Document generated on 07/14/2025 1:09 a.m.

Téoros
Revue de recherche en tourisme

Chroniques

Volume 8, Number 3, November 1989

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1080315ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1080315ar

See table of contents

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)
1923-2705 (digital)

Explore this journal

Cite this document

(1989). Chroniques. *Téoros*, *8*(3), 41–44. https://doi.org/10.7202/1080315ar

Tous droits réservés © Université du Québec à Montréal, 1989

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

CHRONIQUES

Un supplément par les étudiants-es et les diplômés-es du Module de gestion et intervention touristiques de l'UQAM

CHRONIQUE Événement

par Marie-Claude Cardin

Une bourse du tourisme québécois à Montréal

Une bourse du tourisme québécois intitulée: "Bienvenue Québec" a eu lieu au Palais des congrès de Montréal les 11, 12 et 13 octobre dernier. En avril dernier, le ministère du Tourisme en confiait l'organisation à l'Association des propriétaires d'autobus du Québec (APAQ), pour souligner l'importance des circuits touristiques au sein de son nouveau plan marketing triennal.

La première bourse touristique québécoise a permis d'accueillir quelque 160 vendeurs et 80 acheteurs du Québec, de l'Ontario, des Maritimes et des États-Unis. Le but de cette rencontre était de permettre des occasions d'affaires entre vendeurs d'attractions et de services touristiques et des acheteurs qui sont pour la plupart des grossistes en voyage. L'activité favorisait également l'émergence de nouveaux circuits touristiques et permettait de consolider les acquis sur les marchés québécois et nord-américain.

"Bienvenue Québec" comportait deux volets distincts, soit une exposition, le mercredi 11 octobre, et une bourse touristique, les jeudi et vendredi 12 et 13 octobre. À la journée de l'exposition, les vendeurs occupaient les stands pour présenter leurs produits à plus de 800 intervenants de l'industrie, c'est-à-dire des multiplicateurs de groupes et des agents de toutes les régions du Québec. Cette journée s'inspirait des classiques pré-ouvertures de l'exposition annuelle "Salon Vacances Québec" qui a eu lieu pour la dernière fois en avril 88.

Pendant les deux jours de la bourse touristique, vendeurs et acheteurs se rencontraient sur rendez-vous selon un horaire préétabli par ordinateur. Les séances, d'une durée de neuf minutes, permettaient aux participants d'effectuer plusieurs transactions dans la même journée. Quelques 4 200 rendez-vous avaient été programmés lors de ces journées d'affaires.

Le Québec était particulièrement bien représenté à l'occasion de cette première édition de "Bienvenue Québec". Il y avait tous les éléments nécessaires pour mettre sur pied des forfaits et des circuits intéressants - chaînes hôtelières, restaurants, centres de villégiatures et bases de plein-air, transporteurs, associations touristiques et bureaux de congrès, stations de ski, agences réceptives, attractions et sites touristiques de toutes sortes et les produits offerts étaient tous plus originaux les uns que les autres.

De nouveaux produits en perspective.

Ainsi, les acheteurs pouvaient inclure dans leurs prochains forfaits un circuit panoramique en hydravion, un survol en hélicoptère des sites historiques de la région de Québec, une balade en bateau-mouche dans les Hautes Gorges de la rivière Malbaie ou une croisière d'observation des baleines dans les Saint-Laurent. D'autres établissements de plein air offraient des produits pouvant s'inscrire dans un forfait aussi bien que dans un circuit - équitation et motoneige dans un ranch; voile, canot, ski de randonnée ou traîneau à chiens dans un centre de vacances: cyclisme, chasse et pêche de séjour de santé dans une base de plein air.

Bienvenue Québec: une concertation du milieu

L'événement réalisé avec la collaboration du ministère du Tourisme, des Associations touristiques régionales associées (ATRAQ), de l'Association des agents de voyages du Québec (ACTA) et de l'Association des hôteliers de la province de Québec (AHPQ) est un bel exemple de concertation des efforts de l'industrie touristique. Soulignons également le travail des conseillers touristiques du Québec et du Canada qui a permis de recruter une quarantaine d'acheteurs américains et une vingtaine de canadiens.

En préparation à cette première pour l'industrie touristique québécoise, les vendeurs avaient bénéficié de séminaires de formation préparés par le collège LaSalle, à la demande du ministère du Tourisme. Ces séminaires intitulés "Comment participer à des foires nationales et internationales" leur serviront également lors des foires organisées sur les marchés étrangers.

Suite à la bourse touristique, le ministre du Tourisme organisera deux tournées de familiarisation destinées aux acheteurs, afin de leur permettre de mieux connaître les possibilités qu'offrent certaines régions du Québec pour l'organisation de circuits. Ainsi, une quarantaine d'acheteurs en provenance des États-Unis et du Canada pourront visiter les régions de Montérégie, l'Outaouais, de Laurentides, de l'Estrie et du Pays-de-l'Érable.

DES OUTILS DE PRESTIGE POUR LA PROMOTION DU QUÉBEC

Afin de soutenir les efforts marketing des intervenants touristiques du Québec, le ministère du Tourisme a produit encore cette année une gamme d'outils promotionnels aussi efficaces que sophistiqués.

Destination Québec, Vacances d'été

Une brochure hautement informative illustrant cinq produits: séjours de ville, circuits, séjours de villégiature, chasse et pêche, aventure et grande nature. La section "Renseignements pratiques" est une véritable mine d'information pour les visiteurs étrangers. Ce document de 80 pages est publié en français et en anglais.

Destination Québec, Vacances d'hiver

Aussi abondamment illustrée que "Vacances d'été", cette brochure comprend également cinq sections: séjours de ville, ski alpin, motoneige, séjours de villégiature et aventure et grande nature. Les "Renseignements pratiques" donnent de précieux conseils sur la conduite d'hiver. Ce document de 64 pages est publié en français et en anglais.

Dépliant d'appel "Québec"

Un dépliant en trois volets destiné à positionner le Québec comme destination multi-produits et multi-saisons auprès des clientèles hors Québec. Il comporte une carte topographique et des photos couleur alléchantes. Produit en français et en anglais.

Les guides touristiques régionaux

Une série de dix-sept guides touristiques présentant des circuits ainsi qu'une liste exhaustive des attractions et des services offerts dans chaque région. Les régions couvertes sont les suivants: Iles-de-la-Madeleine, Gaspésie, Bas-Saint-Laurent, Québec, Charlevoix, Pays-de-l'Érable, Coeur-du-Québec, Estrie, Montérégie, Laurentides, Montréal, Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Manicouagan, Duplessis et Laval. Les guides comptent de 80 à 150 pages chacun et sont publiés en versions française et anglaise.

Le Grand-Nord québécois

Une carte topographique et touristique du Grand-Nord québécois incluant le secteur Baie-James. Produite en français et en anglais.

Carte touristique de Lanaudière

Une carte bilingue présentant le réseau routier et les principales attractions de la région Lanaudière. Produite par l'ATR Lanaudière.
Source: Ministère du Tourisme

SÉRIE DE PETITS DÉJEUNERS-CAUSERIES PORTANT SUR LE TOURISME

Le Module de gestion et intervention touristiques (GIT) de l'UQAM organise une série de quatre petits déjeuners-causeries portant sur divers aspects du tourisme pour l'année 1989-1990. Les deux derniers se tiendront à l'Hôtel Bonaventure, au salon Westmount, de 7h30 à 9h30 aux dates suivantes:

28 février
La situation de l'hôtellerie au Québec
Michel Fournelle, président des Hôtels F.L. Ltée (compagnie propriétaire et bureau chef du Sheraton Laval, de l'Hôtel des Gouverneurs de Laval ainsi que de l'Appartement Inn Montréal).

28 mars
Le rôle de l'Office des Congrès et du Tourisme du Grand Montréal dans l'industrie touristique montréalaise.

Charles Lapointe, président directeur général de l'Office des Congrès et du Tourisme du Grand Montréal.

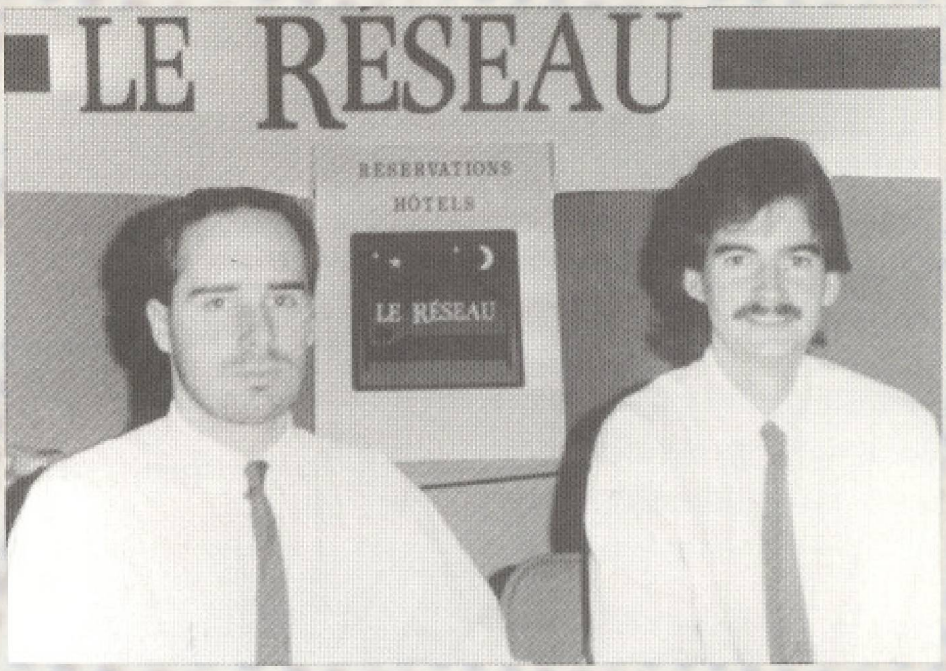
Les billets pour ces petits déjeuners-causeries se vendent 10 $ (tirage de nombreux prix de présence). Cette activité est organisée par un comité d'étudiantes et étudiants du Module de gestion et intervention touristiques à l'intention des milieux des affaires et du tourisme et de la communauté universitaire.
Pour plus de renseignements, tél.: (514) 987-3649
Source: Module de gestion et intervention touristiques

CHRONIQUE Profession

par Marie-Janou Lusignan

MONSIEUR SERGE CLOUTIER MONSIEUR NORMAND PAQUETTE PRÉSIDENTS DU SERVICE DE RÉSERVATION LE RÉSEAU INC.

Entrevue réalisée le 10 octobre 1989



Vous est-il déjà arrivé de voyager et de vous retrouver dans une ville sans savoir où vous loger? De perdre des heures pour trouver l'endroit qu'il vous convenait? Si oui, vous faisiez partie jusqu'à tout récemment de cette catégorie de touristes qui devait participer à une véritable chasse au trésor afin de découvrir les livres-guides et les personnes ressources susceptibles de vous aider! À Montréal, c'est maintenant chose du passé car en mai dernier, Normand Paquette et Serge Cloutier, deux bacheliers en Gestion et Intervention Touristiques de l'UQAM, ont procédé à l'ouverture du premier bureau de service gratuit de réservation d'hébergement touristique au Québec. Plus besoin de vous tracasser et de sentir la hantise vous envahir à l'approche de notre destination, on peut maintenant vous aider!

L'origine de l'entreprise

C'est à la suite d'un projet de fin d'études accompli à l'automne '88, que ces deux jeunes entrepreneurs dynamiques et ambitieux ont pur réaliser et mettre sur pied leur propre entreprise touristique. Le désir de vouloir exploiter ce type d'agence leur est venu à la suite de voyages effectués en Europe, où des bureaux de réservation existent déjà depuis longtemps dans des lieux où il y a une forte concentration de touristes (gares, aéroports ...), et par l'expérience de travail qu'ils ont acquise au sein de l'industrie touristique. Le but de la création du comptoir "Le Réseau" réside donc dans le besoin indispensable de compléter l'infrastructure d'accueil à Montréal en assurant l'hébergement par un service de réservation gratuit.

Au préalable, plusieurs établissements hôteliers ont dû être approchés. Plusieurs d'entre eux ont accepté de signer un contrat les engageant à devenir membre du "Réseau" en leur versant un montant annuel. Toutes les catégories d'établissements de deux fleurs de lys et plus sont alors représentés (hôtels, motels, B&B, centres de villégiature...), principalement ceux de la ville de Montréal et de la région métropolitaine mais aussi ceux de la ville de Québec. "Le Réseau" a actuellement recruté plus de trente membres, incluant deux grandes chaînes Hôtelières (Journey's End et Le Roussillon) ainsi que trois réseaux de Bed & Breakfast. La cotisation ainsi versée permet d'une part d'assurer un équilibre financier pour l'entreprise et d'autre part, de maximiser la capacité d'hébergement des établissements membres; l'investissement de ces derniers leur est donc très rentable.

La condition sine qua non à l'ouverture de leur bureau était d'installer ce dernier au centre de l'activité touristique, en un lieu où se réunissent la majorité des voyageurs afin de pouvoir rejoindre ces derniers en plus grand nombre, sans avoir recours à la publicité, et ainsi s'assurer d'un certain succès. Le centre Infotouriste représentait dès lors le choix idéal à leur établissement mais leur soumission ayant été refusée par le comité de sélection, ils ont entrepris les démarches nécessaires afin de se joindre à l'intervenant avec lequel ils faisaient concurrence. C'est donc avec l'agence de voyage Astral que le Service de Réservation "Le Réseau" Inc. s'est associé pour louer une partie de leur surface et mettre en opération leur comptoir de réservation et ainsi obtenir l'exclusivité des réservations d'hôtels de personne à personne.

Le fonctionnement

La clientèle pouvant avoir recours aux services du "Réseau", est une clientèle représentant 20 % des touristes, soit les voyageurs qui viennent à Montréal sans réservations dans les hôtels et n'allant pas loger chez des parents et amis. Ce pourcentage peut

sembler assez faible, mais en tenant compte du nombre de touristes visitant annuellement Montréal, ce chiffre est non négligeable.

Lorsque le client se présente, les tâches du "Réseau" se résument ainsi:

1- **Cerner le besoin du client.** On doit donc connaître le type d'hébergement que le touriste recherche, le prix qu'il est prêt à payer et le nombre de personnes qu'ils doivent loger.
2- **Faire des suggestions.** On conseille quelques établissements membres qui répondent aux besoins du client.
3- **Entente.**
4- **La réservation** (10 % commission)

On estime qu'au centre Infotouriste, il y a une réservation par moyen interactif pour dix réservations en personne. On attribue cette différence au fait que les gens préfèrent un service personnalisé, le contact humain permettant d'augmenter le sentiment de sécurité des touristes arrivant dans un nouveau lieu.

Projets futurs

Suite à un été où le succès fut plus vif que celui escompté, il ne fait nul doute que Serge Cloutier et Normand Paquette ont une belle perspective d'avenir. Ils s'activent présentement à la préparation des dossiers qui leur permettront de poser leur candidature pour les concours de "Projet Défi '90" et "Jeunes Entrepreneurs". Les subventions ainsi recueillies leur permettrait d'abord d'informatiser leur système de réservation, manifestement l'élément le plus urgent à intégrer dans leur entreprise, et d'établir une ligne sans frais pour des regroupements d'hôteliers. Pour les autres plans futurs, soyez bien alertes car ils vous étonnerons! Ces jeunes entrepreneurs ont plus d'un tour...iste dans leur sac!

CHRONIQUE Région

par Hélène Vandenberghe

GRANDEUR ET SPLENDEUR: LA MANICOUAGAN!

Voilà la nouvelle image que veut refléter la région touristique de Manicouagan, située sur la côte-nord du fleuve St-Laurent. Depuis novembre 1988, cette région, comme toutes les autres régions touristiques du Québec, s'est dotée d'un plan directeur pour le développement de ses produits touristiques.

La région de Manicouagan est surtout connue pour l'exploitation de ses richesses naturelles (forêt, électricité, pâtes et papier, aluminium). Par le passé, ces grandes industries accaparaient une forte proportion des emplois. De plus, Manicouagan, de par son éloignement des grands centres urbains, ne recevait pas la stimulation nécessaire à son développement touristique. L'entrepreneurship pour la petite et moyenne entreprise se voyait alors quasi étouffé par la présence de ces industries imposantes.

Toutefois, aujourd'hui, on constate la reprise d'un certain dynamisme de la région pour développer et mettre en valeur ses produits à potentiel touristique.

Dans le cadre du plan de développement, on propose un concept d'organisation spatiale qui pourvoit la région d'un pôle touristique à Tadoussac et d'un pôle de service à Baie-Comeau. Sept (7) produits touristiques majeurs viendront distinguer Manicouagan des autres régions du Québec: le Fjord du Saguenay, la présence des baleines (parc marin), Tadoussac comme pôle international, les barrages du complexe hydro-électrique Manic-Outardes, les monts Groulx, la pêche et la chasse. Afin de renforcir la valeur du concept, sept (7) produits secondaires, existants ou en puissance, seront priorisés: le centre récréo-touristique de Sacré-Coeur, les sites préhistoriques de Grandes-Bergeronnes, le territoire de chasse et pêche de Labrieville-Pipmuacan, la réserve amérindienne de Betsiamites, le parc des explorateurs de Baie-Comeau, le centre récréo-touristique de Godbout et enfin, le village vacance-famille et la pourvoirie de luxe de Baie-Trinité. À ces considérations s'ajoutent les produits locaux existants et les projets émanant du milieu et qui ont été inventoriés lors du sommet socio-économique de la Côte-nord à l'automne 1988.

Le Bassin Outardes-2: un potentiel plus qu'électrique!

Un de ces projets, pris en charge par la Corporation touristique de Ragueneau, consiste en la mise en valeur du bassin hydro-électrique Outardes-2 afin d'inciter la clientèle à découvrir cette rivière à forts potentiels mais plutôt oubliée depuis son harnachement par Hydro-Québec en 1978.

Le barrage en tant que tel est situé à environ 15 kilomètres à l'ouest de Baie-Comeau. Le bassin se présente sous forme d'une rivière d'une largeur moyenne de 400 mètres et s'étend sur une distance de 64 kilomètres. Outardes-2 présente déjà un attrait récréatif puisque la population environnante y pratique actuellement quelques activités nautiques mais non-organisées.

Dans le cadre de son programme de mise en valeur du réservoir, Hydro-Québec décida, en 1981, d'y introduire la ouananiche, afin de donner à celui-ci une vocation particulière pour la pêche sportive. De plus, comme les potentiels exploitables à des fins d'interprétation se rattachent principalement aux phénomènes résultant de l'utilisation hydro-électrique, la société d'État serait susceptible de participer au développement d'activités qui relève d'une initiative du milieu et qui cadre, bien sûr, dans ses visées de mise en valeur.

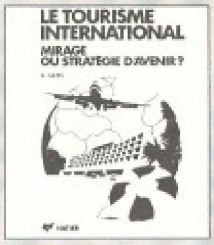
Le concept d'organisation spatiale qui sera mis de l'avant par la firme-conseil Naturam (1985) inc., est actuellement en élaboration. Ce concept intégrera un bon nombre de commentaires et de propositions formulées lors d'études antérieures et lors du sommet socio-économique régional. Ce que vise Naturam (1985) inc. est le respect de certains principes reliés à la santé à long terme du bassin à l'étude; ces principes concernent l'impact positif des retombées économiques dans les municipalités environnantes, l'accessibilité à des structures d'entreprise facilitant son fonctionnement à long terme plutôt qu'à court terme et le respect du mieux-être et de l'écologie du milieu. On devra alors exercer une expansion harmonieuse et synchronisée afin d'assurer son développement plutôt que de proposer un aménagement considérable à court terme qui risquerait, dans un tel cas, de se voir posé sur les tablettes faute de subvention permettant sa réalisation!

Ce projet de mise en valeur du bassin Outardes-2 viendrait donc augmenter la valeur du produit "barrage hydro-électrique" qui a apporté une certaine prospérité à la région. Soulignons que 23 000 personnes ont visité les barrages Manic 2 et Manic 5 en 1989 et ces visites prennent une tendance positive pour les années futures. Lle concept qui serait alors offert au bassin Outardes-2, présenterait un produit complémentaire aux visites de barrages.

Voilà un exemple parmi plusieurs autres qui se concrétisera par une initiative du milieu suite à une conscientisation de l'importance des rôles économique et social que peut jouer l'industrie touristique pour une région.

CHRONIQUE
Publication

Par Charles Bélanger



CAZES, GEORGES
Le tourisme international mirage ou stratégie d'avenir?
Hatier, Paris, 1989, 196 pages.

M. Georges Cazes, professeur à l'Université de Paris n'en n'est pas à ses débuts en matière de tourisme. Ayant été l'auteur de plusieurs écrits, notamment dans les domaines de l'aménagement touristique et du tourisme international dans le tiers-monde, il nous propose, dans son dernier ouvrage, une analyse de certaines facettes du tourisme international.

Voici les grandes questions qui le préoccupent et pour lesquelles il fournit de nombreux éléments de réponse:

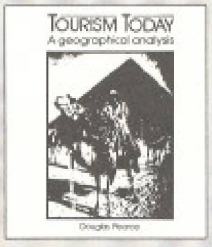
- quels sont les flux touristiques qui parcourent le monde?
- qui sont les pays d'accueil?
- quels sont les effets économiques et sociaux du développement du tourisme?
- quelles sont les stratégies des grandes multinationales?
- quelle politique pour la France en matière de tourisme?

Le livre se divise en trois grandes parties. La première, est une partie introductive dans laquelle l'auteur nous présente un tableau de la situation du tourisme à l'échelle internationale. En faisant d'abord un survol historique de l'évolution du tourisme dans le monde, il nous rappelle les nombreuses difficultés à "identifier" le touriste, étant donné les multiples définitions utilisées et les diverses sources de comptage qui viennent embrouillées les statistiques. Il nous expose ensuite le monde touristique en fonction des grands bassins émetteurs et récepteurs de touristes, et complète son introduction en nous présentant les tendances et perspectives futures et les enjeux multiples qui se cachent derrière le tourisme.

Dans la deuxième grande partie, M. Cazes traite spécifiquement des impacts économiques et sociaux du tourisme international. Le cas de la France est d'abord exposé de façon détaillée. Ainsi, on évalue le secteur du tourisme au niveau des échanges extérieurs et du % du PNB qu'il occupe, de même qu'en termes de création d'emplois. Vient ensuite, l'analyse de l'impact du tourisme international dans les grands pays récepteurs développés, avec comme exemples spécifiques, l'Espagne, "ce nouveau grand du tourisme international", et l'Italie qui possède un grand héritage touristique. Dans un troisième temps, c'est la situation du tourisme dans le tiers-Monde qui retient l'attention. Les effets du tourisme dans l'économie des pays en voie de développement en termes d'emplois et de recettes fiscales, et les risques de perversion des valeurs culturelles sont au centre de cette analyse.

Enfin, dans la troisième partie, l'auteur aborde les aspects qui concernent les grandes entreprises oeuvrant au sein de l'industrie touristique mondiale. En nous rappellant d'abord ceux qui furent les pionniers tels que Thomas Cook, American Express et Club Med, on nous expose les phénomènes d'émiettement et surtout de concentration qui s'illustrent particulièrement avec des mouvements d'intégration verticale et horizontale qui se sont produits au cours des dernières décennies Par la suite, c'est une analyse de chaque branche du réseau de production touristique qui est faite et qui concerne le transport, la production et la distribution de voyages, le secteur du tourisme associatif, l'immobilier de tourisme, les équipements de loisirs et de tourisme et la production de matériel pour la pratique des loisirs. Finalement, l'auteur termine par une réflexion sur le système touristique par rapport à son environnement, et conclut en s'interrogeant sur le tourisme face aux crises mondiales.

"Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir?", est un livre écrit en des termes faciles à comprendre et ne se veut pas une analyse exhaustive du tourisme international. Bien illustré (tableaux, graphiques, carte) et agrémenté de nombreux exemples, ce livre format poche peut être très utile à tous ceux et celles qui veulent en savoir un peu plus sur le tourisme au niveau international.



PEARCE, DOUGLAS
Tourism Today
A Geographical Analysis
Longman, New-York, 1987, 229 pages.

L'auteur de ce livre, Douglas Pearce, est professeur de géographie à l'Université de Canterbury en Nouvelle-Zélande. Depuis plusieurs années, il a entrepris des recherches sur divers aspects du tourisme et a largement publié dans ce domaine, notamment avec la publication de son premier livre, **Tourist Development**, paru en 1981.

L'objectif principal du présent ouvrage, consiste à analyser les dimensions géographiques du tourisme afin de démontrer, nous dit l'auteur, comment une perspective géographique peut contribuer à la planification, au développement et à la gestion de cette industrie qu'est le tourisme. Pour y parvenir, on met une emphase particulière sur la présentation de modèles et concepts, issus d'une vaste gamme d'études empiriques, de méthodes d'analyse géographique et de considérations théoriques.

Ce livre est divisé en 11 chapitres, et voici un aperçu de ce que l'on y retrouve. Le chapitre 1 fournit d'abord une base théorique et revoit une variété de concepts et modèles ayant trait au système de déplacement des touristes à partir d'un point d'origine vers un point d'arrivée, ce qu'il appelle "the origin-linkage-destination system". Le chapitre 2 se concentre sur la demande et la motivation et considère plus particulièrement ce qui incite les gens à quitter leur demeure habituelle pour aller vers d'autres endroits. Les flux touristiques au niveau international, intra-national et régional sont, par la suite, examinés aux chapitres 3 à 6.

Par la suite, l'attention est portée sur les régions de destination, en commençant avec le chapitre 7 qui revoit et évalue une série de facteurs et d'approches qui ont été utilisés pour définir et décrire les variations spatiales du tourisme. Quatre ensemble de facteurs ont été identifiés à savoir ceux reliés à l'hébergement, aux attractions, à l'impact économique du tourisme et aux touristes eux-mêmes. Les chapitres subséquents vont considérer la structure spatiale du tourisme à diverses échelles; à un niveau national et régional au chapitre 8, au niveau des îles au chapitre 9 et au niveau des stations balnéaires et des régions urbaines au chapitre 10. Finalement, dans le dernier chapitre, on aborde les thèmes de la concentration et de l'intégration spatiale, en indiquant leurs implications pour le développement, la planification et la gestion touristique.

Ce livre concernant un aspect bien spécifique du tourisme, est plutôt "théorique" en ce sens qu'il fait appel à plusieurs modèles et théories empruntés à divers auteurs. Cependant, de nombreuses cartes, graphiques, tableaux et schémas sont présents; ce qui facilite la lecture. De plus, de nombreux cas pratiques tirés d'Europe, des Amériques, des Caraïbes, d'Asie, du Pacifique Sud et d'Afrique du Nord permettent d'illustrer les notions plus théoriques.