaborons des stratégies ; l’amélioration des infrastructures, le développement de meilleurs services, l’augmentation de notre capacité avec notre ressource humaine, la création de produits plus fascinante, les efforts pour développer les facilités malgré les besoins. Notre objectif est d’avoir la bonne marque. Comme vous savez, Myanmar n’est pas encore au niveau de la marque bien connue surtout chez les occidentaux. Nous donc affirmons nos stratégies quant aux faits dont je vous ai parlés tout à l’heure.
ANT :	Parmi les politiques, quelle est la politique principale pour faire les stratégies au Tourisme ? par exemple dans le paysage international, c’est le développement durable du tourisme.
UAH :	Oui, Principalement, chez nous aussi, C’est le développement durable du tourisme. Chez nous, le secteur tourisme est basé en aspects culturels et naturels. C’est notre point positif. Pourtant c’est contraire pour la croissance du tourisme. C’est-à-dire que j’aimerais bien pointer que l’augmentation du tourisme provoque des impacts négatifs pour la conservation de l’environnement. En même temps, ce sera gravement difficile à augmenter le tourisme en gardant la préservation intensive l’environnement et la

	culture. Pour pouvoir réaliser le développement durable du tourisme chez nous, c'est indispensable d'avoir le tourisme qui permet d'abonner son augmentation ainsi que de conserver la culture et l'environnement du pays. C'est aussi notre politique.
ANT :	Oui. Merci bien. Normalement on a besoin des données et du renseignement afin d'élaborer les politiques. Quels sont les défis pour avoir leur source ?
UAH :	Oui, Nous en avons. Comme le premier défi, c'est la technologie. Je voudrais bien parler des nécessités en technologie même pour avoir les statistiques du tourisme. Nous pouvons connaître le nombre des touristes étrangers qui sont entrés au Myanmar via les immigrations des aéroports internationaux et celles aux frontières, cependant la statistique du nombre des touristes de proximité est en vigueur jusqu'à présent. Alors quelles sont les sources qui calculent le chiffre des voyageurs domestiques ? Nous ne pouvons calculer que sur la liste de l'enregistrement des voyageurs à travers les hôtels et les chambres d'hôtes. C'est pourquoi la statistique du nombre des voyageurs domestiques n'est pas correcte 100%. En plus il y aura des voyageurs locaux qui restent soit dans les hôtels soit dans les auberges soit dans les monastères soit chez les vernaculaires soit dans les autres villes. Ce sont les raisons pour lesquelles nous ne pouvons pas préciser la statistique du nombre de voyageurs locaux en raison des difficultés technologiques. Au cours de notre dernière rencontre à Nay Pyi daw, nous nous sommes en parlé pour résoudre par la technologie. J'ai bien mentionné que nous n'avons pas encore la technologie par rapport aux certains pays. Actuellement, nous essayons avec notre capacité limitée d'avoir la statistique des voyageurs via les destinations. Par exemple, dans la statistique, le chiffre des voyageurs est mentionné selon les sites à Mandalay (le pont en teck U Bein, la colline de Mandalay, La pagode Maha Myat MuNi, le palais Mandalay et etc.) c'est donc possible de voir des différentes listes de voyageurs selon les sites. C'est possible que les voyageurs visitent soit le même site soit aux autres sites. Alors nous essayons d'identifier les voyageurs domestiques ou bien internationaux aux sites. Ce ne fait pas longtemps que Le vice-ministre a annoncé 3 millions visiteurs au parc Kandaw Gyi à la ville, May. Mais dans ce chiffre, le genre de touristes (domestiques ou touristiques) n'est pas mentionné. En plus il y aura des possibilités des touristes qui dorment à May ou reviennent à Mandalay ou bien reprennent la route pour aller à Lashio. Pourtant on ne peut calculer que le nombre des touristes de la ville May selon la liste des voyageurs des hôtels et des auberges de May. A tel point, j'aimerais bien

	savoir si la liste des voyageurs des hôtels et les auberges qui est bien correcte car il me semble que cette liste est aussi manipulée dans le but de réduire la taxe. De nos jours, grâce à la technologie, cela vient de présenter le nouveau système (Hotel Guest List Mangement system) qui se déclenche premièrement à Yangon. Ensuite nous encourageons tous les hôtels à l'installer. Ce système nous permet d'identifier les sortes de touristes (local ou international) ainsi que de connaître la liste plus précise des voyageurs même les endroits visités, les horaires de leur arrivée et leur départ. Ce système ne fonctionne que dans les abris, enregistrés au ministère du tourisme mais pas encore dans ceux à la municipalité. Faut donc que ce système s'y installe pour avoir la liste des voyageurs. La plupart des abris, enregistrés à la municipalité sont appartenus aux business traditionnels pas professionnels. Par ailleurs il y a peu de cette sorte des abris. Ils ont donc le droit de refuser l'installation de ce système chez eux. C'est pourquoi nous réalisons premièrement ce projet dans les hôtels qui ont le permis du ministère du tourisme.....
--	---

Annexe C – Comparaison des visiteurs arrivés selon leur nationalité³⁶

VISITOR ARRIVALS BY NATIONALITY (Compare)					
No	Country/Region	2018(Up to Sep)	2019(Up to Sep)	difference	%
	<u>NORTH AMERICA</u>	<u>52276</u>	<u>53058</u>	<u>782</u>	<u>1%</u>
1	U.S.A	44496	45494	998	2%
2	CANADA	7780	7564	-216	-3%
	<u>OTHER AMERICAS</u>	<u>7515</u>	<u>7138</u>	<u>-377</u>	<u>-5%</u>
	<u>WEST EUROPE</u>	<u>122262</u>	<u>120430</u>	<u>-1832</u>	<u>-1%</u>
1	FRANCE	29038	28493	-545	-2%
2	U.K	26281	23624	-2657	-10%
3	GERMANY	18174	17907	-267	-1%
4	ITALY	10221	12078	1857	18%
5	SWITZERLAND	6138	5505	-633	-10%
6	NETHERLANDS	6540	6534	-6	0%
7	BELGIUM	3801	3536	-265	-7%
8	AUSTRIA	2089	2309	220	11%
9	SPAIN	7726	9286	1560	20%
10	OTHERS	12254	11158	-1096	-9%
	<u>EAST EUROPE</u>	<u>11776</u>	<u>11518</u>	<u>-257</u>	<u>-2%</u>
1	RUSSIA	3510	3233	-277	-8%
2	OTHERS	8265	8285	20	0%
	<u>AFRICA</u>	<u>3125</u>	<u>3100</u>	<u>-25</u>	<u>-1%</u>
	<u>MIDDLE EAST</u>	<u>3864</u>	<u>4070</u>	<u>206</u>	<u>5%</u>
	<u>ASIA</u>	<u>738317</u>	<u>1131527</u>	<u>393210</u>	<u>53%</u>
1	CHINA	198256	523449	325193	164%
2	THAILAND	212162	194439	-17723	-8%
3	KOREA	46319	82920	36601	79%
4	JAPAN	73242	92219	18977	26%
5	SINGAPORE	40168	39547	-621	-2%
6	VIETNAM	39203	38114	-1089	-3%
7	INDIA	31828	33371	1543	5%
8	MALAYSIA	33478	30701	-2777	-8%
9	TAIWAN	25681	28070	2389	9%
10	HONG KONG	94	23897	23803	
11	MACAU	2	1812	1810	
12	PHILIPPINE	12184	12948	764	6%
13	OTHERS	25700	30040	4340	17%
	<u>OCEANIA</u>	<u>21586</u>	<u>19953</u>	<u>-1633</u>	<u>-8%</u>
1	AUSTRALIA	18570	17210	-1360	-7%
2	NEWZEALAND	2843	2634	-209	-7%
3	OTHERS	173	109	-64	-37%
	TOTAL	960720	1350794	390074	41%

Remarks. Visa entries only

³⁶ <https://www.tourismmyanmar.org/>. (Consulté le 23-12-2020)

Table des figures

Figure 1 : Schéma du Développement durable du tourisme	17
Figure 2 : Les différentes composantes d'un observatoire touristique	21
Figure 3 : Le Big bang du Big Data	25
Figure 4 : La Carte du Myanmar (Birmanie).....	30
Figure 5 : Fréquentation du parc national des Calanques par les résidents et les touristes français par créneaux de deux heures (juin 2016)	50
Figure 6 : Fréquentation française à Cassis en 2015	51
Figure 7 : Photo de la vue de Bagan, Photographe – Thurain Aung	61
Figure 8 : La carte de Bagan	63
Figure 9 : Comparaison d'étude qualitative et quantitative	67

Table des matières

Remerciements	4
Sommaire	5
Introduction générale	7
Partie 1 : L’observatoire touristique, la gestion des données et les défis de l’émergence du numérique dans un pays en voie de développement comme le Myanmar	9
Introduction de la partie 1 :	10
Chapitre 1 : Les approches et les notions à explorer	11
1. Tourisme et développement durable	11
2. Définitions du tourisme	11
3. La notion de la durabilité	14
4. La durabilité appliquée au tourisme	16
Chapitre 2 : Le Big Data, l’Open Data et la gestion de données dans l’observation	19
1. La notion de l’observation	19
1.1. L’évolution de l’observation touristique dans le temps	19
1.2. Les concepts, les méthodes et les acteurs de l’observation touristique	21
2. Définition : Data et Big Data	23
3. Open Data et Le système de collecte des données	26
3.1. Open Data	26
3.2. Le système de collecte des données	28

4. Les enjeux de l'observation de nos jours (Observation du tourisme : à quoi ça sert ?)	29
Chapitre 3 : Les enjeux et les défis du tourisme dans le contexte du Myanmar	30
1. Etat des lieux du Myanmar	31
1.1. Histoire et géographie du pays	31
1.2. Les crises majeures qui impactent le tourisme : La pandémie de la COVID 19 et le coup d'état du 1 ^{er} février 2021.....	34
2. Le tourisme au Myanmar	35
2.1. Les destinations et les patrimoines	35
2.2. La nature des voyageurs et des séjours touristiques	37
3. Les enjeux et les défis du tourisme	38
Conclusion de la partie 1.....	41
Partie 2 : la création d'un observatoire touristique : un outil au service d'un développement territorial durable	42
Introduction de la partie 2.....	43
Chapitre 1 : L'adhésion des principaux acteurs et mise en place d'un système opérationnel sur la création d'un observatoire touristique	44
1. L'administration dans le secteur du tourisme	45
1.1. Administration du tourisme au Myanmar	45
1.2. Gestion de collecte de données aux Myanmar	46
1.3. La loi du tourisme de 2018 qui permet la décentralisation dans le secteur du tourisme au Myanmar.....	46

2. Solutions proposées à partir de l'Open Data et du Big Data pour l'observation touristique.....	48
2.1. DATAtourisme : Une plateforme de l'observation touristique dans l'univers de l'Open Data	48
2.2. Flux vision tourisme (FVT) : Une solution pour mesurer la fréquentation touristique	49
Chapitre 2 : Les bases de la création d'un observatoire touristique et la diversification des données	52
1. Les cadres de référence	52
2. Le regard croisé des analyses dans l'observatoire du tourisme durable	54
2.1. Observation sur la qualité des patrimoines et les ressources touristiques.....	55
2.2. L'impact du tourisme sur socio-économique, culturel et environnemental	57
Conclusion de la partie 2.....	58
Partie 3 : Terrain de recherche et méthodologie probatoire proposée...	59
Introduction de la partie 3 :	60
Chapitre 1 : Le terrain d'étude : le site de Bagan inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO.	61
1. Bagan de nos jours.....	61
2. Choix du terrain de recherche	63
Chapitre 2 : La Méthodologie probatoire proposée.....	65
1. Méthodologies de recherche	65
	89

1.1. L'enquête quantitative.....	65
1.2. Enquête qualitative	66
2. Méthodologie proposée pour les hypothèses	67
2.1. L'échantillonnage proposé pour les entretiens	67
2.2. Méthodologie probatoire proposée pour l'hypothèse 1.....	68
2.3. Méthodologie probatoire proposée pour l'hypothèse 2.....	68
2.4. Le guide d'entretien	68
2.5. Exemple de guide d'entretien	69
Conclusion de la partie 3.....	72
Conclusion.....	73
Bibliographie.....	74
Annexe	77
Table des figures	86
Table des matières	87

Résumé

Avec l'émergence du Big Data dans le tourisme, la question de l'observation est devenue une question centrale pour les gestionnaires de territoires désireux de développer leur attractivité. Les observatoires sont ainsi largement utilisés à des fins de marketing, de recherche de retombées économiques. En revanche, il existe très peu d'observatoires qui appréhendent la notion du tourisme durable dans son ensemble en opérant des croisements de données.

C'est dans ce champ relativement inédit de la réflexion, appliqué dans un pays en voie de développement, que s'inscrit ce mémoire de recherche.

Il traite de la création d'un observatoire touristique au Myanmar dans la perspective d'un développement territorial durable.

Mots-clés : Big Data – Open Data – Observatoire touristique – Observation – Territoires – Tourisme Durable – Gestion des données – Myanmar (Birmanie)

Abstract

With the emergence of Big Data in tourism, the question of observation has become a major challenge for managers of territories aiming to develop their attractiveness. The observatories are thus widely used for research and marketing purposes in economic context. However, there are very few observatories, which integrate the concept of sustainable tourism as a whole by cross-referencing data.

It is in this relatively new field of reflection, applied in a developing country, that this research thesis falls.

It highlights the creation of a tourism observatory in Myanmar with a view to sustainable territorial development.

Keywords: Big Data – Open Data – Tourism Observatory – Observation – Territories – Sustainable Tourism – Data Management – Myanmar (Burma)