



Appel à projet de recherche 2016 « Islam, Religion et Société »

Ministère de l'Intérieur, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche
Direction des Libertés Publiques et des Affaires Juridiques - Bureau central des cultes

Projet n°13-2016 : "Hadj" : étude du marché français et enquête de satisfaction des pèlerins (sociologie, anthropologie, économie).

1-Un pèlerinage en forte croissance

De quelques dizaines de milliers de pèlerins dans les années 1930 à 100 000 dans les années 50, puis 1 million en 1975 et près de 2 millions déclarés aujourd'hui, le pèlerinage à La Mecque a connu une forte hausse tout au long du siècle dernier. Cette hausse s'est poursuivie tout en paraissant se stabiliser ces dernières années. Pour faire face à cette augmentation les autorités saoudiennes ont pris un certain nombre de mesures, dont celle en 2013 de limiter les pèlerins à l'accomplissement d'un *hadj*¹ tous les cinq ans, ou de réduire le nombre total de pèlerins de 20%. Le ministère saoudien du hadj attribue chaque année un nombre de visas à chaque pays en fonction de sa démographie. En 2014, les autorités saoudiennes ont délivré environ 16.000 visas pour les pèlerins venant de France (alors qu'elles en avaient délivré jusqu'à 30 000 par an les années précédentes), qui sont les plus nombreux à l'échelle européenne. Ce chiffre pourrait doubler dans les années à venir avec la fin des travaux de l'immense chantier de la Mecque.

2-L'organisation du pèlerinage en France

Une quarantaine d'agences de tourisme sont agréées chaque année dans notre pays par le ministère saoudien du hadj, auxquels s'ajoutent de nombreux intermédiaires qui se positionnent sur ce marché. Il est donc difficile, du fait de cette part informelle du marché, d'en donner une évaluation fiable, même si des chiffres supérieurs à la centaine de millions d'euros circulent. L'équipe pourra néanmoins proposer une évaluation.

Par des associations de consommateurs, mais aussi sur des blogs, des sites internet, on peut trouver des témoignages de pèlerins qui soulignent des manquements et autres pratiques abusives de la part de certaines agences de voyage ainsi que des intermédiaires. Pour faire

¹ Peut également s'écrire « hajj »

face à ces dysfonctionnements et restaurer l'image ternie de leur métier, des agences ont créé en 2013 la *Coordination des organisateurs agréés hadj en France* (CHF). En juin 2014 été lancée une charte qualité préparée par les 3 ministères de l'Intérieur, des Affaires étrangères et de l'économie, signée par cette coordination. La création de cette coordination ainsi que la signature de cette charte ont-elles modifié la perception que les pèlerins ont de ce marché ainsi que les modalités concrètes d'organisation de leur pèlerinage ? Par ailleurs, l'association *France-Pèlerinage* organisait les 26 et 27 mars un « Salon du hajj » à Paris, qui a réuni près d'un millier de personnes. L'étude devra permettre de mieux identifier les acteurs et leurs logiques au sein de ce marché lucratif, en s'attachant à l'ensemble du circuit, depuis les « rabatteurs » qui opèrent au sein des mosquées, jusqu'aux principales agences.

3-Des difficultés d'organisation

La CHF fait notamment état de problèmes relatifs à la délivrance, à la durée et à la rétention des cartes de résident et passeports. De leur côté de nombreux pèlerins protestent notamment contre les tarifs des agences de voyages françaises, largement supérieurs à ceux des agences belges, allemandes et britanniques, les conditions de réceptions et d'hébergement *in situ*. Il conviendra de faire un point précis sur l'ensemble de ces problématiques.

La bousculade du 24 septembre 2015 à Mina qui aurait causé plus de 2000 morts selon le cumul des sources des ambassades –soit l'épisode le plus mortel de toute l'histoire du pèlerinage– montre par ailleurs les graves difficultés auxquelles les pèlerins peuvent être confrontés sur place. La sécurité devient-elle un enjeu majeur pour les clients et les opérateurs de ce marché ?

Pour éclaircir la nature de ce marché, il s'agira :

- dans un premier temps de procéder à une étude du marché du tourisme religieux musulman en France en identifiant ses principaux acteurs (agences de voyages, intermédiaires), ses réseaux et relations avec le pays hôte, les ressources en jeux, les modalités d'organisation du grand pèlerinage à La Mecque.
- dans un second temps de recueillir les avis des pèlerins (après leur retour, mais aussi avant leur départ, c'est-à-dire à l'issue de leurs démarches en France) sous la forme d'une enquête qualitative et quantitative de satisfaction du service rendu par les agences.

L'étude pourra être menée par des étudiants de niveau master, doctorants ou postdoctorants en sociologie, anthropologie et en école de commerce encadrés par des responsables de recherche pour la partie relative à l'enquête de satisfaction. Cette étude s'étendra de septembre 2016 à août 2017.

► Méthodologie

En dehors de ces grandes lignes, les candidats établiront clairement leur méthodologie, les terrains précis pressentis ainsi que le nombre et la biographie académique des chercheurs et/ou étudiants identifiés pour mener à bien l'ensemble de ce projet de recherche.

► **Délivable**

Une étude d'une centaine de pages.

► **Document budgétaire**

Le porteur de projet évaluera de manière réaliste ses besoins en matière de ressources humaines et matérielles en proposant un **budget prévisionnel précis** (sachant qu'une somme plafond par projet a déjà été arrêtée par le conseil scientifique). Il/Elle pourra le cas échéant se rapprocher du Bureau Central des Cultes (bureau-central-cultes@interieur.gouv.fr) pour obtenir plus d'informations sur ce point.

► **Calendrier**

Date limite : **30 mai 2016** (voir la fiche « **Guide des appels à projets** » pour le contenu des dossiers et modalités de soumission)