



CHAIRE
de tourisme
Transat
ESG UQAM

Le tourisme religieux: portrait, profil du voyageur et potentiel de développement

Rapport réalisé par
Le Réseau de veille en tourisme
Chaire de tourisme Transat, ESG UQAM
Mars 2011

Table des matières

Préambule	4
1. La combinaison tourisme, religion et spiritualité	3
1.1 Le tourisme religieux vu selon une perspective historique	3
1.2 La place de la religion dans les sociétés modernes	4
1.2.1 Le christianisme aux États-Unis	4
1.2.1 Le christianisme au Canada	5
1.2.2 Le succès important des produits religieux	6
1.3 Le potentiel de croissance du tourisme religieux et spirituel.....	7
1.3.1 Une dimension sociologique, culturelle et éducative	8
1.3.2 Le potentiel de croissance selon les professionnels de l'industrie.....	8
1.3.3 La confirmation par les enquêtes sur le consommateur.....	10
1.3.4 La population âgée s'élargit	11
1.3.5 La contribution des jeunes	11
1.3.6 Les programmes télévisés et radiophoniques.....	12
2. L'offre touristique religieuse	13
2.1 Aux États-Unis et dans l'Ouest canadien.....	13
2.2 Au Québec	17
2.2.1 Des lieux de culte	17
2.2.2 Des chemins de pèlerinage	17
2.2.3 Des musées	18
2.2.4 Des fêtes religieuses à redécouvrir	18
2.2.5 Un patrimoine funéraire religieux.....	19
2.2.6 Une figure historique religieuse et mystique	19
3. Le touriste religieux.....	20
3.1 Le profil sociodémographique du touriste religieux	20
3.2 Les préférences en matière de voyage.....	20
4. Des conditions <i>sine qua non</i> pour un voyage religieux réussi.....	21
4.1 La qualité de l'expérience, un point déterminant	21
4.2 Le désir de ne pas faire affaire avec n'importe qui ni n'importe comment	22
4.3 L'importance d'avoir le mot juste	22

5. De nouvelles destinations s'intéressent au tourisme religieux.....	24
5.1 La Suisse	24
5.2 Les Bahamas	24
5.3 L'Arménie, Chypre et la Jordanie	25
5.4 Le Liban	25
6. Conclusion	26
Bibliographie	27
Annexe A	30

Permanent par sa présence constante dans les terres chrétiennes, multiforme dans ses manifestations, le pèlerinage s'enracine dans le cœur des hommes, dans leur appétit de sacré, leur goût d'Absolu, leur quête de la trace de Dieu à travers le Monde. L'Église ne crée pas le pèlerinage, elle l'authentifie, l'organise, le discipline pour le plus grand profit du pèlerin. Le signe qui suscite le pèlerinage vient d'ailleurs, il annonce Dieu au Monde [...]. Dans une religion aussi rationnelle que le christianisme le pèlerinage est pour le grand nombre la porte ouverte sur le Surnaturel, la route entre la terre et le Ciel.

(Extrait de J. CHELINI et H. BRANTHOMME, Les chemins de Dieu: Histoire des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours, Paris, Hachette, 1982, p. 429.)

Préambule

La dynamique du tourisme religieux a radicalement changé au cours des dernières décennies. Ce créneau ne vise plus que les destinations bibliques traditionnelles, comme Israël ou le Vatican, et ne s'adresse plus seulement aux segments des congrégations et des missionnaires, mais innove et surprend avec de nouvelles formules de voyage.

Traditionnellement réservé aux fervents pratiquants menant une démarche religieuse rigoureuse, ce marché de niche touche désormais des personnes avides d'expériences nouvelles et motivées par différentes aspirations. De nos jours, les touristes religieux ont le choix entre des vacances thématiques, telles que les croisières ou les safaris chrétiens, des retraites combinées à des conférences ou encore des visites de destinations exotiques et culturelles propices à l'enrichissement spirituel, au repos, à la relaxation ou à l'aventure. À l'image du travail missionnaire, le voyage religieux peut aussi incorporer une dimension de volontourisme et permettre aux participants de s'impliquer dans des projets d'aide auprès des communautés locales.

Le tourisme religieux apparaît le plus souvent sous trois formes.

- Le pèlerinage: voyage d'un séjour d'une nuit ou plus vers des lieux de culte religieux et dont le motif profond est la conviction que des prières et d'autres pratiques religieuses sont exceptionnellement efficaces dans des localités liées à un saint ou à une divinité¹. Le voyage est ainsi ponctué d'activités de dévotions (prières, cérémonies, etc.). Les lieux de pèlerinage chrétiens les plus populaires dans le monde sont la Terre sainte, Lourdes, le Vatican, Compostelle, Fátima au Portugal, Notre-Dame de Guadalupe de Mexico et Luján en Argentine.
- La participation à des rassemblements de grande envergure comme les Journées mondiales de la jeunesse (JMJ) ou des conférences de congrégations. À titre d'exemple, la conférence générale de l'Église de Jésus-Christ des saints des derniers jours se tient deux fois par année à Salt Lake City, en octobre et en avril, et accueille environ 100 000 participants.
- Le voyage religieux pour des fins de loisirs: croisières, visites de sites et sanctuaires religieux, divertissement, aventure, safari, visites d'attractions touristiques, volontourisme et autres.

¹ geotourweb.com

Selon Kevin Wright, l'ancien président de la World Religious Travel Association (WRTA), l'industrie du tourisme religieux mondiale touche environ 300 millions de voyageurs et représente 18 milliards de dollars américains, dont 60% sont générés en Amérique du Nord.

Au-delà de son fort potentiel de croissance, les intervenants touristiques, les gouvernements et les administrateurs de sites religieux y voient une occasion de sauvegarder et de valoriser le patrimoine, tout en participant au développement économique des communautés locales et en favorisant les échanges entre les peuples.

À la surprise de plusieurs, malgré le contexte de baisse de la pratique religieuse dans le monde occidental, nous assistons au développement de ce marché de niche. Dans ce rapport, nous tenterons de cerner les facteurs qui favorisent sa croissance, d'en comprendre les tendances et l'ampleur et de dresser un profil de ses adeptes en Amérique du Nord.

1. La combinaison tourisme, religion et spiritualité

*Le tourisme religieux, par l'infrastructure commerciale qu'il suppose, fait partie intégrante de l'industrie du tourisme. Il est inclassable parce qu'il échappe aux nomenclatures habituelles, par exemple «tourisme d'affaires» et «tourisme de loisirs». Il existe trois grands types d'approche du tourisme religieux. On peut d'abord définir le tourisme religieux d'un **point de vue spirituel** comme la manière pour l'individu de se rapprocher de Dieu en tant que croyant convaincu ou en tant que potentiel croyant dont la foi se révèle au cours d'un voyage, d'une visite d'un lieu sacré. Selon une **approche plus sociologique**, le tourisme religieux peut se définir comme le moyen pour le croyant de connaître mieux l'histoire de son groupe religieux. Enfin d'un **point de vue culturel**, cette forme de tourisme donne accès à la culture émanant des grandes religions et devient alors un phénomène de société dont l'ampleur dépasse de loin l'attachement des croyants à leur propre croyance. Ce nouvel aspect se caractérise, entre autres, par l'attrait culturel qu'exercent l'art sacré et l'architecture spécifique du tourisme religieux. Sources: geotourweb.com et Zygmund Knyszewski, «les aspects du tourisme religieux en France».*

1.1 Le tourisme religieux vu selon une perspective historique

Traditionnellement, la religion représente un système organisé de croyances, de cérémonies, de pratiques et de culte centrés autour d'un ou de plusieurs dieux ou divinités. Elle est avant tout une attitude envers le monde. Or, être religieux aujourd'hui ne signifie plus suivre aveuglément tout ce qu'ordonne l'Église. La dévotion exprimée dans les sociétés occidentales dites développées ne s'inscrit plus dans une pression religieuse, mais devient une démarche personnelle où les individus façonnent leur propre spiritualité en s'inspirant de différents courants philosophiques, religieux ou mystiques.

À l'image de la religion, le tourisme religieux devient de plus en plus individualisé, reflet d'une religiosité plus moderne et d'une spiritualité plus contemporaine.

Le tourisme chrétien n'est certes pas un nouveau concept; pourquoi alors ce soudain engouement? Plusieurs raisons justifient cette croissance. Nous pouvons penser que les *baby-boomers* ne veulent plus se faire dicter leur foi et souhaitent désormais expérimenter par eux-mêmes. Aussi désirent-ils explorer des lieux sacrés, fouler des terres saintes, escalader des montagnes et traverser des déserts, découvrir de nouvelles cultures souvent indigènes, communier avec leurs semblables, aider leur prochain et vivre une expérience spirituelle de ressourcement, de recueillement, d'apprentissage et de partage. Cette nouvelle génération cherche à explorer le monde et à s'imprégner de diverses expériences transformatrices et enrichissantes.

Le tourisme religieux vit une mutation, non une rupture, et plusieurs experts prévoient que les visites aux lieux de culte évolueront plus ou moins avec la même intensité que dans le passé.

1.2 La place de la religion dans les sociétés modernes

Pour mieux comprendre le potentiel de développement du tourisme religieux chrétien, il est nécessaire de considérer la place de la religion dans les sociétés modernes.

Ces sociétés sont généralement caractérisées par la laïcité et un questionnement croissant de la pertinence des institutions et des pratiques religieuses, ce qui se traduit par la désertion des sites religieux et l'absence de participation aux services religieux. Au-delà de la recherche postmoderne de la liberté individuelle, décrite plus haut, ce sont la mondialisation, le consumérisme, la rationalité scientifique (Maguire et Weatherby, 1998) et l'éducation massive qui expliquent ces phénomènes.

Compte tenu de sa proximité géographique, de son large bassin de population chrétienne et de son potentiel de développement, nous nous sommes attardés sur l'évaluation du marché américain. En premier lieu, nous mettrons en lumière quelques statistiques sur les adhésions et les revenus des églises à travers le pays et nous vérifierons le succès des produits religieux dans les domaines des films, de la musique et des livres.

1.2.1 Le christianisme aux États-Unis

Parmi les sociétés modernes, les États-Unis sont probablement un des rares pays occidentaux où l'Église est de plus en plus présente dans la vie des gens:

- Selon le *Yearbook of American & Canadian Churches*, les Églises et les groupes religieux aux États-Unis représentent environ 340 000 établissements et 160 millions de membres. Les grandes Églises sont l'Église catholique, l'Église méthodiste unie (*United Methodist Church*), l'Église baptiste du Sud (*Southern Baptist Church*) et l'Église de Jésus-Christ des saints des derniers jours (*The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints*). La taille des congrégations varie grandement.
- Selon le Pew Forum on Religion & Public Life, la région des États-Unis qui détient la plus grande part des congrégations religieuses du pays est le Sud (36%), suivi du Midwest (23%), de l'Ouest (22%) et du Nord-Est (19%). Beaucoup de groupes religieux ont des liens à l'échelle internationale parce qu'ils appartiennent à des congrégations internationales ou parce qu'ils parrainent des missions qui fournissent des services dans d'autres pays.
- Environ 22 000 des 33 000 écoles privées aux États-Unis sont gérées par des groupes religieux. L'Église catholique dirige le plus grand réseau du pays, soit 7 400 écoles. Les baptistes en opèrent 2 200, et 4 600 écoles sont administrées par d'autres groupes chrétiens. La majorité sont des écoles primaires et ouvrent aussi leurs portes aux enfants qui n'appartiennent à aucune Église.
- Les budgets des «méga-églises²» ont augmenté de 5% de 2009 à 2010.

² Les églises qui rassemblent 2 000 participants réguliers ou plus par semaine.

- Les méga-églises sont de plus en plus populaires et leur nombre a doublé entre 2000 et 2008, passant de 600 à plus de 1 200. Ces églises ont tendance à être fortement évangélistes et leurs fidèles sont très actifs dans le recrutement de nouveaux adhérents. Le revenu moyen des méga-églises en 2008 était de plus de 6,5 millions de dollars américains, une hausse de 500 000 dollars comparativement à 2005.
- Le Religion News Service indique que les donations des dernières années défont les espérances, surtout si l'on prend en considération la récession économique qui a débuté en 2008. Les églises chrétiennes ont reçu plus de dons que toute autre organisation caritative ou sans but lucratif. À ce titre, les organisations membres du Evangelical Council for Financial Accountability (ECFA) ayant un revenu annuel de plus de 10 millions de dollars américains ont vu une augmentation des dons de 1,4% entre 2007 et 2009.
- De plus, le Pew Forum on Religion & Public Life indique qu'environ 40% des Américains disent assister aux services religieux au moins une fois par semaine.

1.2.1 Le christianisme au Canada

Selon le recensement le plus récent sur l'appartenance religieuse au Canada, réalisé en 2001, environ 77% de la population canadienne se dit chrétienne. Les catholiques romains (44% de la population) en constituent le plus grand groupe et sont suivis par les confessions protestantes (29%). Les Églises unie, anglicane, presbytérienne, luthérienne, baptiste et pentecôtiste représentent les principaux groupes protestants. De 1991 à 2001, le nombre de catholiques a progressé de 4,8%, tandis que le nombre de protestants a diminué de 8,2%.

De plus, les enquêtes nationales sur la religiosité au pays, comme celle du Pew Global Attitudes Project, indiquent qu'en moyenne, les chrétiens canadiens observent moins la pratique religieuse que les Américains, mais qu'ils sont plus ouvertement religieux que les Européens de l'Ouest. En 2002, 30% des Canadiens ont déclaré à Pew que la religion était très importante à leurs yeux, contre 33% pour les Britanniques, 27% pour les Italiens, 11% pour les Français et 59% pour les Américains.

Les provinces du Québec et de la Colombie-Britannique affichent les plus faibles taux de pratique religieuse au pays. Cela étant dit, une proportion considérable de Canadiens n'assistent pas aux services religieux, mais continuent de pratiquer leur religion en privé.

Par ailleurs, le christianisme au Canada connaît un pluralisme confessionnel renforcé par l'immigration. Ainsi, la population égyptienne au Québec et en Ontario a participé à une croissance importante de la confession copte orthodoxe en quelques décennies. De la même façon, la large population ukrainienne installée au Manitoba et en Saskatchewan a amené de nombreux adeptes des Églises catholique ukrainienne et orthodoxe ukrainienne. Le sud du Manitoba, quant à lui, a accueilli les membres de la communauté des mennonites. La concentration de ces petits groupes varie considérablement à travers le pays. Les baptistes sont

particulièrement nombreux dans les Maritimes, les luthériens le sont dans les Maritimes et les Prairies, alors que le sud-ouest de l'Ontario compte un grand nombre d'immigrants allemands et russes, dont des mennonites et des huttériens. L'Alberta a pour sa part connu une immigration importante en provenance des plaines de l'Amérique, ce qui a créé une forte minorité de mormons dans la province.

1.2.2 Le succès important des produits religieux

Le tourisme religieux ne s'est pas développé de façon isolée. Plusieurs produits à caractère religieux connaissent aussi un fort succès: les livres, la musique et les films chrétiens ont été tellement populaires durant les dernières années que les grandes sociétés commerciales de ce monde se sont intéressées à ce marché en ébullition. Les livres traitant du christianisme représentent 20% des ventes en librairie de Wal-Mart, et les ventes de la musique chrétienne surpassent celles du jazz et de la musique classique combinées. De plus, le film *La Passion du Christ* a réalisé des recettes parmi les plus élevées de tous les temps.

Il y a 20 ans, la musique chrétienne contemporaine était une industrie artisanale avec des ventes annuelles de 85 millions de dollars américains. Aujourd'hui, grâce à la production sophistiquée, le marketing et la distribution de masse, les ventes ont totalisé 720 millions de dollars américains en 2004.

En 2009, Arbitron, un organisme qui effectue des enquêtes d'écoute des radios américaines, a recensé 1 487 stations de radio religieuses, 1 507 stations de musique chrétienne contemporaine et 409 stations de gospel. Les stations religieuses, en plus de diffuser de la musique, transmettent également sur leurs ondes les sermons et les services religieux.

Cette même année, les stations de musique chrétienne contemporaine touchaient un auditoire de 16 millions de personnes alors que les chaînes religieuses attiraient plus de 8 millions d'auditeurs. Le taux d'écoute combiné de ces deux catégories de stations radio est passé de 3,7% en 2007 à 3,9% en 2008 et 4% en 2009. Et ces chiffres n'incluent pas les résultats des stations de gospel ni ceux des stations de musique contemporaine espagnole chrétienne (pour plus de détails sur la composition des auditoires et sur les taux d'écoute (voir l'annexe A).

Packaged Facts, une division de Market Research, indique que les ventes totales annuelles au détail des produits religieux (incluant livres, musique, cadeaux et cartes) totalisaient déjà environ 7 milliards de dollars américains en 2004, ce qui est au moins quatre fois plus élevé qu'en 1980.

Avec des églises boudées et une pratique religieuse en baisse, qui aurait cru que le livre *The Purpose Driven Life*, écrit par l'auteur chrétien Rick Warren, resterait sur la *New York Times Best Seller list* pour l'une des périodes les plus longues de l'histoire? À ce titre, nous pouvons également citer le livre *Conversations with God*, qui a connu un grand succès dès son apparition en 1995 et qui a été porté au cinéma en 2006. Le livre continue d'ailleurs de vivre à travers une association fondée par l'auteur Neale Donald Walsch, qui offre des cours d'évolution spirituelle

et organise des voyages de retraite.

Cette croissance a bien évidemment retenu l'attention des grandes firmes américaines, telles que les groupes EMI et Sony, ainsi que les éditeurs Time Warner, HarperCollins et Barnes & Noble, qui ont intégré une dimension religieuse à leurs produits pour mieux servir ce grandissant segment de marché. Cette distribution traditionnellement monopolisée par les librairies religieuses ou spirituelles est désormais ouverte à un large public et favorise une réintroduction de la religion et de la spiritualité dans les foyers.

Plus près de chez nous, nous pouvons constater que les librairies locales de grand public, telles que Renaud-Bray, affichent des sections «Religion et spiritualité» dans leur magasin alors qu'il y a quelques années, ce genre de livres n'étaient offerts que dans des librairies spécialisées.



Source: Amazon.fr

Le tourisme religieux a également fait son apparition dans le monde des guides touristiques. Ainsi, en 2004, le Petit Futé a sorti un livre dédié aux séjours spirituels en France. «Sa parution résulte d'un constat récurrent de la part de l'ensemble de nos auteurs dans leurs enquêtes: un accroissement du taux de visite des sites spirituels, mais aussi de demandes d'hébergement dans ces mêmes lieux», témoigne Jean-Mary Marchal, attaché de presse du Petit Futé. Édité à quelque 35 000 exemplaires, ce guide a déjà fait l'objet d'une deuxième édition ainsi que d'une version européenne. (lemonde.fr).

1.3 Le potentiel de croissance du tourisme religieux et spirituel

Le tourisme religieux est en pleine croissance et se montre résilient pendant les périodes de crise. Voici quelques constats qui témoignent de son potentiel de croissance.

1.3.1 Une dimension sociologique, culturelle et éducative

Au-delà de sa dimension spirituelle, le tourisme religieux revêt également un aspect culturel exercé par l'attrait de son patrimoine architectural, décoratif et historique. Il s'apparente aussi au tourisme éducatif ou d'apprentissage, dont la motivation principale est celle d'acquérir de nouvelles connaissances.

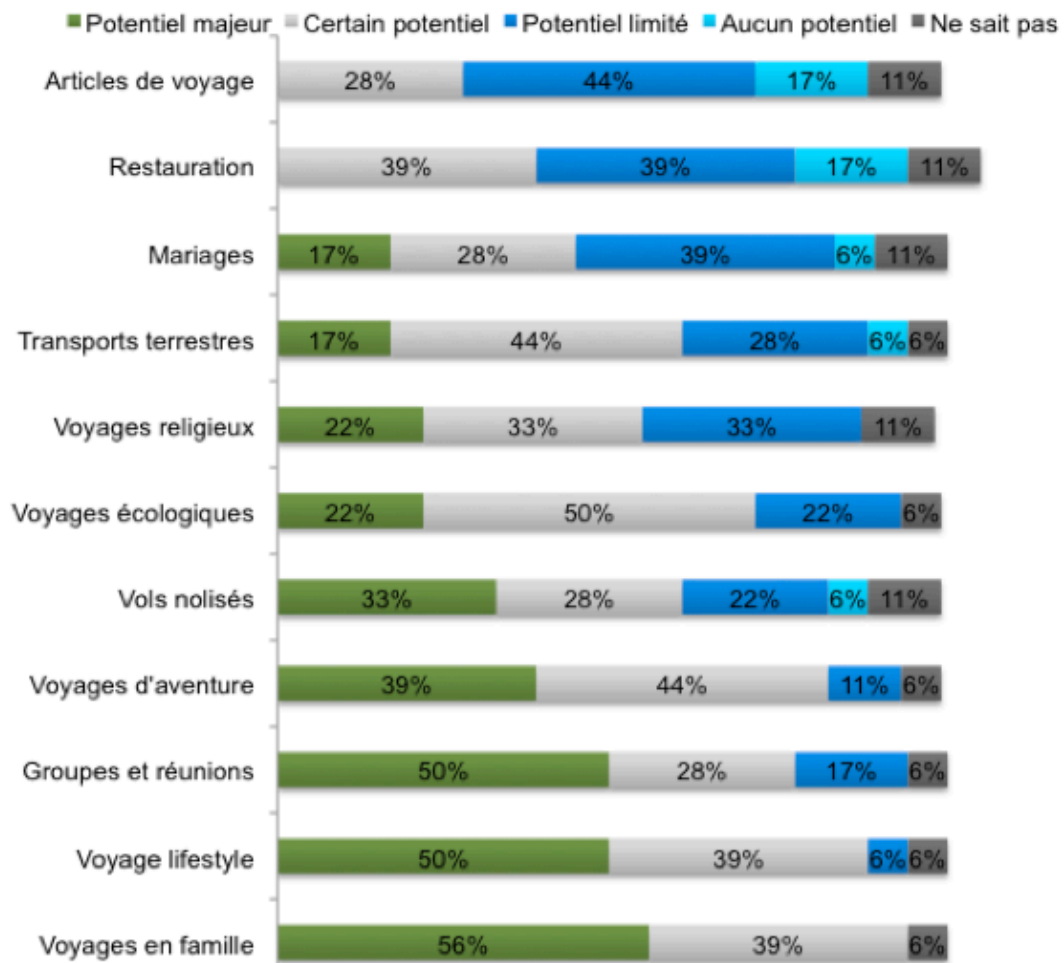
Ces deux formes de tourisme connaissent un intérêt auprès des voyageurs; selon l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le voyage culturel et patrimonial représentait en 2007 40% de l'ensemble du tourisme international, comparativement à 37% en 1995.

1.3.2 Le potentiel de croissance selon les professionnels de l'industrie

Le groupe Globus (voyagiste dont la filiale Globus Faith est spécialisée dans le tourisme religieux) estime le marché du voyage religieux aux États-Unis à environ 16 millions de personnes. De son côté, le département du Commerce américain indique qu'en 2008, plus de 900 000 Américains ont pris part à des voyages internationaux pour des buts religieux.

Plus récemment, en mars 2010, Amadeus a mené une enquête auprès de 3 000 experts en voyages, *The Amateur-Expert Traveller*. Il en ressort que les marchés de niche représentent de grandes occasions pour les agences de voyages d'accroître leurs recettes et de fidéliser leur clientèle. Les experts estiment leurs possibilités de croissance à 83% pour les voyages en famille et les voyages d'aventure, **55% pour les voyages religieux** et 45% pour les mariages (voir graphique 1).

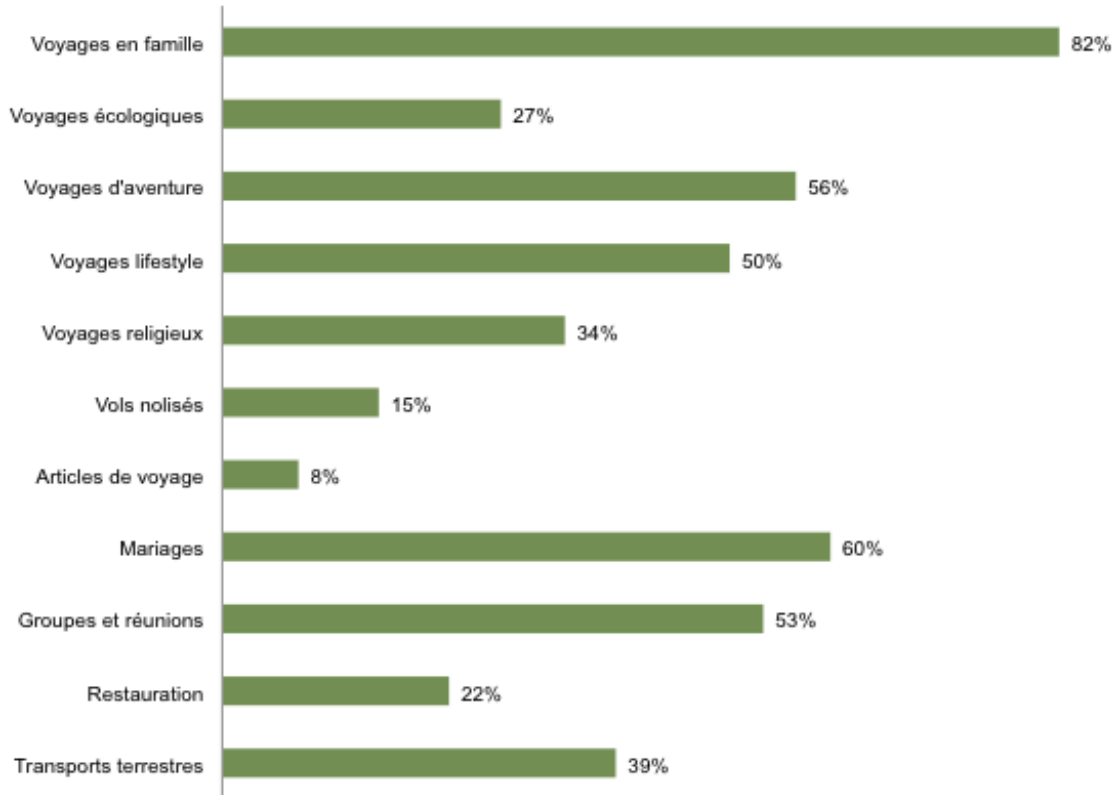
Graphique 1
Évaluation du potentiel de croissance des produits vendus par des professionnels du voyage américain



Source : Amadeus. The Amateur-Expert Traveller, 2010.

Dans l'enquête *Amadeus North America Travel Agent Survey* menée en mars 2010 et intitulée "Seizing Opportunity In The Upturn: Will Emerging Trends Boost Your Business?", 800 professionnels du voyage ont fait part des marchés et clientèles de niche qu'ils desservent ou qu'ils comptent prochainement desservir. Le tourisme religieux a été relevé par 34% des répondants, comparativement à 82% pour les voyages en famille et 27% pour l'écotourisme et le tourisme vert (voir graphique 2).

Graphique 2
Segments de niche poursuivis actuellement ou dans le futur par les professionnels du voyage américain



Source : Amadeus. *North America Travel Agent Survey «Seizing Opportunity In The Upturn: Will Emerging Trends Boost Your Business?»*

Ajoutons que le tourisme religieux est un segment qui interpelle également la clientèle familiale. Selon une étude de Ypartnership réalisée auprès de 615 enfants et adolescents américains âgés de 6 à 17 ans, les retraites religieuses sont des formules de vacances très appréciées par cette catégorie (27%), qui influence souvent le choix de la destination auprès des parents.

1.3.3 La confirmation par les enquêtes sur le consommateur

Une autre enquête, *The Voice of the Traveler survey*, menée cette fois par Travel Industry Association et Synovate auprès d'un échantillon de 1 500 adultes américains et parue en novembre 2006, révèle que:

- 25% des voyageurs se disent intéressés par des vacances spirituelles (par exemple la retraite religieuse ou le pèlerinage);
- 12% des voyageurs disent être encore plus intéressés maintenant par des vacances spirituelles qu'ils ne l'étaient il y a 5 ans;

- le voyage spirituel attire l'intérêt d'environ le tiers de chacune des tranches d'âge suivantes: 18 à 34 ans, 35 à 54 ans et 55 ans ou plus.

1.3.4 La population âgée s'élargit

Bien que la dynamique de participation aux services religieux varie beaucoup selon les églises et les régions, les Américains âgés sont plus susceptibles de se rendre à l'église que la jeune génération. Rappelons que la population américaine âgée de 65 ans ou plus devrait augmenter de plus de 35% entre 2010 et 2020, comparativement à une augmentation de 10% de la population en général.

1.3.5 La contribution des jeunes

Les sociologues religieux ont trouvé une corrélation directe entre l'engagement des jeunes et la croissance de l'adhésion aux communautés. Plus grand est cet engagement, plus grand est le développement de l'Église. Environ 60% des établissements en croissance témoignent de la forte participation des jeunes.

Paradoxalement, les jeunes religieux représentent un segment de clientèle encore méconnu, voire ignoré, par les entreprises américaines en général. C'est le constat auquel aboutit l'étude *Christian Youth in America: Companies Don't Talk to Us — But They Should* de la firme de recherche Synovate, qui s'est intéressée à la participation des jeunes à l'économie américaine.

L'enquête a été menée auprès de 800 jeunes Américains et publiée en décembre 2005. Selon les résultats, 45% des jeunes s'estiment chrétiens et se regroupent en trois catégories: les jeunes *holiday Christians*, qui ne sont pas pratiquants, les *liberal Christians*, qui sont croyants mais moins traditionnels, et enfin un nouveau segment démographique de jeunes beaucoup plus conservateurs et pratiquants, les *Christian X*.

Il a été constaté que bien que le groupe des *Christian X* dépense plus d'argent pour les concerts et le voyage, ce qui est probablement dû aux festivals chrétiens rock tenus à travers le pays, ce segment demeure non ciblé par les compagnies américaines.

Il est pourtant rare de trouver un groupe présentant des attitudes très spécifiques et des comportements semblables qui ne soit pas activement sollicité sur le plan commercial.

L'étude décrit ce groupe de jeunes comme suit:

- 30% des jeunes sont âgés de 15 à 24 ans et vont à l'église au moins une fois par semaine;
- les *Christian X* dépensent 9,5 milliards de dollars américains annuellement en magasinage et en activités liées au voyage;
- les *holiday Christians* et les *liberal Christians* sont généralement de confession catholique alors que les *Christian X* ont tendance à être principalement baptistes.

Lors de la conférence de WRTA tenue en novembre dernier à Montréal, un pasteur américain chargé de l'organisation de voyages pour sa communauté religieuse a soulevé le point des échanges qui doivent être favorisés entre les jeunes de différentes communautés, voire de différentes confessions. Selon lui, des thématiques de voyages basées sur des activités qui intéressent les jeunes, telles que le sport, peuvent être un moyen de provoquer ces rencontres. Aussi des matchs amicaux ou des compétitions sportives pourraient-ils être organisés entre des jeunes qui, en dehors des terrains de jeux, désirent également partager leur spiritualité et leurs traditions religieuses avec les autres équipes. Les jeunes membres des églises et des paroisses pourraient inviter leurs homologues à des tournois sportifs à l'occasion d'un séjour ponctué de messes, de bénévolat et de moments d'échanges religieux et spirituels.

La combinaison peut paraître hasardeuse, mais tout comme le tourisme culturel ou le tourisme d'apprentissage, le tourisme sportif et le tourisme religieux peuvent aller de paire.

1.3.6 Les programmes télévisés et radiophoniques

La multiplicité de chaînes câblées et de stations de radio par satellite simplifie la production de contenus télévisés ou radiodiffusés et les rend plus faciles à réaliser. De plus, la Interfaith Broadcasting Commission (IBC), qui compte des membres chrétiens, musulmans et juifs, prépare des programmes à contenu religieux pour les réseaux majeurs et permet ainsi une large diffusion.

2. L'offre touristique religieuse

Dans cette section, nous tenterons de dresser un portrait de l'expérience et de l'offre touristiques religieuses aux États-Unis et au Canada.

2.1 Aux États-Unis et dans l'Ouest canadien

Bien que l'image du pèlerin parcourant de longues distances dans des conditions rudimentaires ne soit plus d'actualité, les touristes religieux d'aujourd'hui continuent de visiter des sanctuaires, de se nourrir de la force des lieux sacrés et de rechercher des expériences qui les lient au divin.

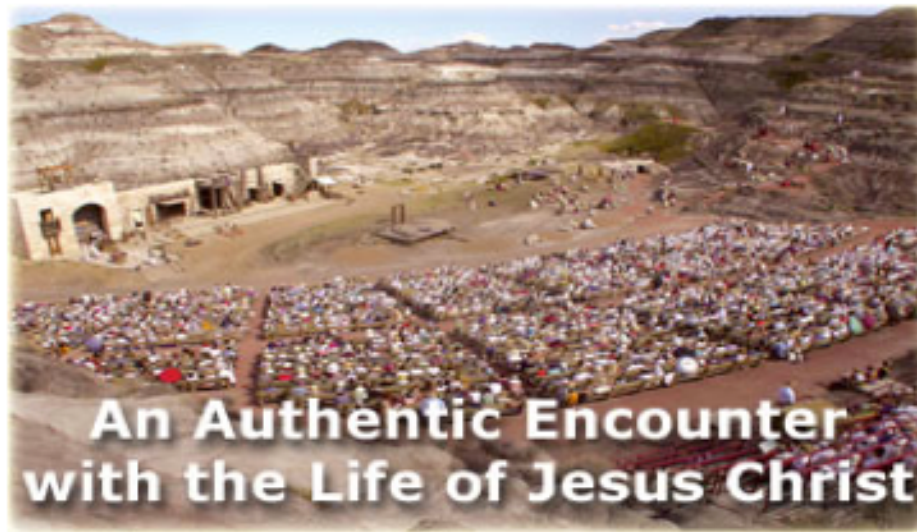
Aux États-Unis, ces expériences prennent des formes inusitées comme le **développement de parcs thématiques** (*Themed environments* ou *Christian theme sites*): de véritables musées d'histoire vivants où des spectacles et des expositions reproduisent des scènes bibliques et transportent les visiteurs hors du temps. Citons notamment [The Holy Land Experience](#) à Orlando et la Tierra Santa en Argentine, non loin de la capitale Buenos Aires, qui est le premier parc catholique thématique de ce genre en Amérique. Il existe également un projet pour un site semblable en Europe, sur l'île de Majorque. Ce projet est estimé à 10 millions d'euros et occupera une superficie de 7 hectares.

Au Canada, et plus précisément en Alberta, le spectacle [Canadian Badlands Passion Play](#), qui a célébré ses 15 ans d'existence en 2009 et qui voit sa popularité grandir au fil des ans, est le seul en son genre au pays.



Source: canadianpassionplay.com

Cette représentation dramatique de la vie, de la mort et de la résurrection de Jésus-Christ se tient dans un site naturel d'une acoustique exceptionnelle.



"One of Alberta's Top Cultural Attractions"
-Attractions Canada

"One of the Top 100 Events in North America"
-American Bus Association

2010 Finalist Alto Alberta Pride Award

Source: canadianpassionplay.com

La qualité du spectacle lui a valu le titre d'attraction culturelle numéro un de la province en 2009, ainsi qu'une place dans le classement des 100 meilleurs événements culturels en Amérique du Nord. En 2009, l'évènement a reçu 12 000 visiteurs de provenance internationale.

Le site WordSpring Discovery, situé à Orlando, se veut quant à lui une expérience multisensorielle qui raconte l'histoire de la Bible à travers des jeux interactifs, des écrans numériques et diverses conférences. Voici une [vidéo](#) qui témoigne de l'offre touristique du lieu, axée sur l'apprentissage biblique et historique ainsi que sur la découverte d'autres cultures (langues, costumes, musique, etc.).



Source: <http://www.wycliffe.org/wordspring>

WordSpring Discovery vise clairement une clientèle touristique, car il met de l'avant sa proximité avec l'aéroport international d'Orlando ainsi qu'avec diverses attractions touristiques comme Disney World, Universal Studios et SeaWorld.

Le volontourisme religieux, jonction entre le voyage et le bénévolat, fait partie des nouvelles offres. Ce type de séjour réunit le côté missionnaire, qui se traduit par l'aide des communautés visitées, au loisir dans un contexte de voyage. Par exemple, la préservation de la Tombe du jardin (*Garden Tomb*), site où Joseph d'Arimathie aurait enterré Jésus après sa crucifixion, repose presque exclusivement sur la charité et le dévouement de bénévoles chrétiens qui viennent travailler sur le site.

De façon générale, les volontouristes proviennent majoritairement de l'Europe de l'Ouest, des États-Unis et de l'Australie. Selon la Corporation for National and Community Service (CNCS), le nombre de volontouristes américains aurait dépassé 4,7 millions en 2007, dont plus d'un million aurait voyagé à l'international. Toujours en 2007, l'Université de San Diego, en Californie, a interrogé 1 400 volontouristes américains sur leur préférence en matière de destination; 35% des baby-boomers interrogés préféraient rester en Amérique du Nord.

Disney s'intéresse également au tourisme religieux. La présence de l'entreprise de divertissement fut remarquée lors de la dernière conférence sur le tourisme religieux tenue à Montréal en novembre 2010. La compagnie développe de plus en plus d'activités culturelles religieuses, comme l'évènement de musique contemporaine chrétienne [Night of Joy](#), qui se déroule chaque année au mois de septembre et qui met en vedette des *stars* du rock, de la pop et du gospel.

La **célébration des fêtes religieuses**, comme l'évènement Candlelight Processional de Disney, est devenue une tradition familiale incontournable pour de nombreux visiteurs. De célèbres narrateurs évoquent la magie de Noël en racontant l'histoire exaltante de cette fête religieuse, le tout accompagné d'un orchestre et d'une chorale. Disney profite également des célébrations de Noël pour tenir l'évènement Mickey's Very Merry Christmas Party, qui englobe une programmation diverse allant des feux d'artifice aux défilés en passant par l'apparition du père Noël. L'expérience traduit l'enchantement et l'esprit de partage de la fête de Noël. Des forfaits familiaux et de groupe sont offerts pour commercialiser cette expérience.

La célébration du Mardi gras, qui se tient une semaine avant le carême, demeure une **festivité religieuse** célébrée dans certaines régions des États-Unis. Au départ, il s'agissait d'une fête catholique française, ce qui explique la continuation de sa commémoration au sein de la communauté ethnique francophone. D'ailleurs, en raison de sa forte popularité à la Nouvelle-Orléans, on associe maintenant le Mardi gras à cette ville. Plusieurs touristes se déplacent pour prendre part aux festivités. Depuis peu, plusieurs autres villes américaines n'ayant pas forcément d'héritage français ont institué une célébration du Mardi gras.

Dans un tout autre registre, des offres touristiques permettent de visiter des **villages mormons** pour apprendre et expérimenter le style de vie de ces communautés religieuses très souvent recluses. The Amish Experience, un centre interprétatif et touristique, en est un exemple. Il offre des visites guidées ainsi que des séjours dans trois communautés différentes.



La relaxation et l'enseignement spirituel vont de pair dans les **croisières religieuses**. Ces vacances thématiques à bord d'un navire offrent diverses activités, comme l'étude de la Bible, des séminaires religieux, des services de prière et des séances de chants liturgiques et sacrés. Il existe des croisières qui incorporent quelques thèmes chrétiens dans leur itinéraire, tandis que d'autres sont strictement axées sur la religion. Le navire est alors entièrement aménagé en conséquence. Par exemple, le bar ne sert que des breuvages non alcoolisés, l'argent du jeu au casino va à des organismes de charité chrétienne et les boutiques de cadeaux vendent des bibles et des souvenirs religieux.

Source: cruises.lovetoknow.com

Les itinéraires les plus populaires pour les croisières chrétiennes sont les Caraïbes, les Bahamas et l'Alaska, bien que la Méditerranée, le Mexique et Hawaï en offrent également.

Plusieurs agences de voyages ont ciblé ce segment de marché. C'est notamment le cas de Premier Christian Cruises, All Christian Cruises, Christian Travel Finder, Christian Cruises, Matter of the Heart et Inspiration Cruises. Cela dit, des compagnies de croisières moins spécialisées, telles que Carnival Cruise Line, Holland America Cruise Line, Royal Caribbean Cruises et Princess Cruises, offrent fréquemment des croisières à thème religieux.

Les **visites de cimetières** exposent elles aussi à un héritage religieux, historique, artistique et social, et permettent de jouir d'une meilleure compréhension des traditions, des rituels et des croyances des communautés visitées. Les cimetières sont les gardiens de la richesse d'une mémoire collective, et certains se distinguent par l'originalité des activités qu'ils proposent. À titre d'exemple, le cimetière de Nashville aux États-Unis organise des visites historiques, Living History Tours, animées par des guides costumés en personnages d'antan. Premiers colons, soldats, maires, artistes et autres citoyens éminents ou ordinaires de toutes les époques jouent la visite-spectacle. Le cimetière Evergreens, dans l'État de New York, propose des visites guidées

sous des thématiques très variées allant des tours militaires de la guerre de Sécession à l'observation des oiseaux, surtout pendant les périodes migratoires.

2.2 Au Québec

Le Québec jouit d'un important patrimoine religieux, très riche et varié. En dresser une liste exhaustive serait difficile, mais voici quelques points forts qui le caractérisent.

2.2.1 Des lieux de culte

- Le Québec compte 4 des 5 sanctuaires nationaux du Canada. On y trouve l'Oratoire Saint-Joseph du Mont-Royal à Montréal, l'Ermitage Saint-Antoine du Lac-Bouchette au Saguenay-Lac-Saint-Jean, le Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap à Trois-Rivières et le Sanctuaire Sainte-Anne-de-Beaupré à Québec. Ces 4 lieux de culte attirent ensemble chaque année quelque 3 millions de visiteurs, ce qui en fait la première attraction touristique du Québec. L'Oratoire à lui seul reçoit environ 1,8 million de visiteurs.
- La basilique Notre-Dame, à Montréal, est reconnue pour son style néogothique et réputée pour son décor intérieur polychrome ainsi que la richesse de son ornementation. Elle renferme l'orgue Casavant (1891), un des plus imposants en Amérique.
- La basilique Saint-Patrick, première église catholique anglophone de Montréal, possède une décoration d'inspiration gothique et l'une de ses cloches a été coulée en 1774.
- La basilique-cathédrale Marie-Reine-du-Monde est une réplique (en plus modeste) de Saint-Pierre de Rome à Montréal. Sous la coupole se dresse une reproduction du baldaquin de Bernini, et la chapelle mortuaire contient les dépouilles des évêques de Montréal.
- La basilique-cathédrale Notre-Dame-de-Québec, sise au cœur des fortifications construites par Champlain en 1633, accueille dans sa crypte les évêques de Québec et quatre gouverneurs de la Nouvelle-France.
- L'abbaye Saint-Benoît-du-Lac, en Estrie, est administrée par des moines bénédictins venus de France. Plusieurs réunions de prière des moines sont encore chantées en latin et en grégorien.
- L'abbaye Val-Notre-Dame, dans Lanaudière, au pied de la Montagne-Coupée, est située dans un cadre enchanteur. C'est un monastère lumineux aux lignes sobres et avant-gardistes.

2.2.2 Des chemins de pèlerinage

Plusieurs chemins de pèlerinage ont été développés durant les dernières décennies au Québec.

- Le chemin des Sanctuaires, qui relie l'Oratoire Saint-Joseph (Montréal) au Sanctuaire Sainte-Anne-de-Beaupré (Québec): Ce parcours de 375 km existe depuis 1999 et se

marche en 18 jours. Le pèlerin y croise quelques églises et autres lieux de pèlerinage, soit le Sanctuaire Sainte-Marguerite-D'Youville à Varennes, le Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap au Cap-de-la-Madeleine et le Montmartre canadien à Québec.

- Le chemin des Sanctuaires de Montréal: Élaboré en 2006, ce parcours de 60 km représente 5 jours de marche. Il commence à l'Oratoire Saint-Joseph et prend fin au Sanctuaire de la Réparation au Sacré-Cœur, à Pointe-aux-Trembles. Ce trajet permet de voir une cinquantaine d'églises de différentes dénominations chrétiennes.
- Le chemin des Navigateurs: Créé il y a 3 ans, ce trajet s'étend sur plus de 400 km et 21 jours. Il longe le fleuve Saint-Laurent en traversant la région du Bas-Saint-Laurent, du Sanctuaire de Sainte-Anne de la Pointe-au-Père (Rimouski) jusqu'à la basilique de Sainte-Anne-de-Beaupré. On y croise de pittoresques églises de village.
- La route des Clochers: 10 magnifiques églises accueillent les pèlerins le long de ce parcours de 150 km dans la MRC de Bécancour. De nombreuses richesses patrimoniales et culturelles y sont à découvrir.
- Le sentier Notre-Dame Kapatakan, ou petit Compostelle régional du Saguenay–Lac-Saint-Jean: Ce trajet de 215 km s'étend de Notre-Dame-du-Saguenay, de Rivière-Éternité, à Notre-Dame-de-Lourdes, de l'Ermitage Saint-Antoine de Lac-Bouchette. Plusieurs étapes y sont proposées à travers villes et villages, permettant la découverte des lieux de spiritualité ainsi que de la nature et de la culture de la région.

2.2.3 Des musées

Le Musée des hospitalières de l'Hôtel-Dieu de Montréal, inauguré en 1992, introduit l'histoire des hospitalières de Saint-Joseph et celle de l'Hôtel-Dieu, fondé par Jeanne Mance en 1642. Les religieuses de l'ordre des Hospitalières de l'Hôtel-Dieu furent les premières missionnaires à se présenter à Montréal. Le musée tient une exposition permanente et un programme temporaire qui mettent en valeur des thèmes liés à l'histoire, à la médecine et à l'art religieux.

2.2.4 Des fêtes religieuses à redécouvrir

Traditionnellement célébrée avec beaucoup de gaieté en Nouvelle-France, la Mi-Carême tire ses racines du Moyen Âge. Trois villages en perpétuent encore la tradition: il s'agit de Fatima, aux Îles-de-la-Madeleine, de L'Isle-aux-Grues, sur la Côte-du-Sud, et de Natashquan, sur la Côte-Nord. Encore aujourd'hui, les participants aux festivités de ces trois villages circulent déguisés de maison en maison. La fête de Mummering, à Terre-Neuve-et-Labrador, et celle du Mardi gras, en Louisiane, sont des exemples de célébrations qui ont des caractéristiques semblables à la Mi-Carême au Québec. Un livre basé sur un travail de recherche d'une journaliste raconte cette tradition religieuse québécoise. Le livre, paru aux éditions Les 400 coups, s'intitule *Mi-carême: Une fête québécoise à redécouvrir*.

Bien que les fêtes religieuses puissent représenter un potentiel touristique, elles dépendent du calendrier chrétien et se placent ainsi dans une fragilité saisonnière. Notons que la condition

climatique des lieux de pèlerinage ainsi que le calendrier de travail et scolaire de la population accentuent aussi cette saisonnalité.

2.2.5 Un patrimoine funéraire religieux

Les cimetières abritent des monuments funéraires d'une grande valeur historique, sociale, architecturale et artistique. « À Québec, le cimetière Beth Israël Ohev Sholom et, à Montréal, les cimetières Notre-Dame-des-Neiges et Mont-Royal sont désignés comme des lieux historiques nationaux par la Commission des lieux et monuments historiques du Canada. Même si ces désignations ne sont pas accompagnées d'une obligation juridique de protection, elles créent une pression morale sur leurs propriétaires et sur les gestionnaires publics» (Publications commission des biens culturels Québec.)

2.2.6 Une figure historique religieuse et mystique

La récente canonisation du saint frère André a donné de la visibilité au Québec comme destination religieuse riche d'un patrimoine historique culturel et architectural. Les médias internationaux publics et spécialisés ont largement couvert l'évènement. Des communautés religieuses ont aussi célébré la cérémonie; la cathédrale de Santiago, au Chili, a notamment tenu une messe en l'honneur de cette canonisation.

L'existence d'un leader religieux, spirituel ou mystique dans une destination religieuse facilite l'exercice d'élaboration d'histoires, aussi appelé *storytelling*. L'aura de la personnalité cristallise davantage le lieu dans les mémoires et donne plus d'ampleur, de véracité et d'authenticité aux récits.

3. Le touriste religieux

Une étude réalisée en 2007 par Menlo Consulting Group pour le compte de Globus décrit le profil et les préférences de voyage du touriste religieux. Voici ce qui s'en dégage.

3.1 Le profil sociodémographique du touriste religieux

La majorité des voyageurs religieux sont instruits: plus de 60% ont terminé des études collégiales ou universitaires. Plus de la moitié ont un revenu de ménage de plus de 75 000\$ US, et 70% sont mariés.

Plusieurs tranches d'âge s'intéressent au voyage religieux, et les voyageurs potentiels sont légèrement plus jeunes que les voyageurs d'il y a quelques années. La majorité de ces derniers étaient âgés de 45 à 75 ans alors que les voyageurs potentiels ont aujourd'hui entre 35 et 74 ans.

3.2 Les préférences en matière de voyage

- 7 touristes religieux sur 10 optent d'abord pour un court séjour (8 à 10 jours).
- 54% des gens intéressés par le tourisme religieux considèrent Israël comme la destination n° 1; 41% pensent à l'Italie.
- 63% des touristes utilisent un agent de voyage.
- Ils dépensent en moyenne de 1 500 à 2 999\$ US par voyage.
- 55% des clients de Globus (incluant Cosmos, Monograms et Avalon Waterways) sont accompagnés d'un ami; 43% le sont par leur conjoint.
- 18% en sont à leur premier voyage international.
- 1 personne sur 3 fait partie d'un groupe organisé.
- 3 personnes sur 10 suivent un itinéraire prédéterminé.
- 4 voyageurs sur 5 ayant déjà fait du tourisme religieux seraient prêts à répéter l'expérience.
- Les touristes recherchent l'équilibre entre les activités religieuses et non religieuses.
- La plupart veulent visiter des endroits associés à leur propre religion et assister à des services religieux.
- 2 sur 3 se disent actifs au sein de leur communauté religieuse et assistent régulièrement aux offices, et près de la moitié font du bénévolat dans leur communauté locale.
- 75% des personnes intéressées par le tourisme religieux veulent partager leur foi avec d'autres qui ont les mêmes intérêts, donc dans des groupes.

4. Des conditions *sine qua non* pour un voyage religieux réussi

Le voyageur religieux a des attentes bien spécifiques quant à la qualité de la prestation, la programmation, l'organisation, voire la distribution de ce type d'offre touristique.

4.1 La qualité de l'expérience, un point déterminant

Pour les touristes religieux, la qualité de l'expérience vécue lors du voyage est cruciale. Autant ils sont indulgents pour le prix, autant ils ont de grandes attentes quant à l'itinéraire, aux activités et à la compétence des guides-accompagnateurs.

En effet, l'aspect fondamental de l'apprentissage dans le tourisme religieux fait en sorte que les guides-animateurs qui accompagnent les touristes religieux font souvent partie d'ordres religieux ou détiennent une formation en théologie, en anthropologie, en architecture, en psychologie, en philosophie ou en conservation du patrimoine. Dans certains cas, ils peuvent aussi avoir une expérience de vie qui témoigne de leur profonde spiritualité ou de leur réalisation de soi.

Deux personnalités religieuses américaines chargées de l'organisation de voyages religieux pour leur communauté ont témoigné de leur expérience d'élaboration d'itinéraire lors de la conférence de WRTA en novembre dernier à Montréal. Selon eux, le voyage religieux ne doit surtout pas se limiter à la visite d'églises. Les membres de leur communauté aiment prendre part à des dévotions avec les locaux, communier avec eux et profiter de moments d'échange et de partage. Ils aiment aussi accomplir des tâches de bénévolat comme la distribution de soupes populaires, des corvées, etc. L'expérience touristique devient alors un moment de rapprochement avec l'autre pour une meilleure compréhension de sa propre spiritualité.

De façon générale, les touristes religieux cherchent à combiner les activités de pratique religieuse, de ressourcement ou méditatives à diverses actions, comme le bénévolat au sein des communautés d'accueil ou la visite culturelle des régions visitées.

Avides d'apprendre un maximum et de vivre des expériences enrichissantes tout au long du voyage, les touristes religieux s'attardent énormément à l'itinéraire et à son horaire, qu'ils considèrent d'ailleurs comme plus importants que le niveau de luxe de l'hébergement. Souvent, ils aiment être hébergés dans des sites religieux ou spirituels propices à une immersion totale. À ce titre, plusieurs abbayes, monastères et centres de ressourcement offrent de l'hébergement aux pèlerins et à leurs visiteurs. Au Québec, l'abbaye Val-Notre-Dame, l'abbaye de Saint-Benoît-Du-Lac et l'Ermitage Saint-Antoine de Lac-Bouchette, pour ne nommer que ceux-là, offrent de l'hébergement sur leur site.

4.2 Le désir de ne pas faire affaire avec n'importe qui ni n'importe comment

Le besoin de vivre une belle expérience de voyage pousse les consommateurs du tourisme religieux à choisir des agences de voyages dont la réputation est solide ou celles qui leur sont recommandées par leurs congrégations, leurs amis ou autres.

Dans ce segment de marché, les liens professionnels sont basés sur une relation de confiance qui se bâtit dans le temps. Cette dimension humaine fait en sorte que les transactions sont gérées de personne à personne et qu'il y a peu d'achats en ligne de ce type de voyages.

Il existe une grande subtilité dans la façon d'approcher les personnalités religieuses qui organisent des voyages pour le compte de leur communauté. Un pasteur et un révérend américains en témoignaient lors de la dernière conférence de WRTA. Ayant eux-mêmes souvent organisé des voyages pour leur congrégation pendant des années, ils ont dit apprécier que leur fournisseur ait un grand sens de l'écoute, qu'il connaisse la structure, l'histoire et la mission de leur congrégation, qu'il comprenne leurs besoins et qu'il leur accorde un service personnalisé.

Un réseautage efficace et la construction d'une image professionnelle deviennent des éléments fondamentaux dans le développement de ce marché de niche.

Les touristes qui achètent un forfait auprès des agences de voyages aiment aussi ce caractère exclusif souvent traduit par l'organisation de voyages de petits groupes permettant une ambiance favorable à l'apprentissage, au partage et à la relaxation.

4.3 L'importance d'avoir le mot juste

Le tourisme religieux s'adresse à un large spectre de voyageurs aux motivations aussi diverses que personnelles. Le message des destinations sites religieux doit donc prendre en considération ce caractère distinctif de ce segment de marché. Dans cette optique, voici quelques règles de conduite à respecter:

- Éviter de parler de «tourisme religieux» dans les messages de commercialisation. Lier l'activité commerciale du tourisme à la pratique religieuse peut déplaire à un certain auditoire qui ne tolère pas le mélange du profane et du sacré. Plus encore, dans la littérature théorique, certains scientifiques rejettent le terme «tourisme religieux» en argumentant que le tourisme laïc n'existe pas! Le but n'est pas de susciter un débat intellectuel, mais bien de sensibiliser à l'effet des mots. L'expression «voyage religieux» est un peu mieux acceptée, car elle fait moins référence à l'aspect mercantile de l'expérience.
- Éviter de confiner cette forme de tourisme à un cadre strictement religieux. L'utilisation de certains termes permet d'en adoucir le concept et d'atténuer la stigmatisation religieuse. Ces formules clés peuvent ressembler aux formulations suivantes: «enrichir sa vie», «bâtir un esprit de groupe ou de communauté», «approfondir sa foi», «créer des liens», «découvrir l'histoire», «partager». En anglais,

on pourrait dire «*explore the wonders of the past*», «*history and tradition*», «*experience*», «*journey*», «*trail*», etc.

- Le voyage religieux peut être commercialisé comme une autre forme de tourisme culturel et historique ou d'apprentissage, c'est-à-dire en l'intégrant à la vie de tous les jours.

5. De nouvelles destinations s'intéressent au tourisme religieux

Motivées par la croissance de ce marché de niche, qui figure parmi les plus rapides du tourisme, de nombreuses destinations proactives et non traditionnellement engagées dans le segment religieux lancent déjà des plans d'action pour participer à ce mouvement d'effervescence. En voici quelques exemples.

5.1 La Suisse

Le tourisme religieux en Suisse se traduit, entre autres, par une offre hôtelière spécialisée. En effet, le pays connaît un miniboum dans l'hôtellerie chrétienne. L'Association of Christian Hotels (VCH) compte maintenant 53 hôtels suisses. Les membres sont des établissements d'une à quatre étoiles, y compris des hôtels urbains chics, des pensions et des stations de vacances. Le **label C** marque une gestion chrétienne où parfois les prières sont de mises au repas. L'association, fondée en 1895, n'a jamais eu de bureaux officiels, mais aujourd'hui elle se permet de recruter un directeur général en la personne de M. Pfleiderer. Selon lui, tandis que l'industrie hôtelière suisse a perdu entre 5 et 12% de ses ventes pendant la crise financière, les hôtels chrétiens du pays ont réalisé des profits. Au cours des 2 dernières années, les ventes ont connu une hausse de 2%, affichant un chiffre d'affaires record en 2010: 93 millions de francs suisses.

L'Office du tourisme de la Suisse met également beaucoup d'accent sur son héritage chrétien et catholique. Aussi met-il de l'avant l'abbaye bénédictine baroque de Saint-Gall, qui figure depuis 1983 sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO et qui abrite l'une des plus riches bibliothèques du monde, visitée par environ 100 000 personnes par année. L'Office du tourisme met également l'accent sur le Musée international de la réforme, à Genève, qui met en scène l'histoire de la Réforme protestante.

5.2 Les Bahamas

L'Office du tourisme des Bahamas fait du tourisme religieux un vrai cheval de bataille. Il a été le premier organisme de promotion de destination à créer un poste de **directeur de tourisme religieux**. Il mise énormément sur la foi des habitants de l'île pour promouvoir la destination comme un lieu idéal de voyage, où l'immersion et l'échange spirituel sont omniprésents.

L'Office vise particulièrement les marchés de groupes et travaille directement avec les églises et les lieux de cultes ayant des liens avec des congrégations internationales, plus particulièrement aux États-Unis.

L'organisme de promotion touristique invite régulièrement les leaders des méga-églises et des personnalités influentes auprès des communautés chrétiennes afin d'établir des partenariats stratégiques. Récemment, ces dignitaires religieux se sont engagés à tenir un évènement

religieux ainsi que des conférences et des colloques religieux aux Bahamas. L'État de la Floride est la principale source de touristes religieux sur l'archipel, et les dirigeants ont l'ambition d'être plus actifs sur le plan du développement international. Voici une [vidéo](#) qui témoigne des ambitions de l'Office dans ce segment de marché:

http://www.youtube.com/watch?v=DKQtRaV27q8&feature=player_embedded#at=97

5.3 L'Arménie, Chypre et la Jordanie

Ces destinations ont toutes en commun un riche passé historique et culturel et possèdent d'importants sites de pèlerinage dans plusieurs religions. L'Arménie, où l'on trouve le mont Ararat, est la première nation ayant adopté le christianisme comme religion, en 301 av. J.-C. Chypre, où s'est tenue en 2006 la première conférence sur le tourisme religieux (CORET), a depuis rapidement gagné en popularité, tant auprès des chrétiens que des musulmans. Près de 100 000 personnes la visitent chaque année pour des motifs religieux. La Jordanie a quant à elle connu un boum depuis la dernière décennie. Son offre de produits s'adressant tant aux chrétiens, qu'aux musulmans et aux juifs en fait une destination très riche. L'Office du tourisme de la Jordanie a été parmi les premiers à produire des brochures et du matériel promotionnel, notamment Web, entièrement consacrés au tourisme religieux.

5.4 Le Liban

Enfin, le Liban propose depuis peu une nouvelle stratégie touristique axée sur la religion en misant sur des sites sacrés pour les chrétiens et les musulmans. À la fin de septembre 2009, le ministère du Tourisme a produit un film sur ces nombreux sites religieux, *The Paths of Faith*, ainsi qu'un livre sur 20 routes menant à des sites sacrés, tant chrétiens que musulmans.

6. Conclusion

La religiosité n'est pas fondamentalement en déclin, mais tend plutôt à se désinstitutionnaliser. La constante consommation de produits religieux catholiques témoigne de cette continuité avec l'émergence d'une nouvelle forme de spiritualité plus centrée sur l'individu que sur le dogme.

Suivant le pas, le tourisme religieux mute aussi et n'est plus essentiellement centré qu'autour du pèlerinage, comme jadis, mais intègre de nouvelles formes d'expériences contribuant à l'élévation spirituelle des individus et à la découverte de sites historiques.

Ce segment de marché est en forte croissance et a montré une grande résilience devant la récente crise économique. Il offre également un bon potentiel de développement pour certaines destinations, qui répondent à l'appel en créant de nouvelles offres de voyages et en se construisant une image de marque d'excellence dans le secteur.

Plusieurs paramètres contribuent à l'essor de ce segment de marché, notamment sa large portée démographique, vu qu'il s'adresse à différents groupes d'âge. Sa polyvalence et sa diversité aussi le rendent attrayant, car à la différence d'autres secteurs de l'industrie du voyage, la nature et la gamme de ce type de vacances incluent: du volontourisme, des pèlerinages, des croisières, des safaris, des activités culturelles et du voyage d'affaires. Sa clientèle loyale, qui a tendance à répéter l'expérience, contribue également à son essor. De plus, sa popularité auprès des voyageurs de groupe lui confère une position privilégiée chez les voyagistes.

Au Québec, un travail d'amont de veille et de prise de connaissance des exemples de bonnes pratiques est essentiel pour appréhender et saisir l'esprit de ce nouveau marché. Cette étape est préalable à la mise en place d'un plan d'action concerté entre les administrateurs des lieux de culte et des événements religieux ainsi que les intervenants touristiques. Cela passe aussi par le ciblage de lieux stratégiques, où il faudra construire une expérience de voyage globale, intelligente et homogène à travers le territoire. Le choix des canaux de distribution et de commercialisation représente également un enjeu de taille dans ce segment où le contact personnel demeure très important.

Bibliographie

- Amadeus North America Travel Agent Survey : "[Seizing Opportunity In The Upturn: Will Emerging Trends Boost Your Business?](#)",
- Amadeus. « [The Amateur-Expert Traveller](#) »
- Billy, Julien. « tourisme ou pèlerinage : tous les chemins mènent à Saint-Jacques », leprogres.fr, 6 novembre 2010.
- CANONIZACIÓN HERMANO ANDRÉS, CSC. « [Misa en la Catedral de Santiago, Celebración con la Congregación de Santa Cruz en Chile](#)».
- Chelini J et Branthomme H. « Les chemins de Dieu : Histoire des pèlerinages chrétiens des origines à nos jours », Édition Hachette, 1982, p 429.
- Chhatlani, Jennifer. Communiqué de presse : « [Christian youth in America: "Companies don't talk to us — but they should" study illustrates key findings on new demographic](#) », synovate.com, 21 décembre 2005.
- [Christian Cruise Vacations](#), cruises.lovetoknow.com, consulté le 15 mars 2011.
- Clark, Warren. « [Religion – évolution de la pratique religieuse au Canada](#)» Statistique Canada, printemps 2003.
- Clark, Warren et Schellenberg, Grant. « [Les Canadiens et la religion](#) ». Statistique Canada, Été 2006.
- Communiqué de presse. « Faith-Based Travel Industry Attracts More Tourism Boards », prweb.com, 29 juin 2007.
- Defrance , Anne-Lise. «[Le tourisme religieux attire de nouveaux adeptes](#)» Lemonde.fr, 22 août 2005.
- « [Faith-Based Vacations Mean Opportunity for Agents](#) », travelbug101.com
- First research : « Churches & Religious Groups », 20 décembre 2010.
- Geotourisme, « [Le Tourisme religieux en France, en Europe et dans le Monde](#) », geotourweb.com, consulté le 15 mars 2011.
- Giguère, lise. « [La mi-carême: un rituel venu du Moyen Âge!](#) », canoe.ca, consulté le 10 mars 2011.
- « International religious leaders eye Bahamas ». tourismtoday.com, consulté le 15 mars 2011.
- Jamaa, Siham. « [Nouvelles tendances et pratiques pour le tourisme catholique](#) », veilletourisme.ca, 9 juin 2010.
- Jamaa, Siham. « [Tourisme culturel et patrimonial, un produit en croissance à travers le monde](#)», veilletourisme.ca, 5 janvier 2011.
- Jamaa, Siham. « [Le tourisme volontaire, ça ne se passe pas qu'en Afrique!](#)», veilletourisme.ca, 2 décembre 2009.
- Jamaa, Siham. « [Consécration des saints et popularité des sanctuaires](#)», veilletourisme.ca, 10 juin 2010.
- Knyszewski, Zygmund. «[Les aspects du tourisme religieux en France](#)», Agencja kanon & UIA Working Programme "Spiritual Places", 2004. Consulté le 15 mars 2011.
- Korngold, Honnie. « [Christian Travel is not Only for Missionaries - The Explosive Growth of Faith-Based Travel](#) », faithtravel.net, janvier 2011.
- Koumelis, Theodore. « [The anatomy of kids' vacation memories](#)», traveldailynews.com, 20 janvier 2011.

- [L'origine de la mi-carême](#), micareme.ca, consulté le 10 mars 2011.
- Meier, Von Michael. « [Christian Hotels Flourish In Switzerland](#) », tagesanzeiger.ch, 7 janvier 2011
- Menlo Consulting pour Globus faith, « Religious Travel Study », 2007.
- Mombelli Armando. « [L'abbaye de Saint-Gall et sa « pharmacie de l'esprit »](#) », swissinfo.ch, 4 septembre 2009.
- Publications de la commission des biens culturels Québec « [Le cimetière patrimonial: un cadre de référence](#) », consulté le 15 mars 2011.
- Radio Today series : « [Radio Today 2010. How America listens to radio](#) ». Arbitron.com, édition 2010.
- Saltzman, Dori. « [Faith-Based, Religious Travel Strong and Growing](#) », travelmarketreport.com, 15 novembre 2010.
- Stanculescu, Gabriela Cecilia et Tirca, Alexandra-Maria. « Implications of commercial activity within monastic settlements as a way to maintain the sustainable development of religious tourism in Romania », février 2010.
- Symonds, William C. « [The Fashion of the Christ](#) », businessweek.com, 23 mai 2005.
- Synovate et Travel Industry Association : [TIA'S Voice of the Travel Survey](#), 22 novembre 2006.
- « [TIA Reports North American Vacation Trends](#) », hotelexecutive.com, 27 novembre 2006.
- Tourism review. « Emerging yet lesser known destinations for the 21st century religious traveller », décembre 2009.
- Tremlett, Giles. « [Welcome to Holy Land – Europe's first Christian theme park](#) », guardian.co.uk, 12 septembre 2010.
- Triantafyllidou Amalia, Koritos Christos, Chatzipanagiotou Kalliopi et Vassilikopoulou Aikaterini. « Pilgrimages : the « promised land » for travel agents ? », 20 juillet 2009.
- [Un projet de parc d'attraction chrétien en Europe](#), slate.fr, 13 septembre 2010
- World Cruise. « [Christian Theme Cruises – Religious Atmosphere in a Different Way](#) », worldcruiseholidays.com, consulté le 15 mars 2011.
- *Yeoman, Ian*. «The Religious or not so Religious tourist in 2030 », ehotelier.com, 26 mai 2008.

Sites Web

- [Abbaye Val-Notre-Dame](#). www.abbayevalnotredame.ca
- [Abbaye de Saint-Benoît-Du-Lac](#). www.st-benoit-du-lac.com
- Bonjour Québec. www.bonjourquebec.com/
- Chemin des sanctuaires. <http://www.chemindessanctuaires.org/>
- Conversations with God, <http://www.cwg.org/>
- [Ermitage Saint-Antoine de Lac-Bouchette](#). www.st-antoine.org/
- Le Musées des Hospitalières de l'Hôtel-Dieu de Montréal. <http://www.museedeshospitalieres.qc.ca/>
- Mardi Gras New Orleans <http://www.mardigrasneworleans.com/>
- Pew Forum on Religion & Public Life www.pewforum.org
- [Religious Tourism in the Bahamas](#) http://wn.com/Religious_Tourism_in_the_Bahamas

- The amish expérience. <http://www.amishexperience.com/>
- Walt Disney World. [Holidays Around The World - Candlelight Processional](#)
- Walt Disney World. [Night of Joy](#)
- WordSpring Discovery Center (www.wycliffe.org/wordspring)

Annexe A

Décomposition du taux d'écoute et de l'auditoire des stations de radio religieuses et de musique chrétienne contemporaine aux États-Unis selon Arbitron

Les femmes représentent 60% de l'auditoire des stations religieuses. Plus de la moitié de l'auditoire total est âgé de 55 ans ou plus, et 70%, de 45 ans ou plus.

Pour ce qui est des stations de musique chrétienne contemporaine, environ 64% des auditeurs ont entre 25 et 54 ans, et presque la moitié est âgée de 35 à 54 ans. Cela dit, l'auditoire devient progressivement plus vieux étant donné que le segment des 45 ans ou plus est passé de 37% à 43% au printemps 2005 et que celui des 35 à 44 ans a baissé, passant de 28% à 22%.

Le taux d'écoute, se décompose comme suit:

Taux d'écoute des stations de musiques chrétiennes contemporaines aux États-Unis en 2010

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Stations de musique chrétienne contemporaine	1,9%	2,2%	2,3%	2,4%	2,2%	2,5%	2,7%
Stations religieuses	n/a	n/a	n/a	1,5%	1,5%	1,4%	1,3%
Total	1,9 %	2,2 %	2,3 %	3,9%	3,7%	3,9%	4%

Source: [Radio Today 2010. How America listens to radio](#)