

# La Perception De La Compétitivité Des Destinations Par Les Touristes

Verrel Wyatt

Nantes Université

Email: [wyatt52@gmail.com](mailto:wyatt52@gmail.com)

## Abstract

Sur la base d'une revue de la littérature académique, cette étude identifie certains des facteurs et indicateurs les plus fréquemment mentionnés dans le domaine de la compétitivité d'une destination touristique pour concevoir une enquête menée par la suite auprès des touristes à Cancun, au Mexique. Une analyse factorielle exploratoire a été réalisée avec les données collectées ; le résultat a été la réduction de douze facteurs de compétitivité les plus couramment mentionnés dans la littérature académique à cinq : marketing et attractions de la destination, gestion et sécurité de la destination, patrimoine culturel, adoption des TIC et transport. L'étude confirme les apports de plusieurs travaux sur le sujet alors que certaines autres hypothèses communes trouvées dans la littérature n'ont pu être corroborées.

*Keywords:* Destination, compétitivité, tourisme, image, facteur exploratoire.

## A. INTRODUCTION

Les discours académiques, politiques, technologiques et commerciaux incluent fréquemment le terme de compétitivité appliqué dans les études sur les pays, les régions, les industries et les entreprises. 128 publications institutionnelles et académiques sur le sujet ont été initialement rassemblées ; après un examen préliminaire, 37 œuvres ont été retenues pour être incluses dans l'étude. La plupart des modèles théoriques de compétitivité touristique analysés accordent peu d'attention académique à l'acteur principal du système touristique : le touriste. Des parties importantes des études examinées reposent sur des statistiques fournies par des organismes nationaux et internationaux ou sur des enquêtes et des entretiens avec des responsables de l'industrie, des cadres, des étudiants diplômés et des universitaires. Cette étude est une recherche exploratoire réalisée pour faire progresser la compréhension de la perception directe de la compétitivité des destinations touristiques par les visiteurs. En utilisant une analyse factorielle exploratoire, le travail a cherché à déterminer si les touristes nationaux visitant une destination peuvent percevoir certains des principaux facteurs de compétitivité du tourisme mentionnés dans la littérature académique. Un échantillon de touristes mexicains a répondu à une enquête, en tant qu'acteurs essentiels du système touristique de Cancun, une importante destination nationale soleil et mer. L'étude peut être reproduite dans d'autres destinations et auprès de touristes internationaux pour confirmer ses résultats ; il est conseillé d'étudier la perception de la compétitivité par d'autres acteurs non encore pris en compte dans les études dans ce domaine, comme les travailleurs de l'industrie du tourisme et la population d'accueil.

L'étude confirme l'importance des politiques et réglementations, des infrastructures de transport aérien, des ressources culturelles et de la couverture des technologies de l'information et des communications en tant que facteurs influant sur la compétitivité des destinations touristiques.

## **B. LITERATURE REVIEW**

Historiquement, les premières approches de la compétitivité dans le milieu universitaire remontent au XVIIIe siècle (Cho et Moon, 2013). Plus récemment, le Forum économique mondial (1994 : 18) définit la compétitivité comme « la mesure dans laquelle une nation peut, dans des conditions de libre-échange et de marché équitable, produire des biens et des services qui satisfont à l'épreuve des marchés internationaux, tout en maintenant et en revenu réel de ses habitants sur le long terme. » Les définitions de la compétitivité du tourisme trouvées dans la littérature académique sont très diverses ; certains auteurs utilisent des définitions très simplistes, d'autres ne la définissent même pas ; citations des travaux de Porter (1993, 1998 ) et Ritchie et Crouch (1993, 1999, 2005) sont très courants. Enright et Newton (2005 : 340) proposent un concept simple de compétitivité des destinations : « Une destination touristique est compétitive si elle peut attirer et satisfaire des touristes potentiels ». Cracolici & Nijkamp (2008) définissent la compétitivité comme la supériorité qualitative et quantitative d'une unité, d'une entreprise ou d'un territoire sur tous ses concurrents. Pour Croes & Rivera (2010), la compétitivité influence la qualité de vie des résidents à destination, en supposant que le revenu du PIB par habitant est un proxy de la qualité de vie ; Zhang & Jensen (2007) et Li & Huang (2010) examinent la compétitivité en analysant les fluctuations temporaires des flux de touristes. Claver-Cortés et al. (2007) supposent que le niveau de compétitivité d'une destination dépend de l'efficacité des entreprises qui y opèrent. Le Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 (Blanke & Chiesa, 2013) mesure les facteurs et les politiques qui font du développement du tourisme une industrie attractive dans différents pays, mais ne définit pas de concept ; l'indice est composé de 3 sous-indices et de 14 piliers.

La force du modèle théorique de Ritchie et Crouch (2005) en fait le modèle le plus cité dans la littérature académique du tourisme ; leur définition met l'accent sur la durabilité environnementale, économique et sociale de l'exploitation touristique, ainsi que sur la satisfaction des visiteurs. Le modèle intègre les avantages comparatifs et compétitifs de Porter (1998), place la destination dans son macroenvironnement, la relie à son microenvironnement et considère cinq facteurs de base, composés, à leur tour, par un ensemble de 36 sous-facteurs influençant la compétitivité d'une destination. Bien que ce modèle ait une base théorique solide, il est très difficile de mesurer les 436 dimensions quantitatives et qualitatives du phénomène proposées pour déterminer la compétitivité des destinations. Une part importante des travaux sur la compétitivité consultés utilise une approche économique (Mangion et al., 2012 ; Vu & Turner, 2011 ; Zhang & Jensen ; 2007). Plusieurs études (Barros et al., 2011 ; Claver-Cortés et al., 2007 ; Cracolici et al., 2008 ; Croes & Rivera, 2010 ; Molina-Azorin

et al., 2010) analysent l'efficacité du fonctionnement des destinations touristiques, une approche intrinsèquement liée à l'aspect économique. Un autre groupe important de travaux établit des modèles théoriques de compétitivité touristique (Blanke & Chiesa, 2013 ; Dwyer & Kim, 2003 ; Ritchie & Crouch, 2005). Certains de ces modèles servent fréquemment de base à d'autres travaux ; par exemple, les études de Mazanec et al. (2007); Webster & Ivanov (2014); Wu et al. (2012) utilisent le paradigme de la compétitivité du tourisme développé par Blanke & Chiesa (2013) pour le Forum économique mondial.

Certains travaux académiques cherchent une méthode appropriée pour étudier la compétitivité du tourisme (Botti & Peypoch, 2013 ; Huang & Peng, 2012 ; Medina-Muñoz et al., 2013 ; Zhang et al., 2011). Une autre série d'articles porte sur la gestion et le marketing des destinations touristiques (Andrades-Caldito et al., 2013 ; Buhalis, 2000 ; Go & Govers, 2010 ; Pike & Mason, 2010). Pour Faulkner et al. (1999) et Enright & Newton (2004, 2005) les attractions sont au centre de l'attention, alors que seuls deux travaux s'intéressent à la relation entre compétitivité touristique et durabilité : Hassan (2000) et Huybers & Bennett (2003). Les méthodologies employées dans les travaux académiques sur la compétitivité passés en revue sont encore plus diverses que les types d'approches. Une partie importante des études analysées (42%) provient de statistiques fournies par des agences nationales et internationales, notamment celles axées sur des sujets économiques et dans l'indice du Forum économique mondial. 10% des travaux ne fournissent pas de données statistiques ou empiriques, y compris certains des modèles théoriques les plus cités par d'autres chercheurs, comme Ritchie & Crouch (2005) et Dwyer & Kim (2003). Concernant les 48% de travaux avec des études empiriques, 38% utilisent des enquêtes ; les autres utilisent des méthodes qualitatives. Seules huit études (17 %) prennent en compte les perceptions des consommateurs et des touristes ; le reste des travaux avec étude empirique prend en compte les perceptions des parties prenantes, des cadres de l'industrie ou des personnes ayant des niveaux d'éducation relativement élevés : agents de voyages, directeurs d'hôtels, cadres et responsables de l'industrie, universitaires, étudiants de troisième cycle et administrateurs de bureaux de gestion des destinations, entre autres. Alors que certains des modèles théoriques de compétitivité les plus cités dans la littérature mentionnent le bien-être de la collectivité et des parties prenantes, pratiquement aucun des travaux consultés ne considère le point de vue des habitants. Par conséquent, la majorité des travaux consultés accorde peu d'attention académique aux touristes, à la population d'accueil et à la large base de travailleurs de l'industrie du tourisme ; c'est-à-dire à la grande majorité des intervenants impliqués dans le fonctionnement de l'industrie. Concernant l'unité d'étude, 52% des travaux examinent une région ou une ville, 46% analysent des pays et 2% ne précisent pas ; dans cette étude, nous analysons la destination comme une ville. La grande diversité des approches entre les travaux révisés rend difficile la définition des variables dépendantes et indépendantes des modèles théoriques. Néanmoins, nous avons identifié un ensemble de mesures à considérer comme variables indépendantes ou résultats de la compétitivité des destinations touristiques. Les indicateurs des résultats

de la compétitivité du tourisme sont généralement enregistrés de manière dynamique en suivant son évolution temporaire et en comparant les résultats avec des destinations concurrentes, de par la nature même du sujet. Plusieurs de ces indicateurs font référence au nombre de visiteurs et à des données relatives au fonctionnement de l'hôtellerie et à son efficacité, telles que le taux d'occupation, la durée de séjour et le revenu par chambre disponible (Barros et al., 2011 ; Claver-Cortes et al. , 2007 ; Cracolici et al., 2008).

Au-delà du nombre de visiteurs et de leur séjour, l'analyse des dépenses des touristes est jugée pertinente dans ce domaine, ainsi que son impact économique sur la destination et le bien-être de la population (Croes, 2010 ; Ritchie & Crouch, 2005 ; Webster et Ivanov ; 2014). Certaines mesures marketing standard sont également importantes, telles que l'évolution des parts de marché ou, avec plus de profondeur dans le domaine du comportement des consommateurs, des informations sur la qualité, la satisfaction et les intentions comportementales des touristes (Li & Huang, 2010 ; Pike & Mason, 2010 ; Mazanec et al., 2007).

### **C. METHODE**

Au-delà des études basées sur des indices et des mesures indirectes, ce travail utilise une analyse factorielle exploratoire pour savoir si certains des principaux facteurs de compétitivité touristique mentionnés dans la littérature académique peuvent être perçus par les touristes visitant une destination. L'objectif de cette étude n'est pas d'identifier le degré d'influence des composantes identifiées dans les niveaux de compétitivité, mais seulement de savoir si un acteur crucial du système touristique, le touriste domestique, est capable de les percevoir. Parmi les rares études sur la compétitivité touristique basées sur des enquêtes auxquelles répondent directement les visiteurs figurent les travaux de Pike & Mason (2010) et Caber et al. (2012), qui ont en commun d'utiliser la méthodologie d'analyse de l'importance et de la performance. Carmichael (2002) a interviewé des visiteurs directement dans une exposition culturelle dans une galerie d'art tandis que Botti & Peypoch (2013), Cracolici & Nijkamp (2008) et Andrades-Caldito et al. (2012) ont utilisé des données générées dans des enquêtes fournies par des institutions officielles ; aucun de ces travaux ne considère une analyse factorielle exploratoire

### **D. RESULT AND DISCUSSION**

L'étude empirique a été menée à Cancun, Quintana Roo, la principale destination soleil et plage du Mexique, avec l'industrie touristique la plus compétitive du pays ; il est situé sur la mer des Caraïbes, au nord-est de la péninsule du Yucatan. C'est une destination touristique typique de la troisième génération (Claver-Cortes et al., 2007), développée par la Banque du Mexique pour générer des devises étrangères. Depuis la décennie des années 1970, cette destination est le moteur du développement économique de la péninsule du Yucatan. Le tableau 3 montre comment Cancun peut être considérée comme compétitive dans certains indicateurs proposés dans la littérature académique, en termes absolus, de tendances et d'indices

sociodémographiques ; ses résultats en nombre de visiteurs et taux d'occupation montrent une évolution positive, avec des résultats remarquables en termes de durée de séjour, de recettes touristiques et d'offre d'hébergement. En ce qui concerne l'échantillon, dans l'Analyse Factorielle Exploratoire, il est généralement recommandé un ratio minimum de 10 enquêtes par élément ; dans cette étude, il y en a 250 pour 44 items, soit un ratio de 5,68 pour l'item ; néanmoins, les études sur la méthodologie montrent que la taille de l'échantillon peut être déterminée par la nature des données : si les données sont solides, un échantillon plus petit peut être utilisé ; fort signifie des points communs élevés, pas de chargements croisés et plusieurs variables chargeant fermement chaque facteur (MacCallum et al., 1999). En sciences sociales, les points communs entre 0,40 et 0,70 sont considérés comme acceptables (Velicer & Jackson, 1990) ; la plus petite dimension de communauté obtenue dans les données était de 0,449, pour l'item TRA3, « Qualité du système de transport local ». Tabachnick & Fidell (2012) considèrent que 0,32 est le facteur de charge le plus bas pour accepter une variable ; dans la présente enquête, la charge la plus faible (0,428) a été enregistrée dans l'item DM3, « Importance du tourisme dans la destination », également avec la deuxième magnitude plus faible pour un point commun, 0,494. Concernant le nombre de variables, un facteur comprenant moins de trois items est considéré comme faible (Osborne & Costello, 2005) ; tous les facteurs retenus dans cette étude comportent au moins trois items, étant le cas des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des Transports (TRA).

La revue de la littérature a fourni un grand nombre de facteurs et d'indicateurs de la compétitivité du tourisme, variant selon les approches adoptées par les différents auteurs ; compte tenu de cela, il a été décidé d'adopter la méthode d'analyse factorielle exploratoire pour réduire les données et trouver la structure sous-jacente dans le large ensemble de variables. Cheveux et al. (2006) définissent les facteurs comme des groupes homogènes formés de variables solidement corrélées entre elles et indépendantes du reste ; cette procédure peut identifier un minimum de dimensions capables d'expliquer beaucoup de matériel contenu dans leurs données, simplifie et expose la structure interne, délivrant la même information avec moins d'aspects.

Il existe plusieurs méthodes d'analyse factorielle exploratoire ; L'analyse en composantes principales et la rotation Varimax sont quelques-unes des techniques les plus couramment utilisées dans ce type de méthodologie ; cependant, ils ne peuvent pas être considérés comme une norme obligatoire pour toutes les études de ce type ; certains auteurs affirment qu'il ne s'agit pas de la meilleure option disponible, considérant que l'analyse factorielle exploratoire est précisément cela, un outil de sondage, non conçu pour tester des hypothèses ou tirer des inférences statistiques. Concernant les rotations, son but essentiel est de visualiser clairement et simplement les facteurs de charge et leur regroupement (Finch, 2006 ; Osborne, 2015) ; concernant ce travail particulier, la rotation Promax est la procédure qui a le mieux fonctionné pour visualiser les facteurs inclus dans la recherche.

Pour effectuer l'analyse factorielle exploratoire dans cette étude, les données recueillies par le biais d'enquêtes ont été traitées avec le logiciel SPSS 22, en appliquant

la méthode du maximum de vraisemblance avec rotation Promax et en extrayant le coefficient alpha de Cronbach comme indicateur de fiabilité avec un seuil minimum de 0,7 ( DeVellis, 2011); à quelques exceptions près, les éléments avec une charge minimale de 0,50 ont été conservés, ainsi que les facteurs avec la valeur propre la plus basse de 1 et l'explication de la variance avec un niveau minimum de 60 % (tableau 6). Étaient également inclus le test de sphéricité de Bartlett avec une signification  $p < 0,05$  et une valeur de Kayser-Meyer-Olkin de 0,6 ou plus pour confirmer l'adéquation de l'échantillon (Tabachnick & Fidell, 2012).

Des douze facteurs liés à la compétitivité des destinations touristiques proposés à l'origine, cinq ont été supprimés en même temps que le processus d'analyse factorielle exploratoire. La perception de la compétitivité par les touristes présentait une baisse substantielle : seuls 5 ont été retenus (tableau 5). Bien qu'il faille remarquer que 2 de ces facteurs apparemment disparus ont en fait persisté regroupés avec d'autres ; c'est le cas d'Attractions et de Sécurité, regroupés respectivement avec Destination Marketing et Destination Management ; les facteurs marqués d'un \* se regroupent avec d'autres, tandis que les aspects marqués d'un \*\* disparaissent. Le tableau 7 montre l'adéquation de l'échantillonnage avec les mesures de Kaiser-Meyer-Olkin, ainsi que le test de signification de Bartlett et l'explication appropriée de la variance, avec 63,90 %. Dans le graphique 1, le scree plot montre les 5 facteurs avec des valeurs propres supérieures à 1. Par conséquent, sur douze facteurs liés à la compétitivité de la destination touristique proposés à l'origine, cinq ont été supprimés avec le processus d'analyse factorielle exploratoire : prix et valeur, qualité de vie des résidents, ressources humaines et infrastructure. Deux autres, Attractions et Sécurité, n'ont pas disparu mais ont été fusionnés avec d'autres facteurs, plus un élément isolé de l'aspect Nature-Durabilité qui a été mélangé avec la plus grande variable émergente. Cela laisse cinq composantes restantes : marketing de destination et attractions, gestion et sécurité de la destination, patrimoine culturel, adoption des TIC et transport (image 1). Remarquablement, le facteur de compétitivité des destinations le plus fréquemment cité dans la littérature académique, Nature & Durabilité, (tableau 1) a presque complètement disparu.

Le facteur le plus important de la compétitivité des destinations s'est avéré être Destination Marketing & Attractions, sur les significations considérées dans les domaines du comportement du consommateur, de l'image de la destination et de l'image de marque (tableau 2), en mélange avec les attractions et la beauté naturelle. Ce « super facteur » concentre onze items de trois facteurs originaux, une valeur propre de 12,78 et 44,30 % de variance expliquée. Les items avec le facteur de charge le plus fort (0,874) étaient Positive Destination Image, au sens mentionné par Crouch (2010) Huang & Peng (2012) et Pike & Mason (2010) ; les attentes avant la visite satisfaites (facteur de charge 0,811) renvoient à la satisfaction vis-à-vis de l'expérience de visite (Go & Govers, 2010 ; Dupeyras & MacCallum, 2013 ; Barros et al., 2011) et à la qualité de l'expérience de visite, comme proposé par Claver et al. . (2007), Dwyer & Kim (2003) et Go & Govers (2010).

L'item Notoriété de la marque de la destination (facteur de charge 0,775) appartient au domaine de l'image de marque, comme l'ont considéré son influence dans la compétitivité touristique par Crouch (2010), Gomezelj & Mihalic (2008) et Pike & Mason (2010). Les aspects Bouche à oreille positif, Préférence pour la destination et Intention de revenir, avec respectivement des facteurs de charge de 0,771, 0,736 et 0,726, ont à voir avec la fidélité des visiteurs au lieu. Il est intéressant de voir comment les éléments liés aux intentions conatives des visiteurs s'alignent parfaitement dans le facteur; ces questions sont analysées par Caber et al. (2012), Hassan (2000) et Pike & Mason (2010) dans leurs travaux sur la compétitivité.

Il attire l'attention sur la façon dont les items appartenant à l'aspect Attraction d'origine sont soigneusement regroupés au bas des problèmes correspondant au nouveau facteur, comme s'ils étaient sur le point d'en générer un autre (tableau 6) ; il faut dire que les Attractions sont un sujet plus souvent évoqué dans la littérature sur la compétitivité touristique que dans les travaux marketing. Comme son nom l'indique, l'importance des attractions dans les destinations découle de leur capacité à attirer les visiteurs, confirmée par le nombre d'auteurs qui les citent comme composante de la compétitivité : Andrades-Caldito et al. (2012), Cracolici & Nijkamp (2008), Crouch (2010), Barros et al. (2011), Enright et Newton (2004, 2005), Huang et Peng (2012), Caber et al. (2012), Gomezelj & Mihalic (2008) et Zhang et al. (2011).

Le deuxième facteur nouveau est un mélange de gestion des destinations et de sécurité, des questions directement liées à la politique touristique ; Destination management & Security regroupe sept items, quatre font référence à la première partie du binôme tandis que trois se rattachent à la deuxième partie. Il a été mentionné que la sécurité est aujourd'hui un problème majeur au Mexique, ce qui pourrait aider à expliquer sa présence dans le facteur restant. La sécurité de la destination touristique est une condition de base, une condition préalable à l'existence d'une activité touristique en tout lieu, peut-être aussi essentielle que la présence d'attractions. De même, est mentionnée par de nombreux auteurs étudiant la compétitivité (Andrades-Caldito et al., 2012 ; Blanke & Chiesa, 2013 ; Caber et al., 2012 ; Crouch, 2010 ; Huang & Peng, 2012 ; Rodrigues & Carrasqueira, 2011 et Wu et al., 2012).

La gestion des destinations, dans ses relations avec la stratégie, les politiques publiques et la planification est également analysée dans de nombreuses études de compétitivité (Dupeyras & MacCallum, 2013 ; Dwyer & Kim, 2003 ; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005 ; Go & Govers, 2010 ; Gomezelj & Mihalic, 2008 ; Enright et Newton, 2005 ; Huang et Peng, 2012 ; Zhang et al., 2011 et Wu et al., 2012). Ce qui diffère dans les résultats de cette étude, c'est l'association de la gestion à la sécurité, créant un nouveau facteur perçu par les visiteurs. D'un point de vue théorique, son émergence confirme les approches de Presenza et al. (2005) et Ritchie & Crouch (2005) : ils différencient et séparent les fonctions d'administration et de marketing dans les destinations.

Le patrimoine culturel est un autre facteur régulièrement cité dans la littérature académique sur la compétitivité des destinations (Caber et al., 2012 ; Huang & Peng, 2012 ; Andrades-Caldito et al., 2012 ; Dupeyras & MacCallum, 2013 ; Dwyer & Kim,

2003 ; Mazanec et al., 2007 ; Blanke & Chiesa, 2013 ; Barros et al., 2011 ; Rodrigues & Carrasqueira, 2011 et Carmichael, 2002). En fait, il a été démontré que le patrimoine est plus important que les ressources naturelles en termes d'attractivité touristique et de compétitivité : l'Europe, le continent qui a accueilli 51 % des touristes internationaux et 41 % de ses recettes en 2014 est une destination principalement culturelle (Organisation mondiale du tourisme, 2015).

Les résultats de cette étude confirment l'importance du patrimoine culturel dans la compétitivité des destinations. La composante se situe à la troisième place parmi les cinq restantes et la

quatre items liés à la problématique ont été retenus, avec des coefficients de charge allant de 0,720 à 0,820 ; les résultats pour la variable de l'échelle descriptive étaient de 4,35, le deuxième plus élevé de l'enquête après Destination Image & Attractions (tableaux 6 et 8). Bien que Cancún soit fondamentalement une destination soleil et mer, le principal facteur de son succès international est le mélange de plages de qualité avec l'héritage maya du Yucatan ; il y a des ruines archéologiques dans la zone hôtelière de Cancun et est décoré de modèles de sculptures anciennes. La ville est située à proximité d'anciennes villes mayas comme Chichén Itza, Tulum, Xcaret et Cobá ; de nombreuses traditions autochtones persistent dans la région. L'infrastructure des technologies de l'information et des communications n'est pas l'un des facteurs de compétitivité des destinations les plus cités dans la littérature universitaire. En comparaison avec des aspects comme la sécurité, les attractions et le patrimoine culturel, seuls quelques-uns l'envisagent (Blanke & Chiesa, 2013 ; Claver et al., 2007 ; Enright & Newton, 2004, 2005 ; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005 ; Mazanec et al., 2007 et Wu et al., 2012). Dans la présente enquête, les trois items proposés à l'origine pour cet élément ont persisté, avec des facteurs de charge allant de 0,614 à 0,870 (tableau 6). Le Travel & Tourism Competitiveness Index 2009 traite tous les piliers et sous-indices de manière égale et plate. En traitant ses données via des réseaux bayésiens, Wu et al. (2012) ont identifié des relations causales entre les variables, concluant que la politique et la réglementation, l'infrastructure du transport aérien, les ressources humaines, l'infrastructure des TIC, les ressources culturelles, la santé et l'hygiène sont des facteurs qui influencent les résultats présentés dans le classement. Les résultats de cette étude coïncident avec les conclusions de Wu et al. (2012) dans la mesure où les politiques et les réglementations, la couverture des TIC, les infrastructures de transport aérien et le patrimoine sont des facteurs de compétitivité des destinations.

Le transport, le cinquième facteur restant dans l'étude, n'est pas l'un des éléments les plus fréquemment mentionnés dans la littérature du domaine ; en outre, il existe différentes approches : certains des travaux révisés font référence aux infrastructures de transport aérien. Un autre analyse le transport international et d'autres se concentrent sur le transport public (Blanke & Chiesa, 2013 ; Caber et al., 2012 ; Huang & Peng, 2012, Wu et al., 2012). Notre étude a considéré le transport en général ; les trois items proposés ont été retenus, bien que la qualité du système de

transport local présente l'un des plus faibles facteurs de charge de l'enquête (0,480, tableau 6).

Au niveau national, on peut dire que l'infrastructure de transport de Cancun est avancée : la ville possède le deuxième aéroport le plus important du pays, juste après Mexico, mais recevant plus de passagers internationaux, avec des liaisons vers les Amériques et l'Europe ; il dispose de plusieurs autoroutes communiquant avec les principales villes de la péninsule, d'une présence importante d'agences de location de voitures, de ferries, d'une importante flotte de taxis et d'un service de bus 24h/24 ; la plupart des visiteurs, nationaux et internationaux, arrivent en avion.

## **E. CONCLUSION**

L'examen de la littérature académique contemporaine dans le domaine de la compétitivité des destinations touristiques a montré une grande dispersion parmi les auteurs en termes d'objets et de sujets d'étude, de méthodologies, d'indicateurs et de facteurs. En essayant de réduire la fourchette, douze composantes de la compétitivité ont été choisies parmi les plus fréquemment mentionnées dans la littérature académique pour effectuer une analyse factorielle exploratoire. L'application de la méthode a réduit le nombre de facteurs de douze à cinq, même si sept d'entre eux n'ont pas disparu, mais deux se sont regroupés.

L'élimination de la nature, de la durabilité, du prix - valeur, des ressources humaines, de la qualité de vie des résidents et de l'infrastructure par le biais d'un processus d'analyse factorielle exploratoire ne signifie pas nécessairement que ces facteurs n'affectent pas la compétitivité des destinations touristiques ; cela peut également signifier qu'ils ne sont pas considérés ou perçus par les touristes.

L'identification de cinq facteurs étroitement intégrés représente une avancée importante dans la compréhension de la perception de la compétitivité du tourisme. Parmi les principaux résultats de cette étude figurent l'élimination de la composante de durabilité environnementale et la perception par les visiteurs des différences entre la gestion et le marketing de la destination, comme proposé par Presenza et al. (2005) et Ritchie & Crouch (2005). L'étude confirme également les conclusions de Wu et al. (2012) sur l'importance des politiques et réglementations, des infrastructures de transport aérien, des ressources culturelles et de la couverture des TIC en tant que facteurs influant sur la compétitivité. L'étude a été appliquée à un échantillon de touristes mexicains dans une destination nationale soleil et mer. Il peut être répliqué dans d'autres types de destinations et de touristes de nationalités différentes pour confirmer ses résultats. Il convient également d'enquêter sur les perceptions d'autres types d'acteurs non encore inclus dans les études sur le sujet, comme les travailleurs de l'industrie hôtelière et la population d'accueil. Les résultats et les conclusions sont désormais communiqués aux visiteurs mexicains ; il serait intéressant et précieux pour l'étude de la compétitivité d'identifier les facteurs perçus par plusieurs segments de marché ou voyageurs de nationalités différentes sur une même destination. De même, une autre opportunité de recherche fait référence à une analyse plus approfondie des résultats descriptifs, que nous n'effectuons pas dans cet article en

raison de limitations d'extension. La prochaine étape logique pour faire avancer la compréhension du sujet serait la réalisation d'une analyse factorielle confirmatoire basée sur les cinq aspects de la compétitivité des destinations touristiques identifiés dans cette étude. Comme implications managériales, les entrepreneurs du tourisme et les cadres des bureaux de gestion des destinations pourraient utiliser les résultats de l'étude pour agir sur les facteurs de compétitivité perçus directement par les touristes afin d'améliorer leurs performances. Étudier différents segments de touristes ou nationalités leur fournira les connaissances nécessaires pour améliorer la compétitivité en fonction de leurs préférences et caractéristiques

## REFERENCES

1. ABC (1974). Cierre de hoteles en la provincia de mayor densidad de alojamientos turísticos. ABC, 09/05/1974, 59.
2. Agarwal, S. (2002). Restructuration du tourisme balnéaire : The Resort Lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25-55.
3. Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M. & Pulido-Fernández, J. (2013). Différencier la compétitivité par l'évaluation de l'image du tourisme : une application à l'Andalousie. *Journal of Travel Research*, 52(1), 68-81.
4. Barros, C., Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E. & Solonandrasana, B. (2011). Performance des destinations françaises : perspectives d'attractivité touristique. *Gestion du tourisme*, 32(1), 141 - 146.
5. Blanke, J., Chiesa, T. & Herrera, E. (2009). L'indice de compétitivité des voyages et du tourisme 2009 : mesurer les moteurs sectoriels en période de ralentissement. Dans Blanke, J. & Chiesa, T. (Eds.), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009* (3–26). Genève : Forum économique mondial.
6. Blanke, J. & Chiesa, T. (Eds.). (2013). *Le rapport sur la compétitivité des voyages et du tourisme 2013*.
7. Genève : Forum économique mondial.
8. Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. & Sheehan, L. (2010). Déterminants du succès du tourisme pour les OGD et les destinations : un examen empirique des points de vue des parties prenantes. *Gestion du tourisme*, 31, 572–589.
9. Botti, L. & Peypoch, N. (2013). Méthode Electre multicritères et compétitivité des destinations. *Perspectives de la gestion du tourisme*, 6, 108–113.
10. Buhalis, D. (2000). Marketing de la destination compétitive du futur. *Gestion du tourisme*, 21, 97-116.
11. Caber, M., Albayrak, T. & Matzler, K. (2012). Classement des attributs de destination dans le contenu de la compétitivité (par analyse importance-performance révisée). *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 43–56.
12. Carmichael, B. (2002). Compétitivité mondiale et événements spéciaux dans le tourisme culturel : l'exemple de l'exposition Barnes au Musée des beaux-arts de l'Ontario, Toronto. *Le Géographe canadien*, 46(4), 310-324.
13. Cho, D. & Moon, H. (2013). D'Adam Smith à Michael Porter : évolution de
14. Théorie de la compétitivité. Singapour : World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.

15. Claver-Cortés, E., & Pereira-Moliner, J. (2007). Compétitivité dans le tourisme de masse. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 727–745.
16. Cracolici, M., Nijkamp, P. & Rietveld, P. (2008). Évaluation de la compétitivité du tourisme en analysant l'efficacité des destinations. *Économie du tourisme*, 14, 325–342.
17. Cracolici, M. & Nijkamp, P. (2008). L'attractivité et la compétitivité des destinations touristiques : une étude des régions du sud de l'Italie. *Gestion du tourisme*, 30(3), 336–344.
18. Croes, R. & Rivera, M. (2010). Tester le lien empirique entre tourisme et compétitivité : preuves de Porto Rico. *Économie du tourisme*, 16(1), 217–234.
19. Croes, R. (2010). Mesurer et expliquer la compétitivité dans le contexte des petites destinations insulaires. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431–442.