

Séduits pas les feuilletons turcs, les touristes arabes affluent en Turquie

vendredi 14 août 2009, par rtlinfo.be

Avec leurs héros glamours, leurs héroïnes émancipées et leurs décors de rêve, les séries télévisées turques diffusées dans le monde arabe ont créé un engouement sans précédent pour la Turquie, qui voit affluer les touristes venus marcher sur les pas de leurs acteurs préférés.

Cem Polatoglu a du mal à y croire : en l'espace d'un an, son agence de voyage Baracuda Turizm, spécialisée sur le marché arabe, a doublé le nombre de ses clients. Et pour lui, il n'y a pas d'erreur possible, ce sont bien les feuilletons, à commencer par le désormais célèbre « Nour » et son héros Mohannad aux yeux bleus et au sourire ravageur qui sont à l'origine de cet afflux. « Avant, on emmenait les touristes arabes visiter les mosquées d'Istanbul, on allait aux thermes de Bursa (l'ancienne Brousse, nord-ouest). Maintenant, plus personne ne veut y aller, aux cures thermales », raconte-t-il. « Tout le monde veut visiter les maisons où les séries ont été tournées, dîner dans le restaurant vu à la télé ».

La diffusion dans le monde arabe de la série « Nour », qui raconte les péripéties d'un jeune couple turc tiraillé entre tradition et modernité, a débuté en 2008 sur la chaîne satellitaire saoudienne MBC, ouvrant la voie à de nombreuses autres productions turques.

Selon M. Polatoglu, une dizaine d'agences stambouliotes — sur la centaine travaillant avec le marché arabe — ont désormais inclus un passage sur un lieu de tournage dans leurs circuits. Les touristes les plus fortunés sont prêts à déboursier jusqu'à 60 livres turques (28 euros, 40 dollars) pour pénétrer dans la villa ayant accueilli Nour et Mohannad, indique l'entrepreneur.

Les statistiques traduisent cet engouement : alors que, crise oblige, le nombre d'entrées en Turquie a régressé de 1% sur les six premiers mois de 2009, celui des touristes arabes a connu des envolées allant selon les pays de 21% (Emirats arabes unis) à 51% (Maroc).

Ils représentaient ainsi un peu moins de 5% de l'affluence globale, soit environ 500.000 personnes, au premier semestre 2009. Une brève croisière sur un bateau transportant des touristes arabes le long du Bosphore est également révélatrice.

Devant les palais ottomans de Dolmabahçe ou de Beylerbeyi, les passagers manifestent un intérêt poli. Mais quand le guide annonce un arrêt devant la villa où a été tourné « Nour », c'est la ruée vers les appareils photos et une explosion d'exclamations excitées. « Tous les Jordaniens regardent Nour et Mohannad, tout le monde. Quand les gens ont su que j'allais à Istanbul, ils m'ont dit : 'va voir M^{me} Nour et M. Mohannad et dit leur de venir en Jordanie », raconte Bacher Al Madjali, un quinquagénaire jordanien.

« La série est une des raisons qui m'ont fait venir en Turquie. Des gens de ma famille m'avaient déjà encouragé à visiter ce pays, mais ce sont les images de la série qui m'ont permis de me faire une idée d'Istanbul », affirme Fadih Ferrah, un Palestinien vivant au Koweït.

Pour Ayman Maslamani, président de l'agence de voyage Heysem, ce sont les images de fond utilisées par les séries et dévoilant les charmes d'Istanbul bien plus que les aléas sentimentaux de leurs héros qui attirent les touristes.

« Auparavant, les Arabes ne connaissaient pas grand chose de la Turquie, ils imaginaient un pays arriéré, plutôt sale, pas très évolué en comparaison de certains pays arabes », explique-t-il. « Quand ils ont vu dans les séries les images du Bosphore, ils ont eu envie de venir. Ca a été une vraie explosion. »

Sur le même sujet : [Télévision : une série turque sème la zizanie dans les couples arabes](#)

Sources

Source : RTL info (Belgique), le 12.08.09