

« MUSLIM FRIENDLY » : A LA DÉCOUVERTE D'UNE NOUVELLE TENDANCE TOURISTIQUE



Travail réalisé par Compagnini Aurélie, Jaquier Lionel, Namour Sarah & Thompson Tania

Classe 703_d

Novembre 2014

Dans le cadre du module 713 – Tourisme international

Professeur responsable : Alexis Tschopp

Résumé

Cet exposé présente ce qu'est le tourisme halal ou tourisme « muslim friendly ». Il met en avant les chiffres importants de l'année 2014 en rapport avec le développement de cette nouvelle niche touristique. Par ailleurs, il présentera une offre typiquement halal et s'achèvera sur une analyse de la situation du tourisme « muslim friendly » en Suisse et sur la possibilité, ou non, de développer cette offre dans le pays.

Mots clés : HALAL - PRODUIT TOURISTIQUE – « MUSLIM FRIENDLY » - TENDANCE – NICHE – SUISSE – MUSULMAN - RELIGION

Table des matières

RESUME	II
TABLE DES MATIERES	III
TABLE DES FIGURES	IV
INTRODUCTION	1
1. LE TOURISME « MUSLIM FRIENDLY »	1
2. LE TOURISME HALAL EN CHIFFRES	2
3. OFFRE TOURISTIQUE HALAL	5
4. L'APPLICATION EN SUISSE	6
4.1. LES RICHES CLIENTS DU GOLFE PERSIQUE	6
4.2. LES COMMUNAUTES MUSULMANES DE SUISSE : FUTURS CLIENTS DU HALAL	6
4.3. LES LIEUX DU TOURISME HALAL	7
4.4. LES MINARETS ET LES PARTIS POLITIQUES DE DROITE : LES FREINS A CETTE CROISSANCE	8
CONCLUSION	9
REFERENCES	10

Table des figures

FIGURE 1 : HOTEL "MUSLIM FRIENDLY" _____	1
FIGURE 2 : L'INFLUENCE DES PAYS MEMBRE DE L'OCI SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DU TOURISME _____	3
FIGURE 3 : TOP 10 DES DESTINATIONS <i>MUSLIM FRIENDLY</i> _____	4
FIGURE 4 : HOTEL 4* TURQUIE _____	5
FIGURE 5 : HALAL BARBECUE CRUISE PROPOSE AUX TOURISTES VISITANT LE LAC DE BRIENZ _____	7

Introduction

Le tourisme, depuis ses débuts, s'est toujours décliné sous diverses formes. Tourisme d'affaire, tourisme de plaisir, wellness, etc. Aujourd'hui, on assiste au développement d'une nouvelle tendance touristique, le tourisme « muslim friendly ».

Le tourisme halal s'adresse majoritairement aux pratiquants musulmans, mais il reste ouvert à tous. En effet, ce nouveau concept touristique permet en premier lieu aux pratiquants musulmans de profiter de vacances en accord total avec leur religion, mais il permet aussi aux non pratiquants de découvrir les coutumes musulmanes ou simplement de profiter des prestations d'un hôtel de haut standing.

Ce texte débutera par une présentation de l'histoire du tourisme halal ainsi que de son concept. Il dévoilera ensuite les chiffres clés du tourisme halal d'aujourd'hui. Dans un deuxième temps, ce travail décortiquera une offre touristique typiquement halal, des infrastructures basiques jusqu'au prix. Par la suite, une analyse des futurs clients potentiels du tourisme halal en Suisse sera présentée, ainsi que les infrastructures déjà mises en place pour cette clientèle. Puis, nous terminerons par un aperçu des freins politiques suisses qui ont une certaine influence sur le développement du tourisme « muslim friendly ».

1. Le Tourisme « muslim friendly »

Il est tout d'abord important de rappeler la signification du mot « halal ». Le terme « halal » prend en compte tout ce qui est permis pour les musulmans. En effet, pratiquer un tourisme halal revient à pratiquer un tourisme qui ne va pas à l'encontre des principes de la religion musulmane.

Ce type de tourisme est né dans les pays asiatiques et du Moyen-Orient, tels que la Malaisie ou les Émirats Arabes Unis, mais commence de plus en plus à s'importer dans les pays européens comme l'Espagne ou la France. Selon le quotidien *Le Monde*, un des plus anciens clubs islamiques a vu le jour dans les années 2000 déjà en Turquie; ce n'est toutefois que 15 ans plus tard environ que ce type de tourisme prend une réelle importance (2012).

L'idée de mettre en place un tourisme halal vient de l'envie et du besoin de certains des touristes musulmans de pouvoir pratiquer des vacances agréables, sans se poser de questions. Le fait de savoir que rien de ce qui est proposé ne va à l'encontre de leur religion,

tant au niveau de la nourriture, de l'interdiction de l'alcool que de la prière ou des activités réservées aux femmes, est rassurant pour eux. De plus, ce genre de service permet également aux personnes non pratiquantes de se prendre au jeu en découvrant la religion musulmane sous un autre aspect.

Les hôtels qui offrent cette forme de tourisme attirent également des familles non pratiquantes, car celles-ci savent que le séjour ne tournera pas autour de la fête et de l'alcool et que le standing est en général de très haute qualité. De plus, cela leur permet aussi de passer des vacances familiales reposantes et isolées de tout excès.

Les musulmans représentant une grande partie de la clientèle touristique, il n'est pas négligeable de s'adapter à leurs besoins. En effet, d'après *The Muslim Travel Index 2014*, « le marché mondial du tourisme halal représente un volume d'affaire correspondant à plus de 103 milliards d'euros » (2014) en 2014.

En septembre 2014, l'Espagne a manifesté son intérêt pour le tourisme « muslim friendly » en organisant une conférence internationale, dans le sud de l'Andalousie, à Grenade. Le pays a montré un grand intérêt pour le tourisme musulman et a précisé qu'il était prêt à mettre en place les dispositions nécessaires afin d'attirer les touristes musulmans et afin de prendre une plus grande part de marché. En effet, un premier hôtel certifié halal a été mis en place récemment dans le sud de l'Espagne et un développement de cette forme touristique permettrait d'exploiter au maximum l'héritage culturel islamique que possède l'Andalousie.

2. Le tourisme halal en chiffres

Lors de la conférence internationale sur le tourisme halal, qui a eu lieu ces 22 et 23 septembre en Espagne, plusieurs chiffres clés ont été dévoilés. En outre, grâce à différentes études menées sur le sujet, il est plus facile de comprendre les raisons pour lesquelles ce marché de niche connaît une telle croissance. Ainsi, ce chapitre traitera des différents indicateurs qui peuvent expliquer l'importance de cette nouvelle tendance touristique.

Figure 2 : L'influence des pays membre de l'OCI sur le marché international du tourisme

COUNTRY	ABSOLUTE EXPENDITURE GROWTH 2005 – 2010 (US\$ MILLION)	PERCENT GROWTH
China	\$35,125	142.10%
Canada	\$13,943	61.30%
Saudi Arabia	\$13,513	145.50%
Brazil	\$13,435	227.50%
Australia	\$11,769	74.20%
Russia	\$11,688	63.90%
Iran	\$11,539	280.60%
United States	\$9,996	10.00%
Nigeria	\$7,878	1572.50%
France	\$7,414	19.10%
Singapore	\$6,700	66.50%
Germany	\$6,370	7.50%
Italy	\$6,279	23.50%
United Arab Emirates	\$5,632	91.00%
India	\$5,469	66.10%
Spain	\$4,359	23.60%
Hong Kong	\$4,156	31.20%
Belgium	\$3,787	22.60%
Indonesia	\$3,692	77.90%
Malaysia	\$3,604	83.10%

De nos jours, l'Europe est le continent qui possède la plus grande part du marché touristique international, autant au niveau émetteur que récepteur (Michellod E., 2014, p. 10). Néanmoins, parmi les vingt pays qui connaissent la plus forte croissance en termes de dépenses touristiques, entre 2005 et 2010, ne se trouvent pas uniquement des pays occidentaux. En effet, comme le montre la figure 2, 25% de la valeur absolue de cette croissance provient de pays membres de l'OCI, l'Organisation de la Coopération Islamique, (Dinar Standard & Crescentrating, 2012, p. 6). Cette

évolution positive indique une augmentation des arrivées de touristes internationaux dans chaque pays. Grâce à un nombre toujours grandissant de visiteurs, les recettes du pays augmentent également et ces dernières sont ensuite distribuées comme revenus auprès des habitants. Par conséquent, les citoyens de ces pays possèdent un pouvoir d'achat de plus en plus important et cela leur offre des possibilités de voyage plus grandes. Cela signifie, dans ce cas précis, que de nouveaux voyageurs commencent à découvrir les destinations touristiques musulmanes, mais également que les musulmans voyagent d'avantage qu'avant et possèdent pour cela un revenu plus important.

En ce qui concerne les destinations phares, le tourisme halal est majoritairement présent dans des pays musulmans ; il commence toutefois gentiment à se développer également dans des pays non-musulmans. Grâce à une étude réalisée par Crescentrating, spécialiste et leader mondial dans le développement du tourisme halal, un « top 10 » des destinations « muslim friendly » a pu être dressé (figure 3). Pour élaborer ce classement, trois critères principaux ont été pris en compte : la qualité de l'offre en tant que destination familiale, le niveau des services et des prestations fournis pour les touristes musulmans et les initiatives marketing ciblant précisément les musulmans.

Figure 3 : Top 10 des destinations *muslim friendly*

	Top 10 des destinations <i>muslim friendly</i> 2014 (pays musulmans)	Top 10 des destinations <i>muslim friendly</i> 2014 (pays non musulmans)
1	Malaisie	Singapour
2	Emirats arabes unis	Afrique du Sud
3	Turquie	Thaïlande
4	Indonésie	Grande-Bretagne
5	Arabie saoudite	Bosnie-Herzégovine
6	Maroc	Inde
7	Jordanie	Hong Kong
8	Qatar	Allemagne
9	Tunisie	Australie
10	Egypte	Tanzanie

D'après l'étude de Dinar Standard et Crescentrating (2012), les touristes adeptes du « muslim friendly » viennent principalement d'Arabie Saoudite, d'Iran et des Emirats Arabes Unis. Lors de la conférence internationale du tourisme, l'Institut de Tourisme d'Espagne, TURESPAÑA, a démontré que les touristes musulmans, acheteurs de services halals, sont les touristes qui dépensent le plus (Mateo F., 2014). Plus particulièrement, les touristes d'Arabie Saoudite et des Emirats Arabes Unis consacrent respectivement 2'287 EUR et 2'116 EUR par personne à leur séjour touristique, contre 956 EUR pour les vacanciers en Espagne.

Par ailleurs, selon l'étude *The Muslim Travel Index 2014*, réalisée par The Halal Tourism Conference (2014), le marché mondial du tourisme halal représentait plus de 100 milliards d'euros en 2013. Ce chiffre est à lui seul difficilement représentatif. Cependant, sachant qu'en 2012, la totalité des dépenses touristiques internationales étaient estimées à plus de 1075 milliards de dollars (Michellod E., 2014, p. 4), soit environ 840 milliards d'euros, la part du tourisme halal peut donc être évaluée à plus de 12% du marché touristique mondial.

Finalement, malgré le fait que le tourisme halal ne soit pas encore très répandu, ces différentes informations témoignent des possibilités de croissance de cette nouvelle forme touristique et plus particulièrement de la possibilité d'appliquer une offre typiquement halal dans des pays non musulmans. C'est donc pour cela que nous allons analyser la composition d'une offre touristique « muslim friendly ».

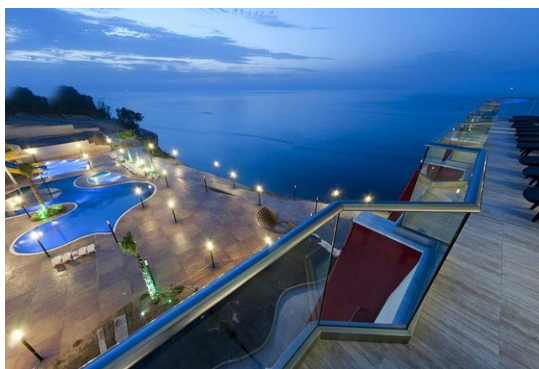
3. Offre touristique halal

Dans une offre touristique typiquement halal, il faut tout d'abord exclure toute distribution ou consommation d'alcool dans l'hôtel. La nourriture proposée aux clients est uniquement dhabiha, c'est-à-dire qu'elle est préparée selon le rite islamique. En ce qui concerne les chambres, chacune possède un tapis de prière disposé en direction de la Mecque, ainsi que le Coran. Certains hôtels mettent également à disposition une mosquée afin de permettre aux pratiquants de se sentir chez eux tout en séjournant dans un pays qui n'est pas majoritairement musulman. De plus, l'heure de la prière est indiquée et l'appel à la prière se fait de manière traditionnelle.

En ce qui concerne le divertissement aquatique, une séparation très distincte est faite entre les deux sexes. Chaque espace est unisexe. Cependant, certaines piscines sont dites familiales, ce qui permet à l'homme, la femme et leurs enfants de pouvoir passer du temps ensemble, à condition que la femme ait une tenue correcte. Certains hôtels ont même mis en place un contrôle très strict pour le passage à l'espace aquatique réservé aux femmes. En effet, ces dernières doivent passer par un détecteur d'objet afin qu'aucun téléphone portable ou tout autre appareil permettant de faire des photos ou vidéos ne passe dans l'espace aquatique.

Les activités à l'intérieur des complexes hôteliers suivent toujours les valeurs musulmanes. Comme susmentionné, non seulement l'appel à la prière, le repas, etc. se font selon ces valeurs, mais l'on propose aussi des activités pour enfants, comme des chants ou histoires sur la religion musulmane. De plus, plusieurs hôtels offrent de nombreuses activités en rapport avec la culture musulmane, comme par exemple la visite de mosquées ou la découverte de l'histoire musulmane.

Figure 4 : Hôtel 4* Turquie



Si l'on compare les séjours halals sur plusieurs sites de réservation, on peut constater que les prix sont plutôt bas par rapport à la qualité proposée. En effet, si, par exemple, on souhaite réserver des vacances pour quatre personnes dans un hôtel quatre étoiles en Turquie (avec piscine réservée aux femmes, chambre comprenant un tapis de prière accompagné du Coran, restauration 100 % halal), all inclusive, le budget commence aux environs de 800 francs pour toute la famille en basse saison (avion non inclus).

Des prix aussi avantageux permettent aux pratiquants de pouvoir eux aussi bénéficier de vacances « de rêve », respectueuses de leurs croyances, et permettent également d'attirer des touristes non musulmans et ainsi leur faire découvrir cette religion et ses valeurs. Cependant, cette forme touristique n'est présente principalement que dans des pays du continent asiatique, ce qui oblige une partie des touristes recherchant le « muslim friendly » à dépenser gros pour leurs billets d'avion. Il serait donc judicieux d'envisager un développement au niveau européen, voire international, de ce type de tourisme.

4. L'application en Suisse

Comme vu précédemment dans les statistiques, ce type de tourisme est devenu, depuis quelques années, une nouvelle tendance et un nouveau moyen d'attirer la clientèle islamique, que ce soit dans les pays musulmans ou dans des pays qui ne sont pas de tradition musulmane, comme l'Allemagne, l'Angleterre ou encore le Japon, lequel a investi énormément dans les infrastructures permettant d'accueillir ce type de touristes (Al-Kanz, 2014). Dès lors, au vu de l'émancipation du « muslim friendly », la Suisse a-t-elle également les moyens et le cadre adéquat pour offrir des produits adaptés au tourisme halal ?

4.1. Les riches clients du golfe persique

Il faut savoir que la majeure partie de la clientèle arabophone séjournant dans les hôtels en Suisse provient avant tout des riches pays du Golfe. Ce segment de clients privilégie principalement le tourisme de luxe ainsi que l'hébergement dans les grands hôtels du bassin lémanique et de la région zurichoise. De par son pouvoir d'achat bien au-dessus de la moyenne, cette clientèle aisée consomme volontiers dans les magasins de luxe et aime passer ses vacances principalement en famille et accompagnée de son personnel.

A Genève, elle a l'habitude depuis quelques années déjà de passer le mois du Ramadan au bord du Lac Léman et de profiter par la même occasion des Fêtes de Genève, qui ont lieu à la même période.

4.2. Les communautés musulmanes de Suisse : futurs clients du halal

Même si la Suisse a réussi à fidéliser ces clients des pays du Golfe, n'oublions pas que notre pays, de par son statut de terre d'accueil et d'asile, regroupe en son sein une importante communauté musulmane, qui représente 2,9% de la population suisse actuelle, soit environ 200 000 personnes (Association culturelle des femmes musulmanes de Suisse, 2014).

Dès lors, les professionnels du tourisme devraient se pencher sur cette « clientèle autochtone » et résidente en Suisse. Les communautés de l'ex-Yougoslavie, mais également la communauté turque, laquelle représente la plus grande communauté musulmane de Suisse, font partie de cette niche potentiellement exploitable. Sans oublier que ces communautés possèdent encore des racines et de la famille dans leurs pays d'origine respectifs. A travers ces parentés, les musulmans de Suisse peuvent également jouer le rôle d'intermédiaires entre le produit touristique suisse et les clients étrangers. Malgré le fait que ces derniers ne bénéficient pas d'un portefeuille aussi fourni que les émiratis ou les saoudiens, ils peuvent se profiler comme une clientèle à prendre en compte pour le « produit touristique halal ».

4.3. Les lieux du tourisme halal

Figure 5 : Halal Barbecue Cruise proposé aux touristes visitant le Lac de Brienz



Aujourd'hui, en Suisse, on recense d'ores et déjà quelques offres touristiques « muslim friendly ». Au Lac de Brienz, dans l'Oberland bernois, l'office du tourisme d'Interlaken propose aux visiteurs une balade sur le lac à bord du « halal Barbecue Cruise ». Pour 66.90 francs (30 francs pour les enfants), les passagers ont le droit à une balade nocturne sur le lac, avec ambiance orientale et nourriture certifiée 100% halal (Interlaken Tourismus, 2014).

Autre exemple, durant la période du Ramadan, les hôtels 4 et 5 étoiles de la ville de Zurich forment leurs employés sur la manière d'accueillir les hôtes arabophones : leur souhaiter la bienvenue en langue arabe, ne pas saluer la main du sexe opposé ou encore placer le tapis de prière dans la chambre en direction de la Mecque font partie des gestes qu'on leur enseigne au préalable (Al-Kanz, 2010).

Certes, ces petites attentions ne sont pas encore significatives d'une offre touristique 100% halal, puisque l'on ne parle pas de nourriture préparée selon les rites musulmans ou de séparations des bains entre hommes et femmes. Mais ce sont les premiers pas vers un développement d'une offre touristique dans ce domaine.

D'autres destinations helvétiques de renommée internationale pourraient également emboîter le pas et suivre l'exemple d'Interlaken et des différents hôtels de luxe suisses. On pense notamment aux dynamiques régions zurichoises et du Léman, qui accueillent déjà une forte clientèle arabophone sur qui l'on peut miser une forte croissance.

4.4. Les minarets et les partis politiques de droite : les freins à cette croissance

Malgré ces quelques exemples qui démontrent que le tourisme halal commence à se faire un nom et une petite place dans le monde du tourisme helvétique, on ne peut en revanche ignorer la votation sur l'interdiction des minarets de 2009, ainsi que l'importance de certains partis politiques suisses quelque peu réticents et qui représentent un frein à l'expansion de ce type de tourisme en Suisse.

Ces éléments ont pour conséquence de créer un léger malaise vis-à-vis de la communauté musulmane étrangère et l'image quasi idyllique que renvoyait la Suisse auprès d'elle en a pris un coup. Cependant, le tourisme halal peut se faire une place dans le tourisme suisse, à condition que le cadre social et politique soit assez souple. Suite aux événements politiques internes susmentionnés, qui ont eu des répercussions à l'internationale, mais également aux derniers événements internationaux comme l'actualité bouillante au Proche Orient avec la situation de la Syrie et du nouvel Etat Islamique, les relations entre l'Occident et le monde musulman ne sont pas au beau fixe. Par conséquent, la Suisse se trouve actuellement dans un dilemme : comment exploiter de la meilleure manière possible ce marché d'avenir et réussir à créer des produits touristiques attractifs malgré la situation politique actuelle ?

Conclusion

Le but de ce texte était de faire découvrir le concept du tourisme « muslim friendly » encore peu connu en Suisse par le biais d'une explication des prestations qu'offrent déjà plusieurs pays asiatiques et européens. Il a par ailleurs mis en avant la part de marché grandissante de ce tourisme par rapport au tourisme global. Cet exposé a ainsi permis de faire ressortir qu'une compétition entre pays musulmans et non-musulmans est en train de naître, afin d'obtenir la plus grande part du gâteau du tourisme halal.

Une analyse des prestations touristiques halals en Suisse a permis de montrer l'implication, encore légère, de la Suisse dans cette niche touristique aujourd'hui. Le tourisme « muslim friendly » est encore peu développé et la situation politique n'ouvre a priori pas ses bras à une grande extension de complexes hôteliers exclusivement halals.

Le monde s'arrache les parts de marché du tourisme halal, tandis que la Suisse ne s'y intéresse que moyennement. En effet, elle se positionne sans aucun doute dans une catégorie de tourisme de luxe avec des prix peu abordables. Notre pays vise, au niveau du tourisme « muslim friendly », une clientèle très restreinte d'une niche encore peu exploitée, le tout dans un environnement légèrement austère pour les musulmans. La question qui se posera ainsi dans un proche avenir est donc de savoir si la Suisse pourra vraiment exploiter le tourisme « muslim friendly » à son paroxysme et bénéficier, elle aussi, d'une plus grande part de ce marché en expansion.

Références

Alifriqui, A. (2014) *"Tourisme halal", un marché mondial de 103 mrd € , snobé par le Maroc ?* Récupéré sur http://www.lemag.ma/Le-Tourisme-halal--un-marche-mondial-de-103-mrds--snobe-par-le-Maroc_a86105.html

Al Kanz. (2010). *Les hôtels suisses se plient en quatre pour le ramadan.* Récupéré sur <http://www.al-kanz.org/2010/08/05/hotel-suisse-ramadan/>

Al-youm, A-M., El-meshad, S. (2012) *Pour un tourisme "halal friendly"*. Récupéré sur <http://www.courrierinternational.com/article/2012/09/13/pour-un-tourisme-halal-friendly>

Association culturelle des femmes musulmanes de Suisse (2014). *La Suisse et les musulmans.* Récupéré sur <http://www.femme-musulmane.ch/site/index.php/la-suisse-et-les-musulmans>

Crescentrating. (2014). *Top Halal Friendly Holiday Destinations – 2014.* Récupéré sur <http://www.crescentrating.com/crafft-ranking-2014/item/3602-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2014.html>

Dinar Standard & Crescentrating. (2012). *Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012 : Landscape & Consumer Needs Study.* Récupéré sur http://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/turismo_islyAmico_informe_2012_2.pdf

Helvetes324. (2012). *Vive le tourisme voilé.* Récupéré sur http://www.helvetes34.com/club/index.php?option=com_content&view=article&id=88:vive-le-tourisme-voile-&catid=35:airs-de-suisse&Itemid=58

Interlaken Tourismus (2014). *Halal Barbecue Cruises.* Récupéré sur <http://www.interlaken.ch/fr/croisiere-de-barbecue-halal-lac-interlaken.html>

Mateo, F. (2014). *L'Espagne s'intéresse au « tourisme halal ».* Récupéré sur http://www.econostrum.info/L-Espagne-s-interesse-au-%C2%A0tourisme-halal%C2%A0_a18973.html

Michellod, E. (2014). *Chapitre 4.1 : Les flux touristiques internationaux* [Support de cours]. Sierre : HES-SO Valais.

Perrier, G. (2012). *En Turquie, de plus en plus d'hôtels se convertissent au tourisme halal*. Récupéré sur http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/07/30/en-turquie-de-plus-en-plus-d-hotels-se-convertissent-au-tourisme-halal_1740169_3234.html

Taleb, S. (2012) *Le tourisme "halal", une niche qui se porte bien*. Récupéré sur http://www.huffingtonpost.fr/2014/08/24/tourisme-halal-niche-business-tourisme_n_5697488.html

The Halal Tourism Conference. (2014). *The Muslim Travel Index 2014*. Récupéré sur <http://www.htc2014.com/press-release-htc-002-2/>

Le tourisme halal

Le muslim friendly

L'offre

L'offre touristique halal est en accord avec les règles du Coran

Pas d'alcool
Piscines séparées Hommes / Femmes
Nourriture Dhabîha
Appel à la prière

Les destinations phares

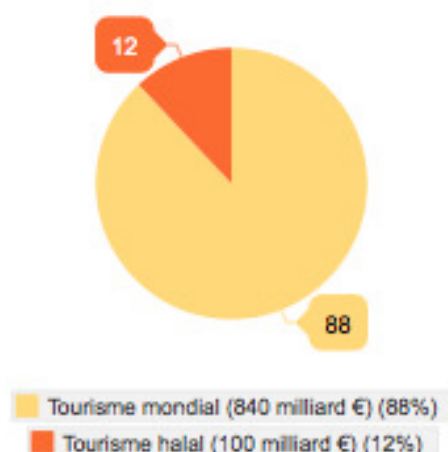
Asie Malaisie
Moyen-Orient Émirats Arabes Unis
Europe France
Espagne

La clientèle

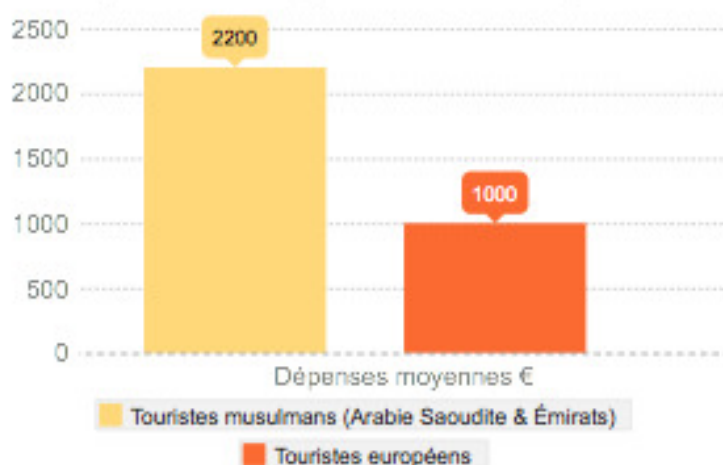
Les touristes musulmans
Les familles
...

Les chiffres

La part du tourisme halal dans le tourisme mondial



Les dépenses moyennes par personne pour un séjour touristique



En Suisse

La population musulmane :

2,9 % (200'000 personnes)

Les offres halals existantes :

Zürich
Interlaken (Halal Barbecue Cruise)
Genève

Les freins :

Votation de 2009 contre la construction de Minarets

Relations politiques instables entre l'Occident et le monde musulman