



## **MASTER TOURISME**

Parcours « Management des Industries du Tourisme »

### **MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE**

# **L'Asymétrie entre l'image d'un pays et ses potentialités touristiques.**

## **Le cas de l'Iran.**

Présenté par :

**Julien HIRTZIG**

Année universitaire : **2016 – 2017**

Sous la direction de :

**Driss BOUMEGGOUTI**





## **MASTER TOURISME**

Parcours « Management des Industries du Tourisme »

### **MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE**

# **L'Asymétrie entre l'image d'un pays et ses potentialités touristiques.**

## **Le cas de l'Iran.**

Présenté par :

**Julien HIRTZIG**

Année universitaire : **2016 – 2017**

Sous la direction de :  
**Driss BOUMEGGOUTI**

L'ISTHIA de l'Université 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).

*Je dédie ce mémoire à ma mère,  
c'est à travers les valeurs qu'elle m'a transmises  
que j'ai choisi le tourisme et que l'Iran s'est  
imposé comme un choix évident pour moi.*

*« Celui qui s'attache à l'obscurité a peur de la vague.  
Le tourbillon de l'eau l'effraie. Et si il veut partager notre voyage,  
Il doit s'aventurer bien au-delà du sable rassurant du rivage »*

Hafez, poète persan (1325-1390)

# REMERCIEMENTS

---

Ce mémoire répond à une profonde passion pour l'Iran et ces destinations méconnues. Je suis aujourd'hui heureux d'avoir la possibilité d'introduire tous ces travaux réalisés par de talentueuses personnes, passionnées de l'Iran ou du tourisme dans sa globalité.

Dans un premier temps je tiens à remercier mon maître de mémoire, Monsieur Driss BOUMEGGOUTI. Sa passion et son ouverture d'esprit resteront toujours une source d'admiration pour moi.

Merci à tous ces chercheurs dont les analyses et les connaissances m'ont permises d'assimiler au mieux ce sujet, en particulier M. Coville pour tout son travail sur l'Iran et le temps qu'il m'a offert.

Je souhaiterai également souligner le travail remarquable de l'ensemble du corps enseignant de l'ISTHIA, pour la qualité de leurs cours ainsi que leurs différentes visions et approches marquées par leur parcours.

Ma gratitude va également à ma famille et à mes proches pour avoir su me soutenir, me conseiller et aussi m'apaiser. Bien sûr je remercie mes camarades de classe pour les échanges et les travaux effectués tout au long de l'année et qui m'ont tant appris.

Enfin, merci à tous ceux ayant participé de près ou de loin à la recherche et à la rédaction de ce mémoire qui m'est cher.

Et à l'Iran,

# SOMMAIRE

---

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>7</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>9</b>
<b>PARTIE 1 : L’image de l’Iran aujourd’hui en décalage avec sa géopolitique, ses ressources et sa société. ....</b>	<b>11</b>
Introduction Partie 1 .....	12
Chapitre 1 - La géopolitique de l’Iran et son impact sur son image .....	13
Chapitre 2 : Les nombreuses ressources de l’Iran potentiellement facteurs de développement touristique .....	30
Conclusion Partie 1.....	49
<b>PARTIE 2 : Le tourisme iranien et ses perspectives de développement.....</b>	<b>50</b>
Introduction Partie 2 .....	51
Chapitre 1 : Le secteur touristique aujourd’hui en Iran .....	52
Chapitre 2 - L’aménagement du territoire iranien : une nécessité pour une industrie touristique optimale.....	67
Chapitre 3 - La Route de la Soie en tant que marketing territorial.....	73
Conclusion Partie 2 .....	85
<b>PARTIE 3 : Méthodologie et perspectives .....</b>	<b>86</b>
Introduction Partie 3 .....	87
Chapitre 1 : Les enquêtes envisagées.....	88
Chapitre 2 : perspectives pour la deuxième année de master .....	93
Conclusion Partie 3.....	96
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>97</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>99</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>110</b>
<b>TABLE DES SIGLES.....</b>	<b>114</b>
<b>TABLE DES FIGURES.....</b>	<b>115</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>116</b>

---

# INTRODUCTION GENERALE

---

Durant un stage en agence de voyage sur mesure à Toulouse, j'ai pour la première fois découvert en quoi l'Iran avait les capacités et le potentiel de devenir une destination touristique remarquable. Après avoir fait quelques recherches et discuté avec des collègues qui avaient déjà visité l'Iran, je n'arrivais pas à concevoir que ce pays ne gagne pas en popularité d'un point de vue touristique.

Ce mémoire aura pour objet d'étude les perspectives de développement touristique en Iran maintenant que le pays a signé l'accord sur le nucléaire. Ces perspectives de développement seront étudiées en prenant en compte tous les éléments, positifs ou négatifs, avec lesquelles le pays devra composer.

Deux aspects seront davantage étudiés de par l'impact et l'influence qu'ils semblent avoir sur la capacité ou non d'un pays à développer son secteur touristique, il s'agira de l'image et des potentialités. En effet, à l'heure où le tourisme est international, il est intéressant de voir que les destinations touristiques ne sont pas uniquement créées à partir des ressources physiques, mais sont parfois également le résultat de ressources intangibles telles qu'une image positive du pays.

Il serait donc intéressant de se demander si l'asymétrie entre l'image de l'Iran et ses potentialités touristiques influence-t-elle son développement touristique ? Après avoir obtenu des réponses et perçue la complexité du sujet, il sera également intéressant d'envisager quelles seront les perspectives de développement touristiques en Iran dans les prochaines années.

Ce travail de recherche aura suivi une méthodologie rigoureuse et préétablie. Un entretien exploratoire m'aura permis, en parallèle à des lectures et à des films, de mieux contextualiser l'Iran sur la scène internationale, mais aussi de mieux comprendre l'organisation, le fonctionnement et les mentalités de la société iranienne. D'autres œuvres m'auront par la suite servi à appréhender des notions plus complexes et théoriques telles que l'imaginaire, la

culture ou le territoire. Enfin de nombreux articles de presses auront été étudiés en raison du degrés d'actualité que comprend ce sujet, et des changements qui sont apparus et qui continuent d'avoir lieu encore aujourd'hui.

Dans une première partie nous verrons en quoi la société, la géopolitique et les ressources de l'Iran en font aujourd'hui un pays aux nombreuses potentialités qui ne se reflètent pas à travers l'image qu'a le pays sur la scène internationale.

Dans une seconde partie il sera question de faire un état des lieux du secteur touristique actuel en Iran et ainsi envisager des hypothèses représentant les perspectives de développement touristique envisageables pour le pays.

Enfin dans une dernière partie nous aborderont la mise en application et la méthodologie relative aux entretiens qui pourront être établies en deuxième année de master.

---

**PARTIE 1 : L'image de l'Iran  
aujourd'hui en décalage avec sa  
géopolitique, ses ressources et sa  
société.**

---

## Introduction Partie 1

Cette première partie aura pour objectif de mettre en exergue les principales composantes de l'Iran autour de la relation qu'entretiennent sa géopolitique, sa société et ses ressources avec son image. Les événements politiques seront particulièrement mis en avant, de par le fait que même si ces derniers ne définissent plus autant qu'avant la société iranienne, ils restent une des représentations majeures qu'ont les individus aujourd'hui lorsque l'on évoque l'Iran.

Il sera donc ici question de montrer que l'Iran est une entité riche et complexe, difficile à appréhender, et qui ne peut donc pas être considéré par une approche binaire comme un « bon » ou « mauvais » pays.

Dans le premier chapitre sera abordé la question de l'évolution de la géopolitique iranienne, notamment depuis 1979, année charnière, durant laquelle a eu lieu la révolution islamique mais aussi avec la guerre Iran-Irak qui s'est déroulée de 1980 à 1988. Dans ce même chapitre nous verrons également que ces événements politiques ont entretenu une image négative déjà présente concernant le Moyen-Orient, et dont l'Occident est en partie responsable.

Enfin dans un second chapitre, nous verrons comment se composent les ressources de l'Iran, il sera également question de montrer les aspects positifs mais aussi négatifs de cette société unique, à travers un raisonnement prenant en compte toutes les nuances qui doivent être portées à ce sujet.

# Chapitre 1 - La géopolitique de l'Iran et son impact sur son image

Jérôme Dunlop, agrégé de géographie, définit la géopolitique comme l'étude des « rapports de puissance dans l'espace, avec une prédilection marquée pour ceux qui se jouent entre les grands acteurs politiques que sont les Etats et les organisations interétatiques. » (2016, P. 110).

Dans ce chapitre il sera donc question d'observer en quoi les différents événements internes ou externes et les rapports de force entretenus impactent-ils sur l'image du pays.

## 1 La géopolitique de l'Iran

### 1.1 Les prémices de la république islamique

#### 1.1.1 La révolution islamique

Automne 1978, des manifestations de plus en plus fréquentes et violentes ont lieu un peu partout en Iran, la raison ? Le peuple demande le départ de Mohammad Reza Chah Pahlavi, responsable du fossé économique, social et culturel entre l'élite et la classe populaire dont est victime le pays.

En janvier 1979, le shah<sup>1</sup> et sa femme, l'impératrice Farah, quittent le pays dû aux extrêmes tensions présentes en Iran et l'ayatollah<sup>2</sup> Rouhollah Moussavi

Figure I : Manifestation à Téhéran durant la révolution de 1979



Source : <http://les-yeux-du-monde.fr/histoires/11221-la-revolution-iranienne-de-1979>

<sup>1</sup> Le titre de « Shah » était attribué à l'empereur de perse, puis a été gardé pour désigner le monarque de l'Iran

<sup>2</sup> Selon le Centre Oxford pour les études islamiques, « ayatollah », signifiant signe de dieu, est le plus haut titre honorifique donné aux principaux chefs religieux de l'islam chiite.

Khomeini décide de rentrer en Iran après quinze ans d'exil dû à son opposition au shah. Accueilli triomphalement à son arrivée, il confie la direction du pays à un gouvernement provisoire. Dès lors, l'ayatollah Khomeini s'affirme comme « guide de la révolution », après un référendum organisé en mars 1979, la République Islamique d'Iran est proclamée officiellement le 1<sup>er</sup> avril 1979<sup>3</sup>. Cette république islamique nationaliste, anticapitaliste, antisioniste et anti-impérialiste dispose d'une législation qui s'inspire de la charia<sup>4</sup>.

Les souverains déchus quant à eux, s'exileront en passant par plusieurs pays et leur passage aux Etats-Unis dû à l'hospitalisation du shah sera le prétexte de la prise d'otage de l'ambassade américaine de Teheran du 4 novembre 1979. Cette prise d'otage, dont la revendication est l'extradition du shah en Iran, a eu un retentissement mondial, tant par le caractère inimaginable de l'événement que par sa durée qui fut de 444 jours. Cette épisode géopolitique que fut la prise d'otage de l'ambassade américaine était sans précédent et marque alors la rupture totale dans les relations entre l'Iran et les Etat-Unis, qui jusque là étaient des alliés de qualité (Hourcade, 2010).

Avec du recul, Mimoun Hillali considère que :

*« La chute du communisme, l'échec du nationalisme et la déception du libéralisme, tous trois d'obédience exogène d'importation poussent les peuples, laminés par les guerres coloniales et avec un retard socio-économique à un retour populaire et populiste aux sources : la foi » (2006, P. 9).*

L'idée serait donc que la religion, lors de la révolution de 1979, ait constitué une alternative pleine de promesses, elle est devenue une tribune d'expression ayant permis de catalyser les masses et de donner de l'espoir dans une situation qui jusque là en manquait cruellement.

A la mort de l'Ayatollah Khomeyni en 1989, les orientations et les lignes directrices de la république islamique vont petit à petit s'estomper, l'Iran va quelque peu sortir de son isolement jusqu'à l'élection présidentiel de 1997 où Mohammad Khatami, qui avait fait campagne avec une approche fondée sur le dialogue et la détente avec le reste du monde remporte le scrutin (Djalili, 2005).

---

<sup>3</sup> Raphaël Dellavalle, « La révolution iranienne de 1979 », 19/09/12, consulté le 10 janvier 2017. Disponible sur <http://les-yeux-du-monde.fr/histoires/11221-la-revolution-iranienne-de-1979>

<sup>4</sup> Pascal Buresi, « Révolution islamique iranienne (1979) », Encyclopædia Universalis, consulté le 02 février 2017. Disponible sur <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/revolution-islamique-iranienne/>

### 1.1.2 Un nouveau régime

Le terme de « république islamique » entend qu'il s'agit d'un régime où l'islam occupe le statut de religion officielle et où celle-ci est inscrite dans la constitution. Dans le cas de l'Iran, il s'agit d'un régime théocratique qui, par définition, a donné la souveraineté - le pouvoir politique - aux religieux, ici aux mollah<sup>5</sup> et où la politique s'articule autour de la religion, ici l'islam chiite.

Le chiisme est une des deux branches principales de l'islam, avec le sunnisme. Pour comprendre la principale différence entre ces deux branches, il faut remonter à la mort de Mahomet, où le choix de son successeur a divisé les musulmans. La majorité des musulmans choisi Abou Bakr, compagnon<sup>6</sup> de Mahomet, il s'agira des futurs sunnites. Le reste des musulmans choisi Ali, le gendre et cousin de Mahomet, il s'agira des futurs chiites.

L'Iran, première république islamique chiite, a d'ailleurs été encore plus loin en amenant la religion hors du cadre exclusif de la politique. En effet les religieux chiites sont présents dans tout le paysage sociétal, que ce soit au sein de l'espace public et des médias mais aussi dans la vie économique, culturelle et judiciaire (Jorda, 2015, P. 26).

En ce qui concerne l'organisation du pouvoir, la république islamique reconnaît comme véritable chef de l'État, le Guide suprême de la révolution (Rahbar-e enqelāb). Jusqu'à présent l'Iran en a connu deux, l'ayatollah Rouhollah Moussavi Khomeini, guide spirituel de la révolution islamique et initiateur de la chute du dernier shah d'Iran, et depuis 1989 l'ancien président et confident du précédent guide suprême, l'ayatollah Ali Khamenei. Le rôle du guide suprême est de gérer les principales institutions du pays, de ce fait, il a le pouvoir d'organiser un référendum, il est chef des armées et il nomme les membres du Conseil des gardiens de la Constitution, le chef de l'autorité judiciaire et les patrons des médias d'État. À sa mort, un nouveau guide suprême est alors élu par l'assemblée des experts, composée de 86 religieux qui ont été élus, au préalable, au suffrage universel. Cette assemblée est renouvelée tous les huit ans.

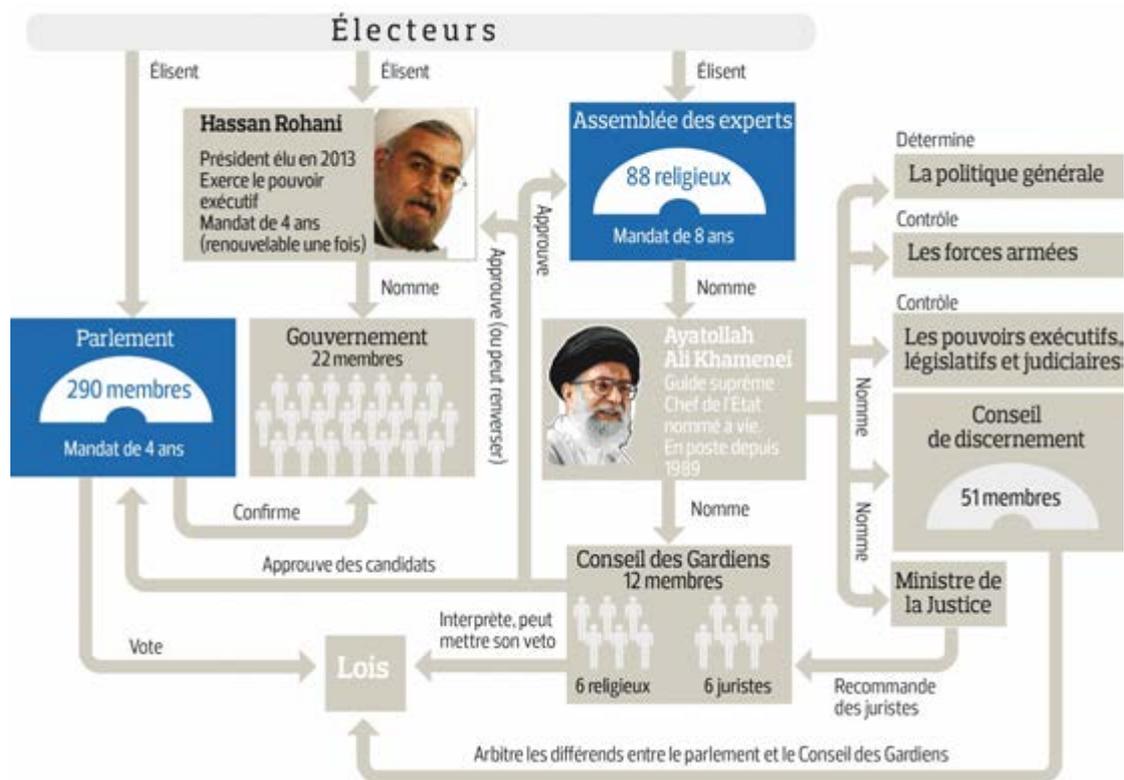
---

<sup>5</sup> Selon le CNRTL, dans certains pays musulmans et notamment en Iran, « Mollah » est le titre donné à un docteur en droit musulman exerçant de hautes fonctions juridiques, religieuses ou pédagogiques.

<sup>6</sup> Dans l'islam, les « compagnons » (sahaba) sont les premiers à avoir adhéré à la foi prônée par le prophète Mahomet.

Le président de la république, quant à lui, est chargé de diverses tâches sur la politique intérieure et la politique extérieure du pays. D'une façon plus générale le président s'occupe de l'application de la constitution et de l'exécutif sur toutes les affaires qui ne concernent pas directement le guide suprême. De plus, le président a aussi une fonction symbolique à l'étranger, le guide suprême n'allant pas à la rencontre des chefs d'État étrangers, c'est le président qui en a la charge.

Figure II : Structure du pouvoir iranien



Source : lefigaro.fr; disponible sur <http://www.lefigaro.fr/international/2016/02/26/01003-20160226ARTFIG00036-comment-fonctionne-le-pouvoir-en-iran.php>

Le président de la République Islamique d'Iran est élu au suffrage universel pour une durée de 4 ans et ne peut être réélu qu'une seule fois. Le président peut être issu d'un des deux principaux courants que sont le conservatisme ou le réformisme. Ces deux courants ont tous deux pour but de préserver les valeurs initiées lors de la révolution islamique et d'en assurer la continuité, cependant selon le courant, les préconisations et méthodes employées peuvent diverger.

## 1.2 Des conflits historiques

### 1.2.1 au coeur des nombreux conflits de la région

Le Moyen-Orient a historiquement été le théâtre de nombreux conflits et l'Iran y a parfois contribué. Pour Mohammad-Reza Djalili, l'Iran a toujours été entouré par plusieurs pôles de conflits armés, entre le Caucase, l'Asie Centrale, le golfe persique, l'Irak et le Cachemire, sans pour autant y être toujours impliqué (Djalili, 2005, P. 5). Parmi les principaux conflits qui se sont déroulés aux frontières on retrouve :

- Au Nord-Ouest : conflits du Caucase (Tchéchénie, séparatistes géorgiens et Haut-Karabakh)
- A l'Est : conflits d'Asie Centrale (Tadjikistan, Afghanistan et Cachemire)
- Au Sud-Ouest : Irak (guerre civile et internationale) et Golfe Persique (Zone depuis longtemps convoitée)

Depuis la révolution islamique, l'Iran n'a connu qu'une guerre ayant lieu sur son territoire - la guerre Iran-Irak - de 1980 à 1988. Cependant cette guerre représente peu la complexité des conflits dans lesquels le pays a été impliqué. En effet l'Iran est également au coeur de tensions présentes entre différents pays de la région et encourage des mouvements chiites rebelles. Les deux ennemis historiques de la région, l'Iran et l'Arabie Saoudite, souhaitant tous deux l'hégémonie régionale, financent des groupes d'oppositions pour se déstabiliser mutuellement. Pendant que l'Arabie Saoudite soutient les groupes rebelles en Syrie, l'Iran soutient depuis sa création le Hezbollah, mouvement politique chiite libanais, et fournit prétendument des armes aux forces chiites Houthis au Yémen.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Mahan Abedin, « Iran et Arabie saoudite : vers un conflit direct », 05/10/16, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : <http://www.middleeasteye.net/fr/opinions/iran-et-arabie-saoudite-vers-un-conflit-direct-1397640858>

## 1.2.2 La guerre Iran-Irak

En 1979, alors que l'Irak est un pays laïc avec une population majoritairement chiite et où le régime est au main des sunnites, Saddam Hussein arrive au pouvoir. En septembre 1980, suite à un refus de la part de l'Iran de modifier les accords d'Alger<sup>8</sup>, l'Irak attaque le front Ouest de l'Iran, les objectifs étant<sup>9</sup> :

- Régler le litige frontalier du Chatt-el-Arab qui se situe entre l'Iran et l'Irak au niveau du golfe Persique. Mais aussi tenter d'obtenir plusieurs territoires iraniens sur lesquels l'Irak lorgne depuis de nombreuses années (Province du Khuzestan, îles iraniennes du détroit d'Ormuz).
- Profiter du chaos et d'une armée iranienne désorganisée suite à la révolution islamique qui a eu lieu quelques mois plus tôt en Iran pour tenter d'endiguer les idées révolutionnaires chiites, et éviter qu'une révolution ne se propage pas dans les régions irakiennes à majorité chiite.

L'Irak durant ce conflit aura pour alliés les pétromonarchies du golfe telles que l'Arabie Saoudite, le Koweït, le Qatar, les Emirats arabes unis mais aussi une partie de l'Occident. Pendant ce temps l'Iran bénéficiera du soutien de la Syrie qui est elle aussi en rivalité avec l'Arabie Saoudite.<sup>10</sup>

Durant ce conflit, l'Arabie Saoudite a notamment soutenu l'Irak en lui accordant un prêt de 40 milliards de dollars pour développer et accroître son armée. Ce soutien, une fois dévoilé, entrainera en 1988 une rupture des relations diplomatiques entre Riyad et Téhéran<sup>11</sup>. Les Etats-Unis quant à eux ont surtout apporté une aide en matière de renseignements, ayant

---

<sup>8</sup> Les Accords d'Alger ont été signés entre l'Iran et l'Irak pour régler les revendications territoriales entre les deux pays, principalement au sujet de l'autorité sur le Chatt-el-Arab et la province du Khuzestan.

<sup>9</sup> Philippe Rondot, « Irak-Iran (Guerre) », Encyclopædia Universalis, consulté le 02 février 2017. Disponible sur <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/irak-iran-guerre/>

<sup>10</sup> « L'islam en conflit - le dessous des cartes », Arte, 24/01/2015, visionnée le 12 décembre 2016. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=lcxZyTIFncs>

<sup>11</sup> Antoine-Louis De Premonville & Thomas Flichy de la Neuville, « Géopolitique de l'Iran L'Iran et le monde sunnite », 26/07/15, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : <http://www.diploweb.com/Geopolitique-de-l-Iran.html>

permis au régime de Saddam Hussein de connaître à l'avance les offensives iraniennes, et ainsi, les contrer par des attaques chimiques<sup>12</sup>.

Un cessez le feu est annoncé le 20 août 1988, les combats sont terminés et l'heure est au bilan. Selon Philippe Rondot, cette guerre n'aura pas désigné de vainqueur indiscuté, L'Iran ne sera pas parvenu à exporter sa révolution<sup>13</sup> et l'Irak n'aura pas assouvi ses désirs impérialistes. Il considère cependant que l'Irak paraît en être mieux sorti que l'Iran. Sur le plan physique, cette guerre qui aura duré huit ans aura fait 1.200.000 morts et les victimes iraniennes auront été trois fois plus importantes que celles irakiennes. Ce conflit aura également entraîné des centaines de milliers de blessés, des milliers de prisonniers de guerre mais aussi des populations ayant été expulsées de leurs terres. D'un point de vue économique, les dépenses relatives à l'achat des armes sont estimées entre cinquante et soixante-dix milliards de dollars et dix fois plus ont été employées par la guerre. L'Iran et l'Irak auront tous les deux eu à consacrer environ cent milliards de dollars pour leur reconstruction<sup>14</sup>.

## **2 Une société complexe mais en soif d'ouverture**

### **2.1 L'Iran et ses nombreux idéaux**

#### **2.1.1 Une perception plurielle de l'occident**

Selon Bahman Namvar Motlagh & Tayebah Raoufzadeh, les iraniens ne perçoivent pas tous l'occident de la même façon (Fertat, 2016) :

- Certains ont un avis très tranché en considérant l'Occident sous son extrême charge négative, responsable de tous leurs maux.

---

<sup>12</sup> « Guerre Iran-Irak : la CIA renseignait Saddam Hussein, malgré les armes chimiques », lefigaro.fr, 27/08/13, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/international/2013/08/27/01003-20130827ARTFIG00219-guerre-iran-irak-la-cia-renseignait-saddam-husseini-malgre-les-armes-chimiques.php>

<sup>13</sup> Raphaëlle Dellavalle. Opus cité note 3

<sup>14</sup> Philippe Rondot. Opus cité note 9

- D'autres en ont un aspect positif absolu et utopique.
- Et il y a ceux qui le considèrent comme une faculté bénéfique à condition qu'on soit prudent sur les relations entretenues.

Concernant la vision négative envers l'occident, elle est justifiée par le fait que l'Iran est une république islamique et qu'une partie de sa population croit profondément aux valeurs qu'elle défend. Cette partie de l'Iran émet donc une réticence aux démocraties occidentales et reste violemment opposée aux Etats-Unis et à Israël. L'anti-américanisme est aussi un symbole de référence de la révolution islamique. L'Iran a donc, pendant longtemps, maintenu cette vision négative de l'Occident afin de justifier les différents problèmes dont la société iranienne est victime (Djalili, 2005, P. 8). On peut dire qu'une partie de la société iranienne a, en quelque sorte, appris à diaboliser certaines parties du monde (Pirzadeh, 2016, P. 22).

Pour Bernard Hourcade, l'arrivée du président réformateur Mohammad Khatami à la fin des années 1990 a permis une revalorisation de l'image de l'Occident, bien que les tensions au sujet du nucléaire et l'arrivée de Mahmoud Ahmadinejad en 2005 aient de nouveau créé un climat de tension et des actions de décrédibilisation de l'autre (Hourcade, 2010).

Aujourd'hui on constate une réelle amélioration de la perception de l'Occident de sorte que les médias iraniens évitent d'utiliser un vocabulaire violent et radical, adoptant désormais un discours assez modéré face aux Occidentaux (Fertat, 2016).

## 2.2 Des relations nouvelles depuis 2013

### 2.2.1 L'élection d'Hassan Rohani

Hassan Rohani est un homme politique et religieux iranien, élu au suffrage universel direct le 03 août 2013, il devint alors officiellement le septième président de la république islamique d'Iran. Depuis que le président Rohani est au pouvoir il a adopté une attitude et un raisonnement modéré qui le situe entre les conservateurs et les réformistes. De cette façon, tout en respectant les principes du guide suprême, il aspire à profiter des pensées de deux grandes figures iraniennes modérées, le chef de la Construction, Rafsandjani et le chef de la

réforme, Khatami. Ici la stratégie de Rohani est d'avoir l'approbation de la société iranienne et de la classe politico-religieuse afin de pouvoir appliquer son programme sans encombrés. (Fertat, 2016). De plus la relation qu'entretiennent Hassan Rohani et l'Ayatollah Khamenei est une relation privilégiée, ils ont un lien direct où le guide suprême soutient le président Rohani<sup>15</sup>.

Pour Mariam Pirzadeh, le président Rohani a été élu pour trois principales promesses :

*« obtenir un accord sur le nucléaire et, de facto, la levée des sanctions, une meilleure égalité entre hommes et femmes, et davantage de libertés individuelles. » (2016, P. 72)*

La négociation d'un accord concernant le programme de développement nucléaire de l'Iran aura donc eu un rôle crucial pour son élection et si il est synonyme de relance, pourra être le motif d'une réélection.

## 2.2.2 Le nucléaire iranien et l'accord de 2015

C'est en 2002 que la communauté internationale commence à se douter que l'Iran tente de se doter de l'arme nucléaire, ces dires seront confirmés plus tard par des photographies satellites, des fuites coté iranien et par des recherches de l'Agence Internationale de l'Energie Atomique (AIEA).

Cependant d'après le Traité sur la Non-Prolifération des armes nucléaires (TNP) de 1968, il est interdit pour l'Iran ou quelconque pays l'ayant ratifié, de développer ou de se procurer de l'armement nucléaire, seul l'usage du nucléaire civil est autorisé et à condition qu'il soit soumis au contrôle de l'AIEA. Le traité réserve le droit de l'emploi du nucléaire en matière d'armement à seulement cinq pays qui en était déjà en possession en 1968 : Les Etats-Unis, la Chine, la Russie, la France et le Royaume-Unis.

Le désir de l'Iran d'obtenir l'arme nucléaire s'explique par plusieurs raisons. A l'époque le pays a toujours à l'esprit la guerre Iran-Irak (1980-1988) durant laquelle l'Iran a beaucoup

---

<sup>15</sup> Armelle Charrier, « France - Iran : le mariage de raison ? », France24, 28/01/16, visionné le 17/12/16. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=khcYcMjOUk>

souffert, la montée en puissance de l'armement militaire israélien a aussi joué un rôle dans cette prise de décision, l'Iran percevant Israël comme une menace direct.

Le début des négociations concernant le nucléaire iranien a commencé en 2003 et ont été entreprises par la France, l'Allemagne et le Royaume-Unis, en parallèle, l'Iran poursuit son programme d'armement nucléaire. En 2005, la coopération qui existait jusqu'alors va se tendre, et cela, suite à l'élection de Mahmoud Ahmadinejad qui n'hésitera pas à faire des provocations à ce sujet jusqu'en 2013, date qui marquera la fin de son mandat<sup>16</sup>.

En 2013 les négociations s'élargissent, cette fois-ci entre l'Iran et le « P5+1 »<sup>17</sup>. Hassan Rohani, tout juste rentré en fonction en août, va reprendre le dossier sur le nucléaire dont il s'était déjà occupé lorsqu'il était secrétaire général du Conseil Suprême de Sécurité Nationale jusqu'en 2005.

Un accord préliminaire sur le programme nucléaire iranien est conclut à Genève le 24 novembre 2013 et mènera à un Plan global d'action conjoint signé le 14 juillet 2015 à Vienne. L'accord de 2015 sera perçu par toute la communauté internationale comme l'accord sur le nucléaire iranien définitif, qui marquera un retour officiel de l'Iran sur la scène internationale<sup>18</sup> comme a pu me le confirmer Thierry Coville lors de notre entretien du 17 janvier 2017.

Cet accord sur le nucléaire iranien a pour objectif de trouver une solution mutuellement convenable où le nucléaire iranien serait uniquement à usage civile et soumis au contrôle de l'AIEA, en échange de quoi, le conseil de sécurité de l'ONU s'engage à dégeler progressivement les fonds iraniens bloqués à l'étranger et à lever les sanctions imposées sur les secteurs de la finance, de l'énergie et des transports<sup>19</sup> en Iran.

---

<sup>16</sup> Maxime Vaudano et al, « Nucléaire iranien : tout ce que vous devez savoir sur un accord historique » , le monde.fr, 15/07/15, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/07/14/tout-ce-que-vous-devez-savoir-sur-l-accord-conclu-a-vienne-sur-le-nucleaire-iranien\\_4682968\\_4355770.html](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/07/14/tout-ce-que-vous-devez-savoir-sur-l-accord-conclu-a-vienne-sur-le-nucleaire-iranien_4682968_4355770.html)

<sup>17</sup> Le « P5+1 » est une appellation qui désigne les cinq membres du Conseil de Sécurité des Nations Unies (à savoir la France, le Royaume-Unis, la Russie, les Etats-Unis et la Chine) auxquels vient s'ajouter l'Allemagne

<sup>18</sup> Michel Malinsky, « Nucléaire iranien : le dessous des cartes d'un accord historique » lefigaro.fr, 07/04/15, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/vox/monde/2015/04/03/31002-20150403ARTFIG00098-nucleaire-iranien-le-dessous-des-cartes-d-un-accord-historique.php>

<sup>19</sup> Yves-Michel Riols, « Accord historique sur le nucléaire iranien », lemonde.fr, 14/07/15, consulté le 12 décembre 2016, Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2015/07/14/un-accord-sur-le-nucleaire-iranien-a-ete-trouve\\_4682310\\_3218.html](http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2015/07/14/un-accord-sur-le-nucleaire-iranien-a-ete-trouve_4682310_3218.html)

Du côté des iraniens a été ressenti une réelle euphorie populaire, ces derniers ont, en majorité, vécu l'accord comme un symbole envisageant un meilleur présage. Le soir de la signature de l'accord ils étaient nombreux à être descendus dans les rues de Teheran pour célébrer cette « victoire » ensemble, tous milieux, étiquettes politiques ou religions confondus (Pirzadeh, 2016, P. 15)

### **3 Une image controversée**

#### **3.1 l'imaginaire oriental**

##### **3.1.1 Définition de l'imaginaire**

Le sociologue français Raymond Ledrut considère que l'imaginaire est une notion assez floue, il est d'abord une « évocation », il n'est pas une connaissance (R.Ledrut, 1988). Pour Rachid Amirou, l'imaginaire n'est pas le monde de l'abstraction ou des idées, bien qu'il fasse partie du monde des représentations, mais celui des symboles et des images (2012, P. 31)

Dans le secteur touristique, l'imaginaire à longtemps était négligé, ignoré, alors qu'il existait tout un monde de clichés et de prénotions émanant des touristes. Les analystes du tourisme n'ont pas cherché à étudier les images stéréotypées des destinations, qui auraient parfois permis une réorientation des politiques des territoires. (Amirou, 2012, P. 279).

##### **3.1.2 L'imaginaire oriental**

L'expression «Moyen-Orient » a été inventée par le Royaume-Unis au début du XX<sup>e</sup> siècle pour caractériser une zone tampon entre l'empire Ottoman à l'Ouest et l'empire des Indes, alors sous leur hégémonie, à l'Est.

L'imaginaire oriental s'est donc construit en permanence de par son rapport d'opposition avec l'Occident et leurs définitions se sont donc faites par contraste. La culture occidentale a

donc cherché à définir son identité en se démarquant d'un Orient qu'elle considérait comme une forme d'elle même refoulée et inférieure (Said, 1997).

Malgré ce mépris d'une partie de l'Occident pour l'Orient, certains occidentaux l'ont, à l'inverse, considérés comme une région mystérieuse, source d'inspiration et d'admiration. C'est le cas dans le domaine artistique occidental, qui depuis longtemps a perçu l'Orient comme un lieu de désirs et de plaisirs emplis de séduction et de romantisme. Les artistes y découvriront notamment des nouvelles couleurs, des lumières plus intenses et flamboyantes dont ils puiseront une immense inspiration (Hillali, 2006, P. 4).

Plus récemment, l'imaginaire oriental a été marqué par les nombreuses politiques étrangères qui l'ont impliqué avec l'Occident. La politique étrangère peut être défini comme l'organisation des objectifs qu'un État donne à son action à l'étranger ainsi que la mise en place de stratégies à appliquer pour assurer la défense de l'intérêt de l'État sur la scène internationale (De Schoutheete, 2004).

La politique étrangère d'un État ou d'une région, visible par tous les territoires impliqués, va donc renvoyer une image. Dans ce sens, analyser la politique étrangère de tout pays est aussi une interrogation sur son identité (Aron, 1962). Dans le cas de l'Orient, les nombreuses politiques étrangères agressives et les actions belliqueuses ont été suffisamment mal perçues, renvoyant donc dernièrement à une identité qui paraît violente et instable. Cette perception de l'orient va, par défaut, englober celle de l'islam car il s'agit de la religion prédominante dans la région. Pour Georges Corm, économiste et historien libanais, la perception négative de l'Islam par les occidentaux serait même souhaité :

*« Rien n'est plus troublant dans la culture occidentale d'aujourd'hui que sa perception de l'Islam. L'occident, qui domine la fabrication des images dans le monde, choisit bien celles qui légitiment sa vision : l'islam totalité globalisante, fait social total, temporel et spirituel confondu, irrationnel, irréductible, violent »* (Corm, 2005, P. 125).

## 3.2 Le bashing occidental de l'image de l'Iran

### 3.2.1 Les médias

Jérôme Dunlop considère que les cultures et les sociétés d'aujourd'hui sont perturbées par rapport à ce qu'elles étaient avant la démocratisation des moyens de communication de masse : les médias. Ces derniers révèlent, diffusent et parfois construisent de toutes pièces des représentations, positives ou négatives, auprès de la société. À travers des médias nous nous représentons des parties du monde de façon, selon nous, très précise, où nous ne sommes pourtant jamais allés. (2016, P. 94-98).

Dans le cas de la société française, les médias sont suffisamment pris au sérieux, selon un sondage réalisé en 2016 sur la confiance des français pour les médias, 70% des français qui ont été interrogés déclarent suivre les nouvelles transmises par les médias avec un grand intérêt.<sup>20</sup>

Cependant un problème se pose au sujet de l'objectivité et de la véracité des informations transmises par les médias, ils ne parviennent pas systématiquement à soutenir un point de vue objectif quand eux-mêmes sont soutenus par des créanciers ou des idéologies. Ces façons de procéder devraient les faire perdre en légitimité à force d'orienter ou de transformer l'information mais l'on constate qu'il n'est pas toujours évident de s'en rendre compte (Hillali, 2006, P. 8).

Selon O'Gorman, Baum et McLellan, cela va même plus loin. Selon eux les médias ont parfois recours à de la propagande négative, les médias occidentaux par exemple procèdent à un bashing<sup>21</sup> de la société iranienne ce qui a entraîné des interprétations et une image négative de l'Iran qui n'est pas pour autant un pays à risque (2007). Le cinéma et la littérature peuvent eux aussi participer à cette dévalorisation de l'image de l'Iran. Selon Bahman Namvar Motlagh & Tayebeh Raoufzadeh :

---

<sup>20</sup> Sondage réalisé par le cabinet d'enquête Kantar TNS (anciennement TNS Sofres) en Janvier 2016.

<sup>21</sup> De l'anglais « to bash » signifiant cogner, frapper il est repris dans le contexte médiatique pour désigner un acharnement des médias sur une personne ou un sujet particulier.

« *La littérature et le cinéma ne sont pas neutres dans cette évolution imagologique. La rédaction d'un livre tel que *Les versets sataniques* ou la réalisation de films comme *300* ou *Argo*, pousse à la dégradation de cette image* » (Fertat, 2016)

Pour Jérôme Dunlop, ces médias participent à la création d'un imaginaire des lieux qui fait de certains d'entre eux de véritables paradis sur terre (îles tropicales), et d'autres des enfers (les cités de banlieue, l'Afrique), les territoires les plus mal perçus sont d'ailleurs profondément affectés par les représentations qu'en ont ceux qui ne les habitent pas, mais qui pourraient interagir avec eux (2016, P. 99).

Pour se forger son propre avis, il faut donc vraisemblablement disposer d'une culture générale à la fois importante et diversifiée, ouverte et tolérante, pour s'acquitter de la pression sociale, culturelle, idéologiques ou théologique de son milieu d'origine et donc bénéficier d'un imaginaire propre (Hillali, 2006, P.9).

Dans le cas de l'Iran, Masood Khodadadi et Hugh O'Donnell déclarent d'ailleurs que le discours des touristes et des professionnels du tourisme ayant déjà visité l'Iran ne reflétait en rien celui relayé par les médias.<sup>22</sup> En effet, l'image d'une destination touristique, lorsque elle est fondée sur un voyage personnel réalisé, prend en considération nettement plus de facteurs que lorsqu'elle est fondée par les médias. L'image de la destination touristique peut être alors défini comme : « *l'expression de tout savoir objectif, impressions, opinions, imaginations et pensées émotionnelles qu'un individu ou un groupe possède vis-à-vis d'un lieu en particulier* » (Lawson et Baud-Bovy, 1977).

---

<sup>22</sup> Masood Khodadadi, Hugh O'Donnell, « UK press and tourist discourses of Iran: a study in multiple realities », *Leisure Studies*, 2015, P. 1-12, consulté le 12 décembre 2016. Disponible sur : 10.1080/02614367.2015.1085591

### 3.2.2 Enjeux de l'image négative de l'Iran

L'une des raisons principales avancée par les spécialistes des médias ou du Moyen-Orient concernant le maintien d'une image négative est que, dans l'intérêt de certains pays d'Occident, une image négative du Moyen-Orient permet de justifier les actions militaires et les sanctions à son encontre. L'opinion publique, fortement influencé par la propagande médiatique, sera plus enclin à accepter les politiques d'intervention si elle a l'impression que cela est justifié.<sup>23</sup>

A ce sujet, Oswald Spengler nuance un peu plus ses propos, selon lui, l'occident est en déclin et tente comme il peut de continuer à dominer le monde, notamment par la volonté de creuser une fracture imaginaire entre l'Occident et l'Orient. (1948)

### 3.3 Les représentations actuelles

#### 3.3.1 Une image associée a celle du Moyen-Orient

Le Moyen-Orient est composé en grande majorité d'États musulmans, dont fait partie l'Iran, appartenant à des groupes ethnolinguistiques plus ou moins distincts. Sans homogénéité sociogéographique ou socio-politique. L'expression de « Moyen-Orient » fait donc, en quelque sorte, un amalgame, faisant de cette multiplicité une seule et même entité.

Dans le cas du Moyen-Orient, il existe de nombreux avis et images associées, ce qui est une bonne chose. Cependant, ce qui n'est pas une bonne chose, c'est l'absence de tribunes libres et de réponses face aux propos des médias.

En terme d'imaginaire, le Moyen-Orient représente, pour certains, un lieu extraordinaire et unique au monde, une terre chargée, jusqu'à n'en plus pouvoir, de symboles, d'histoires, de civilisations, de mythes et de territoires où un héritage considérable est composé de réalisations humaines et de révélations divines (Hillali, 2006, P.6). Cependant tout le monde

---

<sup>23</sup> Andre Vitchek, « La propagande occidentale, si simple, mais si efficace ! », 24/08/16, consulté le 12 février 2017, disponible sur : <http://www.afrique-asie.fr/menu/actualite/10425-la-propagande-occidentale-si-simple-mais-si-efficace>

ne le perçoit pas de cette façon ; l'image du Moyen-Orient est encore trop souvent associée aux conflits politiques, à l'extrémisme et aux crimes liés au terrorisme (Mommens, 2006). c'est ce que rapporte également Michel Olivier, président d'une agence de voyage parisienne spécialisée dans les voyages culturels, qui a déclaré lors d'une interview que :

*« Le danger c'est la globalisation et la confusion, le danger c'est de croire, de penser, d'imaginer et d'entendre que toute la région est une région dangereuse, c'est absolument faux [...] Les choses ne sont pas si sombres qu'on veut bien le dire ou qu'on veut bien le croire. Le principal danger est précisément dans un espace de regard globalisant et complètement confus qui jette toute la région dans une même logique. Et c'est cela la difficulté. »<sup>24</sup>*

Ici deux récits s'opposent, l'un plus ancré dans l'imaginaire liée aux civilisations moyen-orientales riches en patrimoine et a leurs cultures millénaires, l'autre prend davantage en compte l'aspect conjoncturel avec les nombreux événements qui ont lieu dans la région et qui apportent une connotation d'insécurité à cet ensemble. On constate donc que ces deux approches de perception du Moyen-Orient sont similaires à celles souvent faites pour désigner également l'Iran.

### 3.3.2 Un pays qui fascine autant qu'il effraye

Il existe une certaine ambivalence dans la perception et l'imaginaire associé à l'Iran, comme c'est le cas pour le Moyen-Orient plus généralement. Tout d'abord on retrouve un imaginaire très puissant autour de la culture de l'Iran dans l'inconscient collectif<sup>25</sup>. Il s'agit d'un pays riche d'un passé composé d'une longue histoire, avec une douceur de vie fondée sur les jardins, la poésie, la musique, l'hospitalité et une gastronomie reconnue. Cependant le pouvoir d'attraction potentiel de l'Iran notamment sur l'imaginaire touristique est confronté a une réalité politique et diplomatique fluctuante.

---

<sup>24</sup> Entretien de Michel Olivier dans une émission sur RFI-Orient Hebdo avec Eric Bataillon, 20/12/14

<sup>25</sup> Souen Léger, « L'Iran va devenir une destination culturelle majeure comme Cuba », 22/04/16, consulté le 18/01/17. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/jean-francois-rial-l-iran-va-devenir-une-destination-culturelle-majeure-comme-cuba,81665>

L'Iran et son ennemi historique, les Etats-Unis, continuent tous deux à maintenir leur position concernant l'image qu'ils souhaitent véhiculer l'un de l'autre. L'Iran ne cesse de désigner les Etats-Unis comme le « Grand-Satan »<sup>26</sup> tandis que le gouvernement américain confirma la position de l'Iran islamique dans « l'axe du mal<sup>27</sup> ». cette vision du monde manichéenne est loin de refléter la réalité et la complexité de ce que devraient être les relations internationales. Les tensions entre ces deux puissances impactent directement sur leur image. En effet dans un sondage publié par la BBC en 2007, l'Iran obtenait 54% d'opinions négatives, quand les États-Unis en obtenaient 51%. Face à ces résultats élevés, Steven Kull, directeur du Programme sur les Opinions Politiques Internationales (PIPA), déclare que : « *les gens à travers le monde ont une mauvaise opinion des pays dont l'image est marquée par la recherche du pouvoir militaire* »<sup>28</sup>.

Thierry Coville, quant à lui, considère qu'un pays comme l'Iran ne peut pas être gentil ou méchant et que sa diabolisation est une insulte à son peuple, sa culture et sa société<sup>29</sup>. Il est vrai qu'il est plus aisé de percevoir une menace chez les individus dont la culture est éloignée de la notre et que l'on a du mal à comprendre, plutôt que chez des gens avec qui nous partageons une histoire, une langue et des valeurs (Huntington, 1997).

### 3.3.3 Une nouvelle diplomatie adoucissant son image

Suite notamment à la diplomatie et à la politique d'ouverture qu'à instauré Hassan Rohani depuis son élection, l'Iran parvient petit à petit à adoucir son image. Selon Mariam

---

<sup>26</sup> « Grand Satan » est un terme employé par la république islamique d'Iran pour désigner les Etats-Unis et leurs valeurs allant à l'encontre de l'islam.

<sup>27</sup> « L'axe du mal » est un terme employé par l'administration américaine de George W. Bush en 2002 désignant l'Iran, l'Irak et la Corée du Nord en raison de leur lien supposé avec le terrorisme et leur possession d'armes de destruction massive.

<sup>28</sup> « Israël, l'Iran et les Etats-Unis ont une mauvaise image dans le monde », LeMonde.fr, 29/04/07, consulté le 07/01/17. Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/international/article/2007/03/06/israel-l-iran-et-les-etats-unis-ont-une-mauvaise-image-dans-le-monde\\_879316\\_3210.html](http://www.lemonde.fr/international/article/2007/03/06/israel-l-iran-et-les-etats-unis-ont-une-mauvaise-image-dans-le-monde_879316_3210.html)

<sup>29</sup> Françoise Wallemacq, « Trois questions à Thierry Coville: "Il faut arrêter de diaboliser l'Iran" », rtbf.be, 31/03/15, consulté le 06/01/17. Disponible sur : [https://www.rtb.be/info/monde/detail\\_il-faut-arreter-de-diaboliser-l-iran?id=8944920](https://www.rtb.be/info/monde/detail_il-faut-arreter-de-diaboliser-l-iran?id=8944920)

Pirzadeh : « L'Iran a changé de profil et a montré un autre visage. Un visage qui sourit, qui engage les discussions en faveur du dialogue et qui n'est pas agressif. » (2016, P. 24)

Selon Masood Khodadadi, docteur en philosophie à l'université de l'Ecosse de l'Ouest, les meilleures relations entre l'Iran et l'Occident ont ouvert la porte à un futur meilleur pour le pays<sup>30</sup>. Face à la rapidité et à la succession des changements dans la politique nationale et internationale de ce pays il est nécessaire d'appliquer un réajustement continu des explications que l'on reçoit et de toujours se questionner à nouveau (Nahavandi, 2013, P. 19).

Symbole de cette nouvelle réconciliation en matière de diplomatie, le tourisme a un rôle pacifique en terme d'image, dans cette région qui est pleine d'espoir mais où sont encore perçus de nombreux risques (Hillali, 2006, P. 7).

## **Chapitre 2 : Les nombreuses ressources de l'Iran potentiellement facteurs de développement touristique**

Géographique, historique, culturel et artistique, les ressources de la république islamique d'Iran ne manquent pas. Ces ressources sont une composante majeure du potentiel de l'Iran, qui, également face à des contraintes, devra trouver un juste équilibre afin d'adapter au mieux ses politiques de développement.

Dans ce chapitre sera fait un état des lieux des ressources et des contraintes de l'Iran, de sa société et de son identité.

---

<sup>30</sup> Masood Khodadadi, « Challenges and opportunities for tourism development in Iran: Perspectives of Iranian tourism suppliers » 04/05/16, consulté le 06 janvier 2017. Disponible sur : [https://www.researchgate.net/profile/Masood\\_Khodadadi/publication/303541752\\_Challenges\\_and\\_opportunities\\_for\\_tourism\\_development\\_in\\_Iran\\_Perspectives\\_of\\_Iranian\\_tourism\\_suppliers/links/574735f308aef66a78b078d2.pdf?origin=publication\\_list](https://www.researchgate.net/profile/Masood_Khodadadi/publication/303541752_Challenges_and_opportunities_for_tourism_development_in_Iran_Perspectives_of_Iranian_tourism_suppliers/links/574735f308aef66a78b078d2.pdf?origin=publication_list)

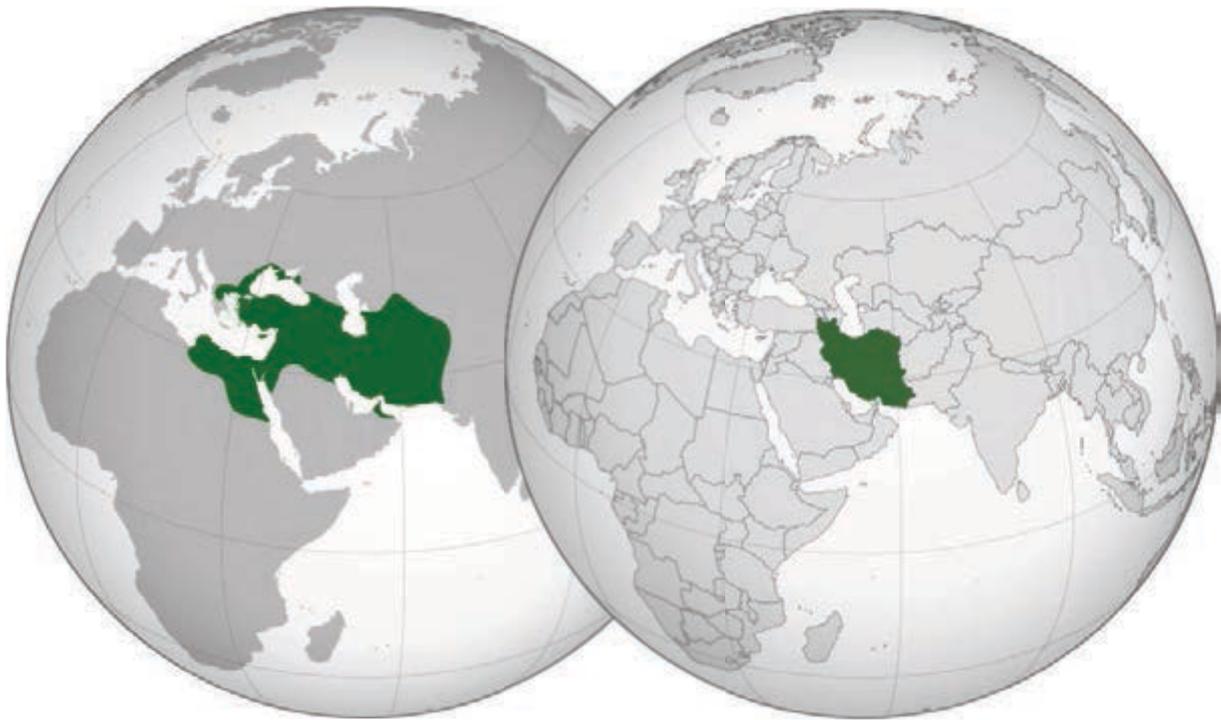
# 1 Un pays avec des ressources géographiques et historiques

## 1.1 Une histoire plurimillénaire

### 1.1.1 La Perse pour origine

La Perse est le nom hérité des grecs dans l'antiquité pour représenter l'empire achéménide apparu au VI<sup>e</sup> siècle avant J.-C et fondé par Cyrus le Grand. Ce territoire sera par la suite conquis par de nombreux empires, l'empire macédonien avec Alexandre le Grand (IV<sup>e</sup> siècle avant J.-C), puis l'empire parthe (III<sup>e</sup> siècle avant J.-C), l'empire arabe (VII<sup>e</sup> siècle) ou encore l'empire mongol (XIII<sup>e</sup> siècle).

Figure III : L'empire perse achéménide (gauche) et la République islamique d'Iran (droite)



Source : Cartes de wikipédia, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Achéménides#/media/File:Achaemenid\\_\(greatest\\_extent\).svg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Achéménides#/media/File:Achaemenid_(greatest_extent).svg)  
& [https://fr.wikipedia.org/wiki/Iran#/media/File:Iran\\_\(orthographic\\_projection\).svg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Iran#/media/File:Iran_(orthographic_projection).svg)

Tous ces empires, à la civilisation parfois très différentes, ont contribué à faire de la Perse ce qu'elle représente désormais. Des sites archéologiques de ces différents empires existent encore aujourd'hui et permettent de plonger à nouveau dans ces civilisations plurimillénaires tels que Persépolis, capitale des achéménides, Sarvestan pour les sassanides ou encore Soltaniyeh pour les mongols.

La langue perse, le persan, est une langue indo-européenne également hérité de l'empire achéménide. Elle est l'une des langues officielles de trois Etats du Moyen-Orient / Asie Centrale :

- L'Iran avec 80 millions de locuteurs
- L'Afghanistan avec 16 millions de locuteurs
- Le Tadjikistan avec 7 millions de locuteurs

Des populations persanophones existent également dans les différents États d'Asie Centrale et en Irak. Il ne faut pas oublier non plus la diaspora importante de l'Iran estimée entre deux et trois millions d'individus. Au total on dénombre environ 120 millions de locuteurs persanophones à travers le monde<sup>31</sup>.

### 1.1.2 Les arts depuis toujours

L'actrice franco-iranienne Golshifteh Farahani estime que l'art en Iran est quelque chose d'essentiel et un symbole pour la nation. Elle a déclaré en 2016 : « *Spécialement l'art en Iran, [...] c'est la chose essentielle de la vie, [...] c'est la seule chose qui garde le feu de l'âme d'une nation* »<sup>32</sup>. Pour Mariam Pirzadeh, l'art suscite un engouement majeur en Iran, chez les jeunes cela représente même une catharsis. Elle estime que tous les iraniens sont capables de réciter les poèmes des grands auteurs de leur pays et se demande si les français peuvent en faire de même. (Pirzadeh, 2016, P. 136).

---

<sup>31</sup> « Langue persane », Maison Persane, 24/02/16, consulté le 18 janvier 2017. Disponible sur : <http://maisonpersane.fr/langue-persane/>

<sup>32</sup> Solshifteh Farahani, « Je suis née dans une vie engagée », Créations originales - Forum des images, 11/04/16, visionné le 07 janvier 2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=t9WZVKX5Slc&list=PLBjVcZT61VJV-iEsHjtZq1m0RBK6LOOdy&index=4>

L'Iran et le Moyen-Orient disposent d'un imaginaire puissant et rayonnant. De nombreux artistes occidentaux orientalistes ont servi de promoteurs de cet orient qui a toujours constitué pour eux une source d'inspiration et d'exotisme (Hillali, 2006, P. 4). L'orientalisme d'ailleurs est un mouvement artistique apparu en Occident principalement au XIX<sup>e</sup> siècle et avec pour objet artistique la représentation de l'exotisme et de l'orient.

Historiquement, l'art en Iran a été influencé par l'arrivée de l'islam suite à l'invasion arabe. Cependant l'Iran et sa civilisation perse ont aussi entraîné un apport artistique non négligeable au monde musulman. Ces influences entre lettrés du Moyen-Orient, qu'ils soient perses ou arabes, amène une notion géographique au domaine artistique et notamment poétique. On pourrait donc parler, dans le cas de l'art en Iran, d'un constat géopoétique majeur (Djalili, 2005, P. 6).

## 1.2 Un territoire riche et contrasté

### 1.2.1 Une situation géographique d'exception

L'Iran, avec sa superficie grande comme trois fois la France, est le deuxième pays le plus vaste de la région après le Kazakhstan et l'Arabie Saoudite et le 17<sup>ème</sup> au niveau mondiale (Djalili, 2005, P. 18).

Aujourd'hui l'Iran représente un territoire quatre fois plus petit qu'il ne l'était à l'époque de la Perse, en partie perdu durant le règne de la dynastie Qâdjârs<sup>33</sup>, ce fait a marqué l'imaginaire de la société iranienne, il a créé une sorte de nostalgie chez la population qui se remémore la grandeur de l'empire perse (Ghannad, 2013, P. 75).

Les frontières de l'Iran furent en partie définies par les anglais et les russes au XIX<sup>e</sup> siècle en raison de leurs volontés impérialistes et des intérêts qu'ils avaient dans la région. L'Iran partage donc actuellement des frontières avec sept autres pays<sup>34</sup> mais a également accès aux

---

<sup>33</sup> Djamileh Zia, « Les frontières orientales de l'Iran de l'Antiquité à nos jours », La revue de Teheran, octobre 2009, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article1049#gsc.tab=0>

<sup>34</sup> L'Irak, la Turquie, l'Azerbaïdjan, l'Arménie, le Turkménistan, l'Afghanistan et le Pakistan.

rives kazakhs et russes via la mer Caspienne et aux pays de la péninsule arabique via le Golfe Persique<sup>35</sup>.

Le territoire iranien jouit également d'une situation géographique d'exception, au porte de l'Europe et de l'Asie, entre trois mers, à l'intersection de plusieurs civilisations et avec la mainmise sur le détroit d'Ormuz qui voit transiter deux tiers des transactions pétrolières mondiales. Ces atouts géographiques ont permis à l'Iran d'avoir un rôle essentiel dans la géostratégie mondiale et d'être le point névralgique du transport pétrolier, elle-même troisième pays exportateur mondial (Djalili, 2005).

Figure IV : L'Iran et ses pays frontaliers



Source : Guide du Routard - Iran, Disponible sur : [http://www.routard.com/guide\\_carte/code\\_dest/iran.htm](http://www.routard.com/guide_carte/code_dest/iran.htm)

### 1.2.2 un territoire aux milles contrastes naturels

Selon Jérôme Dunlop il faut d'abord définir et comprendre certaines notions de géographie avant de pouvoir en comprendre le sens. Le terme « territoire », majoritairement utilisé pour décrire un pays, désigne un espace approprié , limité et géré par l'homme (2016, P. 7). Ce

<sup>35</sup> Le Sultanat d'Oman, les Emirats arabes unis, le Qatar, le Bahreïn, l'Arabie Saoudite et le Koweït.

territoire est composé de différents éléments relatifs à l'environnement physique, ces éléments peuvent être favorables à l'homme et ses activités, auquel cas on les appellera « ressources », mais également parfois défavorables, auquel cas elle auront l'appellation de « contraintes » (2016, P. 70). Au-delà des simples ressources et éléments physiques présents sur le territoire, celui-ci entretient également un rapport à l'imaginaire au travers de ses paysages. Les paysages sont les regards que l'on peut avoir à l'égard d'un territoire et permettent de lier les identités respectives du territoire et des êtres humains qui le compose (2016, P. 18).

En ce qui concerne le territoire iranien, il regroupe trois types d'espaces, il se compose de montagnes, de plaines et de déserts. Quant à ses villes les plus peuplées, elles se situent au pied des montagnes, alors que les plaines sont constituées de villages et de villes de petite ou moyenne taille<sup>36</sup>.

Figure V : Carte topographique de l'Iran



Source : [http://www.geo-decouverte.com/Iran/Perse\\_Iran.htm](http://www.geo-decouverte.com/Iran/Perse_Iran.htm)

<sup>36</sup> Bernard Hourcade, « IRAN - Géographie », *Encyclopædia Universalis*, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/iran-geographie/>

Au sein de ces différents espaces existent de nombreux contrastes et paysages qui rendent l’Iran unique d’un point de vue géographique, parmi ces composantes on retrouve :

- Les montagnes avec l’Elbourz au niveau de Teheran, la chaîne des Monts Zagros allant de la frontière avec l’Irak jusqu’au Golfe Persique ou encore les montagnes du Kurdistan
- Les déserts qui se situent dans les plaines, dont les deux principaux sont le Dasht-é Kavir (Grand désert salé) et le Dasht-é Lut (désert de Lut)<sup>37</sup>.
- Les forêts de mangroves dans certaines régions côtières du sud du pays avec un écosystème remarquable<sup>38</sup>
- Les nombreuses îles du golfe persique, les plus connues étant l’île de Kish et l’île de Qeshm<sup>39</sup>.
- Et de nombreux autres éléments exceptionnels qui composent et façonnent le territoire iranien tels que les lacs, les grottes, les côtes ou encore les rivières et cascades.

Figure VI : Aperçu des paysages et composantes du territoire iranien



Source : montage Hirtzig, 2017, photos trouvés sur : <https://500px.com/search?q=iran+landscape&type=photos&sort=relevance>

<sup>37</sup> « Géographie et paysages Iran », Le Routard, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.routard.com/guide/iran/3497/geographie.htm>

<sup>38</sup> Arefeh Hedjazi, « Les forêts de mangrove iraniennes », avril 2007, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article295#gsc.tab=0>

<sup>39</sup> Mortéza Johari, « Les îles iraniennes du golfe Persique », octobre 2007, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article131#gsc.tab=0>

## 2 Un Etat autoritaire mais néanmoins stable et sécurisé

### 2.1 Une république islamique au régime autoritaire

#### 2.1.1 La loi islamique et ses paradoxes

Après lecture de la constitution iranienne, les droits et les libertés en Iran ne semblent pas évidents. En effet la loi iranienne est basée sur la charia, c'est à dire la loi islamique, où de nombreuses interdictions en matière de comportement et d'attitudes y figurent. Cependant cette loi qui, à l'écrit, semble des plus strictes, n'est pas nécessairement représentative de ce qu'il en est dans la réalité<sup>40</sup>.

L'Iran est un pays difficile à cerner avec de nombreux paradoxes. La république interdit la prostitution et s'oppose au divorce mais autorise les mariages temporaires d'une heure. L'homosexualité est durement réprimée mais un homosexuel peut avoir le droit de ne pas effectuer son service militaire. Et les exemples de paradoxes dans ce genre ne manquent pas en Iran (Pirzadeh, 2016, P. 14).

Pour la journaliste Armelle Charrier, l'Iran reste « le pays de la débrouillardise et du temps »<sup>41</sup>. En effet les iraniens ont l'habitude de contourner les interdictions et d'attendre d'obtenir petit à petit plus de libertés. On retrouve cette idée d'adaptation dans le récit de Maryam, une habitante au nord de Shiraz qui donne son témoignage au journaliste Pierre Gouyou Beauchamps : « *le peuple a deux vies. Une publique et une privée. On se crée des bulles de liberté partout où on peut. On est sans arrêt en train de se transformer* »<sup>42</sup>.

On remarque également que certains sites touristiques comme les îles de Kich et de Qechm dans le golfe persique ont une application plus souple de la loi islamique. Cette souplesse peut s'expliquer par la présence des touristes parfois étrangers mais aussi par les activités de loisirs qui s'y déroulent (Bautzmann, 2017)

---

<sup>40</sup> Armin Arefi, « En Iran, les lois et la réalité », Le Point Internationale, 10/04/16, consulté le 16 décembre 2016. Disponible sur : [http://www.lepoint.fr/monde/en-iran-les-lois-et-la-realite-10-04-2016-2031181\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/en-iran-les-lois-et-la-realite-10-04-2016-2031181_24.php)

<sup>41</sup> « France - Iran : le mariage de raison ? », France 24, 28/01/16, visionné le 17 décembre 2016. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=khcYcMjOUk>

<sup>42</sup> Pierre Gouyou Beauchamps, « Derrière les murs d'Iran », 200 le vélo de route autrement, N°10, automne 2016, 138p

Enfin, Noam Chomsky tient à nuancer la situation en Iran, pour lui la république islamique est certes contraignante et parfois brutale envers sa population, elle reste cependant nettement moins dure que d'autres pays de la région<sup>43</sup>.

### 2.1.2 Les droits de l'homme

L'Organisation non gouvernementale Amnesty International qui défend la déclaration universelle des droits de l'homme dénonce plusieurs formes de non-respect des droits de l'homme en Iran, elle liste ces manquements ainsi<sup>44</sup> :

- La restriction de la liberté d'expression, d'association et de réunion
- Les recours à la torture et autres mauvais traitements
- Les procès jugés inéquitables
- La restriction de la liberté de religion et de conviction
- La discrimination de minorités ethniques
- Le manque de droit des femmes
- L'usage abusif de la peine de mort

Durant l'année 2015, à peu près 1 634 personnes ont été exécutées dans 25 pays à travers le monde, c'est 50% de plus qu'en 2014. La Chine est le pays ayant eu recours en 2015 au plus grand nombre d'exécutions, ce nombre reste néanmoins incertain car il est secret d'Etat.

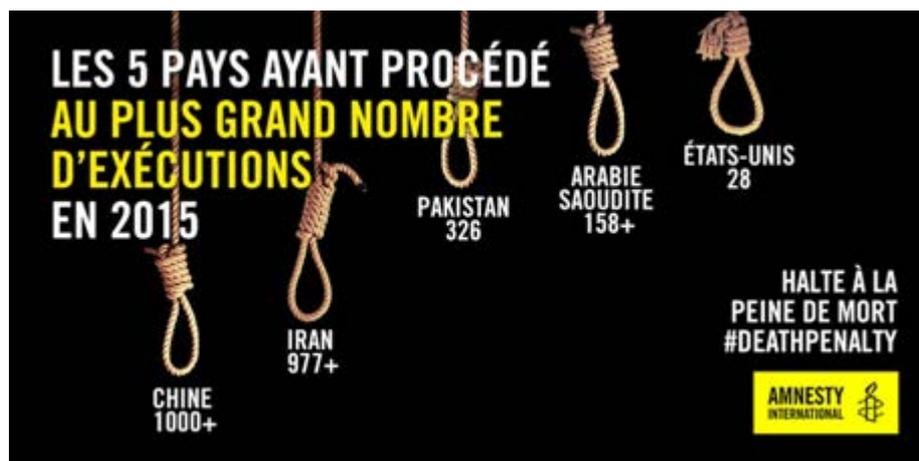
---

<sup>43</sup> Article « The Iranian Threat » de Noam Chomsky, 02/07/10, disponible sur <https://chomsky.info/20100702/>

<sup>44</sup> Rapport Amnesty International 2016/17 - La situation des droits humains dans le monde

Après la Chine on retrouve l'Iran en seconde position avec au moins 977 personnes exécutées en 2015, essentiellement pour des infractions liées à la législation sur les stupéfiants.<sup>45</sup> Les exécutions qui surviennent en Iran concernent uniquement des personnes de nationalité iranienne ou ayant la double nationalité.

Figure VII : Les 5 pays ayant eu le plus recourt aux exécutions en 2015



Source : Rapport Amnesty International 2015 - Condamnations à mort et exécutions

## 2.2. L'Iran, un des pays les plus stables de la région

En 1988, il y a bientôt trente ans, l'Iran et l'Irak signaient un cessez-le-feu marquant la fin d'une guerre vieille de huit ans. Depuis, l'Iran n'a plus été en guerre, du moins sur son territoire. Désormais, l'Iran est considéré, selon beaucoup d'analystes internationaux comme « l'un des rares pays stables et sécurisés du Moyen-orient » (Pirzadeh, 2016, P. 50). Eric Denecé, directeur du Centre français de recherche sur le renseignement, considère même qu'aujourd'hui hors Europe les zones les plus dangereuses sont les pays arabo-musulmans à l'exception de l'Iran<sup>46</sup>.

De plus, l'élection d'Hassan Rohani en 2013 suivi de l'accord sur le nucléaire iranien conclut en 2015 ont permis à l'Iran de faire son grand retour sur la scène internationale et de sortir

<sup>45</sup> Rapport d'Amnesty International de 2015 sur les condamnations à mort et exécutions

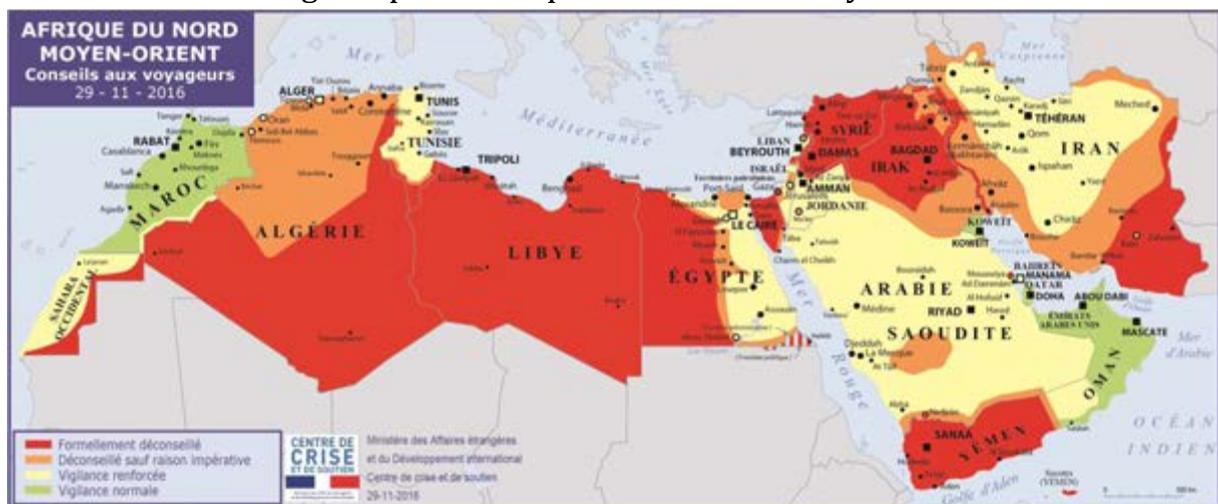
<sup>46</sup> « Terrorisme et tourisme : ce qui nous attend », lechotouristique.com, Linda Lainé, 16/01/17, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : [www.lechotouristique.com/article/terrorisme-et-tourisme-ce-qui-nous-attend](http://www.lechotouristique.com/article/terrorisme-et-tourisme-ce-qui-nous-attend), 86984

de son isolement. L'idée que le pays ait désormais un usage exclusivement civile et non militaire du nucléaire apporte une vision d'un pays davantage à la recherche de stabilité.<sup>47</sup>

Lors de sa deuxième journée de visite en Italie en 2016, le président Rohani a déclaré : « L'Iran est le pays le plus sûr, le plus stable de toute la région ». Ici le président Rohani se veut rassurant quant aux intentions et aux désirs de son pays, et ce, afin d'attirer des investisseurs potentiels et rompre avec l'image que son pays pouvait avoir jusque là.

En ce qui concerne les recommandations effectuées par le ministère des affaires étrangères français quant aux séjours en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, on constate que l'Iran touristique et économique n'est pas dans une zone déconseillé mais où la vigilance se doit d'être renforcé de la part des ressortissant français. En terme de comparaison cette appellation de « vigilance renforcée » est aujourd'hui également utilisé par le ministère pour les zones touristique et d'intérêt économique du Mexique, de Tunisie, de Malaisie ou encore d'Inde.

Figure VIII : Carte « Conseils aux voyageurs » du ministère des affaires étrangères pour l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient



Source : Site du ministère des affaires étrangères, rubrique « conseils aux voyageurs » par région (visionné le 29/11/16)

<sup>47</sup> Article « Le retour sur la scène internationale de l'Iran », diplo-mates.com, 05/02/16, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.diplo-mates.com/single-post/2016/02/05/Le-retour-sur-la-scène-internationale-de-l'Iran>

### 3 Une nation unique à l'identité propre ?

#### 3.1 un Iran ou des Iran(s),

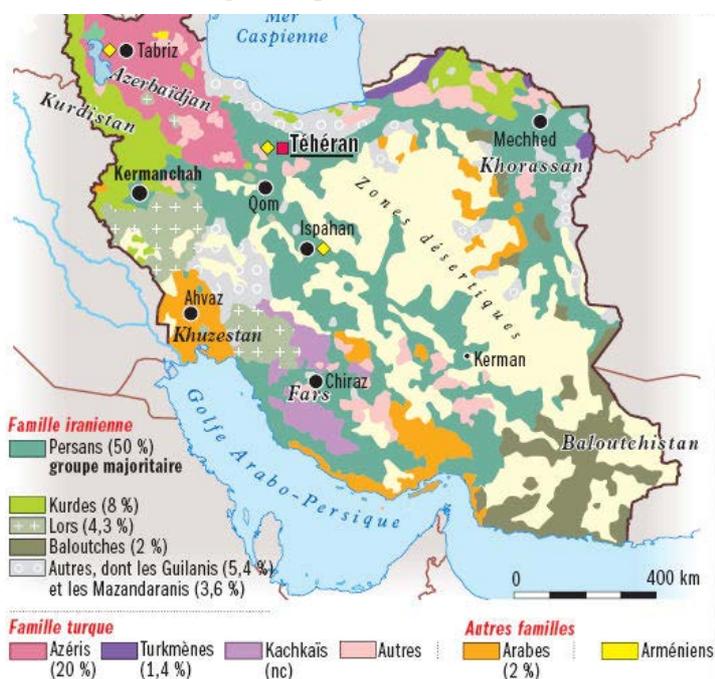
##### 3.1.1 un pays multi-ethnique aux nombreuses minorités

Selon Jérôme Dunlop :

« les identités sont des caractères nécessaires à l'intégration sociale des individus. [...] Genre, religion, classe sociale, nation, génération, ethnie ou race génèrent des sentiment d'appartenance qui sont autant de composantes possible de l'identité sociale d'un individu. » (2016).

Si on part de cette définition, Plusieurs identités coexistent donc au sein de la société iranienne composée d'environ 82 millions d'habitants. En effet il existe en Iran une multitude

Figure IX : Répartition des principales familles ethnolinguistiques en Iran en 2009



Source : Courrier International, <http://www.courrierinternational.com/article/2009/06/11/petit-lexique-de-terminologie-politique>

d'ethnies et de langues employées, même si la majorité est d'origine perse (Barsamian et al, 2007). L'ayatollah Ali Khamenei ainsi que le dernier shah d'Iran, Mohammad Reza Pahlavi par exemple ne sont pas perses comme on pourrait le penser mais tous deux issus du groupe ethnique azéris. Les plus de quatre-vingt ethnies présentes en Iran sont notamment dû aux nombreuses invasions arabes, mongols ou encore turcs dont le pays a eu à faire face dans son histoire, mais aussi par les vagues d'immigration qui ont eu lieu en raison de ses multiples frontières<sup>48</sup>.

<sup>48</sup> Armelle Charrier, « France - Iran : le mariage de raison ? », France 24, 28/01/16, visionné le 17 décembre 2016. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=khcYcMcjOUk>

Cependant l'identité iranienne n'est pas faite que de différences, elle comprend également des valeurs et des aspects communs. Le territoire iranien à travers ses monuments, son patrimoine et ses ressources crée un réel sentiment d'appartenance chez ses habitants (Dunlop, 2016).

La religion en Iran a également induit un sentiment d'appartenance, en effet le chiisme représente 90% de la population et touche plusieurs ethnies permettant de créer un lien entre elles. En ce qui concerne Teheran, la capitale, elle représente toute la multiethnicité de l'Iran d'aujourd'hui. Teheran compte en effet plus de kurdes que n'importe quelle ville du Kurdistan, mais aussi plus de turcophones qu'à Tabriz au Nord-Ouest du pays<sup>49</sup>.

Un autre aspect important relatif aux ethnies en Iran concerne l'instrumentalisation dont elles sont sujettes. En effet les puissances étrangères tentent et ont tenté à plusieurs reprises de déstabiliser l'Iran en essayant de créer des soulèvements au sein des minorités ethniques sans même comprendre le lien qui unie ces différentes ethnies au noyau central persan (Digard, 1998). De plus la république islamique a tenté de montrer la considération accordée à ces ethnies en reconnaissant au sein de sa constitution la grande diversité culturelle du pays dont elles font parties (Riaux, 2012).

### 3.1.2 Mais avec un nationalisme fort

Selon Jérôme Dunlop, Une nation est :

« une communauté culturelle constituée en corps politique : la nation naît du nationalisme, c'est-à-dire de l'aspiration à la souveraineté d'un peuple sur un territoire » (2016, P. 97)

L'Iran se voulant le représentant de la culture perse face au monde arabe qui l'entoure, il est légitime de dire qu'un réel nationalisme est présent au sein du pays (Hourcade, 2010). Pour

---

<sup>49</sup> Salamatian Ahmad, Mardam-Bey Farouk, « L'Iran, centre de gravité de plusieurs conflits », *Confluences Méditerranée*, 2/2007 (N°61), p. 49-62

Fariba Adelhah, les valeurs nationalistes de l'Iran peuvent être comparées à celles qu'on retrouve en France de par le fait que ces deux nations ont tous deux une grande histoire<sup>50</sup>.

Malgré les ethnies multiples qu'on retrouve en Iran, le nationalisme domine. Les iraniens ont une identité issue d'un fort sentiment national tout en composant avec leur appartenance ethnique (Ghannad, 2013, P. 110). C'est d'ailleurs le cas de la communauté ethnolinguistique Azeris, qui représente 21% de la population et qui dispose d'une forme de loyauté envers la nation iranienne (Riaux, 2012).

La nation iranienne, maintenant qu'elle a été définie, peut être jointe à la notion d'Etat, l'Etat définit comme étant :

*« une organisation politique indissociable du territoire dont il a la charge. C'est une autorité souveraine qui s'exerce sur un territoire et sur ceux qui s'y trouvent. »* (Dunlop, 2016, P. 106)

Dans le cas de l'Iran, l'autorité souveraine, depuis la révolution islamique, est un fondement indiscutable qui s'exerce sur l'ensemble du territoire iranien. L'Iran disposant donc d'une Nation et d'un Etat fort, il est légitime de considérer la république islamique d'Iran comme un Etat-Nation, où le nationalisme culturel en est le symbole (Thiesse, 2007).

## 3.2 La société moderne

### 3.2.1 La place de la femme dans la société iranienne

Avant toute chose il faut savoir qu'une majorité des femmes portait déjà le voile ou le tchador avant la révolution, seule une minorité des iraniennes, issue des classes aisées, ne portait pas de voile avant cet événement. En revanche, ce qui a changé à la suite de cet événement c'est la place qu'occupe la femme dans la société. En effet, la révolution islamique a représenté un tournant pour les femmes iraniennes, jusqu'alors cantonnées au foyer familiale. Ces dernières sortiront comme les hommes pour participer au soulèvement populaire et accéderont alors à l'espace public. Suite à cela, la scolarisation des jeunes filles a

---

<sup>50</sup> Fariba Adelhah, « France - Iran : le mariage de raison ? », France 24, 28/01/16, visionné le 17 décembre 2016. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=khcYcMjOUk>

énormément augmentée, elles ont accédé à l'enseignement supérieur et ont de ce fait reculé l'âge du mariage et de leur premier enfant<sup>51</sup>.

En ce qui concerne le droit des femmes, en théorie, les femmes mal voilées risquent plusieurs coups de fouet, mais la majorité du temps cela se règle par un avertissement voire une amende. D'ailleurs d'année en année le voile se raccourcit en Iran, aujourd'hui il n'est plus comparable à ce qu'il était à la suite de la révolution. Il peut même être considéré comme un indicateur, un baromètre, de la vie politique et de son intensité<sup>52</sup>.

Figure X : représentation de la femme en Iran au lendemain de la révolution et aujourd'hui.



Source : WatchCut Video, Youtube,  
<https://www.youtube.com/watch?v=G7XmJUtcsak>

Les iraniennes dégagent une certaine joie de vivre en public qui peut parfois surprendre, en effet il n'est pas rare de voir les femmes en Iran regroupées entre amies qui rient aux éclats, sur les terrasses des restaurants, dans leur voiture ou dans les transports en commun.

---

<sup>51</sup> Catherine Gouëset, « Iran : 5 choses à savoir sur le foulard islamique », 16/05/14, consulté le 23 décembre 2016. Disponible sur : [http://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/iran-5-choses-a-savoir-sur-le-foulard-islamique\\_1543795.html](http://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/iran-5-choses-a-savoir-sur-le-foulard-islamique_1543795.html)

<sup>52</sup> Assal Reza, « En Iran, le crime du vernis à ongles », lemonde.fr, 19/10/12, consulté le 22 décembre 2016, Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/international/article/2012/10/12/en-iran-le-crime-du-verniss-a-ongles\\_1774641\\_3210.html](http://www.lemonde.fr/international/article/2012/10/12/en-iran-le-crime-du-verniss-a-ongles_1774641_3210.html)

Les iraniennes bénéficient également d'un certain nombre de libertés qui n'existent pas dans d'autres pays de la région, notamment en Arabie Saoudite. La femme iranienne a en effet le droit de conduire, de divorcer, de voter et d'être élu ou encore de devenir chef d'entreprise (Pirzadeh, 2016, P. 13). Les femmes représentent également plus de la moitié des étudiants à l'université où elles sont un peu moins de 60%.<sup>53</sup>

### 3.2.2 La culture composante essentielle de l'identité iranienne

L'anthropologue et ethnologue de renommée internationale Claude Lévi-Strauss a donné une définition de la culture qui permet d'en comprendre le sens et de mieux percevoir ce qui est ou non de l'ordre de la culture. Selon lui toute culture peut être défini comme :

*« un ensemble de systèmes symboliques au premier rang desquels se placent le langage, les règles matrimoniales, les rapports économiques, l'art, la science, la religion. Tous ces systèmes visent à exprimer certains aspects de la réalité physique et de la réalité sociale, et plus encore, les relations que ces deux types de réalité entretiennent entre eux et que les systèmes symboliques eux-mêmes entretiennent les uns avec les autres. »* (2012, P. 17)

De façon plus synthétique, la culture dans son sens sociologique peut être désigné comme étant : « la manière de vivre d'un groupe » (Maquet, 1949, P. 324) et peut donc être employé pour désigner une société.

Avec les diversités ethniques, linguistiques, historiques ou encore artistiques présentes en Iran, on peut considérer que la culture iranienne est très riche. Mariam Pirzadeh ajoute d'ailleurs qu'il existe un lien très fort entre les iraniens et leur culture. Historiquement, les perses furent interdits de parler leur langue pendant 200 ans suite à l'invasion arabe et pourtant la langue et la culture iranienne ont survécu (2016, P. 123-126).

Pour l'auteur de bande dessinée et réalisatrice franco-iranienne Marjane Satrapi, la culture passe par les arts, elle déclare : « *Vous enlever le cinéma, la musique, la littérature, enlever*

---

<sup>53</sup> Bernard d'Abrigeon, « Des trains pas comme les autres », aout 2004, visionné en décembre 2016. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=mFpn7JxUNNA>

*tout ça de notre société et il ne reste plus rien, aussi vain qu'il soit c'est le ciment de la société »*<sup>54</sup>.

La culture a également des vertus réformatrices et peut devenir un marqueur identitaire puissant pour les habitants symbole de tout ce que représente sa société (Meyronin, 2015, P. 3). La culture pourrait donc peut-être être considéré, dans le cas de l'Iran, comme la base de son identité et de sa société.

### 3.3. La génération Y, quand l'Iran s'éveille

#### 3.3.1 Les jeunes en Iran

On constate qu'à l'époque du Shah, les jeunes semblaient intégrés à l'autorité patriarcale où le père avait l'exclusivité de la représentation social de la famille dont il avait la charge (Ladier-Fouladi, 2003, P. 279).

Pour Khosrokhavar la révolution de 1979 a marqué une rupture. cette révolution fut l'oeuvre d'une jeunesse qui en a réclamé la paternité (Khosrokhavar, 1993). Cette jeunesse, bien que divisée entre les ruraux et les citadins, partageait des idéaux communs tels que l'émancipation avec le monde adulte et l'affirmation de soi, ce qui a permis de les considérer comme une catégorie sociale à part entière (Ladier-Fouladi, 2003, P. 282).

En 1998 les jeunes de moins de 25 ans représentaient plus de 60% de la population iranienne (Minoui, 2016, P. 26) alors qu'en 2012 les moins de 30 ans représentent 55%<sup>55</sup>. Selon Marie Ladier-Fouladi, socio-démographe spécialiste de la société iranienne, la baisse de la fécondité s'explique par la prise de conscience des femmes de la nouvelle génération en ce qui concerne leur place dans la société : « *L'œuvre des jeunes femmes plus instruites que leurs aînées et qui, dans un contexte social propice, réussirent à s'approprier une attitude reproductive moderne.* » (Ladier-Fouladi, 2014, P. 170)

---

<sup>54</sup> Marjane Satrapi, « Le cinéma est le ciment de la société », Créations originales - Forum des images, 11/04/16, visionné le 07 janvier 2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=lbDaDEF3las>

<sup>55</sup> « Iran : une population jeune, de plus en plus urbaine et éduquée », LeParisien.fr, 29/07/12, consulté le 16 décembre 2016. Disponible sur : [www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/iran-une-population-jeune-de-plus-en-plus-urbaine-et-eduquee-29-07-2012-2106325.php](http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/iran-une-population-jeune-de-plus-en-plus-urbaine-et-eduquee-29-07-2012-2106325.php)

En matière d'éducation, le taux d'alphabétisation des jeunes âgés de 15 à 24 ans en Iran est très élevé, selon l'UNICEF il était de plus de 98% en 2012, un pourcentage semblable à celui des pays développés. En ce qui concerne l'enseignement supérieur, en 2012, on comptait 10,5 millions d'iraniens avec un diplôme universitaire<sup>56</sup>. Delphine Minoui parle même de « boulimie de connaissance » (2016, P. 29) tant la jeunesse iranienne entretient un rapport privilégié avec l'éducation et l'enseignement.

Malgré cette éducation, de nombreux jeunes diplômés se retrouvent au chômage à la sortie des études. Chez les jeunes, cette incertitude professionnelle associée à la période de guerre qu'ils ont connue et au manque de libertés, à un âge où on en a cruellement besoin, a créé des comportements de défiance (Shirali, 2001).

Delphine Minoui, journaliste d'origine iranienne spécialiste de l'Iran parle même d'une « Schizophrénie » chez les jeunes au sens de comportement ambivalents entre la vie privée et la vie publique<sup>57</sup>. Ces comportements ambivalents caractérisent en réalité une soif de liberté, semblable aux comportements classiques de la jeunesse occidentale, allant de la soirée en appartement où de l'alcool est présent, à l'accès au réseau sociaux. C'est d'ailleurs ce désir de libertés de la part de la jeunesse iranienne qui a contribué à l'élection d'Hassan Rohani en 2013, pour lequel nombre d'entre-eux se sont mobilisés avant l'élection et rassemblés lors de sa victoire. (Minoui, 2016)

### 3.3.2 Le digital en Iran

L'Iran est considéré comme le pays le plus connecté du Moyen-Orient, en effet aujourd'hui 60% des iraniens ont accès à internet et 85% ont un téléphone portable (Pirzadeh, 2016, P. 111). Chez les jeunes le désir d'être connecté peut s'expliquer par le besoin d'ouverture, de voir et d'être ailleurs car ils n'ont pas connu l'époque pré-révolution mais ont grandi avec les

---

<sup>56</sup> « Iran : une population jeune, de plus en plus urbaine et éduquée », 29/07/12, consulté le 16 décembre 2016. Disponible sur : [www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/iran-une-population-jeune-de-plus-en-plus-urbaine-et-eduquee-29-07-2012-2106325.php](http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/iran-une-population-jeune-de-plus-en-plus-urbaine-et-eduquee-29-07-2012-2106325.php)

<sup>57</sup> Delphine Minoui, « France - Iran : le mariage de raison ? », France 24, 28/01/16, visionné le 17 décembre 2016. Disponible sur : [www.france24.com/fr/20160127-debat-partie1-hassan-rohani-paris](http://www.france24.com/fr/20160127-debat-partie1-hassan-rohani-paris)

huit années de guerre avec l'Irak, avec les huit années de présidence de Mahmoud Ahmadinejad et avec plus d'une décennie de sanctions (Pirzadeh, 2016, P. 97).

Figure XI : Compte Twitter officiel du président Hassan Rohani



Source : Twitter, <https://twitter.com/hassanrouhani?lang=fr>

Ce besoin d'ouverture va notamment se retrouver sur les réseaux sociaux, où les jeunes vont pouvoir suivre la mode, dialoguer avec des personnes à l'autre bout du monde ou encore suivre l'actualité sans passer par les médias iraniens. Le paradoxe concernant ces réseaux sociaux est que, bien que ces derniers soient officiellement interdits par la république, ils sont des outils utilisés par le gouvernement pour communiquer sur la politique du pays, mais aussi pour venir appuyer les différentes tensions et joutes verbales entre l'Iran et d'autres pays (Pirzadeh, 2016, P. 112).

Le gouvernement tente d'appliquer cette interdiction de plusieurs façons allant du blocage pur et simple du site concerné jusqu'à suggérer la possibilité de créer un internet national. Toutes ces mesures n'auront que peu

d'efficacité au vu du développement fulgurant de l'internet 3G et 4G sur smartphone associé aux VPN, des réseaux internet privé virtuel permettant de passer outre les blocages.<sup>58</sup>

<sup>58</sup> Siavosh Ghazi, « Iran: les réseaux sociaux toujours sous contrôle malgré l'ouverture », 12/10/15, consulté le 17 décembre 2016. Disponible sur : [www.rfi.fr/moyen-orient/20151012-iran-reseaux-sociaux-accessibles-ouverture-internet-censure-web](http://www.rfi.fr/moyen-orient/20151012-iran-reseaux-sociaux-accessibles-ouverture-internet-censure-web)

## Conclusion Partie 1

Dans cette partie assez dense, nous retiendrons que l'Iran est une entité riche mais difficile à comprendre de par sa complexité.

L'Etat iranien est un régime autoritaire, appliquant la loi islamique, ne respectant pas nécessairement les droits de l'homme et qui est au coeur d'un certain nombre de conflit. Cependant il s'agit aussi d'un pays qui s'ouvre petit à petit avec le reste du monde, empreint de modernisme et qui peut tout de même être considéré comme moins répressif que d'autres pays de la région.

En ce qui concerne la population, celle-ci, bien que contrainte de respecter les lois, arrive progressivement à obtenir de plus en plus de liberté. La population iranienne se distingue également de par son identité forte, une identité construite autour d'une histoire et d'un territoire riche, et ce, malgré une nation multi-ethnique.

Finalement c'est toutes cette complexité qui a entraîné une ambivalence de l'image du pays. L'Iran fascine autant qu'il effraie. Le pays est, et a été, une source d'inspiration autant qu'une source de crainte. Cette image, que continue d'entretenir les médias occidentaux, ne représente donc globalement que les points négatifs de l'Iran, sans prendre le recul nécessaire pour mettre en avant ses forces.

Il sera donc intéressant de voir en quoi le tourisme contribue à l'amélioration de cette image, et réciproquement, comment une meilleure image favorisera le développement du tourisme.

---

## PARTIE 2 : Le tourisme iranien et ses perspectives de développement

---

## Introduction Partie 2

*« Un pays au potentiel incroyable, avec des réserves de richesses naturelles impressionnantes. Un pays dans lequel il est possible de de prendre un bain de mer, puis de skier sur une piste de montagne dans la même journée. Un pays que les touristes affectionnent de plus en plus, repartant avec les souvenirs d'une population accueillante et d'une histoire plurimillénaire. » (Pirzadeh, 2016)*

Aujourd'hui, avec 1,2 milliard de visiteurs à travers le monde, le tourisme est considéré comme la première industrie mondiale. Le tourisme est un secteur encore en croissance, à l'origine de 272 millions d'emplois dans le monde et de 10% du Produit Intérieur Brut mondial. Il est donc intéressant pour tout pays qui en a la capacité, de développer et d'intégrer à son économie ce secteur touristique qui peut sembler fort prometteur.

Cette seconde partie aura donc pour objectif de faire un état des lieux de l'industrie du tourisme en Iran et d'émettre les différentes hypothèses relatives aux perspectives de développement de son secteur touristique.

Dans le premier chapitre il sera question de décrire le secteur touristique actuel, sa structure mais également les dynamiques qui l'animent et les événements qui entraînent sa mutation.

Dans un second chapitre sera abordé une hypothèse relative à l'aménagement du territoire en tant que composante essentielle du développement touristique et de pérennisation du secteur.

Enfin sera étudié l'hypothèse de la création d'un marketing territorial entre l'Iran et d'autres pays de la région, susceptible de contribuer à l'attractivité du pays et au respect des valeurs du pays.

# Chapitre 1 : Le secteur touristique aujourd'hui en Iran

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit le tourisme comme :

*« les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les 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 »<sup>59</sup>.*

L'Iran, chargé d'une histoire multimillénaire, d'un territoire à la beauté exceptionnelle, d'une récente stabilité politique et d'une identité unique se voit donc tout naturellement devenir une des nouvelles destinations à la mode<sup>60</sup>. Pour Pierre Gouyou Beauchamps, voyager en Iran c'est changer son regard sur le monde, désapprendre ce qu'on savait jusque là et oublier toutes nos idées reçues<sup>61</sup>.

## 1 Une offre touristique atypique

### 1.1 L'offre touristique iranienne

#### 1.1.1 Hauts-lieux touristiques

L'Iran dispose de sites historiques, de richesses naturelles et d'une population remarquable ; son potentiel est incroyable et de ce fait les touristes sont de plus en plus nombreux à l'affectionner. (Pirzadeh, 2016, P. 14). Pour le Financial Times, l'Iran est un pays béni qui ne se résume pas qu'à la quantité de ses ressources naturelles mais dont la culture est réellement vibrante<sup>62</sup>.

---

<sup>59</sup> Selon l'OMT. Disponible sur : <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/tourisme/97970>

<sup>60</sup> Octavie Pareaag, « Tourisme : L'Iran, une destination qui refait son retour sur scène », 24/09/16, consulté le 15 février 2017. Disponible sur : <http://www.easyvoyage.com/actualite/le-tourisme-redonne-de-l-espoir-a-l-iran-71468>

<sup>61</sup> Pierre Gouyou Beauchamps. Opus cité note 42

<sup>62</sup> « FT Iran Summit 2016 - Exploring Opportunity and Risk in a Potential Economic Powerhouse », Financial Times Live, 09/03/16, consulté le 08 janvier 2017. Disponible sur : <https://live.ft.com/Events/2016/FT-Iran-Summit-2016>

A partir des années 2000, L'Etat iranien a bien compris qu'il disposait d'un potentiel et qu'il était important de mettre en avant son patrimoine (Bautzmann, 2017). L'Iran a donc entrepris de classer plusieurs de ses sites au patrimoine mondial de l'UNESCO, au total en 2016 le pays comptait vingt sites culturels et un naturel inscrit sur la liste de l'UNESCO<sup>63</sup>. Le patrimoine culturel iranien classé est d'ordre matériel mais comprend plusieurs types de biens (cf. annexe C) : des sites archéologiques, des sites représentatifs de techniques de civilisations ancestrales, des bâtiments à l'architecture remarquable ou encore des paysages culturels. L'Iran possède également des formes de patrimoine inscrites sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO. On y retrouve des savoir-faire traditionnels, des arts du spectacle, des pratiques sociales et rituels ou encore des traditions orales (cf. annexe D).

L'Iran dispose donc d'un patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel, riche, reconnu et classé. Ce patrimoine constitue un atout pour l'Iran et son potentiel touristique. Le site classé de Persépolis par exemple est l'une des étapes incontournables des circuits organisés en Iran<sup>64</sup>.

On retrouve également de nombreux lieux saints de l'Islam, et notamment chiites, en Iran tels que le tombeau de l'imam Reza à Machhad qui en un an a attiré 25 millions de pèlerins (Bautzmann, 2017). Ces lieux saints font donc eux-aussi partie intégrante du tourisme iranien. Cette forme de tourisme comprenant les pèlerinages peut être appelée « tourisme religieux », elle constitue la majorité des voyages internationaux en Iran et lui permet également d'assurer son rayonnement dans le monde chiite.

Le tourisme religieux est donc un type de tourisme prometteur en Iran et a même l'avantage de pouvoir être associé au tourisme culturel, cependant, Le potentiel du tourisme religieux n'est pas suffisamment exploité en Iran et pourrait se développer davantage si de bonnes planifications et une rénovation des infrastructures étaient faites<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> « Iran - Biens inscrits sur la liste du patrimoine mondial », site de l'unesco, consulté le 08 janvier 2017. Disponible sur <http://whc.unesco.org/fr/etatsparties/ir>

<sup>64</sup> Saeed Kamali Dehghan, « Iran's top 10 tourist destinations - in pictures », 18/10/13, consulté le 08 janvier 2017. Disponible sur : <https://www.theguardian.com/world/gallery/2013/oct/18/iran-top-10-tourist-destinations-in-pictures>

<sup>65</sup> Afsaneh Pourmazaheri, « Pèlerinage et tourisme en Iran, quelle interaction ? », juillet 2011, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article1417#gsc.tab=0>

### 1.1.2 Une offre peu moderne et vieillissante

Le principal problème du tourisme en Iran ne se situe pas dans sa religiosité, nombre de pays tels que l’Égypte, la Malaisie ou encore la Turquie ont réussi à associer la présence de la religion dans leurs sociétés avec le tourisme<sup>66</sup>. Bien que la religion en Iran entraîne de nombreuses interdictions susceptibles d’être un frein au tourisme balnéaire par exemple, le réel problème en matière de tourisme réside dans la qualité des infrastructures iraniennes<sup>67</sup>.

En effet l’Iran et ses 1100 hôtels et *guest houses*, ainsi que sa flotte aérienne, ont été peu rénovés et modernisés depuis 1979 et la révolution islamique. Le pays souhaite désormais intégrer cet eldorado que représente le tourisme international. D’un point de vue naturel et culturel, le pays a tout pour plaire, mais lorsque l’on jette un oeil à ses infrastructures, le pays déçoit. Les infrastructures iraniennes, tant sur le plan des transports que sur son parc hôtelier, sont trop âgés, démodés et en décalage avec les standards internationaux<sup>68</sup>. Pour Jean-François Rial, PDG de voyageurs du Monde : « L’hébergement n’est pas à la hauteur mais ce n’est pas grave, il va le devenir »<sup>69</sup> et en effet, le gouvernement l’a compris et compte bien le rénover.

Il existe également un manque de diversité dans l’offre touristique en Iran. L’offre touristique iranienne est majoritairement d’ordre culturel, et c’est d’ailleurs la raison principale des arrivées touristiques, cependant cette même offre culturelle est très peu variée. Les circuits en Iran proposent en général les mêmes sites et visites incontournables mais ne sortent pas vraiment des sentiers battus.

---

<sup>66</sup> Arefeh Hedjazi, « L’industrie du tourisme en Iran : une modernisation insuffisante ? », octobre 2008, consulté le 09 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article821#gsc.tab=0>

<sup>67</sup> Richard Vainopoulos, « Tourisme: Iran ou Iran pas? », huffingtonpost.fr, 12/07/16 , consulté le 09 janvier 2017. Disponible sur : [http://www.huffingtonpost.fr/richard-vainopoulos/iran-tourisme-ou-pas\\_b\\_10939952.html](http://www.huffingtonpost.fr/richard-vainopoulos/iran-tourisme-ou-pas_b_10939952.html)

<sup>68</sup> Sarah Douag, « L’Iran redevient fréquentable pour les groupes hôteliers », L’écho touristique, 10/01/17, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/l-iran-redevient-frequentable-pour-les-groupes-hoteliers,86780>

<sup>69</sup> Souen Léger, « Jean-François Rial : "L’Iran va devenir une destination culturelle majeure comme Cuba », L’écho touristique, 22/04/16, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/jean-francois-rial-l-iran-va-devenir-une-destination-culturelle-majeure-comme-cuba,81665>

Un autre problème qui se pose concernant le tourisme iranien est le manque de formations proposées et de personnel formé. En effet selon Zendehtdel, les structures touristiques manquent de personnel suffisamment qualifié mais aussi de managers, notamment dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration (2013, P. 3)

Face à ces quelques problèmes, une tendance est apparue, une offre atypique, le « Couchsurfing ». Cette pratique qui consiste à être hébergé par des locaux après invitation se démocratise en Iran et notamment à Teheran. En théorie inviter un étranger chez soi est interdit en Iran, pourtant 30 000 iraniens ont défié le régime en hébergeant des touristes, et ce, en raison de leur hospitalité et de leur envie de partager avec les voyageurs<sup>70</sup>.

## 1.2 Les acteurs du tourisme

### 1.2.1 Une présence écrasante des acteurs institutionnels face aux privés

L'organisation du patrimoine culturel, de l'artisanat et du tourisme iranien (ICHTO), actuellement sous la direction de Zahra Ahmadipour, a un domaine d'action très vaste. L'organisation contrôle et définit le fonctionnement des hôtels, restaurants, agences touristiques et entreprises du secteur (Zendehtdel, 2013). Elle est aussi chargée de la mise en place, du développement et de la gestion de nombreuses entreprises touristiques publiques, c'est également à cette organisation qu'incombe la responsabilité de distribuer les licences au secteur privé pour les activités touristiques. Cette gestion par l'Etat est historique, en effet à la suite de la révolution islamique, les activités touristiques furent placées sous la tutelle du Ministère de la Guidance islamique, qui, de ce fait, supervisa l'intégralité du développement touristique en Iran et laissa donc peu de place aux acteurs privés<sup>71</sup>.

Avec des politiques de développement et de fonctionnement assez strictes et basiques, l'Etat n'encourage pas le secteur privé à se développer ce qui crée de réelles lacunes, notamment

---

<sup>70</sup> Anne-Sophie Faivre Le Cadre, « Comment le couchsurfing change l'Iran », L'OBS Rue89, 17/08/16, consulté le 15 janvier 2017. Disponible sur : <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-jetlag/20160817.RUE3633/comment-le-couchsurfing-change-l-iran.html>

<sup>71</sup> Arefeh Hedjazi, « Historique de l'hôtellerie en Iran », octobre 2008, consulté le 21 janvier 2017. disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article817#gsc.tab=0>

au sujet de la diversité et de la qualité de l'offre touristique. Selon Matthieu Anquez, le secteur public devrait libéraliser une partie des activités et structures touristiques afin de laisser se moderniser le secteur par l'arrivée de nouveaux entrants privés internationaux (2014, P. 87). Pour Fatameh Allahdadi, si l'Iran manque d'investissement privés provenant de l'étranger, d'infrastructures de transports et hôtelière mais aussi de produits et de services, c'est en partie dû à la mauvaise image du pays (2011).

Mais avec le changement d'image du pays, des mutations peuvent être envisagées. c'est ce que peu présager l'arrivée de Hassan Rohani au pouvoir. En effet depuis qu'il a été élu l'Etat garde le contrôle de nombreuses activités touristiques mais modernise ses stratégies de développement et laisse petit à petit de la place au secteur privé. Le gouvernement a donc déjà mis en place plusieurs politiques pour développer le secteur touristique, l'obtention des visas a été facilité, le tourisme religieux a fait l'objet de campagne de promotion (Bautzmann, 2017). Ce changement de stratégie est en adéquation avec la volonté affichée d'une ouverture avec le reste du monde mais également dans le cadre d'une réflexion sur l'après-pétrole (Bautzmann, 2017).

Enfin l'Iran a organisé plusieurs événements autour du thème du tourisme tels que la « World Federation of Tourist Guide Association » en janvier 2017 ainsi que le « Iran Hotel & Tourism Investment Conference » et le « Tehran International Tourism Exhibition » en février 2017. Lors de ces événements la république islamique a clairement affichée ses motivations et objectifs en matière de tourisme. On y apprend notamment que le pays souhaiterait passer de 4,8 millions d'arrivées touristiques en 2014 à 20 millions d'ici à 2025<sup>72</sup>.

### 1.2.2 La population, véritable atout pour le développement touristique

En Iran l'hospitalité est une véritable tradition. Les iraniens ont d'ailleurs l'habitude de dire que « l'invité est l'ami de dieu » et propose donc fréquemment l'hospitalité ou le couvert à bon nombre de touristes.

---

<sup>72</sup> « Why Iran ? », site officiel de la « Iran Hotel & Tourism Investment Conference », consulté le 20 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.iranian-conference.com>

Ce peuple est à la fois respectueux de ses traditions et épris de modernité, il est donc inconsciemment fasciné à l'idée de rencontrer des étrangers pour découvrir leur culture tout en partageant la leur.

Pour Marjane Saboori, directrice de l'Office du Tourisme de l'Iran à Paris considère que :

*« Accueillir l'étranger et bien le recevoir, le traiter avec respect et l'aider s'il est dans l'embarras, tout cela fait partie intégrante de nos traditions culturelles et religieuses »*<sup>73</sup>.

Elle souligne donc ici le rôle clé qu'a occupé et que continue d'occuper le peuple iranien auprès des touristes.

Aujourd'hui les citoyens sont la clé du marketing territorial, une fois placés au cœur des stratégies d'attractivité territoriale ils permettent de créer un mouvement et d'accroître encore plus l'attractivité du territoire (Meyronin, 2015, P. 3).

### 1.2.3 Le bouche à oreille et l'effet boule de neige

L'Etat, ayant connaissance de l'hospitalité qui caractérise le peuple iranien, a choisi de miser dessus pour assurer la promotion du tourisme en Iran et de ses nouvelles politiques en matière d'ouverture. En effet le tourisme, si il est bien organisé et encadré, peut être un facteur efficace d'amélioration de l'image de l'Iran et ainsi faire du touriste un ambassadeur de premier choix d'un nouvel Iran avec un meilleur visage<sup>74</sup>.

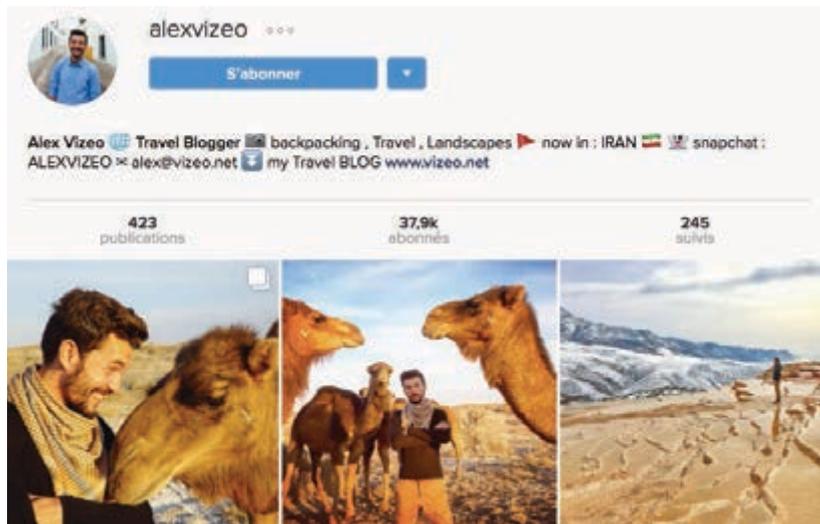
Depuis quelques années sont apparus des sites internet, des blogs et des vidéos de personnes ayant déjà visités l'Iran et qui, au travers de leurs témoignages, jouent un rôle de prescripteurs du pays et tentent de représenter le vrai visage du pays trop souvent dépeint comme violent et instable par les médias occidentaux. Les touristes peuvent également

---

<sup>73</sup> Michèle Sani, « Les accords sur le nucléaire remettent l'Iran dans la lumière », *tourmag.com*, 29/07/15, consulté le 16 janvier 2017. Disponible sur : [http://www.tourmag.com/Les-accords-sur-le-nucleaire-remettent-l-Iran-dans-la-lumiere\\_a75280.html](http://www.tourmag.com/Les-accords-sur-le-nucleaire-remettent-l-Iran-dans-la-lumiere_a75280.html)

<sup>74</sup> « Tourisme en Iran : la nouvelle révolution », *Envoyé Spéciale*, 10/07/14, visionné le 06 janvier 2017. Disponible sur : [http://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/envoye-special/video-tourisme-en-iran-la-nouvelle-revolution\\_1022001.html](http://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/envoye-special/video-tourisme-en-iran-la-nouvelle-revolution_1022001.html)

Figure XII : Compte Instagram d'un blogger récemment parti en Iran



Source : <https://www.instagram.com/alexvizeo/>

contribuer à la diffusion de cette nouvelle image de l'Iran via les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux permettent de partager un avis, une photo ou une vidéo à un grand nombre de personnes, et ainsi les informer sur l'Iran d'aujourd'hui, différent de celui dépeint par les médias.

## 2 La demande touristique en Iran

### 2.1 Une demande timide mais satisfaite

#### 2.1.1 les touristes d'aujourd'hui

Durant les 30 années qui ont suivi la révolution islamique ils étaient rare de croiser des étrangers en Iran, certains iraniens vivant en province n'avaient quasiment jamais vu d'étrangers (Pirzadeh, 2016). Les touristes évitaient en effet ce type de destinations qui représentaient un manque de sécurité (Aref, Ma'rof, Zahid, 2009).

Aujourd'hui la demande de voyages en Iran a considérablement augmenté, le forfaitiste français « Clio » a par exemple vu ses demandes concernant l'Iran accroître à hauteur de 40% entre le mois de mai et le mois de décembre 2013 (Bautzmann, 2017). Du côté de « Voyageurs du Monde », on prévoit que la demande va exploser en 2016, on estime en effet qu'elle sera multipliée par dix par rapport à l'année précédente<sup>75</sup>.

<sup>75</sup> Souen Léger, « Jean-François Rial : "L'Iran va devenir une destination culturelle majeure comme Cuba », L'écho touristique, 22/04/16, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/jean-francois-rial-l-iran-va-devenir-une-destination-culturelle-majeure-comme-cuba,81665>

Cette demande en augmentation s'est concrétisée en Iran par une nette augmentation des visiteurs internationaux ; d'après la Banque mondiale, ils seraient passés de 1.546.000 en 2003 à 4.769.000 en 2013 (Bautzmann, 2017). On constate également que ces touristes sont présents sur l'ensemble du territoire iranien, même si ils séjournent en majorité dans les grandes villes du pays. En ce qui concerne leur provenance, pour Hassan Zolfaghari, la majorité des voyages culturels en Iran sont effectués par des touristes européens, même si on constate une augmentation des touristes de la région moyen-orientale et d'Asie<sup>76</sup>.

En ce qui concerne les retombées du tourisme, elles constituent une bouffée d'oxygène pour la société iranienne qui est frappé du chômage, dont le taux va jusqu'à 30% chez les jeunes. Cette bouffée d'oxygène que constitue le tourisme se concrétise en 2014 par la création de 415.000 emplois liés au tourisme. De plus on estime que les 5,5 millions de visiteurs enregistrés entre mars 2015 et mars 2016 auraient rapporté entre 7,5 et 8 milliards de dollars, soit un tiers des pétrodollars<sup>77</sup>.

### 2.1.2 L'expérience et le ressenti des touristes

*« Au comptoir d'une agence de voyages, j'ai demandé un billet pour Téhéran. « Pour combien de temps ? » s'est enquis le vendeur. « Une semaine » ai-je répondu. Au final, j'y resterais dix ans » (Minoui, 2016, P. 18).*

Ce témoignage reflète parfaitement l'état d'esprit des personnes qui reviennent d'Iran, la majorité exprime des avis extrêmement positifs. La plupart des avis concernant l'Iran soulignent l'hospitalité iranienne et la beauté des lieux visités mais c'est surtout un étonnement concernant la réalité de ce pays qui transparait le plus dans ces témoignages.

---

<sup>76</sup> Hasan Zolfaghari, « Potentials and limitations in Iran for developing tourism sector », 2007, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://web.deu.edu.tr/geomed2010/2007/Zolfaghari.pdf>

<sup>77</sup> Ghazal Golshiri, « Le tourisme apporte une bouffée d'oxygène à l'économie iranienne », 29/08/16, consulté le 16 janvier 2017. Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/08/29/le-tourisme-apporte-une-bouffee-d-oxygene-a-l-economie-iranienne\\_4989237\\_3234.html](http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/08/29/le-tourisme-apporte-une-bouffee-d-oxygene-a-l-economie-iranienne_4989237_3234.html)

C'est le cas de Véronique Robin, une voyageuse à la retraite, qui s'attendait à trouver une société repliée sur elle-même, fermée au monde extérieur et qui, aujourd'hui, avoue que ce fut tout le contraire<sup>78</sup>.

### Figure XIII : commentaires de touristes ayant visités l'Iran

“ L'Iran, c'est une terre riche d'Histoire mais aussi et peut-être surtout, une belle rencontre avec le peuple iranien qui n'a pas cessé de nous exprimer des marques de bienvenue. Merci beaucoup à Ahmed, notre guide, de la sincérité de ses réponses à nos innombrables questions :)

Pascale, parti le 21/10/16

“ L'Iran est un pays à faire connaître, les Iraniens sont contents de voir des touristes. C'est le berceau de la civilisation et l'ancienne Route de la Soie, donc une histoire compliquée mais très intéressante. Notre guide Hossein était très érudit et la logistique entre désert et villes était parfaite - Rien à redire. Il faut y aller avant le tourisme de masse.

Sylvie, parti le 05/11/16

“ Ce voyage est tout simplement parfait : les hébergements sont confortables et chaleureux , les repas sont copieux et délicieux, le circuit est varié et toujours intéressant, les paysages sont magnifiques, on voit beaucoup de choses, on en apprend tout autant, c'est passionnant. Les iraniens sont chaleureux et curieux, c'est un contact très surprenant avec les "locaux", on discute facilement... L'Iran est un pays à découvrir, autrement que par ce qui nous en est dit chez nous!!

Elisabeth, parti le 21/12/16

“ Super expérience culturelle et humaine. Jamais un sentiment d'insécurité ou d'agressivité de la population, au contraire les gens viennent spontanément vers vous et remercient de venir en Iran. Ça fait chaud au Coeur, ils ne sont pas encore pollués par le tourisme et méritent tout notre respect. Super organisation de Terre d'aventure, depuis le bureau de réservation jusqu'au guide sur place.

Suzanne, parti le 08/02/17

Source : <https://www.terdav.com/ps-iran/avis-client>

## 2.2 Les autres types de touristes

### 2.2.1 Les touristes nationaux

Le tourisme domestique caractérise le tourisme effectué par les citoyens d'un pays sur leur territoire national. Dans le cas de l'Iran, même si on sait que de nombreux iraniens voyagent au sein de leur pays, on constate qu'il existe très peu de données à ce sujet (Unesco, 1969). Aujourd'hui, la recherche et la collecte des données touristiques se focalisent surtout sur le

---

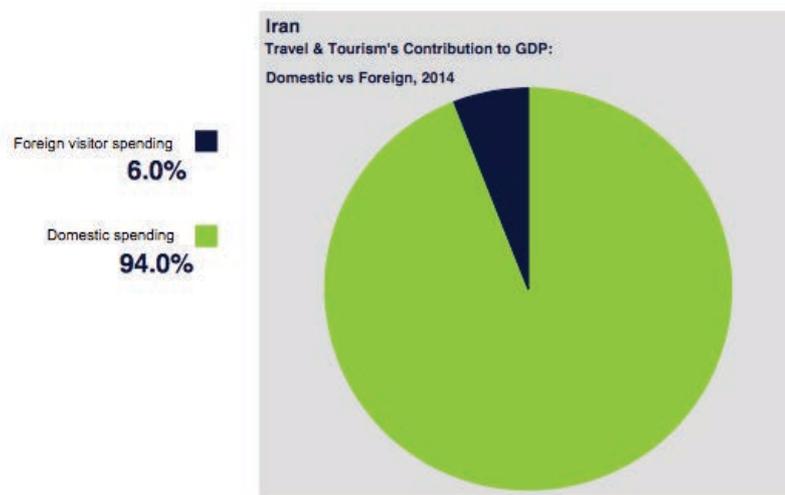
<sup>78</sup> Michèle Sani, « Les accords sur le nucléaire remettent l'Iran dans la lumière », *tourmag.com*, 29/07/15 , consulté le 18 février 2017. Disponible sur : [http://www.tourmag.com/Les-accords-sur-le-nucleaire-remettent-l-Iran-dans-la-lumiere\\_a75280.html](http://www.tourmag.com/Les-accords-sur-le-nucleaire-remettent-l-Iran-dans-la-lumiere_a75280.html)

tourisme international occidental, pendant que le tourisme domestique dans le reste du monde est toujours ignoré (Christine Cabasset-Semedo et al, 2010).

On sait cependant qu'avec la présidence d'Ahmadinejad, le marché touristique iranien s'était refermé sur lui-même depuis 2005, et ce jusqu'en 2013 avec l'arrivée d'Hassan Rohani. Durant ces huit années de stagnation l'Iran s'est donc replié sur le développement du tourisme intérieur<sup>79</sup>.

Il faut également savoir que le tourisme en Iran est avant tout une activité locale. Pour 2017 on constate que 81,5% des revenus liés au tourisme en Iran proviennent des iraniens (Bautzmann, 2017). Cette tendance se reflète donc également dans la contribution du tourisme au Produit Intérieur Brut où l'on remarque que le tourisme domestique constituait 94% de cette contribution en 2015 (cf. Figure XIV).

Figure XIV : Détail de la contribution du tourisme au PIB de l'Iran en 2015 (selon origine)



Source : Rapport du World Travel and Tourism Council- Economic Impact 2015 Iran, P. 6

### 2.2.2 Les touristes de la diaspora

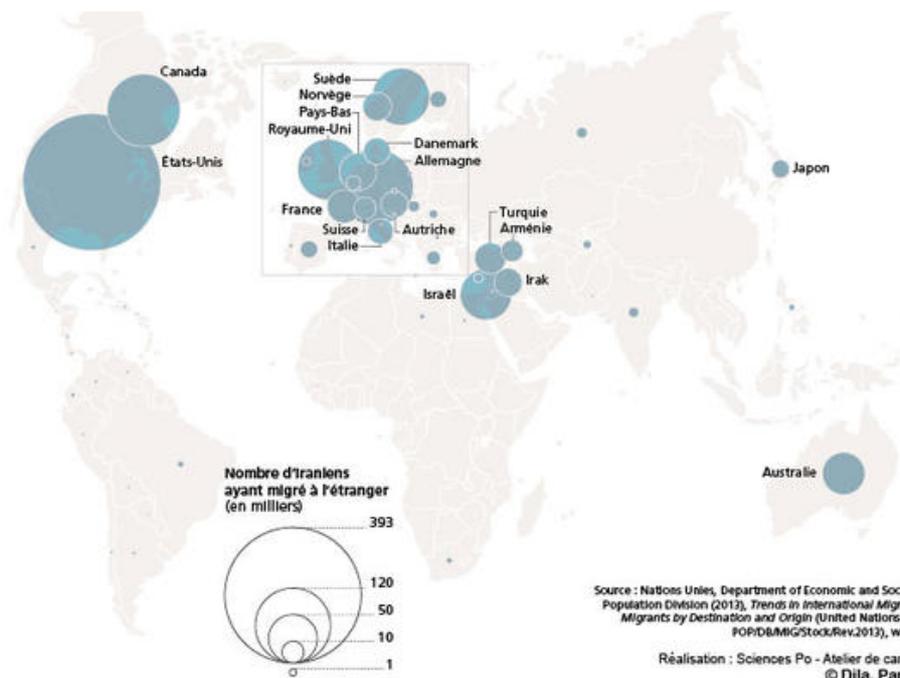
Depuis l'époque du Shah et à la suite de la révolution islamique, une importante diaspora iranienne s'est constituée à travers le monde. Fuyant la guerre, la répression ou la mauvaise conjoncture économique, trois millions d'iraniens sont aujourd'hui installés hors du pays, notamment en Europe occidentale, aux États-Unis ou encore au Canada (Djalili, 2005).

<sup>79</sup> Monavar Khalaj, « Le tourisme iranien renaît de ses cendres », Financial Times, 29/11/13, consulté le 18 février 2017. Disponible sur : <http://www.lenouveleconomiste.fr/financial-times/le-tourisme-iranien-renait-des-cendres-20657/>

Composée par de nombreux médecins, ingénieurs, scientifiques et hommes d'affaire, cette diaspora constitue un réel potentiel pour le tourisme iranien. Depuis le changement d'image de l'Iran et ses politiques d'ouverture, un grand nombre d'iraniens à l'étranger espèrent pouvoir retourner, un jour, dans leur pays d'origine. Melissa Etehad, journaliste irano-américaine vivant à Los Angeles déclare d'ailleurs que :

« Beaucoup attendent le jour où ils pourront regagner la terre de leurs ancêtres sans craindre des retombées politiques. Je rêve moi-même du moment où je pourrai parcourir le quartier où mes parents ont grandi et rejoindre enfin la famille que j'ai appris à aimer à travers des appels téléphoniques hebdomadaires, mais que je n'ai jamais rencontrée »<sup>80</sup>.

Figure XV : Répartition de la diaspora iranienne dans le monde en 2013



Source : La documentation française,  
URL : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/cartes/migrations/c001796-la-diaspora-iranienne-en-2013>

<sup>80</sup> Melissa Etehad « Iran. La nostalgie de la diaspora », issu de Your Middle East Stockholm traduit par Courrier International, 26/03/14, consulté le 11 février 2017. Disponible sur : <http://www.courrierinternational.com/article/2014/03/27/la-nostalgie-de-la-diaspora>

Hassan Rohani soutient d'ailleurs les aspirations des iraniens du monde concernant le retour au pays, il a notamment déclaré qu'il s'agissait « d'un droit naturel pour chaque Iranien de visiter son pays d'origine. [...] L'Iran appartient à tous les Iraniens ». En 2013 le président à également mandaté l'un de ses conseillers, Akbar Torkan, de négocier pour établir à nouveau des liaisons aérienne directes entre L'Iran et les Etats-Unis<sup>81</sup>.

Cette diaspora, qu'elle ait connu la vie en Iran ou qu'elle n' y jamais vécu, effectue des retours ponctuels au pays ; les raisons de ces retours peuvent être un décès, un mariage ou une naissance dans la famille mais également, pour les personnes croyantes, la volonté de faire un pèlerinage pour découvrir les grands sites religieux iraniens<sup>82</sup>.

### **3 Les dynamiques et les freins à la mise en tourisme**

#### **3.1 Un environnement compliqué**

##### **3.1.1 Des sanctions économiques toujours lourdes**

En 2016, le président des Etats-Unis, Barack Obama, a autorisé le renouvellement de sanctions économiques à l'égard de l'Iran en raison du non respect de plusieurs composantes des droits de l'homme. D'autres raisons ont été apportées par les Etats-Unis concernant le choix du renouvellement de ces sanctions, les Etats-unis reprochant également à l'Iran son soutien au terrorisme au Moyen-Orient et son programme de missile balistique<sup>83</sup>. L' « *Iran Sanction Act* » a donc été renouvelé pour une durée de 10 ans et empêchent notamment les investissements américains en Iran. Les banques internationales ne peuvent pas non plus s'y implanter ce qui fait qu'il est très difficile pour un étranger de retirer de l'argent avec une carte bancaire occidentale, non reconnu par les banques nationales. Ces sanctions viennent

---

<sup>81</sup> Ibid, Melissa Etehad « Iran. La nostalgie de la diaspora »

<sup>82</sup> Amélie Neuve-Eglise, « La diaspora iranienne dans le monde : un acteur transnational au centre de flux et de jeux d'influences multiples », 14/01/07, consulté le 11 février 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article380#gsc.tab=0>

<sup>83</sup> Article : « Obama autorise le renouvellement des sanctions contre l'Iran », lemonde.fr, 15/12/16, consulté le 16 février 2017. Disponible sur : [www.lemonde.fr/ameriques/article/2016/12/15/obama-autorise-le-renouvellement-des-sanctions-contre-l-iran\\_5049430\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2016/12/15/obama-autorise-le-renouvellement-des-sanctions-contre-l-iran_5049430_3222.html)

donc nuancer l'engouement qui a suivi l'accords le nucléaire ; pour le ministre des affaires étrangères iranien, Mohammad Javad Zarif, cela montre que les Etats-Unis ne sont pas fiables et ne respectent pas leurs engagements<sup>84</sup>.

### 3.1.2 Les freins liés au développement touristique

L'Iran a longtemps véhiculé une image négative, de ce fait certains individus peuvent percevoir un risque et donc s'abstenir d'investir ou de voyager dans le pays. Fatameh Allahdadi pense également que l'instabilité de l'Iran ne permet pas les investissements dans le secteur touristique. Les investisseurs internationaux perçoivent un risque dû à une pérennité incertaine (2011, P. 3). Ces risques, qu'ils soient d'ordre économique, culturel ou social, sont donc des freins au potentiel développement touristique de l'Iran (Aref et al, 2011). Pour David Beirmann spécialiste des risques associés au tourisme, la prise en considération du facteur sécuritaire s'est intensifié à la suite des attentas du 11 septembre 2001, il s'agit désormais d'un facteur crucial dans le processus et la prise de décision du touriste.

En matière de culture, ce sont les barrières culturelles qui peuvent constituer un risque. Pour Jérôme Dunlop, les barrières culturelles sont associées aux identités culturelles qui sont emplit d'interdits et de règles tacites ou implicites qui empêchent toute influence extérieure d'y pénétrer (2016, P. 104). Appliquées à l'Iran, on constate qu'il existe des barrières culturelles liées à l'islam ou encore à la langue, cependant ces barrières culturelles, perçues comme fortes avant le départ, se révèlent être plus acceptables une fois sur place.

---

<sup>84</sup> Sarah Douag, « L'Iran redevient fréquentable pour les groupes hôteliers », L'écho touristique, 10/01/17, consulté le 16 février 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/l-iran-redevient-frequentable-pour-les-groupes-hoteliers,86780>

C'est ce que précise Marine, doctorante en chimie et ayant voyagé en Iran :

*« La barrière de la langue et les questions sur la façon dont il faut s'habiller et porter le foulard freinent toujours les touristes européens, mais, sur place, on se rend compte que cette loi n'est pas appliquée de manière stricte »<sup>85</sup>.*

Il existe donc un certain nombre de freins, notamment économiques et culturels, au développement touristique en Iran. Ces freins, cependant, ne semblent pas irrémédiables et sont des éléments sur lesquels le gouvernement iranien tentera probablement de travailler.

### 3.1.3 L'année 2017, une année cruciale

Malgré les freins auxquels doit faire face l'Iran, le tourisme reste en croissance et une démocratisation de la destination est en cours. Pour Jean-François Rial, PDG de Voyageurs du Monde, la destination Iran a le potentiel de devenir une destination culturelle majeure après une longue période d'isolement, suivant le même schéma que Cuba ou que la Birmanie<sup>86</sup>. Cependant pour continuer dans ce développement, la politique d'ouverture d'Hassan Rohani doit être maintenu.

En 2016 la crédibilité et la confiance accordé au président Rohani a été confirmé à la suite des élections législatives où les candidats pro-Rohani ont gagné la majorité. Cette élection est également marquante car il s'agit de la première fois depuis 2004 que le camp conservateur ne sera plus majoritaire à l'assemblée mais à peu près à la même hauteur que le camp des réformateurs et modérés.

---

<sup>85</sup> Ghazal Golshiri, « Le tourisme apporte une bouffée d'oxygène à l'économie iranienne », 29/08/16, consulté le 16 février 2017. Disponible sur : [http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/08/29/le-tourisme-apporte-une-bouffee-d-oxygene-a-l-economie-iranienne\\_4989237\\_3234.html](http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/08/29/le-tourisme-apporte-une-bouffee-d-oxygene-a-l-economie-iranienne_4989237_3234.html)

<sup>86</sup> Souen Léger, « Jean-François Rial : "L'Iran va devenir une destination culturelle majeure comme Cuba », L'écho touristique, 22/04/16, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/jean-francois-rial-l-iran-va-devenir-une-destination-culturelle-majeure-comme-cuba,81665>

La prochaine étape qui assurera une continuité à cette politique d'ouverture aura lieu le 19 mai prochain à l'issue des élections présidentielles iraniennes. D'après l'économiste Tyler Cowen, cette élection serait même l'événement le plus à suivre dans le monde cette année<sup>87</sup>.

En 2017, Hassan Rohani se présentera à nouveau pour un second mandat, cependant il fait face à plusieurs contestations notamment de la part du camp conservateur. Elu la première fois suite à ces promesses concernant l'accord sur le nucléaire, il doit aujourd'hui assumer et justifier un accord sur le nucléaire qui est critiqué et jugé inefficace. En effet, les retombées de cet accord se font attendre, notamment en raison du maintien par les Etats-Unis de sanctions économiques liées aux droits de l'homme<sup>88</sup>. Un autre événement qui lui aussi vient affaiblir la candidature d'Hassan Rohani et sa politique d'ouverture est l'élection fin 2016 du président américain Donald Trump. Le nouveau président américain montre en effet une agressivité ou du moins des réticences envers les relations qu'avaient instaurées Barack Obama entre les Etats-Unis et l'Iran. Le *muslim Ban*<sup>89</sup>, instauré par Donald Trump peu de temps après sa prise de fonction, a ravivé un sentiment anti-américain chez les iraniens qui considèrent ce décret comme insultant et honteux<sup>90</sup>. Ce sentiment pourrait donc jouer en défaveur du président Rohani aux prochaines élections, lui qui avait fait des relations entre l'Iran et les Etats-Unis une de ses priorités.

Malgré les critiques envers le président Rohani, celui-ci reste le favori pour les prochaines élections étant donné le manque de candidats susceptible d'être considérés comme une alternative et au vu des résultats qu'il avait obtenus lors de sa première élection en 2013, élu dès le premier tour avec 51% des voix.

---

<sup>87</sup> Jean-Marie Pottier, « La présidentielle iranienne, scrutin le plus important de 2017? », 01/01/17, consulté le 13 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.slate.fr/story/133004/iran-election-plus-importante-de-2017>

<sup>88</sup> « Iran : élection présidentielle le 19 mai 2017 », Lefigaro.fr, 27/07/16, consulté le 13 janvier 2017. Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2016/07/27/97001-20160727FILWWW00075-iran-election-presidentielle-le-19-mai-2017.php>

<sup>89</sup> Décret interdisant aux ressortissant de sept pays musulmans (Iran, Irak, Lybie, Somalie, Soudan, Syrie et Yemen) d'entrer sur le territoire américain pour des raisons dites de sécurité nationale.

<sup>90</sup> « Décret migratoire de Trump: l'Iran maintient la réciprocité », 07/03/17, consulté le 08 mars 2017. Disponible sur : <http://www.lapresse.ca/international/moyen-orient/201703/07/01-5076238-decret-migratoire-de-trump-liran-maintient-la-reciprocite.php>

De plus on constate que depuis la révolution islamique, le peuple a toujours laissé le président sortant continuer à faire ses preuves durant un second mandat<sup>91</sup>. Si Hassan Rohani est élu, il devra donc apporter de réelles améliorations sur le plan économique et social. Le tourisme pourrait donc ici jouer un rôle prédominant, pouvant apporter des réponses sur le plan économique, social mais aussi culturel.

## **Chapitre 2 - L'aménagement du territoire iranien : une nécessité pour une industrie touristique optimale**

Le territoire et ses infrastructures peuvent être désignés comme la matière première des loisirs et de l'activité touristique, ils sont à la fois le support et le noyau de ce que l'on peut appeler le géosystème touristique. Les caractéristiques et les ressources du territoire, qu'elles soient naturelles ou anthropiques sont donc au cœur de l'attractivité et du secteur touristique (Lozato-Giotart, 2003). Il est donc essentiel de trouver la juste combinaison entre les ressources naturelles, les patrimoines culturels et historiques et l'environnement économique afin de faire du territoire une vraie destination touristique (Hazebroucq, 2007, P. 121).

Dans ce chapitre nous aborderons donc l'hypothèse relative à l'aménagement du territoire en tant que composante essentielle du développement touristique et de la pérennisation du secteur.

### **1 L'aménagement du territoire comme fondement du tourisme**

#### **1.1 Définition aménagement du territoire**

Pour Jérôme Dunlop, l'aménagement du territoire consiste à : « faire évoluer la géographie du territoire dont on a la charge. » et pour se faire, plusieurs acteurs entrent en jeu. Historiquement l'Etat a été l'acteur principal et direct en matière d'aménagement du

---

<sup>91</sup> Jean-Marie Pottier, « La présidentielle iranienne, scrutin le plus important de 2017? », 01/01/17, consulté le 13 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.slate.fr/story/133004/iran-election-plus-importante-de-2017>

territoire mais aujourd'hui il devient pour lui nécessaire de prendre en compte les dynamiques territoriales portées par des acteurs privés (2016, P. 117).

L'aménagement du territoire se compose de plusieurs types d'action pouvant être mises en place, il peut s'agir d'actions concrètes telles que la construction d'infrastructures mais également par le soutien envers des collectivités, des entreprises ou des associations ainsi que des réglementations et politiques fiscales adaptées (2016, P.118).

L'aménagement du territoire permet donc la création de ressources et de richesse création de ressource et de richesse qui permettront de répondre a différents objectifs pouvant être résumés en cinq axes majeurs<sup>92</sup> :

- Le développement économique du territoire et sa compétitivité
- Le développement et la modernisation des infrastructures
- Le développement social
- Le développement durable
- et la protection et mise en valeur du patrimoine

L'une des problématique majeure concernant l'aménagement du territoire est la prise en considération du citoyen. En effet le citoyen, qui évolue sur un territoire, doit être placé au coeur des choix et des enjeux de l'aménagement du territoire. Aujourd'hui les politiques et projets d'aménagement du territoire se doivent d'être transparents avec les citoyens, les consulter en amont et respecter leurs différents intérêts qui ont longtemps été oublié au profit d'entreprises et d'intérêts politiques<sup>93</sup>.

---

<sup>92</sup> « Aménagement du territoire et développement durable », consulté le 23 février 2017. Disponible sur : <http://www.vedura.fr/economie/amenagement-territoire>

<sup>93</sup> « Aménagement du territoire: les citoyens mieux consultés en amont », 06/01/15, consulté le 23 février 2017. Disponible sur : <http://www.batirama.com/article/10184-amenagement-du-territoire-les-citoyens-mieux-consultes-en-amont.html>

## 1.2 L'aménagement touristique

L'aménagement du territoire définit précédemment entraîne donc la création de richesses, ces richesses peuvent être utile à différents secteurs d'activité tels que les transports, l'agriculture ou encore le tourisme par exemple.

Dans le cadre du tourisme, celui-ci s'inscrit comme une composante majeure de la politique d'aménagement du territoire qui aujourd'hui tend à s'orienter vers le soutien au développement local des territoires. En effet les enjeux, notamment économiques, pour un territoire d'intégrer le tourisme vont de la création d'emplois à la création d'activités en passant par la protection du patrimoine et le désenclavement.

Le tourisme peut également être inscrit dans les politiques d'aménagement du territoire de différents types de territoires. Il peut s'agir de territoires attractifs, organisés et déjà partiellement aménagés où le tourisme aurait comme intérêt de dynamiser davantage le territoire et engendrer un rayonnement culturel. Mais il peut s'agir également de territoires en marge où il intervient en complément d'activités permettant de préserver ou créer des emplois où la population est en difficultés<sup>94</sup>.

Plusieurs facteurs sont à prendre en considération par un territoire pour qu'il puisse être en mesure de s'organiser et de développer son secteur touristique. Tout d'abord des conditions économiques et financières favorables telles que des politiques fiscales, des exonérations d'impôts ou encore un marché potentiel seront nécessaires pour accompagner le développement du secteur au sein du territoire. Un autre facteurs à prendre en considération est l'organisation spatiale, celle-ci se doit d'être optimisée pour le secteur touristique. Cela entend une planification stratégique et logistique, un patrimoine préservé ou encore une présence d'activités, d'équipements et d'aménagements. A l'heure où le secteur touristique devient de plus en plus concurrentiel et où les touristes sont de plus en plus exigeants, de nouveaux facteurs doivent être pris en compte dans l'aménagement du

---

<sup>94</sup> « Dossier de veille sectorielle : aménagement du territoire », Veille Info tourisme, Novembre 2005, consulté le 23 février 2017. Disponible sur : <http://www.veilleinfotourisme.fr/dossier-de-veille-sectorielle-amenagement-du-territoire-novembre-2005--8274.kjsp?RH=VEILLES>

territoire tels que la prise en compte d'un raisonnement durable ou la mise en place de normes dans l'hôtellerie<sup>95</sup>.

L'Iran ainsi que les différents territoires qui le compose doivent donc prendre en considération ces différents facteurs dans leurs politiques d'aménagement du territoire. De plus, l'Iran, de par ses particularités, doit s'adapter a davantage de facteurs liés à son régime politique, à sa société ou encore à sa religion. Depuis quelques années l'Etat iranien a entrepris quelques mesures s'inscrivant dans une politique d'aménagement du territoire en faveur du tourisme. Actuellement une réhabilitation de nombreux édifices suit son cours en Iran, ces bâtiments tels que des caravansérails<sup>96</sup>, des mosquées ou autre sites historiques ont été restaurés alors qu'ils étaient jusque là à l'abandon. Outre la rénovation, certains de ces édifices ont même été réaménagés et ont désormais une seconde vie en tant qu'hôtels, musées ou restaurants. Ces nouvelles fonctions ne sont peut-être pas celles que ces bâtiments avaient à l'origine, mais elles leurs auront au moins permis de ne pas tomber en ruine et donc de rester des lieux chargés d'histoire. Il s'agit donc ici d'une vraie politique de réhabilitation et de protection du patrimoine qui prouve que l'Etat iranien a une réelle volonté d'aménager son territoire et d'y intégrer le secteur touristique<sup>97</sup>. Cependant, pour le moment, l'aménagement du territoire iranien ne peut pas être considéré comme à la hauteur pour développer au mieux une industrie touristique. Comme nous avons pu le voir précédemment, une modernisation de ses infrastructures doit être faite, et cela devra sans doute passer par les acteurs privés.

---

<sup>95</sup> Jean-Pierre Philippe, « Tourisme, Aménagement et Urbanisme », 2011, consulté le 23 février 2017. Disponible sur : [http://inta-aivn.org/images/cc/Services/background%20documents/tourisme\\_et\\_amenagement.pdf](http://inta-aivn.org/images/cc/Services/background%20documents/tourisme_et_amenagement.pdf)

<sup>96</sup> Selon le dictionnaire Larousse, les caravansérails en Orient sont des abris pour les voyageurs où s'arrêtent les caravanes.

<sup>97</sup> Mireille Ferreira, «Le tourisme hôtelier en Iran, acteur du renouveau de l'architecture de terre », octobre 2008, consulté le 24 février 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article819#gsc.tab=0>

## **2 Les acteurs privés un levier indispensable pour l'aménagement touristique**

### **2.1 L'attractivité pour attirer les acteurs privés**

Les institutions iraniennes ont donc bien compris qu'il était nécessaire de développer de nouveaux secteurs économiques pour préparer l'après-pétrole (Hillali, 2006), cette tendance marque une rupture avec les anciens gouvernements qui considérait le tourisme comme secondaire. Selon Hassan Zolfaghari, les institutions précédentes faisaient même preuve d'un manque de confiance et d'un pessimisme envers les touristes (2007, P. 162).

L'accord sur le nucléaire iranien ayant entraîné la levée des sanctions internationales, de nombreuses entreprises commencent à vouloir investir en Iran. Cependant comme nous avons pu le voir, les retombées de l'accord se font attendre et d'autres sanctions économiques de la part des Etats-Unis sont toujours de rigueur. Pour continuer à susciter un intérêt chez les investisseurs étrangers, l'Iran va donc devoir diversifier son attractivité et offrir de réel avantage aux acteurs privés qui souhaitent intégrer ses différents marchés. Car en effet, même si le secteur public reste une composante majeure et essentielle de l'industrie du tourisme, la mise en place de politique d'attractivité et le soutien du secteur privé dans ses volontés de développement d'activité restent parmi ses fonctions (Mayot, 1996). Pour se faire, le pays a, par exemple, exempté d'impôt une grande partie des acteurs privés du secteur touristique<sup>98</sup>. Le pays semble donc prêt à coopérer davantage avec les acteurs privés, ce qui est nécessaire dans un secteur d'activité tel que le tourisme (Hall, 1999).

Outre les politiques d'attractivité liées au tourisme mises en place par l'Iran, la création de contrats ou de partenariats entre l'Etat iranien et des acteurs privés sont en train d'avoir lieu. Ces futures collaborations entre les acteurs privés et publics pourront permettre la mise aux normes internationales et la modernisation des infrastructures iraniennes, sans que l'Etat n'est à charge la totalité des frais que cela entraînera.

---

<sup>98</sup> « L'Iran offre "100% d'exemptions d'impôts" sur la construction d'hôtels », LeMoniteur.fr, 03/10/16, consulté le 16 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lemoniteur.fr/article/l-iran-offre-100-d-exemptions-d-impots-sur-la-construction-d-hotels-33356297>

## 2.2 les acteurs privés de retour en Iran

Depuis l'accord sur le nucléaire, l'Iran négocie de nombreux contrats et partenariats avec des entreprises privées et notamment occidentales. On constate d'ailleurs que ces nombreuses négociations sont liées au secteur touristique. En effet récemment plusieurs contrats ont été signés afin de moderniser les infrastructures iraniennes.

En ce qui concerne le parc hôtelier iranien, le pays a lancé plusieurs appels d'offres et de ce fait les grandes chaînes hôtelières internationales font leur retour. 125 hôtels quatre et cinq étoiles auraient été créés ou seraient en cours de création. Le groupe français AccorHotels a d'ailleurs joué le rôle de pionnier sur le marché iranien. Christophe Landais, Directeur des opérations de développement pour Accor en Iran déclarait :

*« L'Iran est devenu un pays stratégique pour le groupe. Nous projetons de développer un réseau important d'unités [...] à Téhéran, mais aussi à Mashad, Ispahan, Shiraz, Tabriz et d'autres villes secondaires selon les besoins »<sup>99</sup>.*

Le groupe hôtelier français est d'ailleurs l'un des seuls à déjà être présent en Iran avec un hôtel Ibis et un Novotel tous deux situés à Teheran. D'autres groupes hôteliers comme l'espagnol Melia ou le groupe émirati Rotana comptent déjà ouvrir plusieurs hôtels d'ici un an dans plusieurs villes du pays<sup>100</sup>.

En matière de transport, une refonte de la flotte aérienne s'apprête à être faite pour remplacer 230 appareils des 250 existants, et cela en commençant par une commande de cent avions Airbus (Pirzadeh, 2016) et de quatre-vingt avions Boeing. Concernant les compagnies aériennes, le 17 avril 2016 a marqué le grand retour des liaisons Air France entre Paris et Teheran.

---

<sup>99</sup> Sarah Douag, « L'Iran redevient fréquentable pour les groupes hôteliers », L'écho touristique, 10/01/17, consulté le 12 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.lechotouristique.com/article/l-iran-redevient-frequentable-pour-les-groupes-hoteliers,86780>

<sup>100</sup> « Rotana hotel group will open hotel in Iran's Mashhad next year », 22/02/16, 30 janvier 2017. Disponible sur : <https://www.gulfretailnews.com/en/news/hospitality/item/17721-rotana-hotel-group-will-open-hotel-in-iran-s-mashhad-next-year>

Ce retour s'explique par la fin des sanctions et d'une façon générale par l'image d'un Iran aujourd'hui plus stable et ouvert qui va de nouveau attirer les touristes (Pirzadeh, 2016). D'autres compagnies européennes telles que British Airways ou KLM Royal Dutch Airlines ont elles aussi pris conscience des opportunités qu'il pouvait y avoir à la clé et on donc également instauré des liaisons à nouveau. Iran Air, la compagnie aérienne nationale, va elle aussi jouer un rôle majeur dans les interactions avec la région lorsque sa flotte sera renouvelé suite aux commandes passées avec Boeing et Airbus. Concernant les aéroports iraniens, Aéroport de Paris, Bouygues et Vinci ont quant à eux obtenu des contrats pour développer 3 aéroports iraniens. Les infrastructures ferroviaires sont elles aussi au coeur de la politique de modernisation des infrastructures iraniennes, Les chemins de fer iraniens vont d'ailleurs coopérer avec la SNCF pour se développer et se moderniser<sup>101</sup>. La gare de Teheran par exemple va être repensée par une PME française afin de désengorger les routes de Teheran constamment embouteillées (Pirzadeh, 2016, P. 34).

Ces acteurs privés sont donc grandement sollicités pour des raisons de développement, de rénovation et de mise à niveau des infrastructures iraniennes. Cette tendance pourrait donc être envisagé comme une hypothèse : Serait-il donc possible que ces politiques d'aménagement touristique marquent les prémices d'une industrie du tourisme iranienne optimal avec des infrastructures de qualité et adaptées à la clientèle internationale ?

### **Chapitre 3 - La Route de la Soie en tant que marketing territorial**

*« La route de la soie, cinq petits mots qui depuis toujours ont fait chanter mon imagination. Je voyais des caravanes de chameaux, pareilles à celles des rois mages, chargées de soieries merveilleuses, d'épices rares, de jade précieux. J'imaginai ces cortèges fabuleux, sillonnant la route pendant plusieurs mois, le jour sous un soleil brûlant, la nuit sous le ciel étoilé. Il fallait aller voir, confronter le rêve et les livres avec la réalité », (Anne Philipe, 1948)*

---

<sup>101</sup> « Visite de Rohani en France : des contrats en pagaille », 28/01/16, consulté le 30 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/economie/visite-de-rohani-en-france-premiers-contrats-pour-psa-la-sncf-et-total-28-01-2016-5493867.php>

Dans ce chapitre nous découvrirons les caractéristiques de la fameuse et historique « Route de la Soie », nous verrons en quoi elle constitue encore aujourd'hui une composante forte de l'imaginaire oriental et qui donc pourrait servir à la création d'une marque collective ou d'un marketing territorial commun.

Ce marketing territorial associé à une marque collective commence à être envisagé et à susciter l'intérêt de nombreux acteurs, notamment institutionnels, cela inscrirait l'Iran et d'autres pays de la région dans une politique de développement touristique en partie conjointe en misant sur une histoire commune et des identités culturelles similaires.

## **1 La route de la soie : un atout pour le marketing territorial iranien**

### **1.1 L'origine de la route de la soie**

Tout d'abord le terme de route reste à définir. La route au sens propre désigne une voie de communication importante qui permet la circulation de véhicules entre plusieurs points géographiques et territoires. Cependant la route peut aussi se voir attribuer un sens plus abstrait. La route reliant par définition plusieurs territoires entre-eux, va parfois véhiculer et diffuser les différentes caractéristiques des sociétés les unes avec les autres. Parmi ces caractéristiques on peut retrouver les langues, les cultures, les pratiques, les sciences ou encore les religions.

En ce qui concerne la route de la soie, elle désigne un réseau de routes commerciales établi il y a plus de 2000 ans qui unissaient l'Orient et l'Occident et dont la principale marchandise était la soie, que la Chine était la seule à produire<sup>102</sup>.

---

<sup>102</sup> Clément Imbert et Jean-Yves Durand, « De la Chine à l'Iran, cinq étapes sur la route de la soie », 29/03/16, Consulté le 3 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.geo.fr/photos/reportages-geo/de-la-chine-a-l-iran-cinq-etapes-sur-la-route-de-la-soie-160335>

La route de la soie étant composée en réalité de nombreuses routes, il est difficile d'établir un point de départ fixe que ce soit en orient comme en occident. Cependant dans la plupart des témoignages et récit concernant cette route, Athènes en Grèce serait désignée comme son point de départ / arrivée en Occident et Xi'an en Chine le serait pour l'Orient (cf. Figure XVI).

Figure XVI : Tracé partiel de la route de la soie à son origine



Source : Arte, « Vers une nouvelle route de la soie - Le dessous des cartes », <https://www.youtube.com/watch?v=e-mVZ6k7Q68>

A partir du XVe siècle, la route de la soie cessera progressivement d'être emprunté en raison de l'insécurité qui y règne et de la politique isolationniste de la Chine. Cette période marquera donc l'essor du transport maritime et de ses routes qui relieront également l'Orient et l'Occident<sup>103</sup>.

Aujourd'hui la route de la soie est parfois désigné comme la route la plus importante dans l'histoire de l'humanité, et ce, en raison des trois types d'échange et de diffusion auxquels elle a contribué<sup>104</sup> :

- Les échanges commerciaux avec la soie, les pierres et métaux précieux, les épices ou encore des armes.
- La diffusion de religions telles que le bouddhisme, le zoroastrisme, le manichéisme et plus tard l'islam.

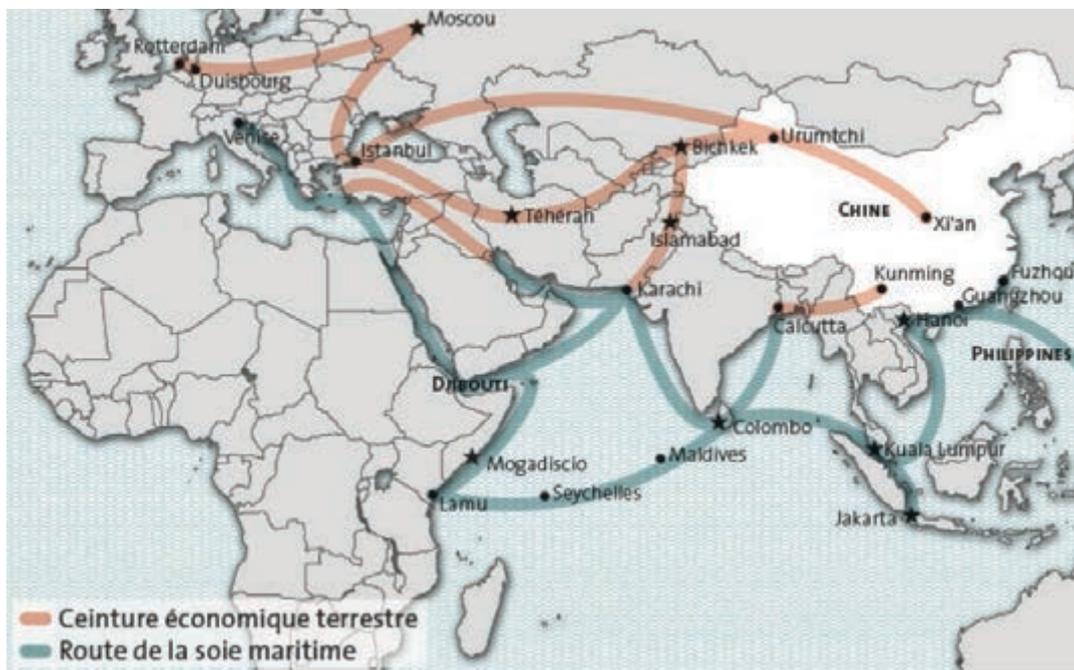
<sup>103</sup> Arte, « Vers une nouvelle route de la soie - Le dessous des cartes », 10/01/15, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=e-mVZ6k7Q68>

<sup>104</sup> Alla Peressolova, « UNWTO Silk Road Programme: New opportunities for Silk Road Tourism », ,consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/alla\\_presentation\\_khiva\\_repaired.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/alla_presentation_khiva_repaired.pdf)

- La diffusion de formes culturelles ou artistiques telles que l'art gréco-bouddhique, des connaissances scientifiques, des techniques chinoises de fabrication de l'acier et du papier mais aussi des migrations humaines.

En Iran la route de la soie jalonnait le nord du pays et reliait Teheran à la ville sainte de Mashhad. Aujourd'hui il reste encore des symboles de ce patrimoine, les caravansérails. Les caravansérails étaient des édifices qui offraient l'abri aux voyageurs et commerçants qui empruntaient cette route. Ils sont encore nombreux à parsemer cette route mais sont soit en ruine soit en cours de rénovation par l'organisation du patrimoine culturel, de l'artisanat et du tourisme iranien.

Figure XVII: La route terrestre et la route maritime de l'OBOR



Source : <http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/CSSAnalyse195-FR.pdf>

De nos jours, cette route ne ressemble plus à ce qu'elle était à son âge d'or, les autoroutes et les voies ferrées ayant remplacé les hommes avec leurs chameaux. Pour l'Iran, la route de la soie a son origine lui a également permis de se rapprocher d'un point de vue commercial mais aussi culturel et spirituel avec ce grand pays que constituait la Chine. Pour Hassan Rohani il est donc normal que, pour le moment, la Chine soit encore le partenaire le plus important de l'Iran au vu de toutes ces raisons historiques<sup>105</sup>.

<sup>105</sup> Mireille Ferreira, « La route de la Soie, voie des échanges entre l'Iran et la Chine », mai 2015, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.teheran.ir/spip.php?article2074#gsc.tab=0>

En février 2016, Pékin a d'ailleurs lancé la construction de voies ferrées pour créer un réseau continu entre la Chine, le Kazakhstan, le Turkménistan et l'Iran. Ce réseau permettrait notamment à ces pays d'intensifier leurs échanges commerciaux et pétroliers grâce à une route commerciale qui serait donc ininterrompue. L'Iran pour sa part, aurait l'occasion de consolider ses échanges avec les pays d'Asie Centrale et d'Asie de l'Est et ainsi atténuer les conséquences des sanctions occidentales auxquelles elle doit encore aujourd'hui faire face<sup>106</sup>.

La Chine est également à l'origine d'un projet de nouvelle route de la soie dénommé « One Belt, One Road » (OBOR). Ce projet a une vision stratégique de la route de la soie et des territoires qui la composent. Il prévoit de construire d'importantes chaînes d'infrastructures et de créer des partenariats interétatiques afin de développer les échanges commerciaux et d'améliorer la connectivité entre la Chine et le reste de l'Eurasie<sup>107</sup>.

Cependant, ce projet semble être motivé pour avant tout servir les intérêts commerciaux de la Chine. Il ne s'agit donc pas du projet le plus pertinent en matière de satisfaction commune aux pays de la route de la soie. De plus les aspects culturels, sociaux ou encore touristiques semblent également écartés du projet ou n'ont du moins pas une place centrale.

## 1.2 d'une simple aire culturelle à une marque territoriale

La marque est un signe susceptible de représentation qui permet aux individus de distinguer le produit, le service ou le concept d'une entreprise de ceux que propose la concurrence.

Lorsqu'un territoire bénéficie d'une identité ou d'un patrimoine fort, on peut considérer qu'il serait intéressant de l'associer à une marque. Etablir une stratégie commune de développement dans le cadre de la route de la soie permettrait donc en effet d'améliorer

---

<sup>106</sup> Gilles Munier, « La nouvelle route de la soie va protéger l'Iran des sanctions occidentales », 14/01/17, consulté le 17 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.france-irak-actualite.com/2017/01/la-nouvelle-route-de-la-soie-va-protoger-l-iran-des-sanctions-occidentales.html>

<sup>107</sup> Christian Nünlist, « One Belt, One Road : la nouvelle route de la soie », Politique de sécurité : analyses du CSS, N° 195, septembre 2016, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/CSSAnalyse195-FR.pdf>

l'attractivité de ce territoire composite. Ils existe même de nombreux enjeux pour un territoire de créer une marque territoriale<sup>108</sup> :

- Enjeux de notoriété : améliorer la visibilité et l'image du le territoire concerné
- Enjeux économiques : dynamiser l'économie du territoire concerné
- Enjeux communautaires : améliorer la qualité de vie des individus au sein du territoire et renforcer leur sentiment d'appartenance
- Enjeux stratégiques : accroître l'attractivité dans plusieurs domaines après un développement socio-économique
- Enjeux organisationnels : fédérer les acteurs territoriaux

Dans le cadre de la route de la soie, au vu des nombreux pays qu'elle traverse, un autre enjeux qui pourrait apparaitre serait celui lié au *soft power*. En effet une marque qui couvrirait un territoire aussi vaste pourrait par la même occasion servir d'outil pour augmenter son influence en matière économique, culturelle mais aussi politique et diplomatique.

Pour réussir une politique de marque l'une des composantes essentielles consiste à parvenir à rassembler les acteurs au sein du projet. La marque va ici constituer un cadre neutre, un espace de dialogue, où les acteurs se sentiront investi à parts égales. Les marques facilitent donc ainsi le rassemblement des acteurs impliqués dans la notoriété et l'attractivité d'un territoire ainsi que la construction d'une stratégie marketing commune<sup>109</sup>.

La route de la soie, pour bénéficier de l'attractivité potentielle dont elle dispose en terme de patrimoine et d'imaginaire devra donc réussir à suffisamment mobiliser des acteurs au sein du territoire. Qui plus est, il serait préférable que ces acteurs soient issus de domaine distincts afin d'apporter des compétences variées permettant la mise en place d'une stratégie marketing commune et pluridisciplinaire.

---

<sup>108</sup> Virginie Mahé, « Le branding des territoires : une marque territoriale, quel intérêt et comment faire ? », 20/08/13, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <https://fr.slideshare.net/AgenceSouple/le-branding-des-territoires-une-marque-territoriale-quel-intrt-et-comment-faire-25411314>

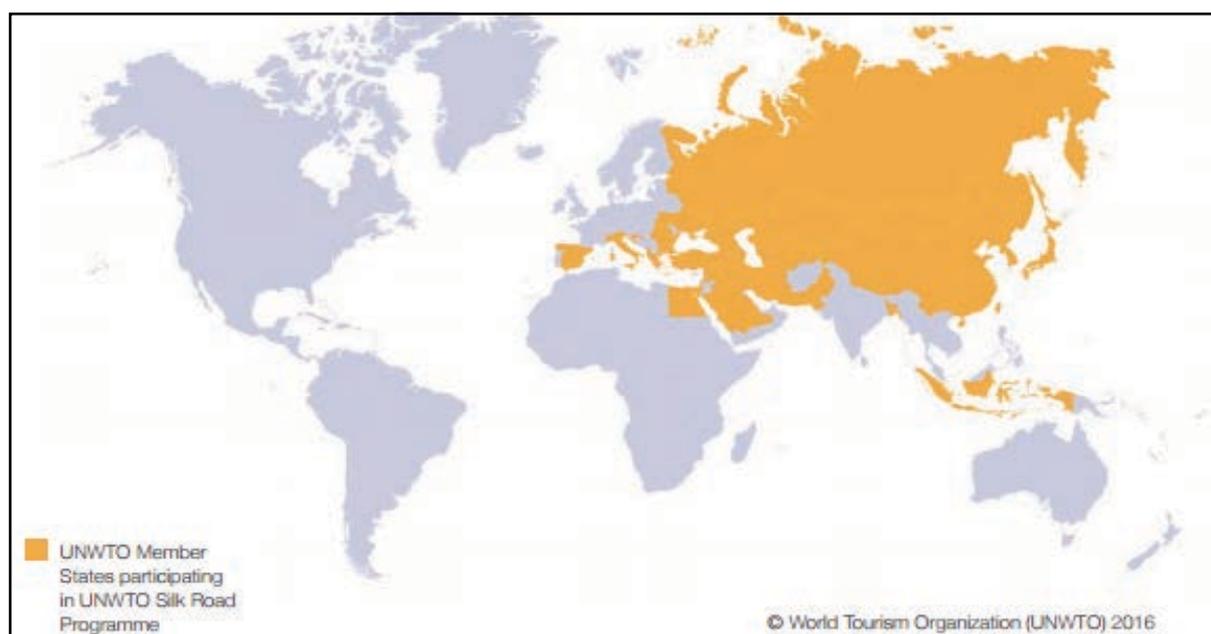
<sup>109</sup> Vincent Gollain, « Marque, marketing territorial et territoires : mes 5 vérités pour réussir », 08/07/15, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://www.marketing-territorial.org/2015/07/marque-marketing-territorial-et-territoires-mes-5-verites-pour-reussir.html>

## 2 Le « Silk Road Programme » : projet porteur pour le tourisme en Iran

### 2.1 Caractéristiques et organisation du projet

Le projet qui semble le plus intéressant en matière de développement touristique commun semble être celui à l'initiative de l'OMT. En effet, le « Silk Road Programme » rassemble 33 Etats membres autour d'un projet commun : Promouvoir et accompagner le développement du tourisme le long de la route de la soie<sup>110</sup>.

Figure XVIII : Etats membres du « Silk Road Programme » de l'OMT en 2015



Source : <http://silkroad.unwto.org/en/content/member-states>

<sup>110</sup> « L'UNESCO s'associe à l'OMT pour promouvoir le développement du tourisme le long de la Route de la soie », 11/03/13, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://media.unwto.org/fr/press-release/2013-03-14/l-unesco-s-associe-l-omt-pour-promouvoir-le-developpement-du-tourisme-le-lo>

Figure XIX : Parties prenantes du « Silk Road Programme » de l'OMT



Source : Hirtzig, 2017

Modification et traduction de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/>

Ce projet est semblable à ce que serait une marque territoriale de la route de la soie mais il n'en est pas une à proprement parler. Pour le moment le « Silk Road Programme » est entre deux étapes : le travail de recherche et la mise en application, et même si une marque territoriale n'a pas encore été créée, cela reste envisageable.

Pour se faire, le « Silk Road Programme » a misé sur un processus de travail collaboratif entre de nombreux acteurs. Ces acteurs sont issus de différents milieux et originaires d'états membres du programme.

Différentes approches sont apportés par ces acteurs qui de base, ont déjà un lien avec le secteur touristique ou culturel, et ce, afin de parvenir à une synergie bénéfique au développement du tourisme autour de la route de la soie.

Ce projet commun se construit autour de trois principaux champs d'action<sup>111</sup> :

- Le marketing et la promotion : En tant que réseaux de destinations unique à l'héritage culturel commun, la route de la soie constitue un atout pour les territoires et doit donc faire l'objet de promotion de la part de ces derniers. Le projet et la communication qui en émane constitue déjà une promotion pour la route de la soie. En effet le « Silk Road Programme » organise régulièrement des conventions, meeting et débats au sein de ces états membres mais est également présent lors d'événement plus généraux en matière de tourisme. L'OMT participe également à la création de vidéos promotionnelles et de documentaires télévisés pour promouvoir la route de la soie en tant que destination. Le programme prévoit dans les prochaines années d'intensifier sa présence lors d'événement internationaux liés au tourisme tels que le salon du tourisme international de Berlin et celui de Londres ainsi que d'augmenter le nombre d'événements et de festivals liés à la route de la soie.

<sup>111</sup> « Silk Road Action Plan 2016/2017 », rapport de l'OMT, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/sr2016web.pdf>

- Le développement des compétences ainsi que le management des destinations : Depuis que le programme a été lancé en 2010, les conférences et *workshops* organisés ont permis à de nombreux professionnels du tourisme d'être formés à de nombreux sujets et domaines d'expertise. En effet, les compétences que le programme tente de transmettre vont du développement urbain au marketing territorial en passant par le management du patrimoine ou encore le tourisme gastronomique. Le programme a également fait appel à des institutions éducatives afin que des étudiants et professeurs puissent contribuer à la recherche et au développement de la route de la soie. Le programme prévoit dans les prochaines années de soutenir l'implantation de formations au niveau régional liées au management des destinations, à la protection du patrimoine et au guidage. Le programme prévoit également d'inciter les États membres à développer des produits expérientiels, innovants et de qualité et de davantage avoir recours à des partenariats entre le secteur public et le secteur privé.
- La facilitation du voyage : Faciliter le voyage du touriste peut se faire de différentes façons telles que supprimer ou simplifier l'obtention de visa, faciliter le passage des frontières, réduire les taxes sur les voyages ou encore libéraliser le transport aérien. C'est pourquoi le programme entend encourager ses États membres à collaborer entre-eux et à simplifier leurs politiques de visa. Cet encouragement commence déjà à porter ses fruits, en effet en 2008, 87% des États membres réclamaient un visa touristique alors qu'ils n'en ont plus que 73% en 2013<sup>112</sup>. Le programme tente également de convaincre ses États membres d'opter pour un visa commun qui leur permettrait de gagner en connectivité.

Figure XX : Champs d'action clés du « Silk Road Programme »



Source : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/sr2016web.pdf>

<sup>112</sup> « Silk Road Ministers deepen commitment to visa facilitation », 07/03/14, consulté le 03 janvier 2017. Disponible sur : <http://media.unwto.org/press-release/2014-03-07/silk-road-ministers-deepen-commitment-visa-facilitation>

## 2.2 Les enjeux du projet pour l'Iran

Aujourd'hui l'Iran ne dispose pas encore d'une marque territoriale associée au tourisme qui pourrait participer à sa promotion en tant que destination comme le fait par exemple la marque « France » avec son slogan « Rendez-vous en France ». L'Iran n'a donc pas encore pris l'initiative de se créer une réelle image de marque malgré les effets positifs que cela engendrerait. C'est d'autant plus étonnant que l'Iran est aujourd'hui à un stade où son territoire semble prêt à être valorisé autour d'une marque et d'une identité propre.

L'augmentation de la présence de la destination Iran lors d'événements internationaux et la mise-à-jour de ses infrastructures et de son patrimoine s'inscrivent dans ce potentiel marketing territorial. De plus le pays n'hésite pas à beaucoup communiquer autour des événements internationaux qu'il organise, et ce, avec des outils avancés tels que des sites internet très élaborés et des logos plus modernes et colorés les uns que les autres.

Figure XXI : Logo de deux événements majeurs du tourisme iranien.



Source : <http://www.wftga.org/conventions/17th-wftga-convention-tehran-iran> & <http://www.ttexhibition.com/index.php>

Dans ce contexte, un projet de valorisation territoriale tel que le « Silk Road Programme » pourrait être un outil majeur pour mettre en avant la destination « Iran » en parallèle d'autres destinations partageant un patrimoine et une histoire liées.

En effet pour le moment, l'Iran est identifié comme l'un des principaux pays faisant partie de la route de la soie, mais ne figure pas parmi les 10 pays associés à la route de la soie que prévoit de visiter les voyageurs d'ici les 5 prochaines années (cf. Figure XXII).

Figure XXII: Cartes des 10 pays les plus associés à la route de la soie et des 10 les plus envisagés pour un voyage



Source : [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/travel\\_trends\\_guide\\_ta\\_final.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/travel_trends_guide_ta_final.pdf)

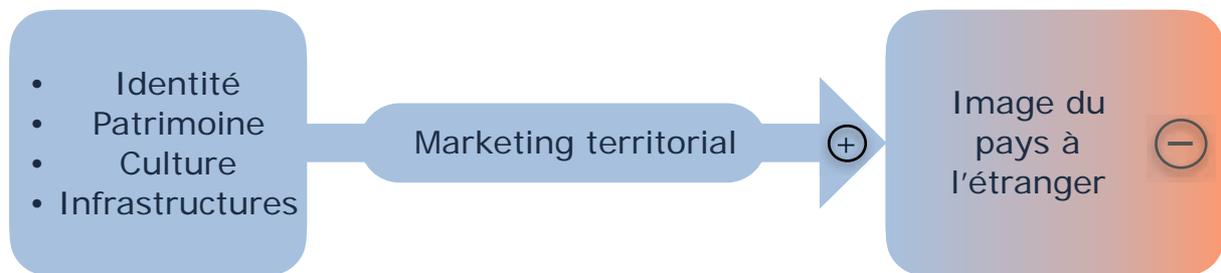
Malgré un imaginaire associé à la route de la soie, les voyageurs ne perçoivent donc pas encore l'Iran comme un pays au fort potentiel touristique, c'est cette tendance que pourrait inverser un marketing territorial adapté au potentiel touristique de l'Iran.

Le « Silk Road Programme » devra donc procéder à un marketing territorial pertinent en mettant en avant les différentes destinations qui le composent de façon équitable, en misant davantage sur les pays les plus associés à la route de la soie, et ce, afin de préserver l'imaginaire qu'en ont les voyageurs. Le programme devra également mettre à niveau ses supports de communication afin que ces derniers soient de la même qualité que ceux des

grandes destinations touristiques. En effet, par exemple la video promotionnelle des destinations de la route de la soie peut être considéré actuellement comme trop longue et de mauvaise qualité. De plus dans cette vidéo l'Iran n'est pas présent, il ne s'agit donc pas d'une video représentant la totalité des destinations du programme<sup>113</sup>.

Ce marketing territorial lorsqu'il sera bien réalisé, pourra également permettre aux pays concernés d'améliorer leur réputation ou leur image, les points forts étant véhiculé par le marketing territorial.

Figure XXIII : Le marketing territorial : facteur positif  
sur l'image négative d'un pays



Source : Hirtzig, 2017

<sup>113</sup> Silk Road Promotional Video Clip, consulté le 05 janvier 2017. Consulté sur : <http://silkroad.unwto.org/content/silk-road-promotional-video-clip-now-online>

## Conclusion Partie 2

Dans cette partie nous avons pu constater que le tourisme iranien dispose d'un potentiel assez conséquent, notamment de par ses ressources et son patrimoine exceptionnel. Le secteur du tourisme connaît une importante évolution en Iran et les touristes qui en reviennent en ont une vision différente d'avant leur départ.

Cependant on constate que l'industrie touristique iranienne n'est pas encore prête à faire de l'Iran une grande destination, et ce, en raison de ses infrastructures vieillissantes, d'une image toujours en partie négative et d'un manque de coordination entre le secteur privé et le secteur public.

Des hypothèses ont donc été formulées afin de répondre à ces problèmes pour ainsi devenir de réelles perspectives de développement touristiques pour l'Iran.

Tout d'abord, l'aménagement du territoire a été envisagé pour permettre au pays de moderniser ses infrastructures et donc se mettre au niveau des normes internationales. Nous avons vu que depuis l'accord sur le nucléaire, les investissements étrangers privés font leur retour et participent à l'aménagement du territoire. Il sera donc nécessaire que l'Etat iranien accompagne et encourage ces acteurs afin de développer son industrie touristique

Enfin, nous avons vu qu'un marketing territorial adapté au territoire iranien ou commun avec les pays de la route de la soie pourrait être un atout pour revaloriser l'image du pays mais aussi faire de l'Iran une destination touristique à part entière.

---

## PARTIE 3 : Méthodologie et perspectives

---

### **Introduction Partie 3**

Dans la partie précédente nous avons pu envisager deux hypothèses qui pourraient être susceptibles de contribuer au développement touristique de l'Iran et à la réduction de l'asymétrie entre ses potentialités touristiques et son image.

Cependant, ces hypothèses ne représentent pas une vérité tant que celles-ci n'ont pas été démontrées et affirmées.

Dans cette troisième partie sera donc adopté une approche bien plus méthodologique du sujet. Des ouvertures et perspectives seront évoquées dans le cadre de la poursuite de ce travail de recherche en deuxième année de Master. Il sera aussi question de comprendre les différents procédés, qualitatifs et quantitatifs, qui pourraient être mis en place l'année prochaine afin d'affirmer ou d'infirmer les hypothèses qui ont été présentées et de visualiser l'image actuelle de la destination.

Le terrain d'étude, c'est-à-dire l'espace étudié, ne sera pas davantage développé dans cette partie. En effet le terrain de ce sujet a déjà été amplement détaillé dans les parties précédente, celui-ci comprenant l'Iran et les acteurs qui composent le pays mais également les représentations du pays qui sont faites à travers le monde.

# Chapitre 1 : Les enquêtes envisagées

Ce chapitre présente la méthodologie et l'orientation des enquêtes envisagées pour venir compléter ce travail de recherche l'année prochaine, et ce, afin d'affirmer ou d'infirmer les hypothèses qui ont été avancées jusqu'à présent.

## 1 Enquête quantitative sur l'image de l'Iran

### 1.1 Méthodologie du questionnaire

Avant de tenter d'apporter des réponses aux hypothèses qui découlent de la problématique de ce travail de recherche, il serait nécessaire d'envisager une enquête qualitative pour se représenter de façon concrète l'image que véhicule l'Iran. Une enquête quantitative en lien avec l'image de l'Iran pourrait permettre également de voir si une évolution est en cours depuis l'ouverture du pays, mais aussi de voir si l'image du pays est la même chez les personnes qui se sont déjà rendues en Iran.

Cette enquête quantitative est envisagée sous la forme d'un questionnaire. Ce questionnaire comprendra des questions standardisés et apportera donc des réponses plus mesurables qu'un entretien qualitatif. En effet, ce questionnaire pourra peut-être nous permettre de cerner des tendances et des regards croisés entre les réponses pourront être réalisés.

L'idéal au vu du sujet serait de pouvoir dresser un échantillon d'individus à interroger assez complet. L'image de l'Iran variant selon les pays concernés, la difficulté de cette enquête sera de définir la population que devra représenter l'échantillon, deux possibilités peuvent être envisagées :

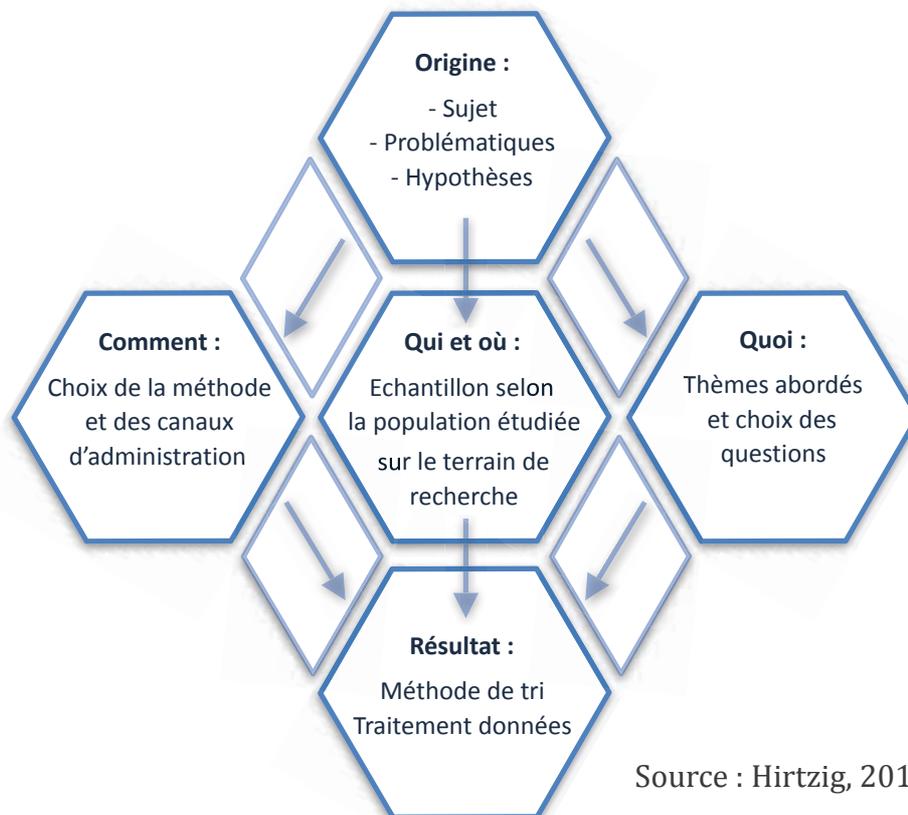
- **Possibilité 1** : Choisir une population au profil varié, restreinte à un ou quelques pays et ayant déjà voyagé ou envisageant de le faire. L'avantage de ce choix serait une administration du questionnaire assez simple à réaliser. L'inconvénient serait que le résultat ne serait pas nécessairement représentatif de l'image de l'Iran au niveau international.

- **Possibilité 2** : Choisir une population au profil varié, internationale mais toujours issues de pays développés et ayant déjà voyagé ou envisageant de le faire. L'avantage de ce choix serait que le résultat serait représentatif de l'image de l'Iran au niveau international. L'inconvénient serait une administration du questionnaire difficile à mettre en place, notamment de par les barrières linguistiques et géographiques.

Ensuite, il faudra choisir le mode d'administration du questionnaire, il pourra s'agir d'auto-administration via internet ou par mail/courrier, mais aussi en face à face physiquement ou par le biais du téléphone. Chacune de ces méthodes présentant des avantages et des inconvénients une étude devra être faite au préalable pour choisir celle qui sera la plus pertinente par rapport aux objectifs recherchés.

Enfin, une fois le questionnaire administré, les réponses brutes ne nous seront pas encore utiles, il faudra avant toute interprétation parvenir à les trier et les classer à l'aide de techniques ou de logiciels adaptés. Après avoir traité les réponses, celles-ci pourront être analysées pour en percevoir des résultats et en tirer des conclusions.

Figure XXIV : Pavage des étapes du questionnaire, de sa création à ses résultats.



Source : Hirtzig, 2017

## 1.2 Objectifs de ce questionnaire

Ce questionnaire aura pour principal objectif de montrer les divergences concernant l'image de l'Iran entre les personnes qui se sont déjà rendues en Iran et celles qui n'y ont jamais été. Pour ce faire une question fermée scindera les répondants en deux catégories et les questions qui suivront seront adaptées selon la catégorie.

Les personnes ayant déjà visité l'Iran nous communiqueront également le ressenti de leur séjour et comment celui-ci s'est déroulé. Les personnes qui ne sont jamais allées en Iran nous permettront quant à elle de voir comment est perçu l'Iran sur le plan touristique et pourquoi certains n'envisagent pas le pays comme une destination potentielle.

La majorité des questions envisagées sont à choix multiples afin de ne pas restreindre le répondant comme le feraient des questions fermées, mais sans trop laisser de liberté avec des questions ouvertes car cela ne permettrait pas une cohérence dans les réponses (Cf. Annexe E).

## 2 Enquête qualitative auprès des professionnels

### 2.1 Méthodologie des entretiens qualitatifs

Alors que l'enquête quantitative envisagée nous permettrait d'illustrer concrètement l'asymétrie qui existe entre l'image de l'Iran et ses potentialités touristiques, les enquêtes qualitatives tenteront de comprendre si les hypothèses développées dans ce mémoire sont envisageables et pertinentes. Il est donc nécessaire de rappeler ces hypothèses qui sont :

- L'aménagement du territoire iranien : une nécessité pour une industrie touristique optimale
- La route de la soie en tant qu'outil du marketing territorial iranien

Une hypothèse serait complétée par plusieurs entretiens pour apporter une affirmation ou infirmation pertinente, objective et avec différentes précisions. Ces entretiens envisagés seraient de type individuel, afin d'obtenir le ressenti personnel de l'interrogé et que celui-ci soit le plus sincère possible. Ces entretiens seraient organisées de manière semi-directive dans le but de laisser des libertés à l'interrogé tout en suivant un guide d'entretien établi à l'avance pour couvrir l'ensemble des sujets prévus.

Un entretien exploratoire qualitatif a déjà été réalisé pour ce mémoire. Pour mieux comprendre les enjeux et les concepts autour de l'Iran, un entretien a en effet été réalisé avec Thierry Coville, enseignant-chercheur à l'IRIS<sup>114</sup> et spécialiste de l'Iran. Cet entretien semi-directif a été précédé d'un guide d'entretien (cf. Annexe A) afin de couvrir tous les aspects nécessaires pour appréhender au mieux le sujet de ce mémoire en parallèle des lectures.

Dans la mesure du possible ces entretiens se dérouleront en face à face pour établir plus facilement une relation de confiance avec l'interrogé et pouvoir transmettre et percevoir un langage non-verbal qui fait la richesse d'un entretien.

De la création du guide d'entretien à la retranscription de ce dernier, le déroulement et la méthodologie des entretiens devra d'abord faire l'objet d'un « plan de recherche » qui sera appliqué pour chaque entretien, et ce, afin de garder une certaine cohérence et similarité dans les démarches.

## 2.2 Objectifs des entretiens qualitatifs

Ce mémoire a pour objet les perspectives de développement touristique en Iran face à l'asymétrie entre son image et ses potentialités. C'est pourquoi il semble nécessaire de s'entretenir avec des professionnels du tourisme en Iran ou des professionnels étrangers qui proposent la destination Iran. Ces entretiens qualitatifs pourront être entrepris à travers le stage que je réaliserai en deuxième année de master ou à travers des démarches extérieures à l'entreprise dans laquelle je travaillerai.

---

<sup>114</sup> L'IRIS désigne l'Institut de Relations Internationales et Stratégiques

L'hypothèse sur l'aménagement du territoire pourra être exploitée à l'aide de plusieurs entretiens potentiels :

- L'interrogation de professionnels touristiques vendant ou produisant des voyages en Iran afin de connaître leurs avis sur l'aménagement touristique et les infrastructures en Iran mais aussi les recommandations et attentes qu'ils ont à ce sujet.
- L'interrogation de membres des institutions iraniennes afin de connaître leurs avis sur l'aménagement touristique et les infrastructures en Iran mais aussi les perspectives de développement qu'ils envisagent d'entreprendre.
- L'interrogation de professionnels touristiques du secteur privé en Iran, notamment dans le domaine des transports, de l'hôtellerie et des loisirs, afin de connaître leurs avis sur l'aménagement touristique et les infrastructures en Iran, les attentes dont font part leurs clients en matière d'aménagement et de qualité attendue mais aussi ce que eux-mêmes entreprennent afin de contribuer à cet aménagement touristique.

L'enquête quantitative exposée précédemment pourra elle aussi contribuer à enrichir cette hypothèse en mettant en exergue l'avis des touristes concernant les infrastructures iraniennes.

L'hypothèse sur la route de la soie et le marketing territorial pourra également être exploitée à l'aide de plusieurs entretiens potentiels :

- L'interrogation d'acteurs participant au « Silk Road Programme » ou à d'autres projets liés à la route de la soie afin de connaître quels sont les retombées envisageables pour l'Iran et son industrie du tourisme mais également pour comprendre les procédés déjà mis en place et ceux en projet.
- L'interrogation de membre des institutions touristiques et culturelles iraniennes afin de voir quels sont les politiques et démarches réalisées afin de participer aux projets de la route de la soie et de contribuer à sa mise en valeur.
- L'interrogation de de professionnels touristiques vendant ou produisant des voyages en Iran pour connaître le potentiel qu'ils perçoivent au sujet de la destination Iran et de la mise en valeur de programme et de produits autour de la route de la soie.

- L'interrogation de professionnels touristiques du secteur privé en Iran, notamment dans le domaine des transports, de l'hôtellerie et des loisirs, afin de savoir à quelle hauteur serait-il prêt à s'impliquer dans un projet lié à la route de la soie et quel est le potentiel qu'ils perçoivent.

L'enquête quantitative exposée précédemment pourra elle aussi participer au développement de cette hypothèse en mettant en avant le degré de connaissance des individus au sujet de la route de la soie et l'image qu'ils peuvent en avoir.

## **Chapitre 2 : perspectives pour la deuxième année de master**

Dans la continuité de ce mémoire de recherche, cet ultime chapitre propose une ouverture du sujet sur la deuxième année de Master et vise à comprendre quels sont les modifications qui pourraient être apportées en fonction du lieu où se déroulera le stage.

### **1 Le choix du sujet**

#### **1.1 Intérêt du sujet**

Le sujet de ce mémoire à savoir le lien entretenu entre le développement touristique, le potentiel et l'image d'une destination est un sujet qui peut être considéré comme original car il s'applique au cas de l'Iran, un pays plus connu pour son image négative qu'en terme de potentialités touristiques. Il s'agit également d'un sujet actuel avec un retour récent sur la scène internationale, où le tourisme est encore peu présent, et donc où tout est à faire et à entreprendre.

L'étude, la compréhension et la perception des enjeux d'une mise en tourisme pour un pays tel que l'Iran peut également permettre une application à d'autres pays à la situation similaire. Parmi ces pays on retrouve par exemple :

- Le Myanmar (Birmanie) depuis la mise en place du régime démocratique en 2012.
- Cuba depuis la levée de l'embargo américain en 2015
- La Colombie depuis l'accord de paix signé en 2016

Enfin ce sujet permet également de mieux comprendre la situation moyen-orientale en matière de tourisme, une région qui fascine autant qu'elle effraie, qui dispose de ressources exceptionnelles mais où ont lieu des événements freinant le développement du tourisme. Le Moyen-Orient est également dans une situation où les pétrodollars représentent encore une source de revenue majeure mais où la question de l'après-pétrole commence à être envisagée.

## 1.2 Evolution du sujet

Il se peut que mon sujet de première année de master subisse quelques changements en deuxième année. Tout d'abord car il s'agit d'un sujet lié à l'actualité, un nouvel événement pourrait donc m'obliger à appliquer des modifications.

Le mémoire et le stage de deuxième année de master devant être en relation l'un avec l'autre, il se peut que des modifications ou des précisions soient à apporter au sujet. De plus le cas de l'Iran étant assez restreint en matière de développement touristique, il se peut que mon sujet soit élargie aux perspectives de développement touristique des pays d'Asie centrale dont ferait tout de même partie l'Iran et en lien avec mon hypothèse relative à la route de la soie. Avec un sujet élargie de cette façon il serait certainement plus facile de trouver un stage en France ou directement dans l'un de ces pays en lien avec mon sujet.

## 2 Projet de stage

### 2.1 Lieux de stage envisagé

En ce qui concerne le stage de deuxième année de master, celui-ci devra donc être en lien avec le développement touristique en Iran, ou en Asie centrale si mon sujet est élargi.

Plusieurs entreprises et organisations peuvent donc être susceptibles de correspondre à ce sujet :

- L'office du tourisme de l'Iran à Paris
- L'OMT au sein du « Silk Road Programme » à Madrid
- Les tours-opérateurs spécialisés sur le Moyen-Orient/Asie Centrale ou ayant un département consacré à ces destinations
- Les offices de tourisme en Iran ou en Asie centrale
- Les agences receptives en Iran ou en Asie Centrale

Parmi ces lieux envisagés, une entreprise ou organisation en lien direct avec l'Iran me conviendrait mieux de par l'affection que je porte à cette destination et le travail de recherche que j'ai pu effectuer cette année, entièrement appliqué à ce pays. Cependant une agence de voyage réceptive à Samarcande en Ouzbékistan est prête à me prendre en stage l'année prochaine si je le souhaite, et où je pourrais étudier les perspectives de développement touristique de la région et sa mise en application à travers la création de produit touristique.

## 2.2 Lien entre les missions du stage et les orientations du mémoire

Durant ce stage plusieurs missions pourraient être envisagées, allant de la promotion touristique à la réalisation de produit touristique en Iran en passant par la création de projet d'aménagement. S'agissant d'un stage de deuxième année de master, les missions recherchées devront comprendre des responsabilités ainsi qu'une approche en partie stratégique et non plus seulement opérationnelle.

Il sera donc nécessaire pour moi de bien réfléchir à l'orientation envisagée pour la poursuite de ce travail de recherche et ceux en fonction des opportunités que cela peut engendrer à la suite du stage.

## Conclusion Partie 3

Dans cette dernière partie, nous avons étudié la méthodologie adoptée afin de répondre en deuxième année de master aux différentes hypothèses émises dans ce travail de recherche.

Un entretien quantitatif serait donc pertinent pour mieux comprendre l'image associée aujourd'hui à l'Iran. Cet entretien permettrait également d'observer les changements des représentations associées à l'Iran chez les personnes ayant déjà visité le pays, et ce, afin de voir si le tourisme est un facteur d'amélioration de l'image d'un pays.

Des entretiens qualitatifs ont également été présentés afin de répondre de façon directe aux hypothèses. Des entretiens concernant l'aménagement du territoire pourraient être menés afin de voir comment les infrastructures actuelles sont perçues, quelles améliorations pourraient être envisageables et quels sont les attentes en la matière chez les touristes. Des entretiens pourraient également être faits au sujet du marketing territorial et du programme de la route de la soie, de ses enjeux et de sa mise en application.

Enfin une projection en deuxième année de master a été faite afin de voir quelles seraient les évolutions possibles du sujet, et ce, en fonction du lieu de stage trouvé.

---

# CONCLUSION GENERALE

---

Ce mémoire de recherche a tenté par divers procédés, concepts et explications, de démontrer que l'image négative de l'Iran induit des difficultés pour le pays à développer son industrie du tourisme, et cela en dépit de nombreuses potentialités dont il dispose.

Néanmoins, nous avons pu constater que l'image négative du pays n'était pas le seul facteur ayant empêché l'Iran de devenir une grande destination touristique. La politique d'isolation du pays et l'instabilité de la région pendant de nombreuses années ainsi que le manque de libertés lié à la loi islamique ont également contribué à ce retard.

Aujourd'hui, le pays est empreint de modernisme et d'ouverture sur le plan international, sa population gagne petit à petit en liberté et l'application de la loi islamique n'est plus aussi stricte qu'elle a pu l'être auparavant. Cette évolution diplomatique, sociale et économique, associée aux ressources naturelles et culturelles dont dispose le pays, devrait donc permettre à l'Iran d'améliorer petit à petit son image et ainsi de développer davantage son secteur touristique dans une logique de réflexion à l'après-pétrole.

Cependant, ce développement de l'industrie touristique ne se fera pas naturellement, des actions devront être menées afin de moderniser les infrastructures vieillissantes iraniennes mais aussi afin de communiquer sur la nouvelle image que l'Iran souhaite véhiculer. Ces actions devront être issues de stratégies établies entre les différents acteurs du tourisme à savoir le secteur privé et le secteur public, mais une contribution pourra également être apportée par les citoyens et les touristes, notamment en terme d'image.

L'année prochaine, le travail de recherche associé à la mise en application des différents entretiens et missions réalisés pendant le stage nous permettront de comprendre et de définir concrètement le type de plan d'action à mettre en place afin d'accélérer la mise en tourisme de l'Iran. Il pourra aussi être envisagé d'élargir le sujet à d'autres pays de la région notamment d'Asie Centrale, et ce, afin de voir si des perspectives de développement touristique communes ne pourraient pas être envisagées.

Il serait donc intéressant de se demander si l'asymétrie entre l'image de l'Iran et ses potentialités touristiques influence-t-elle son développement touristique ? Après avoir obtenue des réponses et perçue la complexité du sujet, il sera également intéressant d'envisager quelles seront les perspectives de développement touristiques en Iran dans les prochaines années.

# ANNEXES

---

## **Annexe A : Guide d'entretien avec Thierry Coville**

*Entretien réalisé le jeudi 19 janvier 2017 via Skype*

### **Guide de l'entretien exploratoire :**

Thierry Coville, chercheur à l'Institut de Relations Internationales et Stratégiques (IRIS), est un spécialiste de l'Iran également professeur à Novancia Paris.

Docteur en sciences économiques, il travaille et effectue des recherches depuis près de 20 ans sur l'Iran contemporain et est à l'origine de nombreux articles et ouvrages à ce sujet.

Au vu des nombreuses connaissances de Monsieur Coville sur le sujet de l'Iran dans sa globalité, cet entretien se voudra semi-directif afin de maintenir un thème et quelques axes tout en laissant la liberté à monsieur Coville d'orienter la conversation.

Avant toute chose il sera précisé à Monsieur Coville que la retranscription de l'entretien lui sera transmis pour accord ainsi que les conditions de diffusion de cet entretien (contrat moral déontologique).

Je préciserai également les objectifs, le thème et le cadre de cet entretien. Je ferai également un point rapide sur mon mémoire et ses avancées pour permettre à monsieur Coville d'appréhender au mieux mon stade de recherche et les enjeux de cet entretien.

Thème et question de recherche générale :

### **Le tourisme, un secteur économique alternatif pour l'Iran ?**

Plan de questionnement prévisionnel :

- Selon vous, peut-on parler d'iranité, d'une identité propre aux iraniens ?
- En terme d'image, pensez-vous qu'il existe un écart, entre la mentalité des iraniens, et la politique nationale ?

- Quels sont selon vous les principaux traits de l'image touristique de l'Iran? comment les iraniens perçoivent-ils le tourisme?
- D'après vous, aujourd'hui, comment se positionne l'Iran sur la scène internationale ?
- Peut-on parler d'un pays stable ?
- Comment doit être interprété selon vous l'élection d'Hassan Rohani en 2013 et le résultat des législatives de 2016 ?
- Comment jugez-vous le développement du tourisme iranien actuellement?
- Comment l'Etat s'implique-t-il dans le développement de ce secteur ?
- Existe-t-il des enjeux en matière de tourisme dans l'accord sur le nucléaire de 2015 ?
- Quelles conséquences et retombées peut apporter le tourisme pour la société iranienne ?
- Le tourisme pourrait-il être vecteur d'une meilleure image pour l'Iran ?
- Peut-on parler d'un après-pétrole ?
- La Route de la soie pourrait-elle-être selon vous un facteur de développement pour l'Iran, tant sur le plan touristique que sur son image ?

### **Annexe B : Retranscription de l'entretien avec Thierry Coville**

[Salutations, remerciement, explication des consignes, demande d'autorisation, installation]

**JH : Donc ma première question aurait été, selon vous peut-on parler d'iranité c'est à dire une identité propre aux iraniens ?**

TC : C'est une question vaste, oui je pense que, enfin je comprends votre question en disant est-ce que l'Iran est une culture spécifique...

**JH : Oui voila.**

TC : La réponse est oui voila.

**JH : D'accord, une autre question aurait été, d'après vous aujourd'hui comment se positionne l'Iran sur la scène internationale ?**

TC : De quel point de vue ? Relation économique ? géopolitique ?

**JH : Oui géostratégique, géopolitique, économique.**

TC : Oui alors pour répondre de manière générale, on va dire que depuis l'accord sur le nucléaire, je pense que les relations s'améliorent sur le plan diplomatique avec l'Europe. Elles ne sont pas au niveau de tension qu'il y avait précédemment avec les Etats-Unis mais bon c'est surtout avec l'Europe que ça s'est amélioré. Et puis comme il y a la fin des sanctions il y a quand même un retour des entreprises étrangères en Iran. Je pense que l'Iran est plus considéré comme un acteur important dans la région dans les différentes crises notamment en Syrie. On va dire entre guillemets qu'il y a un retour de l'Iran sur la scène internationale, c'est clair.

**JH : D'accord de ce fait est-ce-que vous pensez que l'on peut parler d'un pays stable désormais ?**

TC : Oui, oui, bon depuis la révolution de 1979 c'est quand même toujours le même système politique qui est en place, avec des tensions plus ou moins fortes et des mécontentements en Iran mais je ne pense pas qu'il y ait des gens qui puissent sérieusement prévoir un changement de système politique a court terme, il faut toujours rester prudent mais a priori effectivement on peut parler d'une stabilité politique en Iran.

**JH : D'accord, par rapport au niveau politique et a sa stabilité, comment interpréteriez-vous l'élection d'Hassan Rohani en 2013 et le résultat des législatives en 2016 avec l'augmentation des modérés, des réformistes ? Est-ce-que vous pensez que à ce sujet par contre il y a une notion de durabilité ?**

TC : Ah oui, ce qu'il faut voir c'est que c'est souvent ça quand les gens ne connaissent pas l'Iran mais disons qu'il y a une aspiration de la société dans son ensemble à une vie, à une normalisation. Puis également les gens aspirent à un système à la fois ouvert politiquement à l'intérieur de l'Iran et avec des relations plus calmes et modérées avec le reste du monde et ça c'est une aspiration forte de la société iranienne. Vous voyez il y a eu un accident avec

Ahmadinejad en 2005 mais globalement la société iranienne vote depuis 1997 pour les candidats les plus modérés donc on va dire que Rohani s'inscrit dans cette continuité. En plus il y avait le contexte du nucléaire où il était le seul véritablement qui proposait de négocier sur ces questions [...] globalement la société iranienne veut plus de modération que ce soit en interne ou en externe donc l'élection de Rohani s'explique assez facilement.

**JH : D'accord, donc quand vous parlez de la société iranienne et de ses aspirations peut-il exister un certain écart entre la mentalité des iraniens et celle de leurs politiciens, de leur politique ?**

TC : Ah oui, c'est un mécontentement en Iran mais disons que ce qu'il faut voir c'est que les iraniens sont très nationalistes, et donc d'autre part ils veulent un changement pacifique, ils veulent un changement par les urnes, il y a un niveau quand même d'éducation assez élevé maintenant en Iran et leur idée c'est de faire entendre leurs voix et de reformer le système par la participation démocratique, d'où les taux de participation élevés. [...] même si les gens ne sont pas contents, dès qu'on leur demande de voter, ils vont voter et c'est ce qui explique justement qu'ils votent pour les plus modérés parce qu'ils veulent une évolution dans ce sens.

**JH : Selon vous comment considérer le développement du tourisme iranien actuellement ?**

TC : Alors je pense qu'on le sait depuis longtemps, il y a un énorme potentiel pour le tourisme en Iran parce que c'est un pays par rapport à d'autres qui était très peu ouvert au tourisme, et je pense qu'il est redécouvert récemment suite à la fin des sanctions. Et puis également l'Iran est un contraste, quand même, par rapport au reste de la région parce que je pense que globalement en terme de sécurité c'est quand même beaucoup mieux. Concrètement il n'y a pas les attentats qu'il y a en Turquie par exemple et puis les sentiments anti-occidentaux qu'on peut voir dans certaines régions du proche et moyen-orient, en Iran c'est presque le contraire, les gens sont pro-occidentaux si vous voulez.`

**JH : D'accord.**

TC : Donc tout ça fait ensemble qu'effectivement les agences de tourisme semble redécouvrir l'Iran. Il y a un certain engouement, notamment en France, je vois des agences, des voyages, il y a beaucoup plus de circuits touristiques sur l'Iran qui sont proposés.

**JH : Ok, auriez-vous une idée d'à quelle hauteur l'Etat s'implique t-il dans le développement du tourisme ?**

TC : Dans quel pays ? en Iran ?

**JH : Oui en Iran**

TC : Alors il y a un discours officiel mais [...] je pense qu'actuellement l'engouement vient plus des circuits touristiques étrangers, je ne sais pas si les autorités iraniennes ont mis en place des plans spéciaux, vous voyez, notamment il y a un problème en Iran, il y a pas assez d'hôtels sans doute. On sait qu'Accor est en train de négocier, je me demande si ils ont pas passés des contrats pour construire des hôtels en Iran donc voila il me semble que l'engouement vient plus des entreprises étrangères, je sais pas si le gouvernement iranien a mis en place des actions, il y a tellement de choses à régler en Iran en lien avec la formation, la construction.

**JH : D'accord, ensuite je m'étais demandé si il existe des enjeux en matière de tourisme suite à l'accord sur le nucléaire de 2015 ?**

TC : Ah bah si vous voulez je pense que c'est un enjeux important parce que ça conduit à de l'activité, donc c'est un secteur si vous voulez qui pourrait conduire à plus d'activité économique, plus d'emplois en Iran donc je pense que c'est l'une des conséquences de l'accord sur le nucléaire. Il y a un problème d'emploi en Iran donc c'est un secteur qui pourrait créer des emplois assez rapidement si il y avait plus de touristes en Iran, ça peut faire du chiffre d'affaire, ça peut développer des activités, ça peut développer des activités dans certains nombres de régions d'Iran où il y a des problèmes d'emplois. Alors je peux me tromper mais je pense que l'Iran ne sera jamais un secteur touristique comme d'autre pays qui ont misé sur le tourisme de masse, mais ça pourrait être important dans un certain nombre de régions en Iran

**JH : Pensez-vous que le tourisme pourrait être un vecteur d'une meilleur image pour l'Iran, parce que on a vu les possibilités de retombées économiques mais en terme d'image ? Est ce que vous pensez que ça pourrait modifier l'image que les gens se font via les médias ?**

TC : C'est vrai vous avez raison, puis on le voit bien d'ailleurs tous les gens qui vont en Iran, l'une des premières choses qu'ils disent « On est surpris on ne s'attendait pas à ça » donc je

pense qu'il n'y a pas assez de gens qui vont en Iran et ça pourrait être en effet un des vecteurs qui permette de changer l'image de l'Iran.

**JH : D'accord, nous avons vu les retombées en matière d'image et sur le plan économique mais au niveau sociale et politique est-ce que au sein même de la société iranienne ça peut modifier certaines choses ? en terme peut-être de perception par rapport à l'occident comme vous l'avez dit.**

TC : Oui mais si vous voulez ce qu'il faut voir c'est que la modernisation de la société iranienne a mon avis elle a des causes internes, elle existe depuis la révolution et, vous voyez, ce ne sont pas les occidentaux qui vont changer quoi que ce soit à ça par contre c'est vrai qu'il y a une demande, parce que les gens sont très curieux en Iran ils ont envie d'avoir des contacts

**JH : D'accord, ensuite une question un peu plus général, selon vous comment peut s'interpréter l'après-pétrole de l'Iran ? Vont-ils se diriger vers certains secteurs plus que d'autres ?**

TC : Ils veulent développer le non-pétrolier, il y a des joint-venture avec l'automobile par exemple, ils veulent développer l'agri-business, ils ont une industrie textile, ils ont une industrie de matériaux de construction, ils font de la sidérurgie, c'est difficile de savoir quels sont les secteurs qui permettront vraiment de remplacer le pétrole, parce que le pétrole continue d'assurer 80% des exportations en Iran. Mais c'est sûr qu'ils ont une base industrielle qui existe et qui existe pas dans les autres pays comme en Arabie Saoudite.

**JH : Pourrait-il y avoir d'autres types de tourisme envisagé que le tourisme culturel ou spirituel en Iran ?**

TC : C'est quand même un pays qui est très méconnu et qui est très riche culturellement, il y a beaucoup de diversité de culture en Iran, beaucoup de régions qui sont très peu connues en Iran. Quand on dit tourisme ce qui me gêne un peu c'est que l'idée de tourisme culturel c'est qu'il ne s'adresserait qu'à quelques personnes, je pense qu'on pourrait quand même avoir beaucoup plus de monde.

**JH : D'accord.**

TC : Il y a sans doute une réflexion à mener, ce ne sera jamais non plus l'Espagne ou la Grèce mais ce serait bien que les Tour-Opérateurs discutent, et ils doivent le faire à mon avis, plus de manière organisée avec les autorités iraniennes.

**JH : D'accord, alors ensuite en matière de perspective j'ai développé dans mon mémoire une partie sur la route de la soie, donc l'ancienne route du commerce qui pourrait peut-être être un facteur de développement pour l'Iran tant sur le plan touristique que pour son image et une cohésion avec les autres pays de la région, est-ce que vous avez un commentaire par rapport à la route de la soie ?**

TC : Oui je pense que c'est une bonne idée, je pense que déjà bon déjà si vous voulez je pense que avant de parler de la route de la soie il y a l'Iran qui est quand même mal connu avec, contrairement à l'image qu'on a de l'extérieur une diversité, beaucoup d'ethnies, beaucoup de cultures locales différentes, donc déjà il y aurait à mon avis avant de parler de régional je pense qu'il y a déjà énormément de choses à découvrir à l'intérieur de l'Iran. Mais c'est vrai qu'il y a des liens, peut-être des parcours à organiser avec l'Iran et l'Asie centrale [...].

[discussion plus personnelle, remerciement, salutations]

## Annexe C : Biens inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO

### Culturel (20)

- ◆ Bam et son paysage culturel (2004)
- ◆ Behistun (2006)
- ◆ Ensemble du bazar historique de Tabriz (2010)
- ◆ Ensemble du Khānegāh et du sanctuaire de Cheikh Safi al-Din à Ardabil (2010)
- ◆ Ensembles monastiques arméniens de l'Iran (2008)
- ◆ Gonbad-e Qābus (2012)
- ◆ Le jardin persan (2011)
- ◆ Le qanat perse (2016)
- ◆ Masjed-e Jāme' d'Ispahan (2012)
- ◆ Meidan Emam, Ispahan (1979)
- ◆ Palais du Golestan (2013)
- ◆ Pasargades (2004)
- ◆ Paysage culturel de Maymand (2015)
- ◆ Persépolis (1979)
- ◆ Shahr-i-Sokhta (2014)
- ◆ Soltaniyeh (2005)
- ◆ Suse (2015)
- ◆ Système hydraulique historique de Shushtar (2009)
- ◆ Takht-e Sulaiman (2003)
- ◆ Tchoga Zanbil (1979)

### Naturel (1)

- Désert de Lout (2016)

Source : site officiel de l'UNESCO - Disponible sur : <http://whc.unesco.org/fr/etatsparties/ir>

## Annexe D : Liste du patrimoine culturel immatériel de l'Iran (UNESCO)

2016		
Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité		
La culture de la fabrication et du partage de pain plat Lavash, Katyrma, Jupka, Yufka	Azerbaïdjan – Iran (République islamique d') – Kazakhstan – Kirghizistan – Turquie	
Nawrouz, Novruz, Nowrouz, Nowrouz, Nawrouz, Nsuryz, Nooruz, Nowruz, Navruz, Nevruz, Nowruz, Navruz	Afghanistan – Azerbaïdjan – Inde – Iran (République islamique d') – Iraq – Kazakhstan – Kirghizistan – Pakistan – Tadjikistan – Turquie – Turkménistan – Ouzbékistan	
2012		
Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité		
Les rituels Qāllīsyān de Mašhad-e Ardehāl à Kāshān	Iran (République islamique d')	
2011		
Liste du patrimoine immatériel nécessitant une sauvegarde urgente		
Le Naqqāli, narration dramatique iranienne	Iran (République islamique d')	
Les compétences traditionnelles de construction et de navigation des bateaux iraniens Lanj dans le golfe Persique	Iran (République islamique d')	
2010		
Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité		
L'art dramatique rituel du Ta'ziye	Iran (République islamique d')	
La musique des Bakhsis du Khorasan	Iran (République islamique d')	
Les rituels du Pahlevani et du Zoorkhaneh	Iran (République islamique d')	
Les savoir-faire traditionnels du tissage des tapis à Kashan	Iran (République islamique d')	
Les savoir-faire traditionnels du tissage des tapis du Fars	Iran (République islamique d')	
2009		
Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité		
Le Radif de la musique iranienne	Iran (République islamique d')	

Source : site officiel de l'UNESCO - Disponible sur : [http://www.unesco.org/culture/ich/fr/lists?](http://www.unesco.org/culture/ich/fr/lists?display=default&text=&inscription=0&country=00105&multinational=3&type=0&domain=0&display1=inscriptionID#tabs)

[display=default&text=&inscription=0&country=00105&multinational=3&type=0&domain=0&display1=inscriptionID#tabs](http://www.unesco.org/culture/ich/fr/lists?display=default&text=&inscription=0&country=00105&multinational=3&type=0&domain=0&display1=inscriptionID#tabs)

**Annexe E : Ebauche de questionnaire pour l'enquête quantitative sur l'image et la destination Iran**

<b>Thèmes à aborder</b>	<b>Questions envisagées</b>	<b>type de question</b>
Déroulement du séjour en iran	Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous parti en Iran ?	Question à choix multiples
	Comment vous est venue l'envie de partir en Iran ?	Question ouverte
	Comment avez-vous organisé votre voyage ?	Question à choix multiples
	A quand remonte votre dernier séjour en Iran ?	Question à choix multiples
	Combien de temps êtes-vous resté en Iran	Question à choix multiples
	Avec qui êtes-vous parti ?	Question à choix multiples
	Qu'avez vous fait lors de votre séjour ?	Question à choix multiples
	Comment jugeriez-vous les infrastructures touristiques iraniennes ?	Question à choix multiples
Expérience au retour du voyage	Comment résumeriez-vous votre voyage en Iran en 3 mots ?	Question ouverte
	La vie sur place correspondait-elle à l'image que vous en aviez avant le départ ?	Question fermée
	Quelle note attribueriez-vous à la destination Iran	Question fermée
	Recommandez-vous aujourd'hui l'Iran à votre entourage ?	Question fermée
Recommandations	Quelle serez les améliorations que pourrez apporter l'Iran pour accroitre son tourisme ?	Question ouverte
Représentations et clichés sur l'Iran	quels serait les 3 mots-clés que vous associez à l'Iran ?	Question ouverte
	Quelle est l'origine de votre opinion ?	Question à choix multiples
	Considerez-vous aujourd'hui l'Iran comme une destination a risque	

L'Iran comme destination touristique	Aujourd'hui, envisageriez-vous de vous rendre en Iran ?	Question fermée
	Pour quelle raison (ne) considérez-vous (pas) l'Iran comme une destination touristique envisageable ?	Question à choix multiples
	Quels sont selon vous les types de tourisme présents en Iran	Question fermée
Profils du répondant	Quel âge avez-vous ?	Question à choix multiples
	Quel est votre sexe ?	Question à choix multiples
	Dans quelle ville/pays vivez-vous ?	Question ouverte
	A quelle fréquence voyagez-vous ?	Question à choix multiples
<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9e1f2; border: 1px solid black; margin-right: 10px;"></div> <span>Personnes ayant déjà visité l'Iran</span> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #d9d9d9; border: 1px solid black; margin-right: 10px;"></div> <span>Personnes n'ayant jamais visité l'Iran</span> </div>		

# BIBLIOGRAPHIE

---

## Ouvrages :

AMIROU Rachid. *L'imaginaire touristique*. Paris : CNRS Nouvelle édition, 2012, 360 p.

ANQUEZ Matthieu. *Géopolitique de l'Iran: Puissance dangereuse ou pays incompris ?*. Paris : Édition Argos, 2014, 168 p.

ARON Raymond. *Paix et guerres entre les nations*. Paris : Éditions Calmann-Levy, 1962, 797 p.

BARSAMIAN David, CHOMSKY Noam. *Targeting Iran*. USA : Éditions City Lights Publishers, 2007, 144 p.

BEIRMAN David. *Restoring tourism destinations in crisis*. Éditions CABI, 2003, 304 p.

BAUTZMANN Alexis. *Atlas Géopolitique Mondial 2017*. Paris : Éditions ROCHER, 2017, 192 p.

BAUD-BOVY Manuel, LAWSON Fred R. *Tourism and recreation development*. Éditions The Architectural Press, 1977, 210 p.

CORM George. *Orient-Occident, la fracture imaginaire*. Paris : Éditions La Découverte, 2005, 210 p.

DE SCHOUTHEETE DE TERVARENT Philippe. *La politique étrangère : le modèle classique à l'épreuve*. (Préface). Bruxelles/Bern/Berlin : Éditions Peter Lang, 2004, p. 13-16.

DUNLOP Jérôme. *Les 100 mots de La Géographie*. Paris : Éditions PUF, 2016, 128 p.

DJALILI Mohammad-Reza. *Géopolitique de l'Iran*. Paris : Éditions Complexe, 2005, 144 p.

DIGARD Jean Pierre, *Le Fait ethnique en Iran et en Afghanistan*, Paris : Éditions du C.N.R.S, 1988, 301 p.

FERTAT Omar. *L'autre et ses représentations dans la culture arabo-musulmane*. Bordeaux : Editions Presse Universitaire de Bordeaux, 2016, 306p.

FIROUZEH Nahavand. *L'Iran dans le monde*. Paris : Éditions L'Harmattan, 2013, 270 p.

GHANNAD Hervé. *Identité et politique extérieure de l'Iran*. Paris : Éditions Studyrama, 2013, 365 p.

GROUSSET René, MATIGNON Louis, MASSÉ Henri. *L'âme de l'Iran*. Paris : Éditions Albin Michel, 1990 , 266 p.

HAZEBROUCQ Jean-Marie. Destination innovantes et développement du tourisme. in BA Alioune et al., *Tourisme et innovation : La force créative des loisirs*. Paris : Éditions l'Harmattan, 2007, p. 117-153.

HOURCADE Bernard. *Géopolitique de l'Iran*. Paris : Éditions Armand Colin, 2010, 296 p.

HUNTINGTON Samuel. *Le Choc des civilisations*. Éditions Odile Jacob, 1997, 402 p.

KHOSROKHAVAR Farhad. *L'Utopie sacrifiée, Sociologie de la révolution iranienne*. Paris : Éditions Les Presses de Sciences Po, 1993, 235 p.

LAWSON Fred, BAUD-BOVY Manuel. *Tourism and recreational development*. London : Éditions the architectural press, 1977, 210 p.

LÉVI-STRAUSS Claude. *Introduction à l'oeuvre de Marcel Mauss*. Paris : Éditions PUF, 2012, 64 p.

LOZATO-GIOTART Jean-Pierre. *Géographie du tourisme, De l'espace Consommé à l'espace Maîtrisé*, Paris : Éditions Pearson Education France, 2003, 330 p.

MEYRONIN Benoit. *Marketing Territorial Enjeux et pratique*. Paris : Éditions Vuibert, 2015, 240 p.

MAQUET Jacques. *Sociologie de la connaissance : sa structure et ses rapports avec la philosophie de la connaissance : étude critique des systèmes de Karl Mannheim et de Pitirim A. Sorokin*. Louvain : Éditions Institut de recherches économiques et sociales, 1949, 360 p.

MINOUI Delphine. *Je vous écris de Téhéran*. Paris : Éditions Points, 2016, 360 p.

NAHAVANDI Firouzeh. *L'Iran dans le monde*. Paris : Éditions l'Harmattan, 2013, 270 p.

PHILIPPE Anne. *Caravanes d'Asie : du Sing-Kiang au Cachemire*. Paris : Éditions Julliard, 1955, 253 p.

PIRZADEH Mariam. *Quand l'Iran s'éveille*. Paris : Éditions de la Martinière, 2016, 154 p.

RIAUX Gilles. *Ethnicité et nationalisme en Iran. La cause azerbaïdjanaise*. Paris : Éditions Karthala, 2012, 303 p.

SHIRALI Mahnaz. *La jeunesse iranienne : Une génération en crise*. Paris : Éditions PUF, 2001, 226 p.

SAID W Edward. *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*. Paris : Éditions Le Seuil, 1997, 422 P.

THIESSE Anne-Marie. *La nation, une construction politique et culturelle*. Paris : Éditions du croquant, 2007, 140 p.

### **Articles académique :**

ALLAHDADI Fatemeh. *Factors contribute to underdevelopment of tourism industry in Iran*. Journal of American Science, 2011, 870-873 P.

AREF, MA'ROF. *Barriers to community power for tourism development in Shiraz, Iran*. Pakistan Journal of Scientific Research, 2008, numéro 5, 936-940,

CABASSET-SEMEDO Christine, et al. *De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie*. in Revue Espace populations sociétés, Lille : 2010/2-3, 221-235 p.

HALL Michael. *Rethinking collaboration and partnership: A public policy perspective*. In Journal of sustainable tourism, 1999, 274–289 p.

HILLALI Mimoun. *Rêves de Moyen-Orient et Moyen-Orient de rêve : le tourisme entre réalisme et exotisme?*, Téoros : Vol 25-2 | 2006, 5-11 p.

LADIER-FOULADI Marie. *Population et politique en Iran*. Les cahiers de l'INED, Paris : cahier n°150, 2003, 355 p.

MOMMENS Françoise. *Tendances et opportunités du tourisme au Moyen-Orient*. Téoros : Vol 25-2, 2006, 47-52 p.

O'GORMAN Kevin, BAUM Thomas, & MCLELLAN L. *Tourism in Iran: Central Control. Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*. Oxford: Editions Butterworth Heinemann, 2007, 297-317 p.

ZENDEHDEL H. M. *Contemporary Situation and Problems in Tourism Industry of Islamic Republic of Iran*. International Journal of Humanities and Social, 2013, Vol 3 numéro 8, 4 p.

### **Mémoire :**

JORDA Capucine Anna. *En quoi la géopolitique influence-t-elle l'image d'une destination ? Le cas de l'Iran*. Sous la direction de Driss Boumezzoug, Toulouse, 2015, 100 p.

### **Rapports :**

SESSA Alberto et al. *Lignes d'une politique de développement du tourisme dans le cadre de la mise en valeur de l'héritage culturel : Iran*, Mission de l'Unesco, Paris : 1969, 87 p.

OMT, *Silk Road Action Plan 2016/2017*, Madrid, 2016, 24 p.

# TABLE DES SIGLES

---

OMT (UNWTO en anglais) - Organisation Mondial du Tourisme

UNESCO - Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

AIEA - Agence Internationale de l'Energie Atomique

TNP - Traité sur la Non-Prolifération des armes nucléaires

ONU - Organisation des Nations Unies

UNICEF - Fonds des Nations unies pour l'enfance

VPN - Virtual Private Network (Réseau privé virtuel)

ICHTO - Organisation du patrimoine culturel, de l'artisanat et du tourisme iranien

PIB - Produit Intérieur Brut

PDG - Président-Directeur Général

PME - Petites et Moyennes Entreprises

SNCF - Société Nationale des Chemins de fer Français

OBOR - « One Belt, One Road »

WFTGA - World Federation of Tourist Guide Associations

TITE - Tehran International Tourism Exhibition

IRIS - Institut de Relations Internationales et Stratégiques

# TABLE DES FIGURES

---

Figure I : Manifestation à Téhéran durant la révolution de 1979	p.13
Figure II : Structure du pouvoir iranien	p.16
Figure III : L'empire perse achéménide et la République islamique d'Iran	p.31
Figure IV : L'Iran et ses pays frontaliers	p.34
Figure V : Carte topographique de l'Iran	p.35
Figure VI : Aperçu des paysages et composantes du territoire iranien	p.36
Figure VII : Les 5 pays ayant eu le plus recourt aux exécutions en 2015	p. 39
Figure VIII : Carte « Conseils aux voyageurs » du ministère des affaires étrangères pour l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient	P. 40
Figure IX : Répartition des principales familles ethnoлингuistiques en Iran en 2009	p. 41
Figure X : Représentation de la femme en Iran au lendemain de la révolution et aujourd'hui.	p. 44
Figure XI : Compte Twitter officiel du président Hassan Rohani	p. 48
Figure XII : Compte Instagram d'un blogger récemment parti en Iran	p. 58
Figure XIII : commentaires de touristes ayant visités l'Iran	p. 60
Figure XIV : Détail de la contribution du tourisme au PIB de l'Iran en 2015	p. 61
Figure XV : Répartition de la diaspora iranienne dans le monde en 2013	p. 62
Figure XVI : Tracé partiel de la route de la soie à son origine	p. 75
Figure XVII : La route terrestre et la route maritime de l'OBOR	p. 76
Figure XVIII : Etats membres du « Silk Road Programme » de l'OMT en 2015	p. 79
Figure XIX : Parties prenantes du « Silk Road Programme » de l'OMT	p. 80
Figure XX : Champs d'action clés du « Silk Road Programme »	p. 81
Figure XXI : Logo de deux événements majeur du tourisme iranien.	p. 82
Figure XXII : Cartes des 10 pays les plus associés à la route de la soie et des 10 les plus envisagés pour un voyage	p. 83
Figure XXIII : Le marketing territorial : facteur positif sur l'image négative d'un pays.	p. 84
Figure XXIV : Pavage des étapes du questionnaire, de sa création à ses résultats.	p. 89

# TABLE DES MATIERES

---

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>7</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>9</b>
<b>PARTIE 1 : L'image de l'Iran aujourd'hui en décalage avec sa géopolitique, ses ressources et sa société. ....</b>	<b>11</b>
<b>Introduction Partie 1.....</b>	<b>12</b>
<b>Chapitre 1 - La géopolitique de l'Iran et son impact sur son image.....</b>	<b>13</b>
1 La géopolitique de l'Iran .....	13
1.1 Les prémices de la république islamique .....	13
1.1.1 La révolution islamique .....	13
1.2 Des conflit historiques .....	17
1.2.1 au coeur des nombreux conflits de la région .....	17
1.2.2 La guerre Iran-Irak .....	18
2 Une société complexe mais en soif d'ouverture .....	19
2.1 L'Iran et ses nombreux idéaux .....	19
2.1.1 Une perception plurielle de l'occident .....	19
2.2 Des relations nouvelles depuis 2013.....	20
2.2.1 L'élection d'Hassan Rohani .....	20
2.2.2 Le nucléaire iranien et l'accord de 2015.....	21
3 Une image controversée .....	23
3.1 l'imaginaire oriental .....	23
3.1.1 Définition de l'imaginaire .....	23
3.1.2 L'imaginaire oriental.....	23
3.2 Le bashing occidental de l'image de l'Iran .....	25
3.2.1 Les médias.....	25
3.2.2 Enjeux de l'image négative de l'Iran .....	27
3.3 Les représentations actuelles .....	27
3.3.1 Une image associée a celle du Moyen-Orient.....	27
3.3.2 Un pays qui fascine autant qu'il effraye .....	28
3.3.3 Une nouvelle diplomatie adoucissant son image .....	29
<b>Chapitre 2 : Les nombreuses ressources de l'Iran potentiellement facteurs de développement touristique.....</b>	<b>30</b>
1 Un pays avec des ressources géographiques et historiques .....	31
1.1 Une histoire plurimillénaire.....	31
1.1.1 La Perse pour origine .....	31
1.1.2 Les arts depuis toujours .....	32
1.2 Un territoire riche et contrasté .....	33

1.2.1 Une situation géographique d'exception .....	33
1.2.2 un territoire aux milles contrastes naturels .....	34
2 Un Etat autoritaire mais néanmoins stable et sécurisé .....	37
2.1 Une république islamique au régime autoritaire .....	37
2.1.1 La loi islamique et ses paradoxes .....	37
2.1.2 Les droits de l'homme .....	38
2.2. L'Iran, un des pays les plus stables de la région .....	39
3 Une nation unique à l'identité propre ? .....	41
3.1 un Iran ou des Iran(s), .....	41
3.1.1 un pays multi-ethnique aux nombreuses minorités .....	41
3.1.2 Mais avec un nationalisme fort .....	42
3.2 La société moderne .....	43
3.2.1 La place de la femme dans la société iranienne .....	43
3.2.2 La culture composante essentielle de l'identité iranienne .....	45
3.3. La génération Y, quand l'Iran s'éveille.....	46
3.3.1 Les jeunes en Iran .....	46
3.3.2 Le digital en Iran.....	47
<b>Conclusion Partie 1 .....</b>	<b>49</b>
<b>PARTIE 2 : Le tourisme iranien et ses perspectives de développement.....</b>	<b>50</b>
<b>Introduction Partie 2.....</b>	<b>51</b>
<b>Chapitre 1 : Le secteur touristique aujourd'hui en Iran .....</b>	<b>52</b>
1 Une offre touristique atypique .....	52
1.1 L'offre touristique iranienne .....	52
1.1.1 Hauts-lieux touristiques .....	52
1.1.2 Une offre peu moderne et vieillissante .....	54
1.2 Les acteurs du tourisme .....	55
1.2.1 Une présence écrasante des acteurs institutionnel face aux privés .....	55
1.2.2 La population, véritable atout pour le développement touristique.....	56
1.2.3 Le bouche a oreille et l'effet boule de neige .....	57
2 La demande touristique en Iran .....	58
2.1 Une demande timide mais satisfaite.....	58
2.1.1 les touristes d'aujourd'hui.....	58
2.1.2 L'expérience et le ressenti des touristes.....	59
2.2 Les autres types de touristes.....	60
2.2.1 Les touristes nationaux .....	60
2.2.2 Les touristes de la diaspora.....	61
3 Les dynamiques et les freins à la mise en tourisme .....	63
3.1 Un environnement compliqué .....	63
3.1.1 Des sanctions économiques toujours lourdes .....	63
3.1.2 Les freins liés au développement touristique .....	64
3.1.3 L'année 2017, une année cruciale .....	65
<b>Chapitre 2 - L'aménagement du territoire iranien : une nécessité pour une industrie touristique optimale .....</b>	<b>67</b>
1 L'aménagement du territoire comme fondement du tourisme.....	67

1.1 Définition aménagement du territoire .....	67
1.2 L'aménagement touristique.....	69
2 Les acteurs privés un levier indispensable pour l'aménagement touristique.....	71
2.1 L'attractivité pour attirer les acteurs privés .....	71
2.2 les acteurs privés de retour en Iran.....	72
<b>Chapitre 3 - La Route de la Soie en tant que marketing territorial.....</b>	<b>73</b>
1 La route de la soie : un atout pour le marketing territorial iranien .....	74
1.1 L'origine de la route de la soie .....	74
1.2 d'une simple aire culturelle à une marque territoriale .....	77
2 Le « Silk Road Programme » : projet porteur pour le tourisme en Iran.....	79
2.1 Caractéristiques et organisation du projet .....	79
2.2 Les enjeux du projet pour l'Iran .....	82
<b>Conclusion Partie 2 .....</b>	<b>85</b>
<b>PARTIE 3 : Méthodologie et perspectives .....</b>	<b>86</b>
<b>Introduction Partie 3.....</b>	<b>87</b>
<b>Chapitre 1 : Les enquêtes envisagées.....</b>	<b>88</b>
1 Enquête quantitative sur l'image de l'Iran .....	88
1.1 Méthodologie du questionnaire .....	88
1.2 Objectifs de ce questionnaire .....	90
2 Enquête qualitative auprès des professionnels .....	90
2.1 Méthodologie des entretiens qualitatifs .....	90
2.2 Objectifs des entretiens qualitatifs .....	91
<b>Chapitre 2 : perspectives pour la deuxième année de master .....</b>	<b>93</b>
1 Le choix du sujet .....	93
1.1 Intérêt du sujet .....	93
1.2 Evolution du sujet.....	94
2 Projet de stage .....	94
2.1 Lieux de stage envisagé .....	94
2.2 Lien entre les missions du stage et les orientations du mémoire .....	95
<b>Conclusion Partie 3 .....</b>	<b>96</b>
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>97</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>99</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>110</b>
<b>TABLE DES SIGLES.....</b>	<b>114</b>
<b>TABLE DES FIGURES.....</b>	<b>115</b>
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>116</b>

# **L'Asymétrie entre l'image d'un pays et ses potentialités touristiques.**

## **Le cas de l'Iran.**

### **Résumé :**

L'Iran, décrié et imaginé par de nombreuses personnes comme un pays instable, violent et marqué par un radicalisme religieux, est un pays complexe qui ne peut se résumer à l'image qui en est faite. Aujourd'hui, l'Iran est aussi un pays empreint de modernisme, à la société civile unique et disposant de ressources variées. La réouverture du pays sur la scène internationale contribue d'ailleurs à la diffusion d'une image plus positive mettant en valeur ces nombreux atouts.

Ce travail de recherche aura donc pour objectif de montrer les perspectives de développement touristique en Iran face à l'asymétrie qui existe entre son image et ses potentialités.

**Mots clés :** Iran, image, société, tourisme.

~

### **Abstract :**

Iran, decry and imagined by many as an unstable country, violent and marked by religious radicalism, is a complex country that can not be summed up in the image that is typically presented. Today, Iran is also a country of modernism, with a unique civil society and a variety of resources. The re-opening of the country on the international scene is contributing to the diffusion of a more positive image, highlighting these many assets.

Therefore, this research paper will aim to show the prospects of the development of tourism in Iran in the face of the incongruity between its negative image and its potential.

**Keywords :** Iran, image, society, tourism.