



**3<sup>e</sup> Conférence des Nations Unies sur les pays les moins avancés  
Bruxelles, 14-20 mai 2001**

## Une place au soleil

***Les pays les moins avancés sont bien placés pour profiter de la mode des destinations touristiques qui sortent des sentiers battus. Afin d'être les mieux placés, ces pays doivent développer des infrastructures et assurer la protection des environnements naturels et des trésors culturels.***

*« Plages de sable blanc brillant au soleil... fonds sous-marins à vous couper le souffle... palmes gracieuses de cocotier se penchant au-dessus de lagons clairs comme le cristal... ».*

Ce n'est pas la description du site web d'une station balnéaire chic des Caraïbes ou des mers du Sud, mais celle d'un archipel de l'océan Indien qui est l'une des 49 nations les plus pauvres et les moins avancées : les Maldives.

Aux Maldives et dans les autres pays les moins avancés, le tourisme représente l'espoir d'une plus grande présence dans l'économie mondiale et est maintenant, ou sera bientôt, au cœur des plans de développement des nations. Le tourisme est déjà le secteur d'exportation de services qui est en tête dans 24 de ces pays, et la source principale de revenus étrangers dans 7 d'entre eux. Bien que la part du tourisme mondial des pays les moins avancés n'ait été que de 8 % en 1998 (5,1 milliards de touristes), les recettes du tourisme ont plus que doublé en juste six ans, passant de 1 milliard de dollars US en 1992 à 2,2 milliards de dollars en 1998.

Les perspectives pour ce secteur sont un des thèmes qui seront traités à la Conférence des Nations Unies sur les pays les moins avancés qui se tiendra du 14 au 20 mai à Bruxelles. Afin de préparer « PMA-III », des experts ont étudié le sujet à une réunion de haut niveau aux îles Canaries au mois de mars de cette année, afin de s'assurer de la façon dont les PMA peuvent mettre à profit le changement dans les arrivées de touristes vers les pays les moins développés en général; les recettes du tourisme ont augmenté deux fois plus vite dans les pays en développement que dans les pays développés.

*« Le tourisme semble être l'un des rares secteurs économiques capables de mener un grand nombre de PMA à de plus hauts niveaux de prospérité. »*

*Tourisme et développement dans les pays les moins avancés (UNCTAD/LDC/Misc. 64), rapport établi par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement pour la réunion des îles Canaries.*

Le tourisme mer et soleil est encore le segment le plus important du marché du tourisme, selon l'Organisation du tourisme mondial basée à Madrid. Mais, de plus en plus, les touristes sont à la recherche de « nouvelles » destinations qui offrent d'autres environnements naturels exceptionnels (déserts, montagnes, volcans, flore et faune) ou un intérêt culturel, historique ou récréatif (monuments, musique, art, sources chaudes, thermales, plongée, planche à voile, pêche sportive). Dans de nombreux cas, ce sont des avantages de comparaison clés pour les PMA, qui généralement manquent de ressources naturelles lucratives ou d'infrastructures compétitives pour l'industrie ou les services de technologie de pointe.

Mais le caractère unique de ces destinations peut constituer un désavantage : dans de nombreux cas elles sont éloignées et difficiles d'accès, en raison d'un transport aérien inadéquat. Elles peuvent aussi manquer d'infrastructures et d'apports locaux tels que la nourriture et les compétences en matière de gestion, ce qui oblige à compter sur les importations et entraîne une réduction des bénéfices pour l'économie locale. Un autre aspect de leur caractère unique est la fragilité de l'environnement; c'est le cas aux Maldives, où le blanchissement corallien affecte l'industrie lucrative de la plongée.

Réduire les « fuites » économiques de l'industrie du tourisme devrait être un aspect clé de tout plan de développement du tourisme pour les PMA — le taux de perte pour les petits pays en développement peut atteindre un taux énorme de 40 à 50 % des recettes brutes du tourisme. Il faut attirer les investissements étrangers tout en encourageant la formation de liens intersectoriels, par exemple avec les pêcheries et les producteurs de fruits et légumes, qui multiplient les revenus du tourisme. Dans l'industrie du tourisme, les pertes se produisent surtout au niveau des importations de marchandises et des services, des rapatriements



Nations Unies

---

de salaires à l'étranger de revenus du tourisme par la main-d'œuvre expatriée (due au manque de main-d'œuvre locale), et les retenues ou les rapatriements de bénéfices par les entreprises de tourisme appartenant à des étrangers.

Mais les pays pauvres qui ont des économies non diversifiées et qui manquent de ressources humaines qualifiées n'ont pas le choix. Souvent, ils ne peuvent pas fournir aux hôtels, sur une base régulière, la main-d'œuvre nécessaire et doivent compter sur la main-d'œuvre étrangère qualifiée et les capitaux étrangers. Pour eux, les pertes sont un « mal nécessaire », le prix normal à payer une première fois pour démarrer dans le domaine du tourisme, dit Pierre Encontre, un économiste de la CNUCED. Les pertes ont été réduites dans les pays tels que le Népal et la Tanzanie; cette dernière est maintenant le numéro un des PMA en termes d'arrivées de touristes internationaux et de revenus étrangers pour le tourisme.

*« Le tourisme doit créer une certaine masse critique dans l'économie locale et, lorsque cela se produit, les bénéfices nets commencent à devenir positifs. Par exemple aux Maldives, même si la part des importations est importante, une grande valeur ajoutée reste. »*

*Pierre Encontre, économiste de la CNUCED*

Encontre prétend que quatre PMA, compte tenu de leur succès en matière de développement du tourisme, ont presque dépassé le seuil de « gradation » du statut de PMA : le Cap-Vert, les Maldives, Samoa et Vanuatu. Dans le cas des Maldives, le développement du tourisme est considéré comme le « facteur le plus important » de leur prospérité relative.

Il faut, bien entendu, tenir compte de l'impact social du tourisme. Pour des raisons culturelles ou religieuses, certains pays, en particulier ceux qui sont peu peuplés, préfèrent placer les touristes dans un environnement isolé qui protège la population locale des influences telles que les drogues et l'alcool. Au contraire, l'écotourisme encourage des contacts étroits entre les deux groupes.

## « Nos étoiles sont des noix de coco »

L'écotourisme est une forme de « marché à créneaux » dans lequel beaucoup de PMA excellent, car il promeut le développement de véritables infrastructures touristiques locales. Il encourage non seulement l'établissement de petits hôtels appartenant à des propriétaires locaux; il contribue également à la préservation de l'environnement. Des pays tels que l'Ouganda maintiennent en vie leurs animaux sauvages, et emploient de la main-d'œuvre locale à cette fin, en mettant au point du tourisme de faune, ou des safaris. Un autre exemple de marché à créneaux réussi dans un PMA est celui du tourisme de bungalow dans l'île de Vanuatu, un Etat du Pacifique (les habitants des îles se plaisent à dire : « Nos étoiles sont des noix de coco. »).

Quoique important, le développement des capacités locales et des infrastructures physiques pour le tourisme ne sera pas suffisant s'il n'est pas complété par un accès adéquat à la technologie de l'information. Le marketing et la vente du tourisme se font de plus en plus en ligne et par un nombre croissant de groupes de fournisseurs, allant des lignes aériennes et des voyagistes aux agents de voyage et aux sociétés de gestion des destinations. Les destinations qui ne disposent pas des infrastructures de télécommunication même par voie détournée, sont immédiatement désavantagées sur un plan compétitif. C'est le cas de la plupart des PMA, dont les marchés se trouvent principalement dans des pays développés qui contrôlent globalement l'information et la distribution des canaux, y compris la distribution globale et les systèmes de réservation informatisés. Pour surmonter ces problèmes, les PMA devraient améliorer leurs capacités d'accès à l'Internet, les rendre abordables et accessibles, former du personnel local pour les utiliser, mettre les ressources en commun et forger des partenariats avec des acteurs éminents dans les marchés cibles.

Une autre formule qui s'offre aux PMA pour leur stratégie de développement touristique consiste à profiter du cadre de commerce multilatéral, en particulier par le biais de négociations au titre de l'Accord général sur le commerce des services (GATS) de l'Organisation mondiale du commerce. Cet accord leur permet d'organiser la libéralisation de leur économie touristique et si cela est nécessaire d'imposer des conditions pour stimuler la formation et l'embauche de managers pour les hôtels locaux, d'architectes, de chefs et de réparateurs, et la fourniture de l'assistance technique. En même temps, les pays générateurs de tourisme sont encouragés à éliminer les barrières qui entravent la présence commerciale des PMA sur leurs marchés et à démanteler les pratiques anticompétitives qui nuisent aux voyagistes locaux.

Les investisseurs et les donateurs peuvent aider les PMA et en même temps s'aider eux-mêmes, en participant au développement des infrastructures, transport aérien, électricité, routes et hôtels, et en renforçant les capacités locales pertinentes de ces pays.

### **Pour plus de renseignements, contacter :**

Muriel Scibilia, CNUCED

Téléphone : 41-22-907-5725

E-mail : [muriel.scibilia@unctad.org](mailto:muriel.scibilia@unctad.org)