

MYLIKÉ

Revue scientifique du tourisme et des territoires



VOLUME 1, NUMERO 1
JUILLET 2026



ISSN-L : 3135-5692



ISSN-P : 3135-5706



www.mylike-journal.org

Université Alassane Ouattara



MYLIKÉ,

Revue scientifique du tourisme et des territoires

ISSN-L : 3135-5692

ISSN-P : 3135-5706

Contacts :

Adresse postale : 01 BP V Bouaké 01

Tel : 00 225 07 07 66 15 59

redaction@mylike-journal.org

www.mylike-journal.org

Éditée par :

L'UFR Communication et Société

Université Alassane Ouattara

Côte d'Ivoire

ÉDITORIAL

La publication de **MYLIKÉ, Revue scientifique du tourisme et des territoires** marque une étape importante dans la mise en place d'un espace scientifique consacré aux questions du tourisme, du développement et des dynamiques territoriales contemporaines. La revue ambitionne de contribuer aux débats en sciences humaines et sociales à travers une approche ouverte, rigoureuse et pluridisciplinaire, mobilisant notamment la géographie, la sociologie, l'économie, l'anthropologie, l'aménagement et les disciplines connexes.

Dans un contexte marqué par l'intensification des mobilités, la diversification des pratiques touristiques et les recompositions territoriales, les phénomènes touristiques ne peuvent être réduits à leur seule dimension économique. Ils s'inscrivent dans des logiques complexes de gouvernance, de patrimonialisation, d'appropriation spatiale et de développement territorial.

Le choix du terme MYLIKÉ, issu du patrimoine culturel baoulé et signifiant littéralement « ma chose », traduit une volonté d'affirmation scientifique fondée sur l'ancrage, l'appropriation et la construction collective des savoirs. Au-delà de sa portée linguistique, cette dénomination renvoie à ce que les sociétés construisent, façonnent et revendiquent dans leurs rapports aux territoires, aux patrimoines et au développement.

Dans ce cadre, MYLIKÉ affirme sa volonté de s'inscrire durablement dans le paysage scientifique en proposant un cadre éditorial fondé sur l'exigence scientifique, la rigueur méthodologique et l'ouverture disciplinaire.

Le Comité éditorial

COMITÉ DE RÉDACTION

Directeur de publication :

ASSUÉ Yao Jean-Aimé, Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Rédacteur en chef :

OURA Kouadio Raphaël, Directeur de Recherches, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Chef de secrétariat :

N'GORAN Kouamé Fulgence, Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

Membres du secrétariat :

GOLLY Anne Rose N'Dry, Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

ZOMBO Jean-Philippe, Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

GNANKOUEEN Anicet Renaud, Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

YAO Affoué Prisca Elodie, Maître-Assistant, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)

COULIBALY Nalourgo Drissa, Maître-Assistant, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)

KONÉ Kiyofolo Hyacinthe, Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

KOUADIO N'Guessan Arsène, Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

KOUADIO Kouakou Abraham, Assistant, Université de San-Pedro (Côte d'Ivoire)

TOURÉ Dieu Suffit N'Guessan, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

AHUA Émile Aurélien, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

GUEU Jean, Assistant, Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

TANOAH Ané Landry, Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

KOUASSI Yao Privat, Assistant, Université Alassane Ouattara (Côte d'Ivoire)

COMITÉ SCIENTIFIQUE ET DE LECTURE

HAUHOOT Asseypo Antoine, Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)

ALOKO N'Guessan Jérôme, Directeur de Recherches, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)

DJAKO Arsène, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOFFI Brou Emile, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

ASSI-KAUDJHIS Joseph P., Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

OULAI Jean-Claude, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

BAH Henri, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOUASSI Konan, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

ASSI-KAUDJHIS Narcisse Bonaventure, Professeur Titulaire, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

DIOMANDÉ Beh Ibrahim, Professeur Titulaire à l'Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

BATIBONAK Sariette, Professeur Titulaire, Institut Universitaire de Développement International, (Cameroun)

WADE Samba Cheick, Professeur titulaire, Université Gaston Binger, Sénégal

ADAYE Akoua Assunta, Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny, Côte d'Ivoire

ADOFFI Ange Bernabé, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, Côte d'Ivoire

ASSEMIAN Assié Emile, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

BOHOUSSOU N'Guessan Séraphin, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

BOSSON Eby Joseph, Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)

DIALLO Mohamadou Mountaga, Maître de Conférences, Université Cheikh Anta Diop, (Sénégal)

DIARRASSOUBA Bazoumana, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

DIOMBERA Mamadou, Maître de Conférences, Université de Ziguinchor (Sénégal)

DJAH Armand Josué, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

DOHO Bi Tchan André, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

FIAGAN Koku-Azonko, Maître de Conférences, Université de Lomé (Togo)

GOHOUROU Florent, Géographe, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

GOUAMENE Didier, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

KANGA Kouakou Hermann Michel, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KASSI-DJODJO Irène, Géographe, Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny, (Côte d'Ivoire)

KOFFI Kan Emile, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOFFI Yao Jean Julius, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOMENAN Houphouët Jean-Félix, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

KONAN Kouakou Attien Jean Michel, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOUAKOU Konan Jérôme, Maître de Recherche, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

KOUKOUGNON Wilfried Gauthier, Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny, (Côte d'Ivoire)

KRA Adingra Magloire, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

N'DJAMBOU Léandre, Maître de Conférences, Université Omar Bongo, (Gabon)

NIKIEMA Dayangnéwendé Edwige, Maître de Conférences, Université Joseph Ki Zerbo (Burkina Faso)

OSSORO Angela, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

OUEDRAOGO Issiaka, Maître de Recherches, Institut des Sciences des Sociétés, Centre National de la Recherche Scientifique et Technologique, (Burkina Faso)

OUEDRAOGO Rawelguy Ulysse Emmanuel, Maître de Conférence, Université Joseph Ki Zerbo (Burkina Faso)

SAMBOU Aly, Maître de Conférences, Université Gaston Berger (Sénégal)

TANO Kouamé, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

TESSOUGUE Moussa dit Martin, Maître de Conférences CAMES, Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (Mali)

TRA Bi Zamblé Armand, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

WALI-WALI Christian, Géographe, Maître de Conférences, Université Omar Bongo, (Gabon)

YANOGO Pawendkissou Isidore, Maître de Conférences, Université Norbert Zongo, (Burkina Faso) `

YEBOUE Konan Thierry St Urbain, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

YOMAN N'Goh Koffi Michael, Maître de Conférences, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire)

ZADOU Armand Didié, Maître de Conférences, Université Jean Lorougnon Guédé, (Côte d'Ivoire)

ZIDNABA Irissa, Maître de Recherches, Institut des Sciences des Sociétés, Centre National de la Recherche Scientifique et Technologique, (Burkina Faso)

ZOUHOULA Bi Marie Richard, Maître de Conférences, Université PELEFORO Gon Coulibaly, (Côte d'Ivoire)

SOMMAIRE

Articles	Pages
INTÉGRATION DES TIC DANS LE SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE DU BENIN : ANALYSE DES ENJEUX ET PERSPECTIVES POUR UNE DESTINATION ÉMERGENTE <i>SODANSOU Leopold</i>	1
LA PAIX COMME CONDITION FONDAMENTAL A TOUT PROJET CIVILISATIONNEL DURABLE <i>KOUAME Henry Joel Konan</i>	22
CONTRIBUTION DU « TOURISME POTIER » A L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE VIE DES ACTEURS ET DES POPULATIONS DE LA LOCALITÉ DE TANOU-SAKASSOU (CENTRE DE LA CÔTE D'IVOIRE) <i>ZOMBO Jean Philippe, N'GORAN Kouamé Fulgence</i>	38
FORET SACRÉES ET GOUVERNANCE ENVIRONNEMENTALE AU GABON : DE LA FIN DU XIX^e SIÈCLE À NOS JOURS <i>OMBIGATH Pierre Romuald</i>	53
TOURISME ET DÉCHETS À DAKAR : ATTRACTIVITÉ LITTORALE ET DÉFIS DE GOUVERNANCE URBAINE DANS L'ILE DE NGOR <i>DIOMBATY Ibrahima, SAWROU Mbingue, El hadji RAWANE BA, Abdou Kadry MANE</i>	67
DISTRIBUTION SPATIALE DES STRUCTURES SÉCURITAIRES ET RECRUESCENCE DE LA CRIMINALITÉ DANS LE VILLE DE N'DJAMENA (CITE-CAPITALE DU TCHAD) <i>KAGONBÉ Madi, TOB-RO N'Dilbé, ALLARANE Ndonaye</i>	87
CONFLIT D'USAGE ENTRE ORPAILLAGE CLANDESTIN ET TOURISME AUTOUR DES RESSOURCES NATURELLES : CAS DE LA PLAGE FLUVIALE DE PAPARA (RÉGION DE LA BAGOUE) <i>Daniel Guikahné BISSOU, Lazéni BAMBÁ</i>	105
INTERVENTIONS PUBLIQUES RÉGIONALES ET DEFIS DU DÉVELOPPEMENT SOCIOÉCONOMIQUE DANS LA SOUS PRÉFECTURE DE WOROFLA, DÉPARTEMENT DE SÉGUÉLA, RÉGION DU WORODOUGOU (NORD-OUEST DE LA COTE D'IVOIRE) <i>COULIBALY Mohamed Naboua, Joseph-Pierre ASSI KAUDJHIS, BAKAYOKO Souleymane</i>	126

INTÉGRATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION DANS LE SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE D'UNE DESTINATION ÉMERGENTE AU BÉNIN : ENJEUX ET PERSPECTIVES

SODANSOU Houndégnon,

Département de Philologie Hispanique et des Civilisations Afro-Américaines

Université d'Abomey-Calavi

Email : sodansoul@yahoo.fr

Résumé

Dans un contexte mondial de digitalisation du tourisme, les destinations émergentes doivent optimiser leurs dispositifs informationnels pour renforcer leur visibilité et leur compétitivité. Cet article analyse le système d'information touristique (SIT) du Bénin en explorant les perspectives d'amélioration par l'intégration des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) pour l'émergence d'une destination. À partir d'une revue de la littérature et d'une étude qualitative des ressources numériques béninoises - incluant sites web, applications mobiles et réseaux sociaux - l'étude identifie les forces et les faiblesses du SIT actuel. Les résultats révèlent un décalage significatif entre la richesse de l'offre touristique et son accessibilité via les canaux numériques, limitant l'attractivité de la destination. En conclusion, l'article propose un modèle conceptuel de SIT intégré, centré sur l'utilisateur, basé sur une plateforme numérique unifiée, une stratégie de contenus enrichis et interactifs, et une meilleure interaction avec les touristes et professionnels. Cette approche vise à moderniser la gouvernance de l'information touristique, renforcer la professionnalisation des offices de tourisme et optimiser les stratégies de promotion numérique pour le Bénin en tant que destination émergente.

Mots-clés : Système d'Information Touristique, TIC, Bénin, Promotion Touristique, Stratégie Numérique, Destination Émergente.

INTEGRATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES INTO THE TOURISM INFORMATION SYSTEM OF AN EMERGING DESTINATION IN BENIN : CHALLENGES AND PROSPECTS

Abstract

This article examines the tourism information system (TIS) in Benin and explores opportunities for its enhancement through the integration of Information and Communication Technologies (ICTs). In a global context of tourism digitalization, emerging destinations must optimize their information systems to improve visibility and competitiveness. Based on a literature review and a qualitative analysis of Benin's digital resources -including websites, mobile applications, and social media presence-

the study identifies the strengths and weaknesses of the current TIS. Results reveal a significant gap between the richness of Benin's tourism offerings and their accessibility through digital channels, limiting the destination's attractiveness. The article proposes a conceptual model for an integrated, user-centered TIS, built on a unified digital platform, enriched and interactive content strategies, and enhanced engagement with tourists and industry professionals. This approach aims to modernize the governance of tourism information, strengthen the professional capacity of tourism offices, and optimize digital marketing strategies for Benin as an emerging destination.

Keywords : Tourism Information System, ICT, Benin, Tourism Promotion, Digital Strategy, Emerging Destination.

Introduction

Le tourisme mondial connaît depuis plusieurs décennies une profonde transformation sous l'effet de la révolution numérique. Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a modifié les modes de production, de diffusion et de consommation de l'information touristique, transformant ainsi les comportements des voyageurs et les stratégies de promotion des destinations (Organisation Mondiale du Tourisme [OMT], 2018, p. 15 ; BUHALIS & LAW, 2008, p. 609). Dans un contexte marqué par l'usage généralisé d'Internet, des réseaux sociaux, des applications mobiles et des plateformes de réservation en ligne, l'information est devenue une ressource stratégique tout au long du parcours touristique, depuis la phase d'inspiration jusqu'à l'évaluation de l'expérience vécue.

Cette évolution a renforcé l'importance des systèmes d'information touristiques (SIT), désormais considérés comme des instruments essentiels de gestion et de promotion des destinations. Initialement limités à la diffusion d'informations pratiques, les SIT se sont progressivement transformés en dispositifs numériques intégrés associant données, technologies et acteurs touristiques. Ils contribuent à la structuration de l'offre, à la visibilité des destinations et à l'amélioration de l'expérience des visiteurs. Pour les destinations émergentes en particulier, la mise en place d'un système d'information touristique performant constitue un facteur important de compétitivité, dans la mesure où il facilite l'accès à une information fiable, actualisée et adaptée aux usages numériques contemporains.

À l'instar de plusieurs pays africains engagés dans une dynamique de valorisation touristique, le Bénin dispose d'un patrimoine culturel, historique et naturel particulièrement riche. Le pays se distingue notamment par l'importance du Vodoun dans son identité culturelle, par les sites liés à la mémoire de la traite négrière, tels que la Route des Esclaves à Ouidah, ainsi que par ses ressources naturelles comprenant le

littoral, les zones humides et les grands espaces protégés comme les parcs nationaux de la Pendjari et du W. Conscients de ce potentiel, les pouvoirs publics ont fait du tourisme un secteur prioritaire de développement économique à travers différentes politiques publiques, notamment le programme « Bénin Révélé », qui vise à renforcer l'attractivité et le rayonnement international du pays.

Malgré ces efforts, la destination Bénin demeure relativement peu visible sur la scène touristique internationale. Le contraste entre l'importance des ressources touristiques disponibles et la notoriété encore limitée de la destination soulève la question de l'efficacité des mécanismes de promotion et de diffusion de l'information touristique. Dans un environnement où les décisions de voyage reposent largement sur les outils numériques, les insuffisances éventuelles du système d'information touristique peuvent constituer un frein à l'attractivité et à la compétitivité de la destination.

Cette problématique trouve un écho dans la littérature scientifique consacrée aux systèmes d'information touristiques et au tourisme numérique. Les travaux de POON (1993, p. 15-18) et BUHALIS (2003, p. 7-12) montrent que la compétitivité touristique dépend de plus en plus de la capacité des destinations à mobiliser efficacement l'information et les technologies numériques. Plus récemment, XIANG et al. (2015, p. 244-246) soulignent que les TIC ont transformé les systèmes d'information touristiques traditionnels en plateformes interactives capables d'accompagner les voyageurs tout au long du cycle du voyage. Dans cette perspective, l'intégration des TIC apparaît comme un levier stratégique pour améliorer la visibilité, l'accessibilité et la qualité de l'information touristique.

C'est dans ce contexte que s'inscrit la présente recherche. Elle repose sur l'hypothèse selon laquelle les limites observées dans la promotion touristique du Bénin sont en partie liées à une intégration encore insuffisante des TIC dans son système d'information touristique. Dès lors, la question centrale qui guide cette étude est la suivante :

Pourquoi le système d'information touristique du Bénin présente-t-il des limites dans l'intégration des TIC nécessaires à l'amélioration de la promotion de la destination ?

Pour répondre à cette question, cette recherche s'efforcera d'atteindre deux objectifs spécifiques : Analyser le dispositif d'information touristique du Bénin au motif d'interroger les principaux supports numériques existants (sites institutionnels, plateformes en ligne, réseaux sociaux, outils de mobilité) (1) ; proposer un modèle d'amélioration du SIT béninois articulé autour d'une intégration stratégique, cohérente et durable des TIC (2).

La recherche adopte une approche exploratoire visant à mieux comprendre le phénomène étudié, mobilisant l'analyse documentaire, l'observation des dispositifs numériques et des entretiens semi-directifs auprès des principaux acteurs du secteur

touristique. Cette démarche permet d'établir un diagnostic de l'intégration actuelle des TIC dans le système d'information touristique béninois et d'identifier les leviers susceptibles d'en améliorer la performance.

Cet article est organisé en quatre sections. La première présente le cadre conceptuel et la revue de littérature en mettant en évidence les fondements théoriques des systèmes d'information touristiques, leur évolution numérique et le rôle des TIC dans la promotion des destinations. La deuxième section décrit le contexte d'étude à travers les caractéristiques de la destination Bénin, les acteurs impliqués et les pratiques informationnelles des usagers. La troisième section expose la méthodologie adoptée pour la collecte et l'analyse des données. La quatrième section présente les résultats issus du diagnostic de l'intégration des TIC dans le SIT béninois, ainsi que leur discussion au regard des standards internationaux. Enfin, l'étude propose des recommandations stratégiques visant à renforcer la performance numérique et l'attractivité touristique du Bénin.

1. Cadre conceptuel et revue de littérature

1.1. Les systèmes d'information touristiques : définitions, rôles et fonctions

Le Système d'Information Touristique (SIT) constitue aujourd'hui un dispositif stratégique dans la gestion et la promotion des destinations touristiques. Il représente l'ensemble des mécanismes permettant de collecter, traiter, organiser, valoriser et diffuser les informations relatives à une destination auprès des différents acteurs concernés. Selon BIGNÉ et al (2000, p. 251), le SIT correspond à « un processus permanent et systématisé de collecte, de traitement, d'organisation et de diffusion des informations nécessaires aux objectifs de planification, d'action et d'évaluation touristique pour les différents agents touristiques publics et privés d'une destination ». Cette définition met en évidence trois dimensions fondamentales du SIT : la continuité du processus informationnel, la coordination des acteurs et l'aide à la décision dans la gestion touristique.

Dans sa conception traditionnelle, le SIT était principalement orienté vers la transmission d'informations pratiques aux visiteurs. Avant l'intégration massive des technologies numériques, l'information touristique reposait essentiellement sur des supports physiques et des dispositifs institutionnels tels que les offices de tourisme, les brochures, les guides imprimés, les agences de voyage, les salons professionnels ou encore les points d'accueil touristique (BUHALIS, 1998, p. 410). Ce modèle reposait sur une logique descendante dans laquelle les organismes touristiques jouaient principalement un rôle de producteurs et de diffuseurs d'informations, tandis que les touristes occupaient une position de récepteurs.

L'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a profondément transformé cette organisation. L'apparition d'Internet, puis le

développement des plateformes numériques, des applications mobiles et des réseaux sociaux ont modifié les modalités de production, d'accès et de partage de l'information touristique. La CNUCED (2000, p. 5) souligne notamment que les technologies numériques ont renforcé la capacité des organisations à fournir une information plus rapide, accessible et actualisée, tout en facilitant l'interaction entre les différents acteurs du secteur touristique.

Ainsi, le SIT contemporain ne se limite plus à un simple outil de diffusion d'informations. Il devient une infrastructure numérique intégrée permettant de connecter les acteurs publics, privés et les voyageurs autour d'un ensemble de données touristiques. Dans cette perspective, BUHALIS (2003, p. 7) considère que les technologies numériques renforcent la compétitivité des destinations en améliorant leur capacité à gérer l'information, personnaliser l'expérience touristique et développer des stratégies de promotion plus efficaces.

Le fonctionnement d'un SIT repose sur l'interaction de plusieurs catégories d'acteurs (BIGNÉ, 2000, p. 251 ; GRETZEL et al., 2006, p. 146). Les touristes constituent les principaux utilisateurs du système, mais ils deviennent également des producteurs d'informations à travers leurs commentaires, leurs évaluations, leurs photographies et leurs expériences partagées en ligne. Les organismes publics, notamment les ministères, offices de tourisme et agences de promotion, assurent quant à eux la structuration, la validation et la diffusion de l'information officielle. Les opérateurs privés (hébergeurs, restaurateurs, transporteurs, guides et prestataires d'activités) contribuent à enrichir le système par les données relatives à l'offre touristique disponible.

L'émergence des plateformes numériques a également entraîné une transformation du rôle des canaux de diffusion. Aux supports traditionnels se sont ajoutés les sites web, moteurs de recherche, applications mobiles, plateformes d'avis et réseaux sociaux. Le touriste actuel évolue ainsi dans un environnement informationnel complexe où il consulte plusieurs sources avant, pendant et après son voyage. XIANG et GRETZEL (2010, p. 179) montrent que les médias sociaux ont renforcé cette évolution en transformant le touriste en acteur informationnel hybride, simultanément consommateur et producteur de contenu.

Dès lors, la performance d'un SIT ne dépend plus uniquement de la quantité d'informations disponibles, mais également de sa capacité à proposer une information fiable, intégrée, interactive et adaptée aux nouveaux comportements numériques des voyageurs. Cette évolution constitue un enjeu majeur pour les destinations émergentes, qui doivent désormais développer des systèmes informationnels capables d'améliorer leur visibilité, leur attractivité et leur compétitivité touristique.

1.2. Architecture contemporaine des SIT, rôle des offices de tourisme et innovation numérique

L'évolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a progressivement transformé les systèmes d'information touristiques (SIT) en véritables écosystèmes numériques intégrés. Contrairement aux modèles traditionnels principalement orientés vers la collecte et la diffusion d'informations, les SIT contemporains reposent désormais sur une architecture multidimensionnelle permettant de connecter les acteurs, les données et les utilisateurs autour d'une logique d'interaction permanente.

L'architecture actuelle d'un SIT peut être appréhendée à travers plusieurs composantes complémentaires. Un premier niveau correspond au sous-système interne, qui regroupe les informations produites directement par les organisations touristiques : données relatives aux fréquentations, statistiques touristiques, offres disponibles, événements, équipements et services proposés par la destination. Ces informations constituent une base essentielle pour la planification, le pilotage et l'évaluation des politiques touristiques (BUHALIS & LAW, 2008, p. 609).

Un second niveau concerne le sous-système externe, qui intègre des sources provenant de l'environnement touristique plus large. Il comprend notamment les données issues des organismes statistiques, des études de marché, des tendances de consommation, des plateformes numériques et des comportements observés en ligne. L'exploitation de ces données permet aux destinations d'améliorer leur connaissance des visiteurs, d'anticiper les évolutions de la demande et d'adapter leur stratégie de promotion.

À ces deux composantes s'ajoute un sous-système d'intelligence touristique, chargé de transformer les données disponibles en informations utiles à la décision. À travers les enquêtes, les analyses de fréquentation, les études de satisfaction et l'observation des pratiques numériques des voyageurs, les destinations peuvent mieux comprendre les motivations, attentes et parcours des touristes (KOTLER et al., 2017, p. 128). Cette fonction devient particulièrement importante dans un contexte où la compétitivité touristique dépend de plus en plus de la capacité à proposer une expérience personnalisée.

Sur le plan technologique, les SIT modernes s'appuient sur une combinaison d'outils numériques favorisant la centralisation, l'accessibilité et l'exploitation des informations. Les bases de données structurées permettent d'assurer la qualité, la cohérence et l'interopérabilité des contenus touristiques. Les plateformes de gestion de destination (Destination Management Systems - DMS) jouent un rôle majeur en facilitant la coordination entre les différents acteurs publics et privés. Les Systèmes d'Information Géographique (SIG), quant à eux, permettent de valoriser la dimension

spatiale de l'offre touristique grâce à la cartographie interactive, la géolocalisation et les services basés sur la localisation.

Par ailleurs, les applications mobiles, les moteurs de recherche et les plateformes numériques de réservation participent désormais à l'environnement informationnel du voyageur. Même si ces plateformes ne relèvent pas directement des dispositifs institutionnels des destinations, elles influencent fortement la visibilité des territoires en structurant l'accès des touristes aux informations, aux avis et aux services touristiques. Ainsi, le SIT contemporain doit être capable d'interagir avec cet écosystème numérique élargi afin d'assurer une présence efficace de la destination dans les espaces où les voyageurs effectuent leurs recherches (GRETZEL et al., 2015, p. 180).

Dans cette transformation, les offices de tourisme occupent une fonction stratégique renouvelée. Traditionnellement chargés de l'accueil physique des visiteurs et de la diffusion d'informations locales, ils évoluent progressivement vers des structures de gestion et de médiation numérique de la destination. Leur rôle ne consiste plus uniquement à fournir une information touristique, mais également à organiser, qualifier et diffuser des contenus fiables à travers différents canaux : sites web, réseaux sociaux, applications mobiles, plateformes collaboratives et dispositifs interactifs.

Cette évolution implique une nouvelle mission pour les offices de tourisme : devenir des acteurs de gouvernance de l'information touristique. Ils doivent assurer la coordination entre les producteurs de données, garantir la mise à jour des contenus et favoriser l'interopérabilité des systèmes. Dans cette perspective, certaines initiatives de structuration des données touristiques, comme les référentiels numériques et les dispositifs de normalisation, montrent l'importance croissante de la qualité et de la circulation des informations dans la performance des destinations (IVARS-BAIDAL et al., 2019, p. 12).

L'innovation numérique contribue également à modifier profondément les pratiques informationnelles des touristes. Le développement du Web 2.0 a introduit une logique participative fondée sur les contenus générés par les utilisateurs (User Generated Content - UGC). Les voyageurs produisent désormais une partie importante de l'information touristique à travers les avis, commentaires, photographies et vidéos partagés en ligne. Cette évolution transforme le touriste en acteur actif du système informationnel, capable d'influencer l'image et la réputation numérique d'une destination (XIANG & GRETZEL, 2010, p. 179).

Plus récemment, l'émergence du Web sémantique, de l'intelligence artificielle et de l'analyse des données massives ouvre de nouvelles perspectives pour les SIT. Les systèmes de recommandation, les assistants conversationnels, les chatbots et les outils d'analyse prédictive permettent d'offrir une information davantage personnalisée et

adaptée aux besoins spécifiques des voyageurs. Les destinations peuvent ainsi améliorer l'expérience utilisateur tout en développant des stratégies de communication plus ciblées (GRETZEL et al., 2015, p. 181).

Cependant, l'efficacité d'un SIT numérique ne dépend pas uniquement de la disponibilité des technologies. Elle repose également sur la capacité des acteurs à coordonner leurs actions, à partager les données et à développer une véritable stratégie numérique territoriale. L'absence d'intégration entre les plateformes, la fragmentation de l'information ou l'insuffisance de mise à jour des contenus peuvent limiter l'impact des TIC sur la promotion touristique.

Ainsi, l'intégration des TIC dans les SIT constitue aujourd'hui un facteur déterminant de visibilité, d'attractivité et de compétitivité des destinations. Pour les destinations émergentes, l'enjeu ne consiste donc plus seulement à disposer d'outils numériques, mais à construire un système informationnel cohérent capable de valoriser durablement leur offre touristique dans un environnement mondial fortement numérisé.

2. Contexte d'étude : intégration des TIC dans le système d'information touristique du Bénin

2.1. Présentation synthétique de la destination Bénin

Le Bénin se positionne comme une destination touristique émergente en Afrique de l'Ouest, caractérisée par une diversité culturelle, patrimoniale et environnementale remarquable (Sodansou, 2026, p. 7). Le pays dispose d'atouts différenciateurs forts, fondés notamment sur son histoire précoloniale et coloniale, son rôle central dans le développement du Vodoun, ainsi que son importance dans la mémoire de la traite négrière. Les sites historiques tels que la Route des Esclaves à Ouidah, le Musée d'Histoire de Ouidah ou encore les palais royaux d'Abomey (classés au patrimoine mondial de l'UNESCO) constituent des ressources identitaires majeures. Cette richesse patrimoniale est complétée par une diversité écologique significative, illustrée par les parcs nationaux de la Pendjari et du W (réserve transfrontalière), reconnus pour leur biodiversité et leur potentiel de safari en Afrique de l'Ouest.

Depuis 2016, le gouvernement béninois a entrepris une série de réformes ambitionnant de faire du tourisme un levier de développement économique, dans le cadre du Programme d'Actions du Gouvernement (PAG) et du projet « Bénin Révélé ». Ces initiatives ont permis d'engager des investissements importants dans les infrastructures touristiques, la valorisation patrimoniale, la création de musées contemporains, la promotion de circuits thématiques et la modernisation de l'image du pays.

Les arrivées touristiques montrent une progression, mais elles restent modestes comparées à celles de pays voisins comme le Ghana ou le Sénégal. Ce positionnement intermédiaire reflète le statut de destination en consolidation, en quête d'une identité touristique plus affirmée et d'une stratégie de communication efficace. Dans ce contexte, l'amélioration de son système d'information touristique (SIT) apparaît comme un enjeu stratégique déterminant pour renforcer sa compétitivité, accroître sa notoriété et attirer davantage de visiteurs internationaux et régionaux.

Le développement du numérique au Bénin constitue un levier essentiel pour cette transformation. Avec une pénétration croissante d'Internet et la généralisation de l'usage du smartphone, les pratiques d'information des touristes locaux comme internationaux évoluent rapidement. Cette situation offre une opportunité unique pour structurer un SIT performant, capable de diffuser une information fiable, actualisée, multilingue et facilement accessible, condition indispensable pour améliorer l'attractivité et la lisibilité de la destination.

2.2. Typologie des informations touristiques indispensables au Bénin

L'évaluation du système d'information touristique béninois repose sur une typologie claire des données essentielles à la préparation et à l'expérience du voyage. La première catégorie concerne le patrimoine naturel et culturel, incluant les sites historiques (palais royaux d'Abomey, Route des Esclaves), les patrimoines immatériels (Vodoun, festivals, artisanat) et les espaces naturels (parcs nationaux de la Pendjari et du W, zones humides). Pour ces ressources, des informations fiables sur la localisation, les horaires, les tarifs et les conditions d'accès sont indispensables. La deuxième catégorie porte sur l'hébergement et la restauration, où l'absence d'un inventaire centralisé des types d'hébergement, des niveaux de confort, des tarifs et des options gastronomiques constitue un défi majeur. La troisième catégorie concerne le transport et l'accessibilité, pour laquelle la clarté des informations sur les vols, les réseaux routiers et le transport interurbain est déterminante afin de réduire les incertitudes des visiteurs. La quatrième catégorie regroupe l'événementiel, avec la nécessité d'un calendrier actualisé des festivals, manifestations religieuses et activités culturelles. Enfin, la cinquième catégorie couvre les services et la sécurité, incluant les recommandations officielles, les services de santé, les moyens de paiement et les formalités administratives, éléments essentiels pour renforcer la confiance des touristes et fluidifier leur expérience.

2.3. Acteurs et infrastructures du système d'information touristique béninois

Le système d'information touristique (SIT) du Bénin repose sur un ensemble d'acteurs publics, privés et technologiques dont la coordination est déterminante pour assurer la disponibilité, la fiabilité et la diffusion efficace des données touristiques. Au niveau institutionnel, le Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts assure le pilotage

stratégique en élaborant les politiques nationales et en supervisant les initiatives de digitalisation, mais son action est limitée par un manque de ressources techniques et l'absence de standards nationaux pour la gestion des données. L'Agence Bénin Tourisme constitue le principal opérateur public de promotion touristique, s'appuyant de plus en plus sur le numérique (plateformes web, campagnes en ligne), bien que la structuration systématique et la mise à jour régulière des données restent des défis majeurs. Les offices régionaux du tourisme d'Abomey, de Ouidah et de Porto-Novo jouent un rôle clé dans la collecte et la diffusion d'informations de proximité, mais leur intégration numérique est inégale, et l'absence d'un système harmonisé au niveau national complique la remontée des données vers un SIT unifié. Les agences réceptives et opérateurs privés (agences de voyages, guides, hébergeurs) génèrent une grande partie des informations utiles aux visiteurs via des outils numériques, mais la diffusion reste fragmentée et dépourvue de centralisation, le manque de mécanismes de partage entre secteur public et privé constituant un obstacle majeur. Enfin, les plateformes numériques existantes - sites institutionnels, portails thématiques, initiatives privées et outils internationaux comme Google Travel- contribuent à la visibilité de la destination, mais souffrent d'une forte hétérogénéité : absence d'agrégation, données rarement mises à jour, et faible interconnexion entre systèmes. L'enjeu central réside ainsi dans la construction d'une infrastructure numérique intégrée et interopérable, capable d'alimenter un SIT national cohérent.

2.4. Usages numériques des touristes et des professionnels

L'analyse des usages numériques est essentielle pour comprendre comment l'information touristique est recherchée, consommée et diffusée au Bénin. Les pratiques informationnelles diffèrent selon les segments d'acteurs. Les touristes internationaux s'appuient principalement sur les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, les plateformes de réservation (OTA) et les applications de navigation pour préparer leurs voyages. Les touristes domestiques mobilisent davantage les réseaux sociaux et les recommandations informelles. Côté professionnels, l'usage du numérique est généralisé mais hétérogène : les agences réceptives et les guides utilisent massivement WhatsApp, Facebook ou Instagram pour communiquer en temps réel, mais la mise à jour systématique des données et l'utilisation d'outils professionnels de gestion des contenus (CRM, systèmes de réservation) restent limitées, affectant la qualité globale de l'information en ligne.

Les attentes en matière de contenus numériques convergent autour de trois axes. L'accessibilité implique des informations centralisées, fiables et facilement consultables sur mobile. L'actualisation exige des contenus régulièrement mis à jour concernant horaires, tarifs et disponibilités. La pertinence requiert des informations contextualisées (cartes interactives, géolocalisation, suggestions personnalisées) et des contenus multimédias de qualité (photos, vidéos, visites virtuelles). Les

professionnels, quant à eux, attendent des outils numériques leur permettant de promouvoir efficacement leurs services, d'accéder à des données institutionnelles actualisées, d'améliorer leur visibilité internationale via un référencement optimisé, et de bénéficier de formations renforçant leurs compétences digitales.

Le niveau d'appropriation des TIC varie fortement selon les segments. Les touristes internationaux maîtrisent parfaitement les outils numériques et exigent des informations complètes et interconnectées. Les touristes nationaux utilisent de plus en plus le mobile, mais pâtissent de la faible disponibilité de données fiables et de l'absence d'une plateforme nationale consolidée. Les professionnels, bien que conscients de l'enjeu stratégique du numérique, présentent des niveaux inégaux : certains disposent d'outils modernes et de stratégies digitales élaborées, tandis que d'autres fonctionnent avec des dispositifs rudimentaires et informels. Ce déficit d'homogénéisation fragmente la production des contenus, réduit l'interopérabilité et limite la visibilité globale de la destination, posant ainsi les bases du diagnostic qui suit.

3. Méthode et matériels

La présente recherche adopte une approche qualitative fondée sur une étude de cas intrinsèque portant sur le système d'information touristique (SIT) du Bénin. Ce choix se justifie par la spécificité du contexte béninois, marqué par une volonté politique de développement touristique, une transformation numérique progressive et la coexistence de pratiques informationnelles traditionnelles et numériques. L'étude considère le SIT comme une unité d'analyse globale intégrant les institutions publiques, les opérateurs privés, les plateformes numériques et les touristes. Elle s'articule autour de deux axes complémentaires : l'analyse de l'organisation et des outils du système d'information touristique, d'une part, et l'analyse des usages, des pratiques et des expériences des utilisateurs, d'autre part.

La collecte des données repose sur une triangulation méthodologique. Une revue bibliographique systématique a d'abord été menée, mobilisant articles scientifiques, ouvrages spécialisés, rapports institutionnels (OMT, UNESCO, CNUCED) et analyses de cas de destinations comparables (Maroc, Rwanda, Sénégal, Costa Rica), permettant d'élaborer les concepts clés et une grille d'analyse adaptée. Une analyse documentaire et évaluation critique des ressources en ligne a ensuite été réalisée à partir d'une grille structurée examinant l'accessibilité, l'exhaustivité, l'actualisation, la qualité éditoriale, l'interactivité, le multilinguisme, l'intégration des médias sociaux et les fonctionnalités transactionnelles. Les ressources analysées comprenaient le site officiel de l'Agence Bénin Tourisme, les sites des offices régionaux, les plateformes de promotion, les sites d'opérateurs privés, les comptes sur réseaux sociaux et les applications mobiles disponibles.

Enfin, une enquête de terrain qualitative par entretiens semi-directifs a été menée auprès de deux catégories d'acteurs. Les producteurs d'information (agents des bureaux d'information touristique, personnel des offices régionaux, guides accrédités, responsables d'agences réceptives) ont été interrogés sur leurs pratiques, les types de demandes reçues, la gestion des contenus, les outils disponibles, les difficultés rencontrées et leurs besoins en formation. Les utilisateurs finaux (touristes nationaux et internationaux rencontrés dans les bureaux d'information et les hôtels) ont permis de documenter leurs sources d'information, leur satisfaction, leurs attentes numériques et l'impact de l'information sur leur expérience de séjour.

L'échantillon, de type raisonné, a été constitué pour garantir la diversité des profils : acteurs institutionnels (ministère, Agence Bénin Tourisme, offices locaux), professionnels privés (opérateurs, agences, hôteliers, guides) et touristes (nationaux et internationaux). Les données qualitatives ont été traitées par analyse thématique de contenu pour identifier récurrences et enjeux clés, complétée par une analyse comparative entre les standards internationaux et la situation observée au Bénin, ainsi que par une triangulation analytique assurant la cohérence entre les différentes sources. L'objectif était d'aboutir à un diagnostic argumenté du SIT béninois, préalable à la formulation de recommandations opérationnelles.

4. Résultats

4.1. Diagnostic de l'intégration des TIC dans le SIT du Bénin

Les résultats ci-après doivent être analysés dans le cadre d'une étude exploratoire ayant pour finalité une compréhension des mécanismes, pratiques et enjeux de l'intégration des TIC dans le système d'information touristique du Bénin, plutôt que de produire une généralisation statistique. Cela permet de mettre en exergue les principales forces, faiblesses et opportunités du dispositif mis en place.

Les résultats issus de l'analyse documentaire, des observations de terrain et des entretiens mettent en évidence à la fois des acquis significatifs et des insuffisances persistantes dans l'intégration des TIC au sein du système d'information touristique béninois. Afin de synthétiser ces différents constats et d'identifier les principaux enjeux stratégiques du secteur, une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces) a été réalisée. Cet outil permet d'appréhender simultanément les facteurs internes qui influencent la performance du SIT et les éléments de l'environnement externe susceptibles de favoriser ou de contraindre son développement. La matrice suivante présente les principaux résultats de ce diagnostic stratégique.

Tableau 1 : SWOT du SIT

Forces	Faiblesses
Volonté politique affirmée de faire du tourisme un levier de développement à travers le programme « Bénin Révélé ».	Absence d'un portail national intégré centralisant l'ensemble des données touristiques.
Existence d'institutions dédiées à la promotion touristique (Ministère du Tourisme, Agence Bénin Tourisme).	Fragmentation de l'information entre plusieurs plateformes et acteurs.
Richesse et diversité du patrimoine culturel, historique et naturel offrant un fort potentiel de contenus numériques.	Hétérogénéité des capacités numériques entre acteurs nationaux et locaux.
Présence de plateformes numériques institutionnelles et de comptes officiels sur les réseaux sociaux.	Actualisation irrégulière des contenus et manque de protocoles de gestion des données.
Progression des compétences numériques chez certains professionnels du tourisme.	Faible interopérabilité entre les systèmes et absence d'outils partagés (bases de données, API, cartographie intégrée).
Développement progressif de l'accès à Internet et de l'usage du smartphone.	Optimisation mobile insuffisante, faible multilinguisme et qualité variable des contenus numériques.
Opportunités	Menaces
Croissance continue des usages numériques dans la préparation des voyages.	Concurrence accrue des destinations ouest-africaines mieux positionnées numériquement (Ghana, Sénégal, Maroc).
Développement des technologies numériques (SIG, intelligence artificielle, applications mobiles, données ouvertes).	Évolution rapide des technologies pouvant accentuer le retard numérique du SIT béninois.
Intérêt croissant pour le tourisme culturel, mémoriel et expérientiel, segments où le Bénin dispose d'avantages comparatifs.	Risque de perte de visibilité internationale en raison d'un référencement numérique insuffisant.
Possibilités de partenariats techniques avec les organisations internationales et les acteurs du numérique.	Dépendance croissante aux plateformes internationales qui contrôlent une partie importante de la visibilité touristique.
Augmentation du volume de contenus générés par les utilisateurs (UGC) susceptibles de renforcer l'image de la destination.	Persistance des disparités d'accès à Internet dans certaines zones touristiques.

Source : Sodansou, 2026

La méthode SWOT illustre une situation ambivalente concernant le système d'information touristique (SIT) au Bénin. Les forces se situent essentiellement au sein

d'une volonté politique marquée, soutenue par des programmes de valorisation touristique et des institutions de promotion de la destination, fondements d'un système d'information touristique modernisé. De même, la richesse du patrimoine culturel et historique et des ressources naturelles du pays constitue un atout stratégique emblématique pour produire des contenus numériques attractifs et différenciants.

Ces ressources sont cependant affaiblies par un certain nombre de dysfonctionnements structurels. La première source de dysfonctionnement réside dans la fragmentation de l'information touristique, l'absence de mise en place d'un dispositif informationnel assez centralisé capable d'assurer la coopération entre les données produites par les différents acteurs et sans insuffisance en matière d'interopérabilité, d'actualisation des contenus ainsi que de gouvernance des données, en sortant du cadre de l'usage conventionnel pour un système interopérable pouvant restituer toutes les données textuelles, iconographiques, vidéos respectant les standards du net. En conséquence, l'ensemble du système ne peut fonctionner dans une performance optimum et fait perdre en effet l'ensemble de sa capacité à remplir son rôle de promotion de cette destination. L'environnement externe par contre se présente avec un large éventail d'opportunités. La montée en puissance du tourisme numérique, l'essor des pratiques mobiles, le développement des technologies intelligentes, l'intérêt croissant pour les expériences culturelles sont des leviers sur lesquels on pourrait largement s'appuyer pour donner au Bénin une visibilité accrue sur les marchés internationaux, en se servant d'une stratégie numérique intégrée des acteurs privés et publics.

Toutefois, plusieurs menaces pèsent sur la compétitivité de la destination. La concurrence régionale devient de plus en plus forte, notamment de la part de pays ayant investi davantage dans leur présence numérique. De même, la faible visibilité du Bénin sur les moteurs de recherche internationaux et sa dépendance à des plateformes externes peuvent limiter sa capacité à maîtriser son image et sa promotion.

De manière générale, le diagnostic montre que le principal défi du système d'information touristique béninois ne réside pas dans l'absence d'initiatives numériques, mais dans leur manque d'intégration. Les TIC sont présentes, mais elles fonctionnent encore de manière dispersée et peu coordonnée. Dès lors, l'enjeu stratégique n'est plus seulement de développer de nouveaux outils numériques, mais de construire un système d'information touristique unifié, interopérable et centré sur les besoins des utilisateurs. Une telle évolution permettrait de transformer les atouts touristiques du Bénin en véritable avantage compétitif sur le marché international.

4.2. Besoins et attentes des usagers

Les touristes internationaux recherchent des informations fiables, centralisées, actualisées, multilingues et interactives, avec des outils de planification et de

réserve en ligne. L'absence de portail centralisé constitue un frein majeur pour cette catégorie. Les touristes domestiques, quant à eux, utilisent de plus en plus le mobile et les réseaux sociaux ; ils attendent des informations pratiques actualisées, une accessibilité mobile optimisée, des contenus contextualisés et une interaction sociale via le partage d'avis. Les professionnels du tourisme (agences, guides, hébergeurs) expriment des besoins en matière de visibilité numérique, d'accès à des données fiables sur la demande touristique, d'outils de gestion intégrés (bases partagées, réserve en ligne) et de formation continue aux compétences digitales. Les entretiens révèlent que le manque de coordination entre acteurs, la fragmentation des informations et les ressources limitées pour la digitalisation constituent des obstacles majeurs.

4.3. Positionnement du Bénin face aux standards internationaux des SIT

L'évaluation du système d'information touristique béninois peut être mise en perspective avec les standards observés dans plusieurs destinations africaines de référence, telles que le Rwanda, le Kenya, l'Afrique du Sud, le Maroc et l'île Maurice. Ces pays ont développé des dispositifs numériques fondés sur cinq critères majeurs : la centralisation de l'information, l'interopérabilité des données, l'accessibilité multicanale, l'expérience utilisateur et la gouvernance collaborative.

Le premier écart concerne la centralisation de l'information. Dans les destinations les plus avancées, l'information est regroupée sur un portail national unique ou fortement coordonné. Au Bénin, elle reste dispersée entre plusieurs sites, plateformes et réseaux sociaux, ce qui nuit à la lisibilité de l'offre.

Le deuxième critère est celui de l'interopérabilité. Les destinations performantes s'appuient sur des bases de données partagées et des standards communs d'échange. Au Bénin, l'absence de référentiel commun et de plateforme intégrée limite la cohérence et l'actualisation des données.

Le troisième critère concerne l'expérience utilisateur. Les standards internationaux privilégient des interfaces mobiles, multilingues, géolocalisées et interactives. Malgré une présence numérique croissante, l'offre béninoise demeure encore inégale sur ces aspects.

Le quatrième critère porte sur l'exploitation des contenus générés par les utilisateurs. Dans les destinations les plus performantes, avis et commentaires alimentent la promotion et la gestion de la destination. Au Bénin, cette ressource reste encore peu valorisée dans le pilotage du SIT.

Enfin, la gouvernance des données constitue un cinquième critère essentiel. Les destinations de référence reposent sur une coordination étroite entre acteurs publics et

privés. Au Bénin, cette coordination demeure insuffisante, ce qui affecte la fiabilité et la visibilité du dispositif.

Le Bénin se situe dans une phase intermédiaire de transformation numérique. Il dispose d'atouts réels, mais son SIT reste en deçà des standards internationaux en matière d'intégration, d'interopérabilité et de gouvernance. L'enjeu principal est donc moins l'adoption des outils numériques que leur articulation dans un système cohérent et performant.

5. Discussion

Les résultats obtenus montrent que le système d'information touristique (SIT) du Bénin se trouve dans une phase de transition numérique caractérisée par des avancées significatives, mais également par des insuffisances structurelles qui limitent son efficacité. Cette situation confirme les travaux de BUHALIS (2003, p. 7-12), selon lesquels la compétitivité des destinations touristiques dépend moins de la simple disponibilité des technologies que de leur intégration dans un système cohérent de gestion et de diffusion de l'information.

Les atouts identifiés, notamment la richesse des ressources touristiques, l'engagement des pouvoirs publics en faveur du développement du tourisme et la présence croissante d'outils numériques, témoignent de l'existence de conditions favorables à la modernisation du SIT béninois. Ces résultats rejoignent les analyses de XIANG et al. (2015, p. 244-246), qui soulignent que les TIC constituent aujourd'hui un levier essentiel de valorisation des destinations en facilitant l'accès à l'information et l'interaction entre les différents acteurs du secteur touristique.

Toutefois, l'étude met également en évidence plusieurs limites qui freinent l'exploitation optimale de ce potentiel. La fragmentation des données, l'absence d'interopérabilité entre les plateformes, l'actualisation irrégulière des contenus et la faible coordination entre acteurs publics et privés réduisent la capacité du système à offrir une information cohérente et fiable. Ces constats corroborent les travaux de GRETZEL et al. (2015, p. 180), selon lesquels la performance d'un SIT repose sur la qualité des données, leur circulation entre les acteurs et leur adaptation aux besoins des utilisateurs.

L'analyse des usages confirme par ailleurs l'évolution des comportements informationnels des touristes. Les visiteurs recherchent désormais des informations accessibles en temps réel, consultables sur mobile, géolocalisées et personnalisées. Cette évolution renforce le rôle stratégique des TIC dans la construction de l'expérience touristique. Les insuffisances observées en matière de multilinguisme, d'ergonomie mobile et de personnalisation constituent ainsi des obstacles susceptibles d'affecter l'attractivité de la destination, notamment auprès des clientèles internationales.

La comparaison avec les standards observés dans plusieurs destinations africaines de référence, telles que le Rwanda, le Kenya, le Maroc, l’Afrique du Sud ou l’île Maurice, montre que le principal défi du Bénin ne réside pas dans l’absence d’initiatives numériques, mais dans leur faible intégration au sein d’un système unifié. Alors que ces destinations ont progressivement développé des plateformes centralisées, des mécanismes de partage de données et des stratégies numériques coordonnées, le SIT béninois demeure marqué par une gouvernance fragmentée et une circulation limitée de l’information.

Ces résultats soulignent plusieurs implications pour l’action publique et les acteurs du secteur. La modernisation du SIT nécessite en priorité la mise en place d’une gouvernance collaborative associant institutions publiques, collectivités territoriales et opérateurs privés. Elle suppose également la création d’un portail national intégré capable de centraliser les données touristiques, d’assurer leur actualisation régulière et de faciliter leur diffusion sur différents canaux numériques. Le renforcement des compétences numériques des professionnels, l’amélioration de l’accessibilité mobile et multilingue des contenus ainsi que l’exploitation des données générées par les utilisateurs apparaissent également comme des leviers prioritaires d’amélioration.

Ainsi, les TIC ne doivent pas être envisagées comme de simples outils techniques de communication, mais comme des instruments de gouvernance, de coordination et de création de valeur touristique. Leur intégration effective dans le système d’information touristique constitue une condition essentielle pour renforcer la visibilité, l’attractivité et la compétitivité du Bénin sur les marchés touristiques nationaux et internationaux.

Conclusion et recommandations

Rappelons que cette recherche a pour objectif d’analyser l’intégration des Technologies de l’Information et de la Communication (TIC) dans le système d’information touristique (SIT) du Bénin et d’identifier les leviers susceptibles d’améliorer la promotion de la destination. Fondée sur une démarche exploratoire combinant analyse documentaire, observation des dispositifs numériques et entretiens semi-directifs, l’étude a permis de dresser un diagnostic du fonctionnement actuel du SIT béninois.

Les résultats montrent que le Bénin dispose d’atouts réels pour développer un système d’information touristique performant, notamment une volonté politique affirmée, une offre touristique diversifiée et une présence numérique en progression. Toutefois, ces avancées restent limitées par plusieurs contraintes structurelles, parmi lesquelles la fragmentation des informations, l’absence de centralisation des données, la faible interopérabilité des plateformes, l’actualisation irrégulière des contenus et des niveaux inégaux de maturité numérique entre les acteurs du secteur. L’étude met également en évidence l’évolution des attentes des utilisateurs, qui recherchent désormais une

information fiable, actualisée, accessible sur mobile, géolocalisée et adaptée à leurs besoins spécifiques. Dans ce contexte, la qualité du SIT apparaît comme un facteur déterminant de l'expérience touristique et de la compétitivité de la destination.

La comparaison avec plusieurs destinations africaines engagées dans leur transformation numérique montre que le Bénin se situe dans une phase intermédiaire de développement. Des progrès notables ont été accomplis, mais des écarts subsistent en matière d'intégration des données, de gouvernance numérique et de coordination des acteurs. Le principal enjeu ne réside donc plus dans l'adoption des TIC elles-mêmes, mais dans leur intégration au sein d'un système cohérent, collaboratif et centré sur les besoins des utilisateurs. Sur le plan scientifique, cette recherche contribue à enrichir les travaux portant sur les systèmes d'information touristiques dans les destinations émergentes. Sur le plan opérationnel, elle met en évidence les conditions nécessaires à une meilleure valorisation du potentiel touristique béninois à travers les outils numériques.

À partir de ces constats, plusieurs recommandations peuvent être formulées pour renforcer l'efficacité du SIT du Bénin. En premier lieu, il convient de moderniser l'infrastructure numérique en mettant en place un portail national intégré regroupant l'ensemble des informations touristiques produites par les institutions publiques, les offices de tourisme et les opérateurs privés. Cette plateforme devrait offrir une navigation intuitive, une consultation optimisée sur mobile, des fonctionnalités de géolocalisation ainsi que des services d'aide à la planification du voyage. Le développement d'applications mobiles intégrant cartes interactives, itinéraires touristiques et services de réservation constituerait également un levier important d'amélioration de l'expérience utilisateur.

En deuxième lieu, la modernisation du SIT suppose le renforcement de l'interopérabilité et de la gestion des données. L'adoption de standards communs pour la collecte, le stockage et l'échange des informations touristiques permettrait d'améliorer la cohérence, la fiabilité et l'actualisation des contenus diffusés. La mise en place d'une base de données centralisée, alimentée par les différents acteurs du secteur, devrait s'accompagner de protocoles clairs de partage des données entre acteurs publics et privés.

En troisième lieu, une gouvernance coordonnée du SIT apparaît indispensable. La création d'un mécanisme national de coordination permettrait d'assurer la gestion, le suivi et l'évolution du système d'information touristique. Cette structure aurait pour mission de définir les orientations stratégiques, de veiller à la qualité des contenus et d'assurer la cohérence des actions numériques menées à l'échelle nationale et territoriale. Des indicateurs de performance devraient également être définis afin d'évaluer régulièrement l'efficacité du dispositif.

En quatrième lieu, l'amélioration du SIT passe par le développement des compétences numériques des acteurs du tourisme. Des programmes de formation continue devraient être mis en œuvre dans les domaines du marketing digital, de la gestion des contenus numériques, de l'analyse des données et de l'utilisation des outils de communication en ligne. Une attention particulière devrait être accordée aux offices locaux de tourisme et aux petites structures privées.

En cinquième lieu, les contenus touristiques diffusés doivent répondre à des exigences de qualité, d'actualisation et d'homogénéité. La définition de normes communes concernant les informations relatives aux sites, aux événements, aux hébergements ou aux services touristiques permettrait de limiter les incohérences. Le développement du multilinguisme, notamment en français et en anglais, ainsi que l'adaptation des contenus aux personnes en situation de handicap contribueraient à renforcer l'accessibilité du système.

Enfin, une stratégie de marketing numérique plus ambitieuse devrait être développée afin d'améliorer la visibilité internationale de la destination. Celle-ci pourrait s'appuyer sur une présence renforcée sur les réseaux sociaux, l'optimisation du référencement naturel et payant, ainsi que la valorisation des contenus générés par les utilisateurs. L'exploitation des données issues des interactions numériques permettrait également de mieux cibler les campagnes promotionnelles et d'adapter les contenus aux attentes des différents segments de clientèle.

En définitive, la modernisation du système d'information touristique du Bénin constitue un enjeu stratégique majeur pour la valorisation de la destination. Une intégration plus cohérente des TIC permettrait non seulement d'améliorer l'expérience des visiteurs, mais également de renforcer durablement la visibilité et la compétitivité du tourisme béninois à l'échelle régionale et internationale.

Références bibliographiques

BIGNÉ, J. E., FONT, X. et ANDREU, L., 2000, *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*, Madrid, ESIC Editorial, 543 p.

BUHALIS, D., 1998, « Strategic use of information technologies in the tourism industry », *Tourism Management*, vol. 19, n° 5, pp. 409-421. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00038-7)

BUHALIS, D., 2003, *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*, Harlow, Pearson Education.

BUHALIS, D. et AMARANGGANA, A., 2015, « Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services », dans TUSSYADIAH I. et INVERSINI A. (dir.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Cham, Springer, pp. 377-389.

BUHALIS, D. et LAW, R., 2008, « Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research », *Tourism Management*, vol. 29, n° 4, pp. 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

FODNESS, D. et MURRAY, B., 1997, « Tourist information search », *Annals of Tourism Research*, vol. 24, n° 3, pp. 503-523. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00012-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00012-6)

FROCHOT, I. et LEGOHÉREL, P., 2017, *Marketing du tourisme*, 3e éd., Paris, Dunod.

GRETZEL, U., SIGALA, M., XIANG, Z. et KOO, C., 2015, « Smart tourism: Foundations and developments », *Electronic Markets*, vol. 25, n° 3, pp. 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

GRETZEL, U., YUAN, Y. et FESENMAIER, D. R., 2006, « Preparing for the new economy: Advertising strategies and change in destination marketing organizations », *Journal of Travel Research*, vol. 45, n° 2, pp. 146-156.

IVARS-BAIDAL, J. A., CELDRÁN-BERNABEU, M. A., MAZÓN, J.-N. et PERLES-IVARS, Á. F., 2019, « Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for destination management? », *Current Issues in Tourism*, vol. 22, n° 13, pp. 1581-1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

KOTLER, P., BOWEN, J. T., MAKENS, J. C. et BALOGLU, S., 2017, *Marketing for Hospitality and Tourism*, 7th ed., Harlow, Pearson.

NEUHOFER, B., 2016, « Value co-creation and co-destruction in connected tourism experiences », *Tourism Management Perspectives*, vol. 17, pp. 72-74. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.10.002>

POON, A., 1993, *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, Wallingford, CAB International.

SODANSOU, Houndégnon, 2026, « Le patrimoine culturel comme levier de promotion des destinations touristiques : cas du vodoun au Bénin », *African Scientific Journal*, vol. 3, n° 35, pp. 560-574.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD), 2000a, *Building Confidence: Electronic Commerce and Development (UNCTAD/SDTE/Misc.11)*, New York et Genève, Nations Unies.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD), 2000b, *Electronic Commerce and Tourism: Report of the Expert Meeting*, New York et Genève, Nations Unies.

UNESCO WORLD HERITAGE CENTRE, 2019, *World Heritage and Sustainable Tourism Programme: Guidelines and Toolkit for Destination Management*, Paris, UNESCO.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), 2018, *Tourism Highlights 2018 Edition*, Madrid, UNWTO.

XIANG, Z. et GRETZEL, U., 2010, « Role of social media in online travel information search », *Tourism Management*, vol. 31, n° 2, pp. 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

XIANG, Z., MAGNINI, V. P. et FESENMAIER, D. R., 2015, « Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the Internet », *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 22, pp. 244-249. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.12.004>

XIANG, Z., TUSSYADIAH, I. et BUHALIS, D., 2015, « Smart destinations: Foundations, analytics, and applications », *Journal of Destination Marketing & Management*, vol. 4, n° 3, pp. 143-144. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.07.001>