

*Meeting on the Trade and Development Implications of
Tourism Services for Developing Countries:
UNCTAD XII pre-event*

Geneva, 19-20 November 2007

BENEFICES ET DEFIS DU TOURISM DANS LES PMA

*Mondhler SAHLI
Senior Lecturer
University of Wellington, New Zealand*

The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the view of the United Nations.

***Meeting on Trade and Development Aspects of Tourism for Developing Countries
Genève, 19-20 Novembre 2007***

**BENEFICES ET DEFIS DU TOURISME INTERNATIONAL
DANS LES PAYS LES MOINS AVANCES¹**

Jean-Jacques Nowak

Université Lille I – EQUIPPE - France -

Mondher Sahli

Victoria University of Wellington - Nouvelle Zélande -

Contact: Dr Mondher Sahli

Victoria University of Wellington

PO Box 600 Wellington – New Zealand –

Email: mondher.sahli@vuw.ac.nz

Ce document est issu d'un travail réalisé pour la division TrainForTrade de la CNUCED ayant abouti au séminaire. Le tourisme durable, outil de développement". Les vues exposées ici sont celles des auteurs et n'engagent nullement la CNUCED. Nous remercions Sylvain Petit pour la réalisation des calculs de l'annexe.

BENEFICES ET DEFIS DU TOURISME INTERNATIONAL DANS LES PAYS LES MOINS AVANCES

***Résumé:** le tourisme international dans les PMA revêt une importance capitale par ses impacts actuels et futurs sur l'économie, les populations locales et l'environnement. Ce document a pour but de présenter l'ensemble des effets bénéfiques que le tourisme international est à même de produire dans les PMA ainsi que les enjeux de la durabilité appliquée au tourisme dans les PMA. Leur connaissance constitue l'une des conditions préalables à l'élaboration de politiques touristiques combinant harmonieusement les aspects environnementaux, économiques et sociaux.*

INTRODUCTION

Bien que les PMA n'occupent qu'une part infime dans le tourisme mondial, tant en termes de flux de voyageurs qu'en termes de recettes, bon nombre d'entre eux présentent une spécialisation incontestable dans cette activité (voir l'annexe) et celle-ci occupe souvent dans leur économie une place considérable. Du moins si l'on se réfère aux critères macroéconomiques traditionnels (devises, PIB, emploi global).

Mais pendant longtemps, quand elles faisaient le choix du tourisme, les autorités, tant dans les pays industrialisés que dans les PED/PMA, n'ont eu pour priorité qu'un développement guidé par des critères quantitatifs : une stratégie touristique était considérée comme d'autant plus réussie qu'elle se traduisait par un accroissement rapide du nombre des arrivées internationales et des recettes. Peu de cas était fait de l'impact réel sur les communautés locales, sur la pauvreté, sur l'environnement, la préservation de l'héritage culturel et historique... Le point de vue économique était privilégié au détriment des considérations sociales et environnementales ; et même au sein du champ de l'économie, seules les retombées macroéconomiques, au niveau global et national, comptaient.

Une approche plus récente, intégrant des préoccupations sociales et environnementales, a renouvelé la perception de ses avantages. En insistant sur ses spécificités par rapport aux autres activités, on a ainsi mis en évidence d'autres manières importantes et originales par lesquelles le tourisme bénéficiait à un pays et pouvait devenir un outil privilégié *pour un développement durable qui combine harmonieusement des objectifs économiques, sociaux, culturels et environnementaux* (réduction de la pauvreté, participation économique de groupes défavorisés, émancipation des femmes, revitalisation de pratiques culturelles, conservation de la nature, sauvegarde du patrimoine historique...). Comme de nombreux pays en ont fait l'expérience, une croissance non maîtrisée du tourisme risque d'avoir des conséquences préjudiciables sur les populations locales et l'environnement. Le concept de développement durable, apparu par réaction aux défauts des modèles de développement économique traditionnels, offre un cadre privilégié pour repenser le développement touristique.

Après une présentation de l'importance du tourisme international dans les PMA selon les critères macroéconomiques habituels (section 1), on expose les avantages supplémentaires attribués au tourisme sur les autres activités (section 2). On verra ensuite quels sont les enjeux d'un tourisme conçu et planifié comme "durable" (section 3).

SECTION I : LE TOURISME DANS LES PMA

I-1. Une importance marginale dans les flux mondiaux

Les PMA occupent une position marginale dans les flux touristiques internationaux. Néanmoins leurs performances sont en progression constante et une croissance des flux supérieure à la moyenne mondiale ouvre des perspectives très prometteuses. En 1988, les PMA ne recevaient que 0.5 % seulement des arrivées mondiales de touristes (soit 2.4 millions de personnes) et ne réalisaient que 0.6 % des recettes mondiales. En 2005, ces parts s'élevaient à 1.2% du nombre d'arrivées et 0.8% des recettes mondiales. Cependant, cette progression datant du début des années 90, si modeste puisse-t-elle paraître, est le fruit d'une croissance vigoureuse, nettement supérieure à la moyenne mondiale et à celle des pays industrialisés : les arrivées vers les PMA ont crû au taux de 6.5% par an en moyenne entre 1988 et 2002 contre 3.7% pour le monde dans son ensemble, 3.4% pour l'OCDE et 3.3% pour l'Union européenne. Sur une période plus récente, ces performances apparaissent encore plus spectaculaires. En effet, entre 2000 et 2005, les arrivées de touristes internationaux dans les

PMA ont augmenté de 48% contre 17% dans l'ensemble du monde, alors que les recettes y ont crû de 76% contre 40% au niveau mondial.

Cette évolution s'est accompagnée d'une valorisation des recettes moyennes par touriste. En effet, la progression plus rapide des recettes globales par rapport aux arrivées de touristes a conduit mécaniquement à un relèvement sensible des revenus bruts tirés de chaque touriste. Néanmoins, cette croissance vigoureuse des recettes par touriste ne doit pas faire oublier que chaque touriste en voyage dans les PMA continue de dépenser aujourd'hui beaucoup moins qu'il ne dépense dans le monde en général et dans les destinations de l'OCDE en particulier (515 EU\$ en 2002 contre respectivement 675 EU\$ et 709 EU\$). A l'évidence, une marge appréciable reste donc disponible dans ces pays en termes de valorisation des biens et services vendus aux touristes².

Il est à noter que cette remarquable performance des PMA cache en réalité de profondes disparités par pays. Considérons les performances des PMA pour lesquels les données sont disponibles entre 1988 et 2004 (ou 2003 selon les statistiques disponibles) (soit 36 pays sur les 50 que compte le groupe des PMA).

- En termes d'arrivées, les pays qui ont connu la croissance la plus forte ont été le Cambodge (+28% par an), l'Ouganda, Sao Tome et Principe, le Laos, le Cap-Vert, Madagascar (entre 14 et 17% pour ces pays), puis l'Angola, la Zambie et le Bhoutan (entre 10 et 11% par an). La croissance a été plus faible en Ethiopie, au Burkina Faso, aux Comores, au Bénin, au Bangladesh, au Niger et en République Centrafricaine (entre 3% et 6% par an). Enfin, les arrivées ont même régressé dans des pays qui ont été victimes de graves problèmes économiques ou politiques : Afghanistan, Burundi, Haïti, République Démocratique du Congo, Sierra Leone, Togo.
- En termes de recettes, celles-ci sont extrêmement concentrées car, en 2004, quatre pays seulement (Tanzanie, Kenya, Cambodge, Maldives) représentaient la moitié des recettes totales des PMA. Les pays qui ont vu leurs recettes (en valeur courante) croître le plus entre 1988 et 2004 (ou 2003 selon les statistiques disponibles) sont le Laos (+34,8% en moyenne par an!), le Cap-Vert (+24,3% par an), l'Ouganda et la

² Précisons que cette valorisation, si elle se produit, doit nécessairement s'accompagner d'une amélioration de la qualité, sous peine de voir se dégrader la compétitivité de ces destinations. Les moyens d'accroître les dépenses par touriste sont abordés dans la section relative aux stratégies de développement touristique durable.

Zambie (+24% par an), la Tanzanie (+18,4% par an), le Bhoutan (+17,4% par an) et le Myanmar (+15,8% par an). Ces taux de progression spectaculaires s'expliquent en grande partie par le fait que ces pays partaient souvent de niveaux extrêmement bas.

D'autres pays ont malheureusement connu une baisse de leurs recettes : Togo, Burundi, République Centrafricaine, Soudan, Iles Salomon.

I-2. Une importance économique interne considérable

Malgré la position marginale que les PMA occupent dans les flux touristiques mondiaux, le tourisme possède chez nombre d'entre eux une importance économique considérable, contribuant fortement à : 1) la fourniture de devises, 2) la création de revenus et 3) l'emploi. Mais cette contribution est inégale selon les pays.

I-2-1 Une contribution majeure aux exportations

Au niveau global, c'est-à-dire des PMA considérés dans leur ensemble, les recettes touristiques constituent la première source de devises pour ce groupe de pays. Elles représentent près de 17% des recettes d'exportations totales hors pétrole, loin devant le coton, son suivant immédiat, et les textiles (OMT et CNUCED, 2001). Au niveau des pays, le tourisme se classe parmi les trois premières exportations pour plus d'un tiers des PMA.

I-2-2 Une contribution significative aux revenus

La contribution du tourisme aux revenus est habituellement évaluée au moyen de la part que les recettes touristiques représentent dans le PIB. On recense 28 pays pour lesquels les données disponibles permettaient de calculer ce ratio ou pour lesquels celui-ci était significatif. Ils figurent dans le tableau n°1 ci-dessous.

Trois enseignements peuvent en être tirés.

- i. On constate que dans huit pays (Maldives, Samoa, Vanuatu, Cambodge, Comores, Erythrée, Tanzanie et Sierra Leone), les recettes touristiques sont d'une ampleur importante relativement au PIB puisqu'elles en représentent plus de 5%.
- ii. La contribution du tourisme au revenu est la plus forte dans les petites économies insulaires, comme le révèlent les cas spectaculaires des Maldives, de Samoa et Vanuatu (respectivement 0.3, 0.2 et 0.2 million d'habitants en 2002) où le tourisme international apporte entre un cinquième et trois cinquièmes du PIB.
- iii. Pour neuf autres pays (Kiribati, Laos, Népal, Sénégal, Haïti, Mali, Lesotho, Rwanda et Bhoutan), la part des recettes touristiques dans le PIB est comprise entre 2 et 5%, ce qui constitue un apport de revenus appréciable.

Tableau n°1 : Part des recettes touristiques dans le PIB

Pays	Recettes touristiques en % du PIB
Maldives	58,9
Samoa	21,0 ⁽²⁾
Vanuatu	18,9 ⁽¹⁾
Cambodge	12,4
Comores	7,4 ⁽⁴⁾
Erythrée	5,9 ⁽⁴⁾
Tanzanie	5,6
Sierra Leone	5,4
Kiribati	4,6 ⁽⁴⁾
Laos	3,6 ⁽²⁾
Népal	3,4
Sénégal	3,2 ⁽¹⁾
Haiti	3,2 ⁽¹⁾
Mali	2,9 ⁽¹⁾
Lesotho	2,5
Rwanda	2,4
Bhoutan	2,1 ⁽⁴⁾
Zambie	1,8 ⁽²⁾
Ethiopie	1,8
Malawi	1,7 ⁽²⁾
Madagascar	1,4 ⁽¹⁾
Yémen	1,1
Togo	0,8 ⁽¹⁾
Angola	0,3
Guinée	0,1 ⁽²⁾
Soudan	0,1
Burundi	0,1 ⁽¹⁾
Bangladesh	0,1

Source : CEPIL, base CHELEM (2006).

Note : les données sont pour l'année 2004, sauf lorsque figure un exposant. (1) indique des données pour 2003, (2) des données pour 2002, (3) des données pour 2001 et (4) des données pour 2000.

I-2-3 Une contribution considérable à l'emploi

D'une manière générale, dans les PMA, les données sur l'emploi sont difficiles à obtenir et peu fiables, quel que soit le secteur d'activité. Le tourisme ne fait pas exception à la règle. Néanmoins le WTTC³ établit régulièrement des estimations, à la fois sur les emplois directs et les emplois indirects générés par le tourisme.

³ WTTC : World Travel and Tourism Council, Conseil Mondial du Voyage et du Tourisme.

Selon le WTTC, les emplois directs dans le tourisme auraient représenté en 2004 une fraction importante de la population active pour un cinquième des PMA. Dans 10 pays en effet, la part de la population active directement employée dans le tourisme serait supérieure à 4% : Maldives, Vanuatu, Kiribati, Gambie, Samoa, Cap Vert, Comores, Ethiopie, Ghana et Kenya.

Ces chiffres doivent bien sûr être considérés avec circonspection en raison des problèmes statistiques qui se posent avec une acuité particulière dans les PED, surtout dans les moins développés d'entre eux. En outre, il se peut que les caractéristiques de l'emploi touristique (saisonnalité, importance de l'emploi informel et non déclaré, du temps partiel...) aggravent les problèmes de mesure et d'enregistrement, conduisant peut-être à sous-estimer la part réelle de l'emploi occupé directement par le tourisme.

Si aux emplois directs on ajoute les emplois indirects dont le tourisme est à l'origine, on arrive alors à des évaluations toujours nettement supérieures. Selon les estimations du WTTC, les emplois indirects conduiraient à *doubler, voire tripler* dans certains cas, la contribution du tourisme à l'emploi total. Par exemple, la proportion totale de la population active dépendant du tourisme passerait alors à 64.4% aux Maldives, à 47% à Vanuatu, à 22.6% à Kiribati, à 17% en Gambie, à 9.4% au Kenya, à 7% au Népal et au Laos... Bien sûr, les marges d'incertitude de ces estimations sont encore plus fortes que dans le cas de l'emploi direct.

SECTION II : LE TOURISME, UNE GRANDE SOURCE POTENTIELLE DE BENEFICES POUR LES PMA

Tout d'abord, trop longtemps, le développement touristique dans les PED n'a obéi qu'à de seuls critères quantitatifs, en l'occurrence la croissance du nombre total des arrivées et des recettes brutes en devises. On ne jugeait du degré de sa réussite qu'à l'aune de ces éléments réducteurs. La stratégie d'un pays était considérée comme d'autant plus réussie qu'elle se traduisait par un accroissement rapide du nombre des arrivées internationales et des recettes. Peu de cas était fait des coûts occasionnés par les fuites, de l'impact réel sur les communautés locales, sur la pauvreté, sur l'environnement, la préservation de l'héritage culturel et historique... Lorsqu'une évaluation préalable du projet était réalisée, elle privilégiait quasi-exclusivement le point de vue économique sans prendre véritablement en compte les considérations sociales, culturelles et environnementales.

De plus, dans le champ même de l'économie, l'attention des pouvoirs publics ne se focalisait que sur ses avantages *macroéconomiques*, en particulier sur les contributions qu'il pouvait apporter à 3 variables globales :

- la balance courante
- l'emploi total
- le revenu national

En outre, c'est la première des trois qui, traditionnellement, retenait le plus l'attention. Le rôle principal dévolu au tourisme était en effet de pourvoir le pays hôte en devises et donc de contribuer au financement des importations essentielles à son développement, en particulier celles de biens d'équipement et de technologie.

Devant les résultats décevants de cette approche, on a assisté à partir des années quatre-vingt-dix à un renouvellement de la perception du tourisme et de ses avantages. Le rôle croissant joué par cette activité dans l'économie de nombreux pays, tant industrialisés qu'en développement, a progressivement montré les limites du cadre macroéconomique global traditionnellement employé. On a réalisé qu'il fallait prendre en compte les spécificités du tourisme relativement aux autres activités pour avoir une vision plus complète des bénéfices qu'il pouvait procurer à un pays. On a ainsi mis en évidence qu'au-delà de son impact *macroéconomique global*, le tourisme exerçait des effets économiques *différenciés* selon les secteurs, les groupes sociaux et les catégories de travailleurs ; et même que sa gestion et ses répercussions dépassaient largement le cadre économique pour impliquer l'environnement, la culture, les relations sociales... Autant de sources de bénéfices supplémentaires que cette activité, si elle prend place dans un cadre correctement planifié et maîtrisé, peut apporter au pays, non plus seulement sur le plan économique mais aussi social et environnemental.

La conclusion est que cette activité, du moins lorsqu'elle est développée sous des formes adéquates, présente du fait de ses spécificités une relative supériorité sur les autres activités pour des objectifs de croissance et de développement économique et social. Le tourisme, sous une forme durable, constituerait ainsi un outil privilégié de promotion d'un développement répondant à ces critères.

Deux arguments viennent à l'appui de cette thèse.

1. D'une part, et peut-être plus que toute autre activité, le tourisme est extrêmement sensible à la qualité des ressources écologiques, environnementales et culturelles d'un pays dans la mesure où celles-ci constituent pour lui un facteur de production essentiel dont la qualité est garante de sa viabilité future. Il est donc impératif pour sa survie même que l'activité touristique soit gérée de manière à ne pas compromettre la disponibilité de ces ressources pour les générations futures. En conséquence, il porte en lui la nécessité d'une gestion responsable des actifs naturels et culturels, et donc peut constituer un instrument efficace de leur préservation. D'autant plus qu'il apporte les moyens financiers de cette préservation.
2. D'autre part, les spécificités économiques mises en lumière pour le tourisme (cf. les sous-sections suivantes) incitent à penser qu'il constitue un instrument efficace pour améliorer la situation de certains groupes sociaux particulièrement défavorisés et vulnérables, et réduire les inégalités entre hommes et femmes.

Les spécificités et avantages par rapport aux autres secteurs qui tendraient à faire du tourisme un outil privilégié de développement durable sont au nombre de 6. Chacun d'eux est traité séparément.

II-1. Une demande extérieure apportée sur place

Par essence, le tourisme génère une demande étrangère pour des biens et services locaux ou nationaux. Mais à la différence du commerce traditionnel où les biens industriels et agricoles sont acheminés physiquement du lieu de production jusqu'aux consommateurs étrangers via les exportations, ici *ce sont au contraire les consommateurs étrangers qui se déplacent vers le lieu de production.*

Le tourisme international apporte alors sur place une demande solvable, dotée de hauts revenus, à tout un ensemble de petits producteurs locaux, de micro-entreprises, d'artisans, de paysans... enclavés dans des régions pauvres et isolées ou subsistant dans le secteur informel urbain, et qui :

- jusqu'alors n'avaient accès qu'à un marché très limité,
- ne pouvaient vendre que des biens et services non exportables selon les voies traditionnelles (services de guides, spectacles artistiques, petit artisanat, produits agricoles locaux).

En apportant ainsi sur place une demande étrangère, le tourisme peut même être à l'origine d'une *création d'activités* si la demande était préalablement inexistante

II-2. Une source privilégiée d'emplois

Il a été établi sur la base des comptes satellite d'un certain nombre de pays (Zimbabwe, Maurice, Afrique du Sud...) que le tourisme était une activité très intensive en travail, en général davantage que n'importe quelle autre activité à l'exception de l'agriculture. A ce titre, il est donc apte à constituer une source privilégiée d'emplois, surtout dans les régions, comme les zones rurales, défavorisées, enclavées, où les opportunités d'emplois sont en général limitées, circonscrites à l'agriculture, conduisant à un chômage chronique et des flux d'émigration, notamment chez les jeunes. Le tourisme crée une alternative à l'emploi agricole et enrichit les opportunités, précisément pour les jeunes et les femmes.

On constate en effet que, quoique très variable d'un pays à l'autre, le pourcentage de femmes employées dans le tourisme peut atteindre des niveaux particulièrement élevés, *plus que dans la majorité des autres secteurs*. On a ainsi constaté des taux de féminisation allant de 10% (dans certains pays musulmans) à plus de 60%, comme en Bolivie. En Afrique du Sud, 65% du personnel employé dans les "Wilderness Safaris' lodges" sont des femmes.

Bien évidemment, il faut aussi signaler un des effets terribles que ce même développement touristique ne produit que trop souvent : l'apparition, ou l'extension, de la prostitution, en particulier dans les zones pauvres et les villes. Il est inutile d'insister sur le fait qu'il s'agit là d'un phénomène allant totalement à l'encontre des principes mêmes d'un tourisme durable, puisqu'il produit des effets délétères tant sur le plan individuel que social (rejet par la communauté ; atteinte à l'intégrité physique, psychologique et sociale des personnes ; propagation du SIDA...).

II- 3. Une mise en valeur des actifs possédés par les groupes défavorisés

La plupart des secteurs d'exportation nécessitent du capital financier, du capital productif et du capital humain (formation, éducation). Or, par définition, ces formes de capital sont peu répandues chez les populations les plus défavorisées et vulnérables.

Même si, comme toute activité, le tourisme exige aussi des fonds financiers, de l'équipement et de la formation, il est en revanche l'une des rares activités à nécessiter en plus ces formes particulières de capital que sont :

- le capital "naturel" (paysages, sites, faune, flore...)
- le capital "culturel" (traditions, coutumes, folklore, arts...).

Or les populations défavorisées possèdent en général ces formes de capital en abondance. *Sous réserve de la mise en place de mécanismes de rétribution appropriés et équitables des profits générés par ces actifs*, le tourisme leur offre là une source de revenus pratiquement sans équivalent.

II-4. Un substitut à des marchés internationaux difficilement accessibles

Comme pour les groupes enclavés et les petits producteurs locaux, la demande supplémentaire créée par le tourisme constitue des débouchés intérieurs pour les entreprises industrielles du secteur formel (textiles, construction, ameublement, agro-alimentaire...) qu'elles n'auraient jamais été en mesure d'obtenir sur les marchés internationaux, en raison :

1. d'une compétitivité suffisante
2. d'un retard technologique,
3. ou de barrières commerciales protectionnistes (tarifs, quotas, normes).

II-5. Une capacité à diversifier l'économie et créer des activités

Parce qu'il nécessite une multitude de biens et services pour sa production, le tourisme a un fort potentiel de création d'activités et d'approfondissement des liens intersectoriels ("linkages") (paragraphe I-5-1). Faisant appel avant tout à de petites entreprises, il est un vecteur de création de firmes (paragraphe I-5-2) et permet de freiner l'exode rural (paragraphe I-5-3).

II-5-1 Un puissant pouvoir d'intégration entre secteurs.

Par nature, la demande touristique est multisectorielle et très diversifiée. Elle présente deux composantes :

- *directe*, c'est-à-dire formulée directement par les touristes aux différents opérateurs touristiques (hôteliers, voyagistes, restaurateurs, artisans...),
- *indirecte*, c'est-à-dire formulée par ces opérateurs touristiques, leurs fournisseurs (paysans, entreprises de construction...) et leurs employés respectifs.

Du coup, cette demande s'adresse à une multitude de secteurs différents et porte tant sur :

- des biens finis (destinés à être consommés par les touristes ou les locaux) que sur des biens intermédiaires (servant aux entreprises à produire d'autres biens),
- des biens agricoles et alimentaires que sur des produits manufacturés (équipement ménager, matériaux de construction, matériel de transport...) et artisanaux (souvenirs, produits d'art, vêtements...),
- des services aux personnes (guides, restauration, loisirs, transport...) que sur des services aux entreprises (BTP, comptabilité, gestion, nettoyage...).

Le tourisme peut donc constituer un moteur de création d'activités et un moyen d'approfondir les liens inter-sectoriels ("linkages"). Il contribue à la diversification de l'économie régionale ou nationale. L'un des meilleurs exemples de ce puissant rôle moteur que peut jouer le tourisme concerne l'agriculture. De nombreuses évidences témoignent des effets d'entraînement que le développement touristique a eu sur la production agricole dans nombre de pays ou de régions, tant sur le plan des quantités que de la qualité ou de la diversité : Thaïlande, Indonésie, Hawaï, certaines îles des Caraïbes. L'apparition de nouveaux débouchés pour les agriculteurs, émanant des hôtels et

des restaurants, les a conduits à développer des productions existantes, traditionnelles, et à en introduire de nouvelles (fruits, produits laitiers, légumes, noix...).

II-5-2 Un fort potentiel de création de MPME.

Il est à noter aussi que, même s'il est dominé la plupart du temps par de grands groupes et de puissantes firmes oligopolistiques, le tourisme a beaucoup recours aux micro, petites et moyennes entreprises (MPME), y compris dans les pays développés. On estime par exemple qu'en Europe 70% de la capacité totale d'hébergement est assurée par des PME. Dans les PED, cette proportion dans l'hébergement serait de 85%. Mais les MPME représentent également une part importante de l'offre dans d'autres segments de l'industrie touristique : restaurations et bars, artisanat de souvenirs, guides, attractions diverses, agriculture, industries légères...

Or, il est bien sûr infiniment plus facile de créer une MPME qu'une grande entreprise pour des individus faiblement dotés en capital financier, physique et humain.

II-5-3 Un moyen de freiner l'exode rural.

Enfin, signalons que le développement touristique est *un précieux instrument d'aménagement du territoire, permettant de freiner l'exode rural et le creusement des déséquilibres régionaux*. Il constitue un moyen de fixer les populations dans les régions où elles vivent et d'empêcher des phénomènes migratoires au profit des grandes concentrations urbaines, souvent déjà fortement congestionnées. En effet, nombre de PED souffrent aujourd'hui d'une polarisation spatiale des activités et du peuplement.

II-6. Un effet d'entraînement sur les infrastructures

L'activité touristique exige des investissements importants en infrastructures pour :

- le transport des personnes (aéroport, routes, voies navigables...),
- leur hébergement (eau, électricité),
- les télécommunications (téléphone, Internet),

- l'aménagement des lieux de séjours (équipements et services de santé, évacuation et traitement des déchets et des eaux usées) et des sites (mise en valeur du patrimoine culturel).

Bien qu'ils soient destinés en premier lieu au secteur touristique, ces infrastructures peuvent profiter également aux autres secteurs productifs et aux populations locales, et contribuer ainsi à accroître la productivité et le bien-être de l'économie dans son ensemble.

Sans le tourisme, ces investissements n'auraient peut-être pas été réalisés, faute de la présence dans le pays d'une activité offrant les mêmes promesses de gains futurs. L'agriculture en offre un bon exemple. Des études ont montré comment les infrastructures créées à l'occasion du développement touristique ont stimulé la production agricole en permettant un accès aux marchés urbains et des possibilités d'exporter les surplus vers les autres régions. De même que l'accès plus facile aux biens de consommation et de production (engrais, machines...) a encouragé les paysans et les artisans à accroître leur productivité et leur production commercialisée.

Il est crucial de veiller à ce que toutes les infrastructures induites par le développement touristique ne soient pas exclusivement réservées à l'usage des touristes mais soient largement accessibles aux populations locales. Sinon un sentiment légitime d'injustice nourrira des rancœurs à l'égard du tourisme qui risqueront d'aboutir en fin de compte à une réaction de rejet.

Notons que le financement de ces infrastructures, en général assez lourd, peut être partagé entre des sources publiques et privées, nationales et étrangères (grandes chaînes internationales, organismes internationaux, coopération bilatérale). Le secteur touristique lui-même contribue au financement :

- soit *directement*, lorsque certains équipements sont pris en charge par les hôteliers, les voyagistes... (système de collecte et de traitement des déchets, routes, chemins...)
- soit *indirectement* par les recettes fiscales qu'il procure. En effet, premièrement, le tourisme est source de revenus imposables (salaires, profits, rentes, loyers). Deuxièmement, il stimule l'activité économique (via l'effet multiplicateur, la diversification et la création d'activités), donc les revenus générés par les autres

secteurs et la consommation. Troisièmement, les touristes étrangers consomment des biens et services qui sont eux-mêmes taxés (TVA, taxes sur les alcools...).

En plus, il offre *des outils de taxation supplémentaires et spécifiques par rapport aux autres secteurs* :

- taxes sur les touristes internationaux (taxes d'aéroport, de séjour) ;
- prix différenciés entre nationaux et étrangers.

Cependant ces outils doivent être employés avec précaution car un niveau excessif risquerait de compromettre la compétitivité de la destination et de porter atteinte à son image de marque, ce qui affaiblirait les arrivées, donc les revenus touristiques, donc les recettes fiscales...

Remarque importante

Notons que tous ces avantages que possède le tourisme et tous les effets bénéfiques qu'il est à même de créer dans l'économie ne sont que **potentiels**. Il ne suffit pas de décider de développer l'activité touristique dans une région pour voir tous ces bienfaits se produire automatiquement.

Toutes les formes de tourisme ne sont en effet pas équivalentes. Le tourisme peut également être à l'origine de coûts, de nuisances et d'effets néfastes, tant du point de vue économique que social et environnemental. Pour être pleinement profitable, le recours au tourisme doit donc se faire selon des formes particulières, adaptées, relevant d'une conception de développement durable, qui maximisent les bienfaits et minimisent les coûts.

Ces formes ne peuvent que résulter d'une stratégie volontaire *qui implique la participation active de tous les acteurs concernés* :

- privés et publics,
- individuels et communautaires,
- nationaux et étrangers.

Elles doivent avoir explicitement pour objectifs :

- la préservation des patrimoines naturels et culturels pour les générations futures (équité inter-générationnelle),
- une répartition équitable des bénéfices au sein de chaque génération, avec donc une plus grande participation des groupes défavorisés (équité intra-générationnelle).

Elles doivent être définies en concertation avec les populations locales, en particulier défavorisées, et non leur être imposées. L'expérience démontre que la consultation et l'implication de ces dernières est l'une des conditions les plus sûres de la réussite durable des projets touristiques.

SECTION III : LA PERTINENCE DU TOURISME DURABLE POUR LES PMA

Le concept de développement durable trouve dans le tourisme un champ d'application privilégié. En effet, deux phénomènes compromettent les bénéfices économiques et sociaux du tourisme pour l'économie locale et menacent sa survie à long terme.

- D'une part, l'existence de **fuites internes et externes** minent la viabilité économique et financière de l'industrie touristique dans les PMA en érodant ses ressources attractives, en affaiblissant ses capacités d'investissement (en capital physique et humain) et en dépréciant la base fiscale de l'Etat, donc ses investissements en infrastructure dans cette activité. Les fuites, souvent fortes dans les PMA, compromettent ainsi directement le caractère économiquement soutenable du tourisme à long terme.

- D'autre part, le tourisme, quant il est développé sous certaines formes, peut lui-même être à l'origine de nuisances et d'effets néfastes, tant économiques que sociaux et environnementaux : déclin des autres secteurs, déstructuration des sociétés traditionnelles, rapports d'exploitation, pression sur l'environnement, appauvrissement des groupes vulnérables, montée des inégalités... En provoquant des réactions de rejet des populations locales, en détruisant leur culture ainsi que les milieux naturels fragiles dont il dépend, le tourisme risque ainsi de compromettre les conditions de sa survie à long terme. Une croissance incontrôlée du tourisme visant le profit à court terme peut avoir des effets négatifs sur l'environnement et les populations locales des PMA, détruisant ainsi les bases mêmes sur lesquelles le tourisme est construit.

Comme nous l'avons indiqué plus haut, pendant longtemps les modèles de développement touristique appliqués ont surtout mis l'accent sur les aspects quantitatifs et ont insuffisamment pris en compte les aspects sociaux et environnementaux. Le secteur touristique a souvent reflété les conséquences néfastes – tant pour l'environnement que pour les populations concernées – d'un développement trop centralisé, sans la concertation et le partenariat nécessaires à la durabilité : sites touristiques aménagés au détriment des populations locales autrefois autosuffisantes, acculturation des populations locales, destruction des écosystèmes fragiles, engrenage de la pauvreté. Nombreux sont les PED qui ont découvert, souvent de manière tardive, que le tourisme non planifié et non ordonné a entraîné des impacts graves sur l'environnement et les communautés locales.

III-1. Définition du tourisme durable

La notion de durabilité implique que le tourisme ne soit plus seulement évalué du point de vue de la rentabilité économique de court terme de la destination, mais aussi par rapport à un ensemble de critères jusqu'à présent peu utilisés : fragilité de la destination à long terme, distribution des revenus du tourisme dans l'économie locale, contribution à la gestion de l'eau, à la pollution de l'air... Le tourisme durable se définit donc comme un tourisme viable d'un point de vue économique et social, qui ne réduit pas la valeur de l'environnement et de la culture locale.

Quelques définitions du tourisme durable

- Selon l'Association de Formation et d'Information pour le Développement (2001), le tourisme durable désigne *"toute forme d'activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement de la population locale"*.
- Selon la charte du tourisme durable de l'OMT adoptée en 1995, le tourisme *"doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales"* (article 1).

Il apparaît clairement que le développement durable du tourisme ne peut se concrétiser *sans que les populations locales soient associées dès le départ au projet touristique*. Il permet donc de prendre en compte dès le début leurs aspirations légitimes, y compris lorsqu'elles ne souhaitent pas s'ouvrir au tourisme. Il faut compter avec *le droit des communautés à disposer d'elles-mêmes et de leurs terres* ainsi qu'*à gérer elles-mêmes le type de tourisme dont elles feront l'objet*.

La durabilité comporte par conséquent trois facettes interdépendantes :

- la réussite commerciale et économique,
- la préservation de l'environnement,
- la responsabilité sociale.

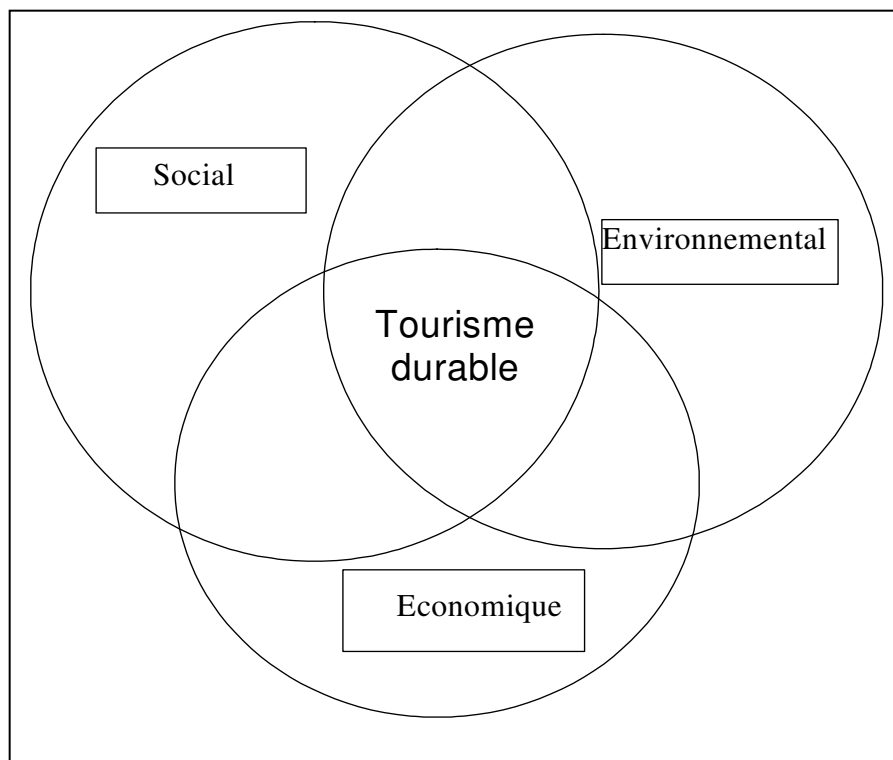


Figure 1 : Les trois piliers du tourisme durable

Il est important de noter aussi que le tourisme durable intègre de plus en plus des aspects liés à la *qualité des produits et des services touristiques*, et ne se réfère plus seulement au niveau comparatif des prix. Cette tendance s'observe parmi la clientèle des marchés émetteurs les plus développés. La qualité en tourisme comporte un grand nombre de paramètres tels que la durabilité environnementale et l'authenticité culturelle des destinations. Si elle devait se confirmer, cette tendance serait très

prometteuse: elle signifierait que la quête de la durabilité commence à se faire avec le marché et non contre lui.

En conclusion, on peut résumer le concept de tourisme durable comme une forme de tourisme reposant sur trois piliers, tel que l'illustre la figure 1 plus haut.

- Pilier économique : croissance économique, création de richesse.
- Pilier social : redistribution des richesses, réduction des inégalités, maîtrise du développement touristique par les populations locales, préservation des valeurs traditionnelles et des identités culturelles.
- Pilier environnemental : gestion des ressources naturelles et culturelles de façon patrimoniale, bonne connaissance des ressources non renouvelables, prise en compte de l'impact des projets proposés sur la préservation du patrimoine (paysage, bâti et biodiversité) et des ressources indispensables pour l'avenir des générations futures (eau, air, énergie, déchets, bruit, espaces).

III-2. Les enjeux du tourisme durable

Nous exposons ici les enjeux du tourisme durable dans les pays émetteurs comme dans les pays récepteurs. Ces enjeux, bien que séparés ci-dessous pour des raisons évidentes de compréhension, sont imbriqués et difficilement séparables. L'économie touche au social qui touche à l'environnemental et les touristes sont liés eux-mêmes aux trois ensembles. On n'envisagera donc les enjeux que sous un aspect d'interdépendance.

Quatre enjeux sont à distinguer qui concernent l'économique, le socio-culturel, l'environnement et les touristes eux-mêmes.

- Les enjeux économiques : Tout l'enjeu économique du tourisme durable sera donc de promouvoir des formes de tourisme qui, *tout en étant viables et rentables d'un point de vue financier et commercial* :

- minimisent les *inconvenients en termes de pertes de revenus, d'emplois et de devises pour l'économie nationale* (fuites...), ainsi que *les effets inégalitaires et appauvrissants sur les groupes les plus démunis*;

- maximisent au contraire les *bénéfices offerts par l'activité touristique, notamment par rapport aux autres secteurs*, et les *retombées pour les populations locales* en leur garantissant une large participation ainsi que la pleine propriété de leurs actifs.

- **Les enjeux sociaux et culturels** : Les populations locales sont particulièrement concernées par cet enjeu en ce sens que les aspects sociaux les touchent dans ce qu'elles ont de plus cher : leur organisation sociale, leur culture, leurs coutumes, leurs habitudes. Or le tourisme, s'il est un puissant facteur de développement des mentalités et d'ouverture culturelle, est souvent aussi un facteur d'acculturation et de perte des repères traditionnels qui entraîne la mendicité, la prostitution, l'acculturation... L'idée maîtresse est que les populations locales doivent pouvoir exprimer librement leurs souhaits par rapport au tourisme et notamment répondre aux interrogations suivantes :

- Veulent-elles du tourisme ?
- Si oui, quel type ?
- Comment présenter leur culture aux touristes ?

Il s'agit d'instaurer un climat de confiance et de fierté bien placée. Là est le principal enjeu social du tourisme durable pour les populations locales.

- **Les enjeux environnementaux** : La maîtrise du territoire par et pour les générations locales actuelles et futures est le problème essentiel du tourisme durable dans sa dimension environnementale. Bien souvent, croyant faire du tourisme durable, les acteurs ont une vision uniquement écologiste du territoire. Cela débouche sur un écotourisme mal compris. Les populations, par leur exclusion, sont alors parfois les principales victimes de ce tourisme environnemental. C'est le cas par exemple lorsque l'on constitue des réserves naturelles dont on a chassé les habitants au prétexte qu'ils gâchent le paysage. En négligeant l'aspect social, la préservation de l'environnement ne satisfait pas ici aux critères d'un véritable tourisme durable.

Il est donc essentiel là encore que les populations locales, avec l'aide des autorités et des associations spécialisées, soient consultées pour donner leur avis sur leur vision de la défense du territoire et de l'écosystème.

L'enjeu principal consistera donc à *préserver l'environnement* et, idéalement, à *utiliser le tourisme et les recettes qu'il engendre* pour aider à cet objectif *dans le respect et avec l'accord des populations locales*.

- Les enjeux pour les touristes : Le touriste doit être pris en compte dans la mesure où c'est lui qui se déplace, et donc qui fait d'un endroit une destination. Sans touristes, pas de destination et pas de production touristique. Or, le tourisme peut-il être durable si les touristes sont mécontents de la destination visitée ?

Il suffit de considérer le déclin de certaines stations balnéaires dans le bassin méditerranéen dans les années quatre-vingt, pour constater qu'un développement touristique non raisonné peut contribuer à sa propre destruction. Dans ces destinations, l'objectif prioritaire a longtemps été d'attirer un nombre maximal de touristes étrangers, la recherche de profits rapides prenant le pas sur les objectifs de développement durable.

La prise en compte des intérêts des touristes et de leur niveau de satisfaction doit donc être une tâche essentielle et permanente de tout prestataire touristique. Les destinations évoluent, les désirs des touristes aussi. Ce que les touristes aimaient autrefois n'est plus forcément valable aujourd'hui.

Les populations locales, les autorités et les différents partenaires du projet doivent donc bien être conscients qu'ils ne développeront pas des projets touristiques malgré ou en dépit des souhaits légitimes des touristes. Autant s'attacher dès le départ à intégrer cette donnée essentielle.

Aussi, les touristes devront être consultés avant la réalisation du projet et en tout cas des études de marché sérieuses devront être faites pour aider à l'élaboration du produit touristique.

Notons qu'un touriste dont les attentes sont prises en compte sera aussi un touriste plus respectueux des lieux et des populations visitées. Un visiteur sensibilisé et auquel on demande son avis n'aura plus la même vision de la destination. Il faut savoir écouter ses doléances ou ses remarques et mettre en place une véritable procédure de traitement de ces remontées. Aucune ne devra être délaissée et il revient en priorité aux autorités – nationales et locales, au travers du

Ministère du tourisme et de ses délégations – mais aussi à tous les partenaires publics et privés – de prendre en compte les remarques et au final, assurer le bien être des touristes sur une destination.

CONCLUSION.

Ce document a présenté un cadre d'analyse qui permet de mieux apprécier les potentialités du tourisme *durable* dans les PMA. Nous avons vu que le tourisme offrait de précieuses opportunités en matière de développement économique et présentait des avantages indéniables vis-à-vis des autres activités. Mais en même temps, il peut être source de coûts et de nuisances économiques, sociales et culturelles pour les populations des pays hôtes. Ces coûts peuvent même mettre en péril sa propre survie et aboutir à sa disparition. Faire jouer au tourisme son rôle potentiellement favorable sur le développement des PMA sans compromettre sa pérennité nécessite l'application de stratégies basées sur les principes du développement durable. Ces stratégies doivent être fondées sur des formes touristiques adéquates, qui en maximisent les bénéfices et en minimisent les coûts, et doivent comporter des actions volontaires dans le cadre de politiques spécifiques (au secteur touristique) ou générales (c'est-à-dire multisectorielles ou macroéconomiques). La réalisation des objectifs du tourisme durable n'est en effet pas automatique mais exige des choix pertinents et un ensemble de mesures volontaristes et ciblées.

La mise au point d'une stratégie appropriée et efficace de tourisme durable nécessite trois étapes : 1) un bilan ou état des lieux (points forts et points faibles, acquis et lacunes au regard des critères du tourisme durable); 2) un consensus sur un ou des objectif(s) à assigner au tourisme; 3) une identification et un recensement des moyens à mettre en oeuvre.

Concrètement, les politiques à mettre en oeuvre pour promouvoir un tourisme durable devraient concerner⁴ :

- le mode de conception et de gestion des projets (adoption de critères multidimensionnels, conformité aux tendances de la demande, concertation et participation des populations locales) ;
- les aspects économiques (minimiser les fuites et accroître les liaisons intersectorielles : actions sur les opérateurs touristiques, sur la formation, soutien aux petites entreprises de différents secteurs...)
- les aspects sociaux et culturels (accès amélioré des groupes défavorisés aux marchés touristiques) ;
- les aspects environnementaux, historiques et culturels (création de zones protégées avec *implication et intéressement* des populations locales, protection et valorisation des traditions, arts, artisanat...)
- le cadre institutionnel (planification, organes de concertation, coopération interministérielle...).

ANNEXE.

Dans cette annexe, nous analysons l'évolution de la spécialisation de 34 pays en voie de développement dans la filière touristique pour la période 1980-2005. Le tourisme étant un produit composite constitué d'un ensemble d'activités (animation, hôtellerie, transport, voyagistes, tour opérateurs, restauration...), nous préférons considérer le concept de filière touristique⁵. Toute analyse de la spécialisation d'un pays dans le tourisme obligerait donc à prendre en compte la position de ce pays dans chacun des segments constitutifs de la filière. Malheureusement, la disponibilité des statistiques ne permet l'analyse que sur les segments du

⁴ Parmi l'ensemble des principes et politiques à appliquer pour le tourisme durable, deux ont été développés par la CNUCED dans le cadre du séminaire de la division TrainForTrade "Le tourisme durable, outil de développement", en raison de leur lien direct avec le mandat et l'expertise de cette organisation : le rôle de la société civile dans le tourisme durable ; les technologies de l'information et de la communication (TIC) et tourisme.

⁵ Voir Nowak, Petit et Sahli (2007) *Tourism and globalization: the international division of tourism production*, working paper, Victoria University of Wellington.

transport de passagers et des voyages (tous deux étant des postes de la balance des paiements d'un pays).

L'avantage comparatif révélé d'un segment a été mesuré en utilisant l'indicateur de Balassa. Le degré d'avantage ou de désavantage comparatif assimilé à l'activité i (i = transport ou voyages) est estimé à partir du bi-rapport entre la part de cette activité i dans les exportations totales du pays j et la part de cette même activité au niveau de la zone de référence z.

$$ACR_{ij} = \frac{X_{ij}/X_j}{X_{iz}/X_z}$$

avec X_{ij} les exportations du produit (service) i par le pays j, X_j les exportations totales de biens et services du pays j, X_{iz} les exportations totales de la zone de référence en produit (ou service) i et X_z les exportations totales de biens et services réels de la zone de référence Z.

La zone de référence est constituée de l'ensemble des pays de la base CHELEM du CEPPI d'où on été tirées les données.

Si l'indicateur est supérieur à 1, le pays est spécialisé dans le bien (service) i puisqu'il est relativement plus exportateur du bien (service) que la zone de référence. Il possède donc un avantage pour cette activité. Si l'indicateur est inférieur à 1, le pays n'est pas spécialisé dans i, il possède donc un désavantage pour ce segment⁶.

⁶ Le détail des calculs et la valeur des indicateurs sont disponibles auprès des auteurs sur demande.

**Spécialisation intégrée négative
(= spéciali. dans aucun segment)**

Angola (1990-2005) (1)
Bangladesh (1980-2005)
Botswana * (1985-99)
Burundi (1985-2005) (2)
Rep Dem Congo (1980-2005)
Côte d'Ivoire * (1985-2005)
Gabon * (1980-2005)
Ghana* (1980-89)
Lesotho (2000-2005)
Malawi (1980-2005)
Niger (1980-94)
Nigéria * (1980-2005)
Ouganda (1980-89)
Sierra Leone (1980-89)
Soudan (1985-2005)
Swaziland * (1980-2005)
Tchad (1980-94) (4)
Togo (1990-2005)

**Spécialisation intégrée positive
(= spéciali. dans les 2 segments)**

Bénin (1985-94)
Cap-Vert (1990-2005)
Egypte * (1980-2005)
Ethiopie (2000-20005)
Gambie (1980-84 et 1995-2005)
Kenya * (1980-2005)
Lesotho (1980-1999)
Madagascar (1990-2005)
Maldives (1980-1999)
Mali (1980-89)
Rwanda (1995-2005)
Sierra Leone (1995-2005)
R.U. Tanzanie (1985-89)
Togo (1980-89)
Tunisie * (1980-2005)

**Spécialisation partielle (dans transports)
(= spécialisation dans T seulement)**

Bénin (1980-84)
Cameroun* (1980-2005)
Cap-Vert (1980-89)
Côte d'Ivoire * (1980-94)
Ethiopie (1980-1999)
Ghana * (1990-1989)
Madagascar (1980-1989)
Mali (1995-1999)
Rwanda (1980-1994)
R.U. Tanzanie (1980-84)
Botswana (1980-1984)

**Spécialisation partielle (dans voyages)
(= spécialisation dans V seulement)**

Bénin (1995-2005)
Botswana * (2000-2005)
Gambie (1985-94)
Ghana * (2000-2005)
Lesotho (1980-1999)
Maldives (2000-2005)
Mali (1990-94 et 2000-2005)
Maroc * (1980-2005)
Niger (1995-2005)
Ouganda (1990-2005)
Samoa (1980-1999) (3)
Sénégal (1985-2005)
Sierra Leone (1990-1994)
Soudan (1980-84)
R.U. Tanzanie (1990-1999)

Notes :

(1) données disponibles à partir de 1990 seulement.

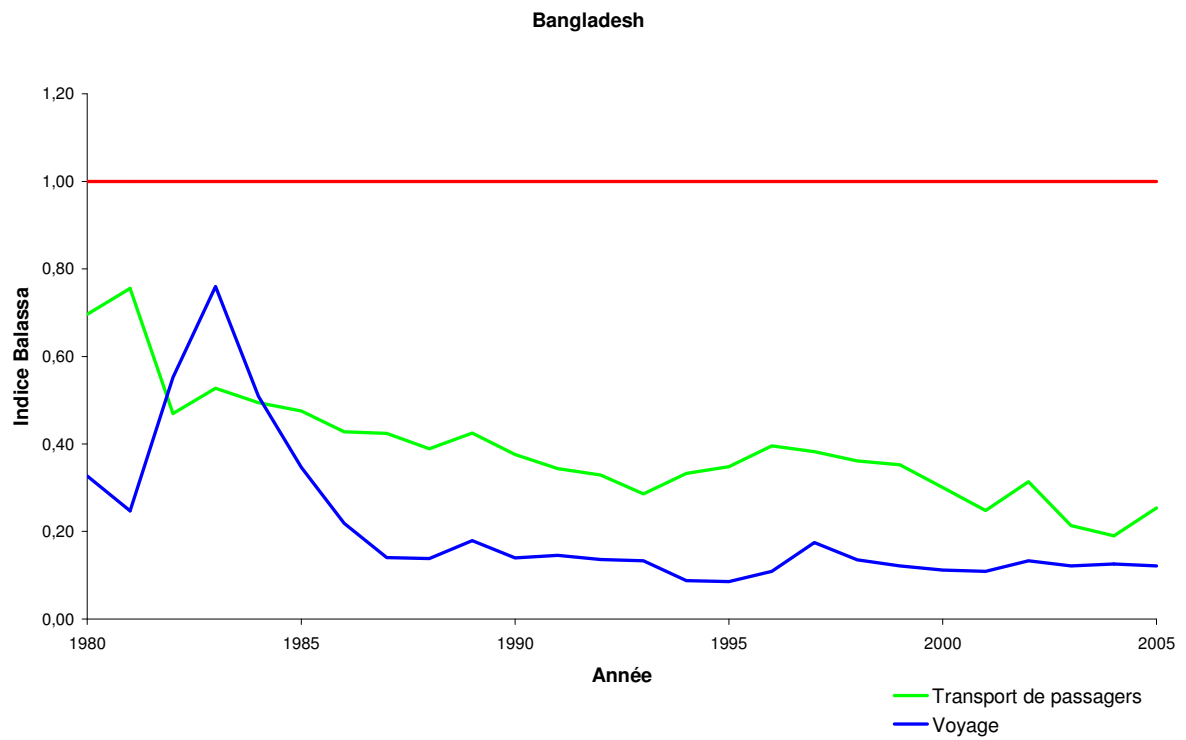
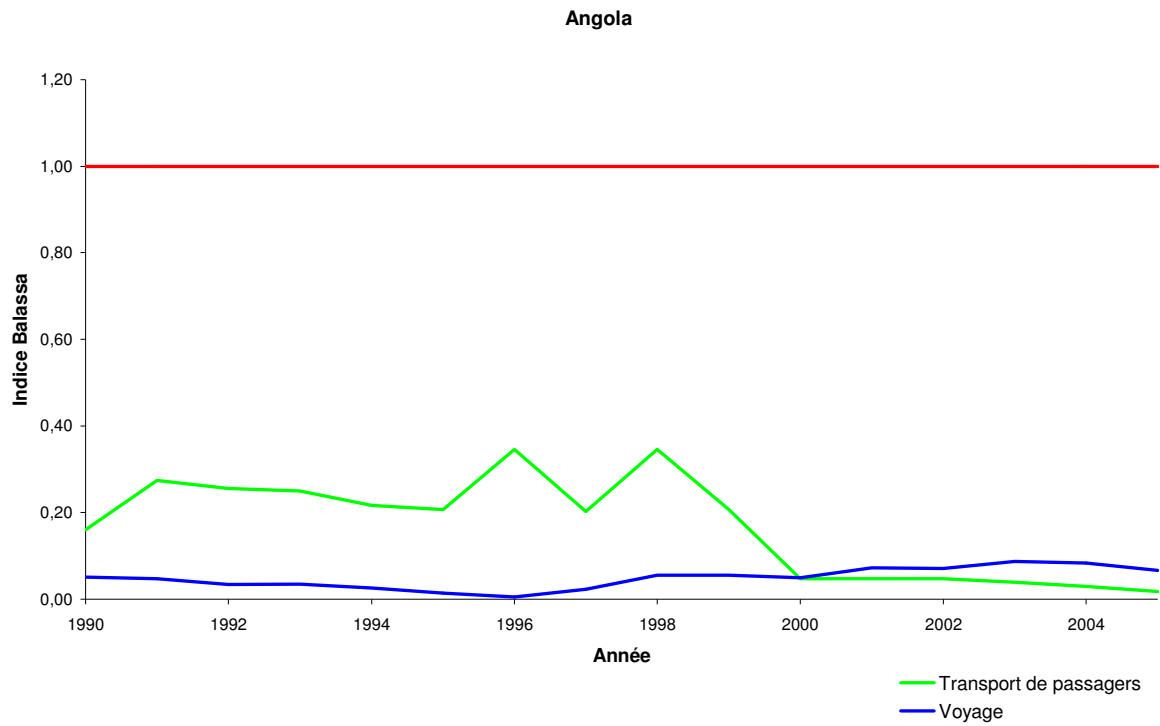
(2) données disponibles à partir de 1985 seulement.

(3) données disponibles jusqu'en 1999 seulement pour le poste des transports.

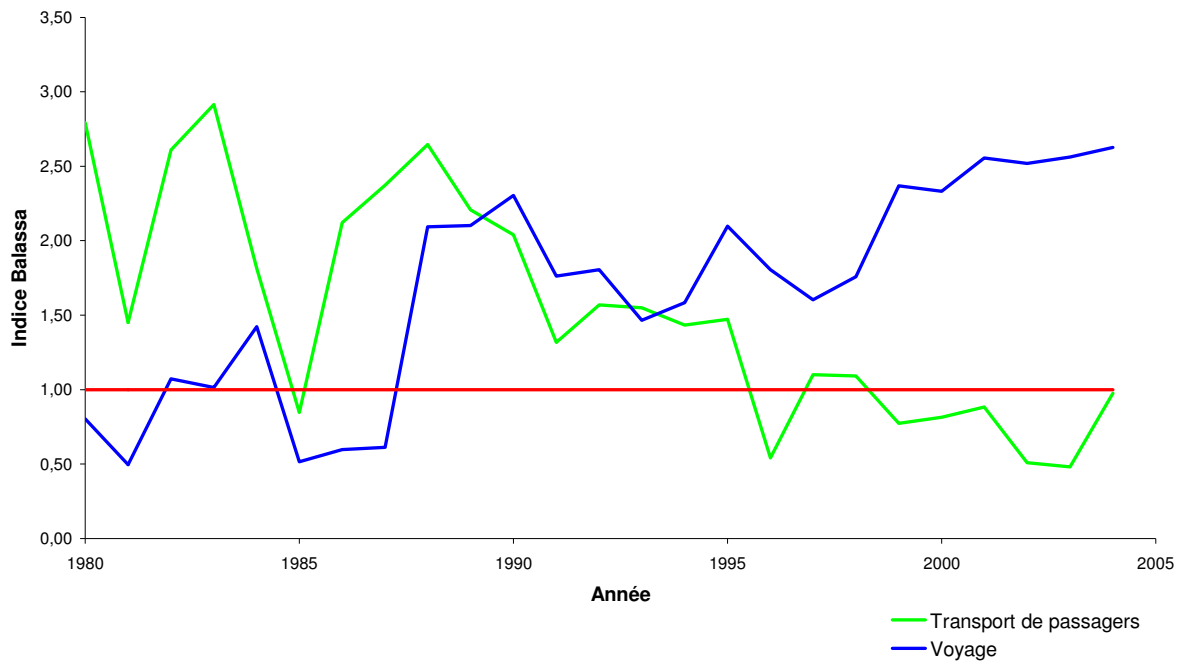
(4) données disponibles jusqu'en 1994 pour les transports et jusqu'en 1999 pour les voyages.

Les pays repérés par un astérisque ne sont pas des PMA.

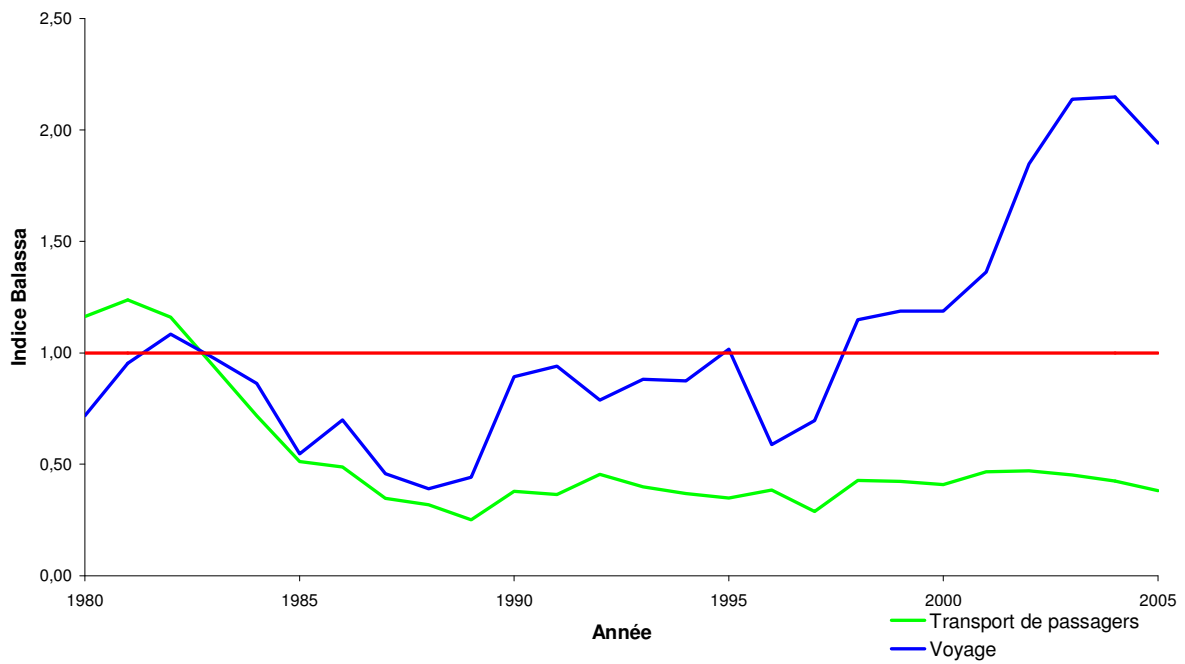
Evolution des indices de spécialisation dans la filière touristique



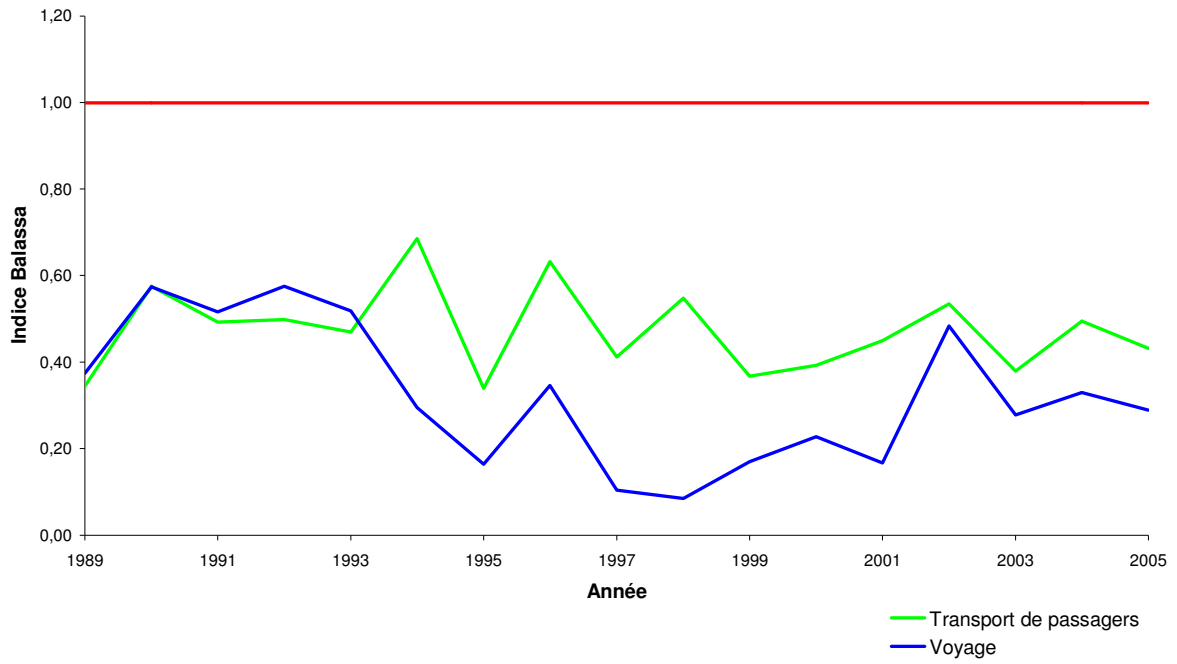
Bénin



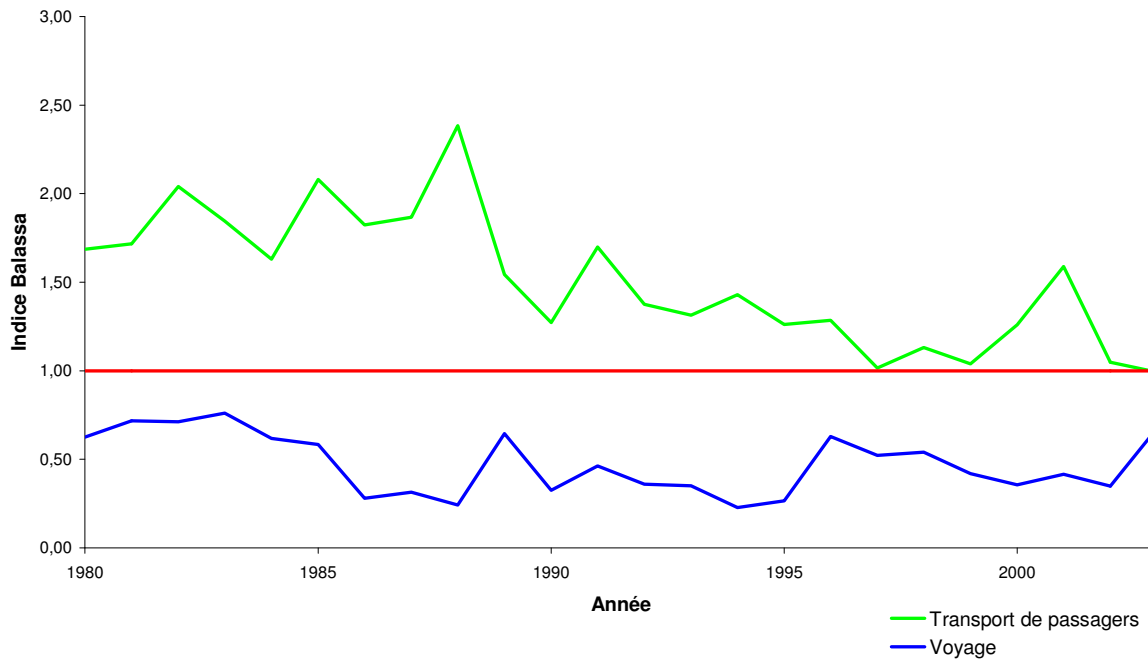
Botswana



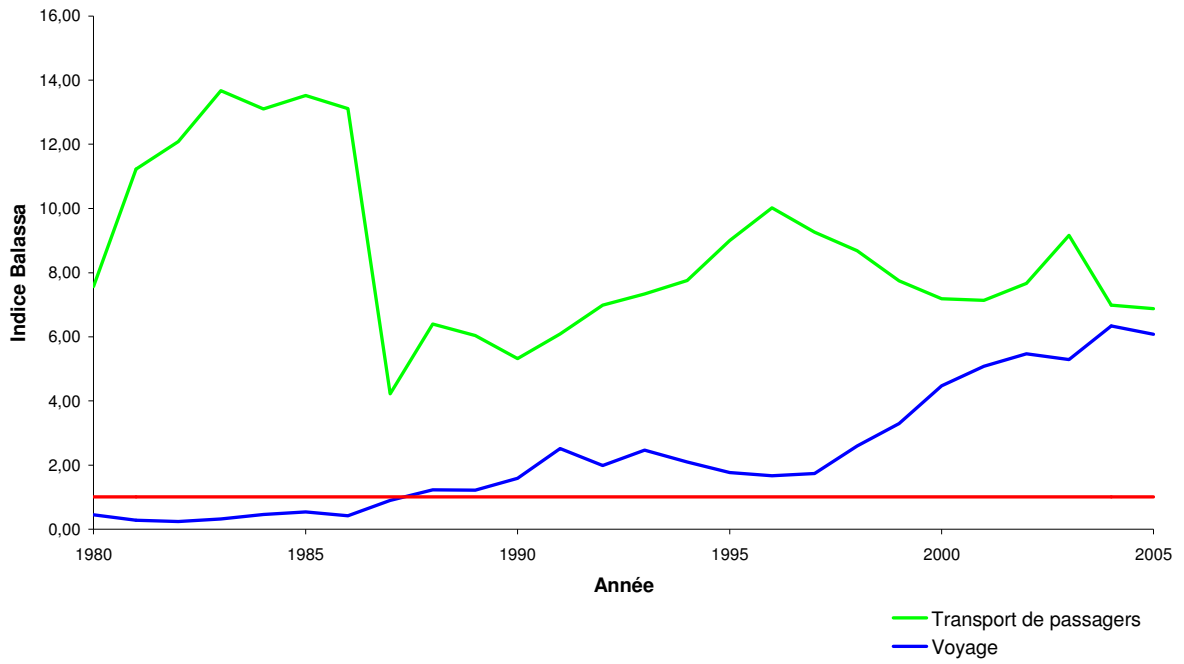
Burundi



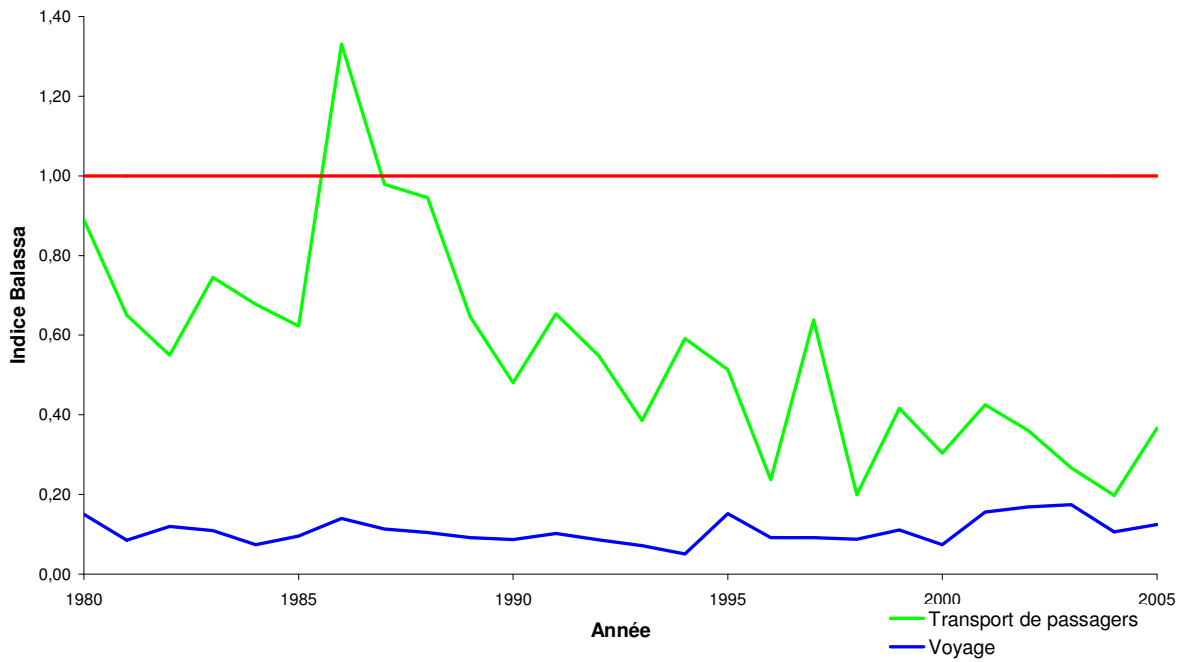
Cameroun

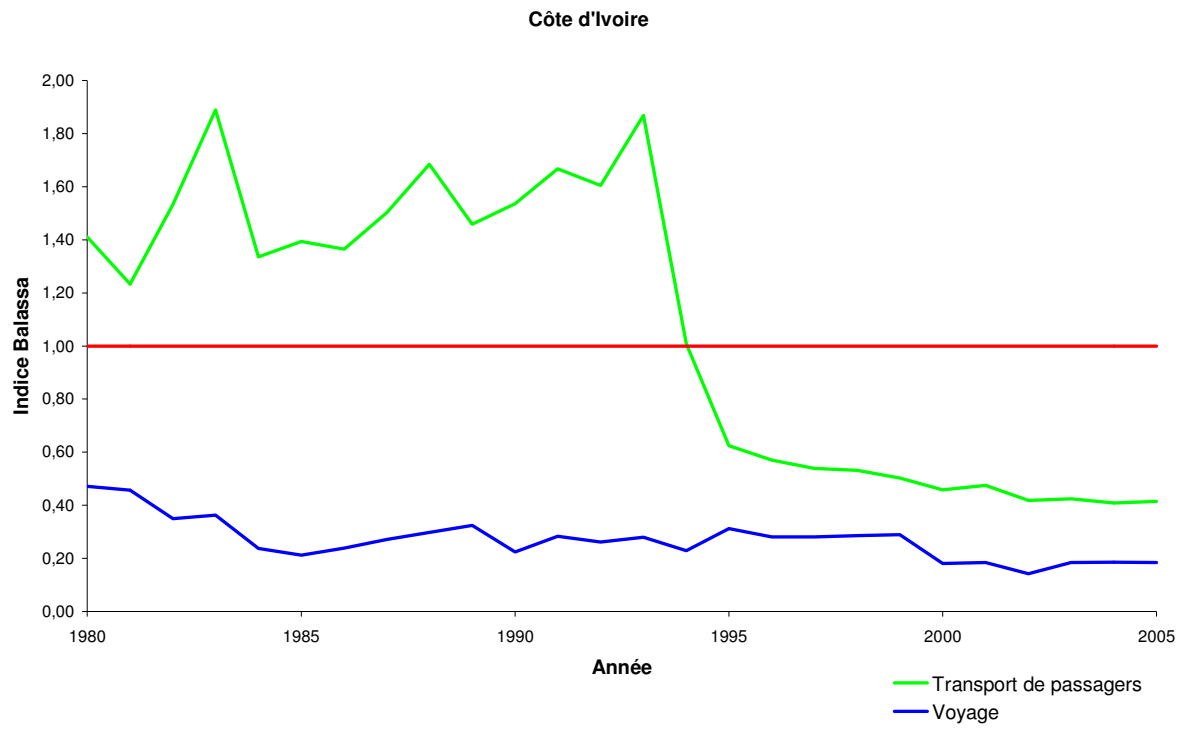


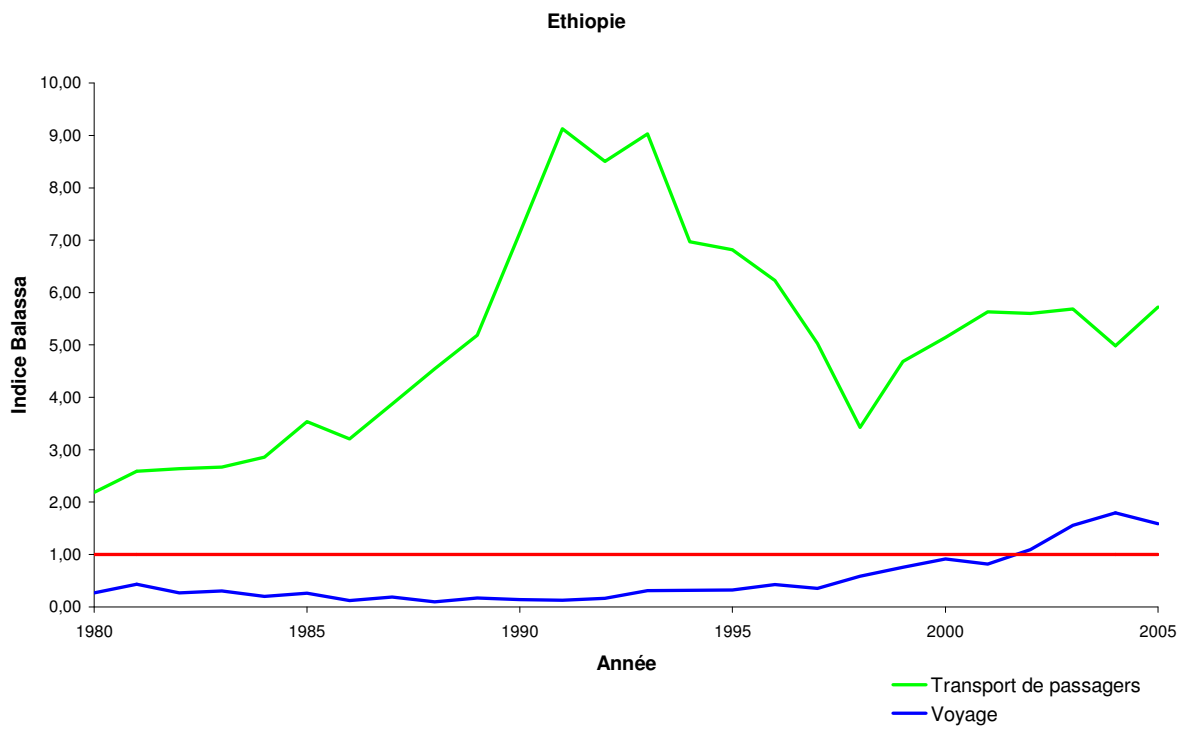
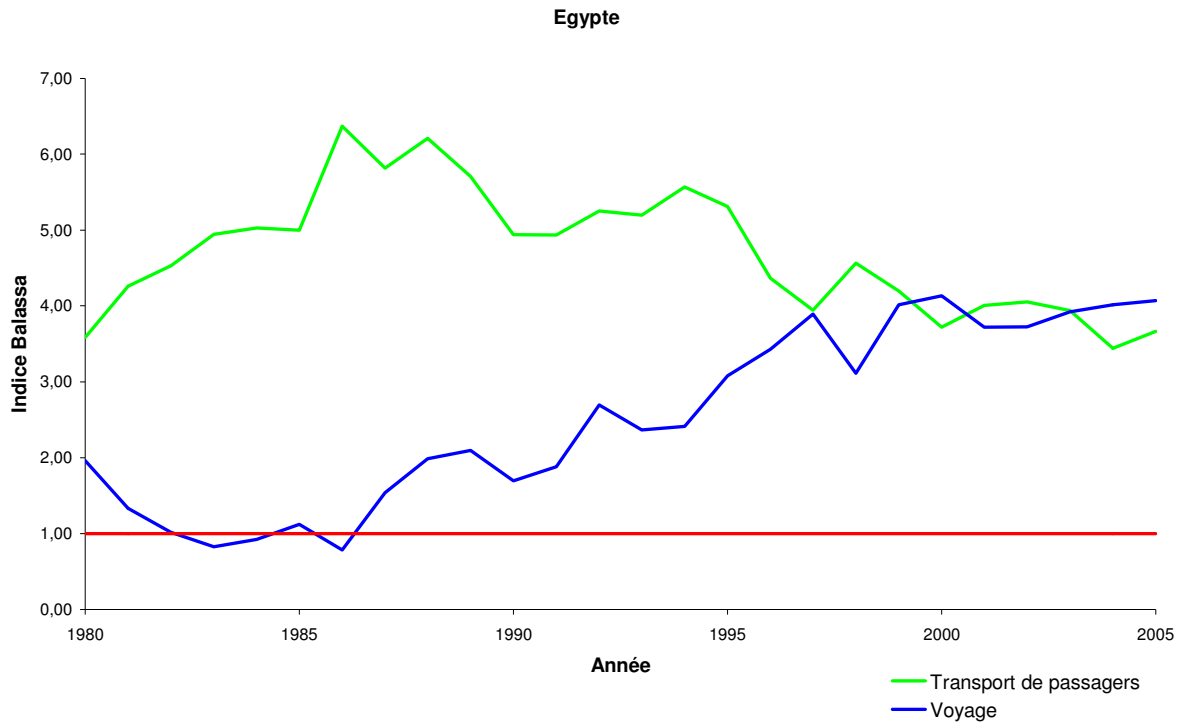
Cap-Vert



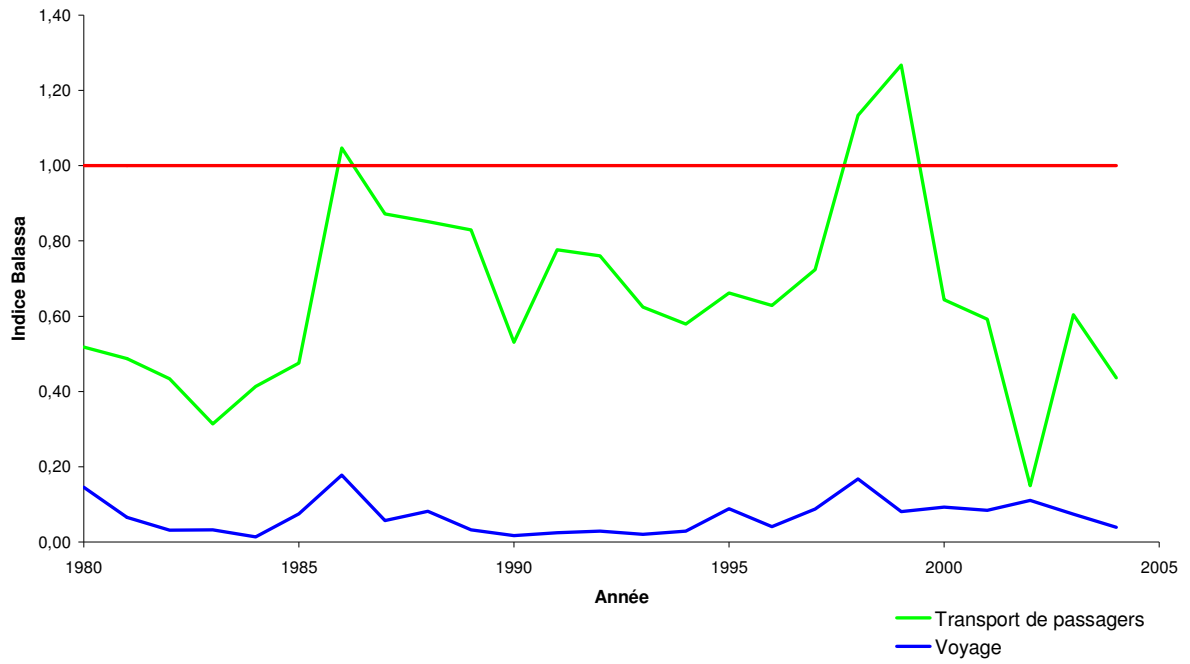
Republique Democratique du Congo



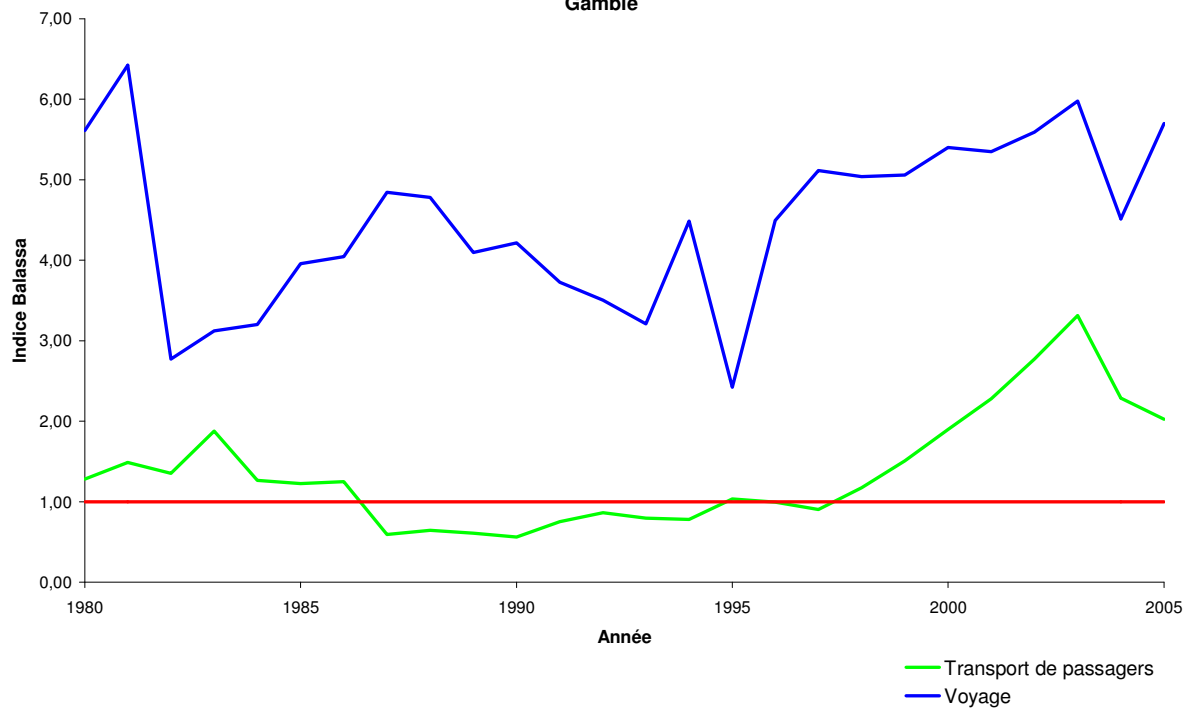




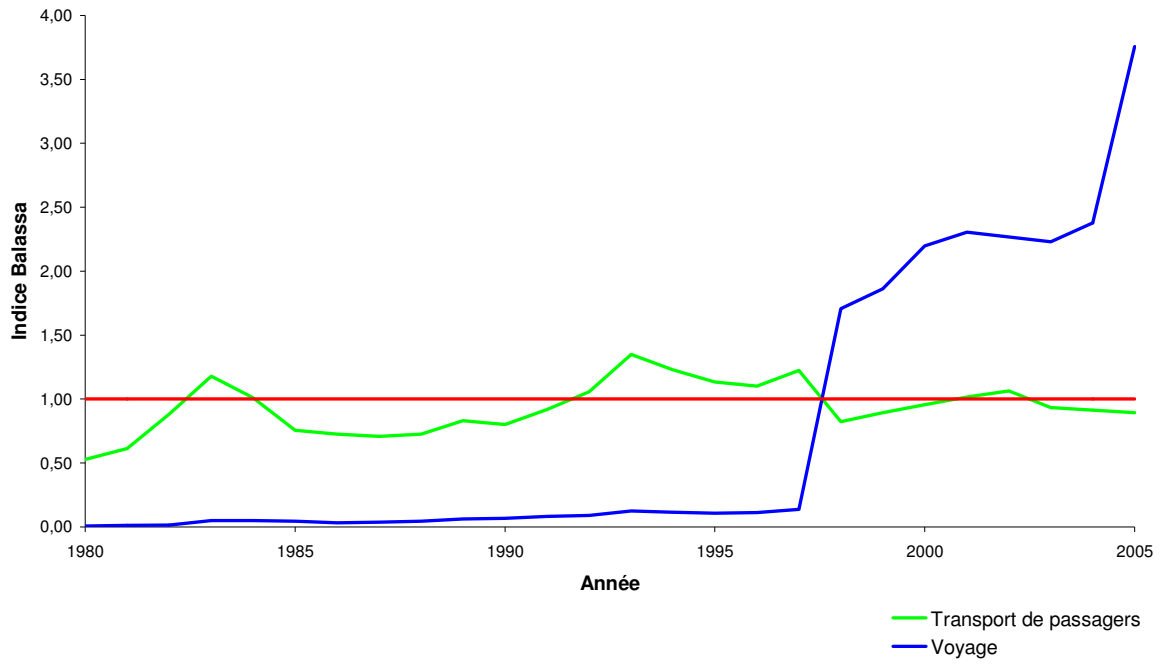
Gabon



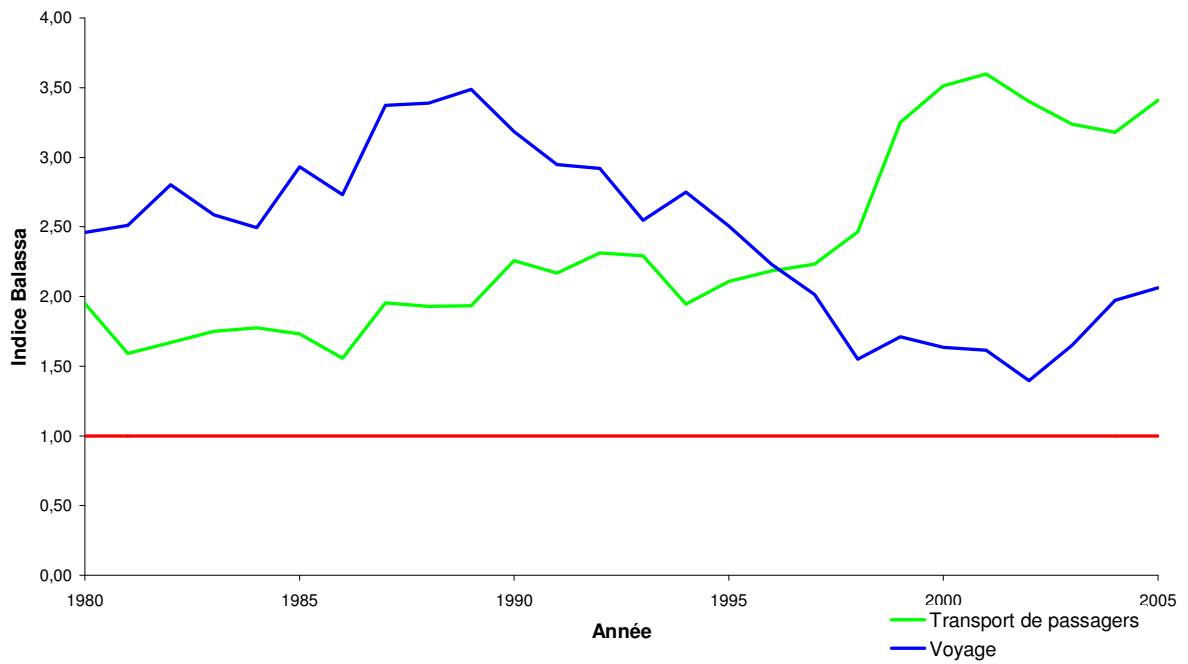
Gambie



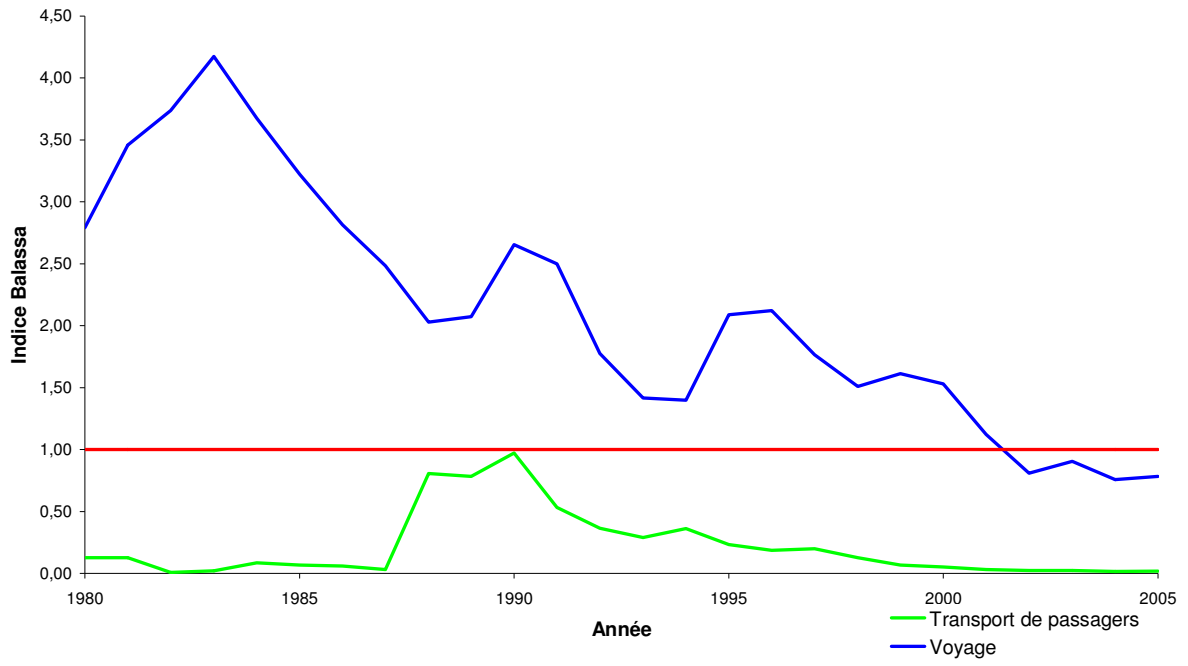
Ghana



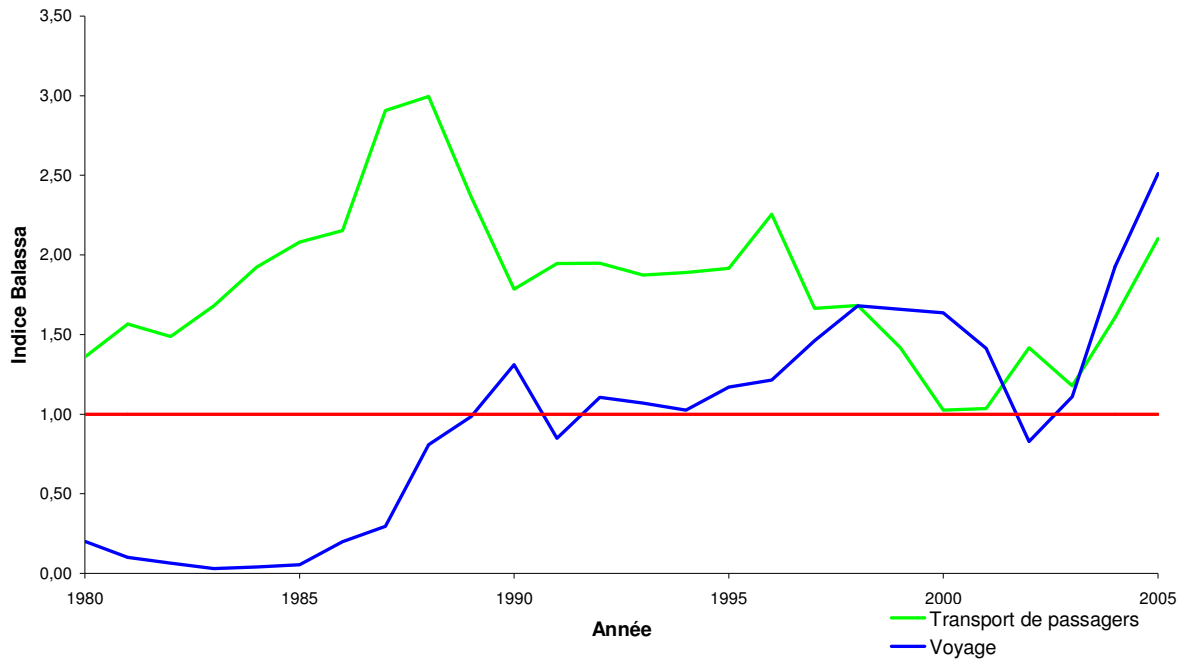
Kénya



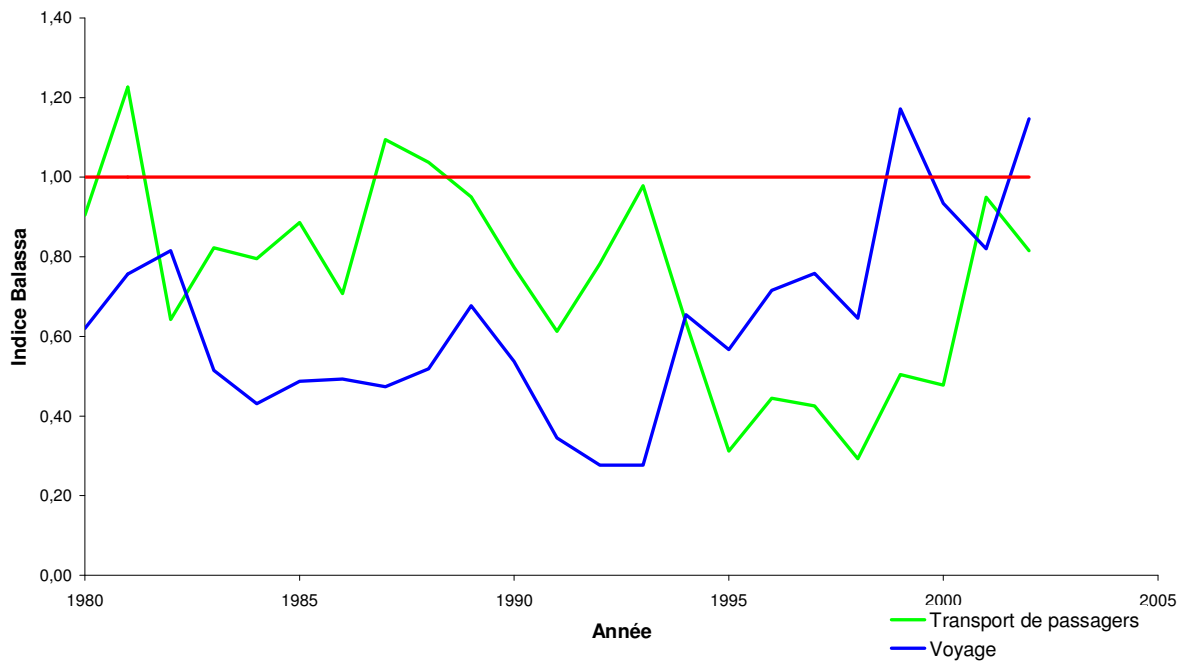
Lesotho



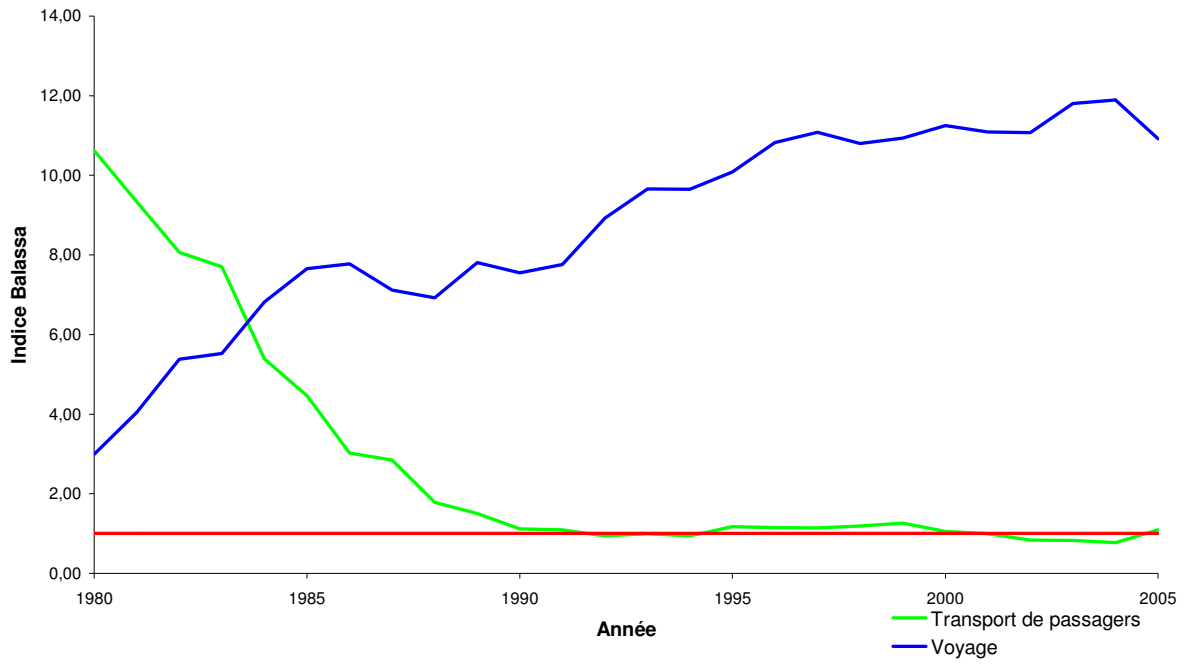
Madagascar



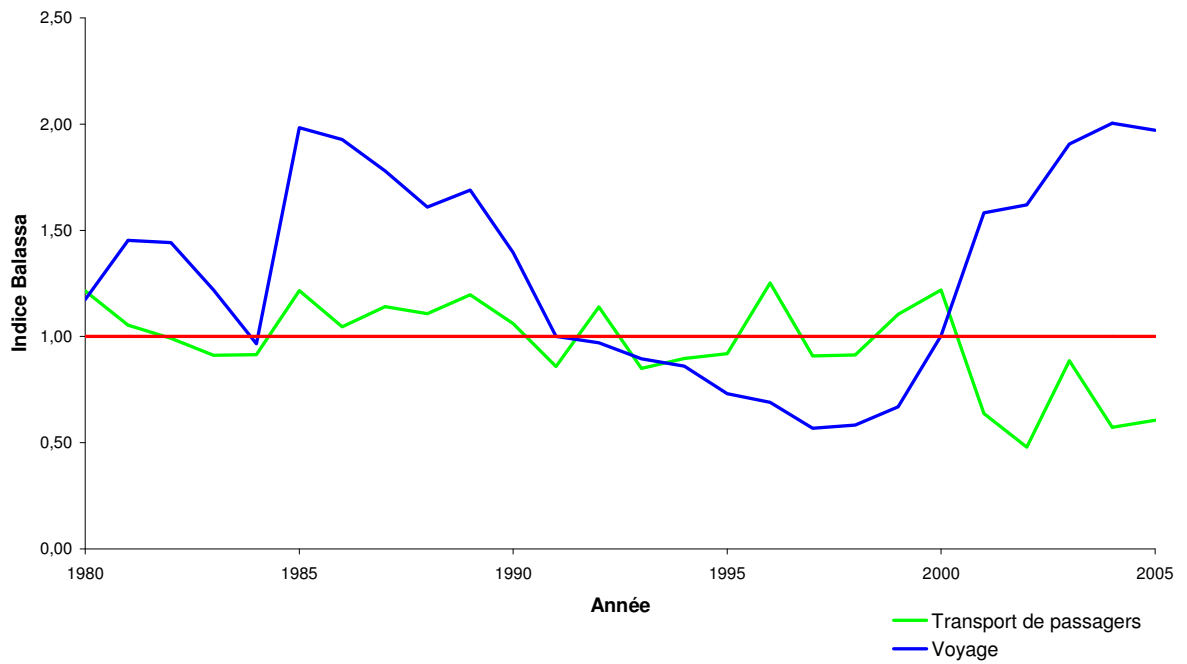
Malawi



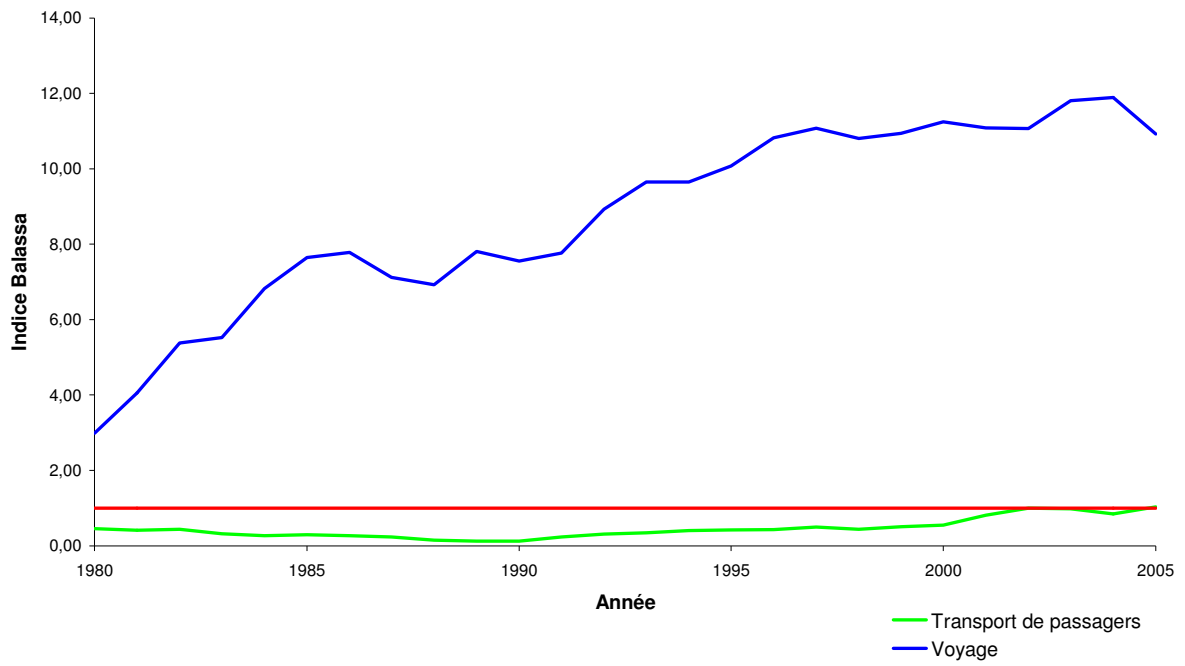
Maldives



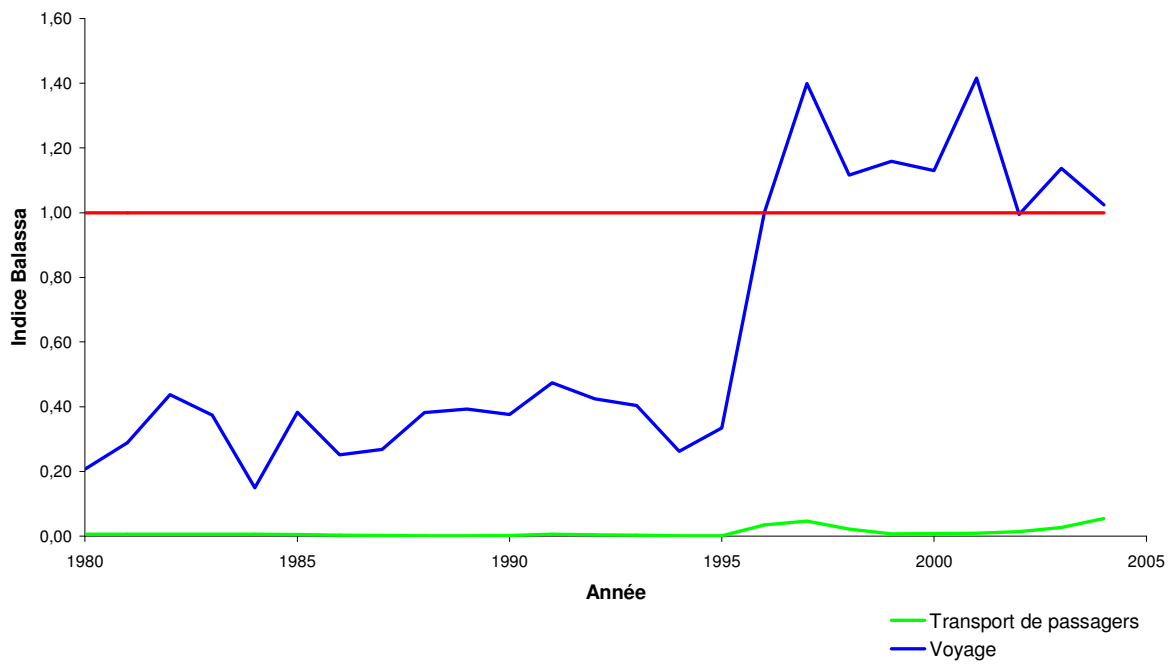
Mali



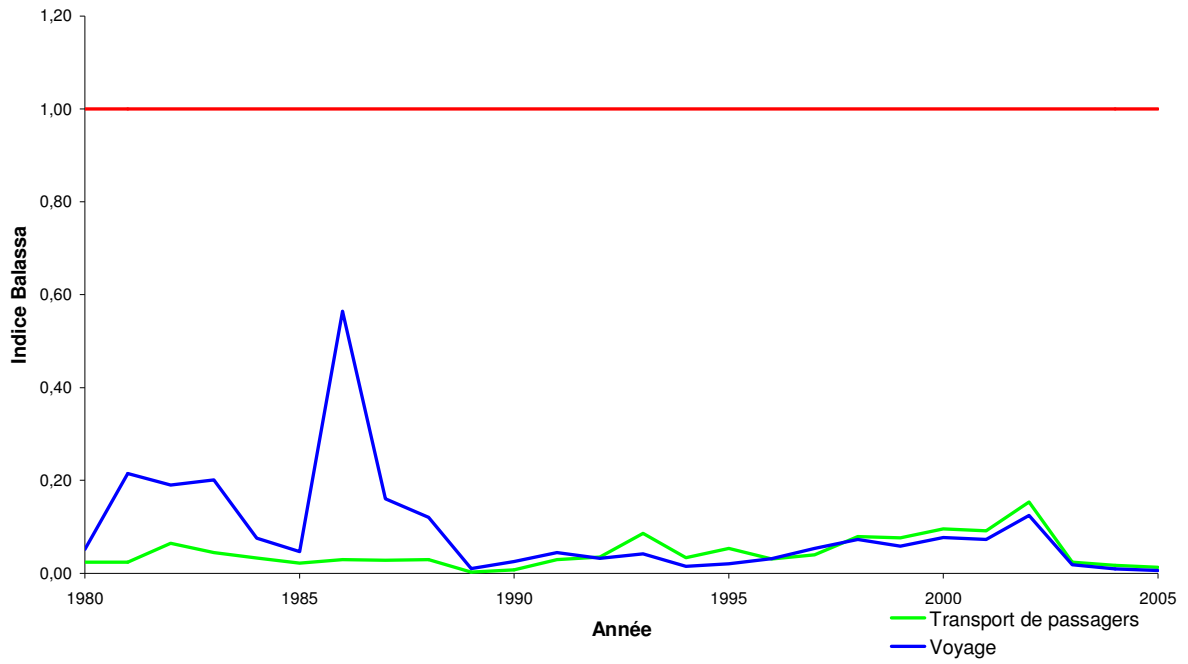
Maroc



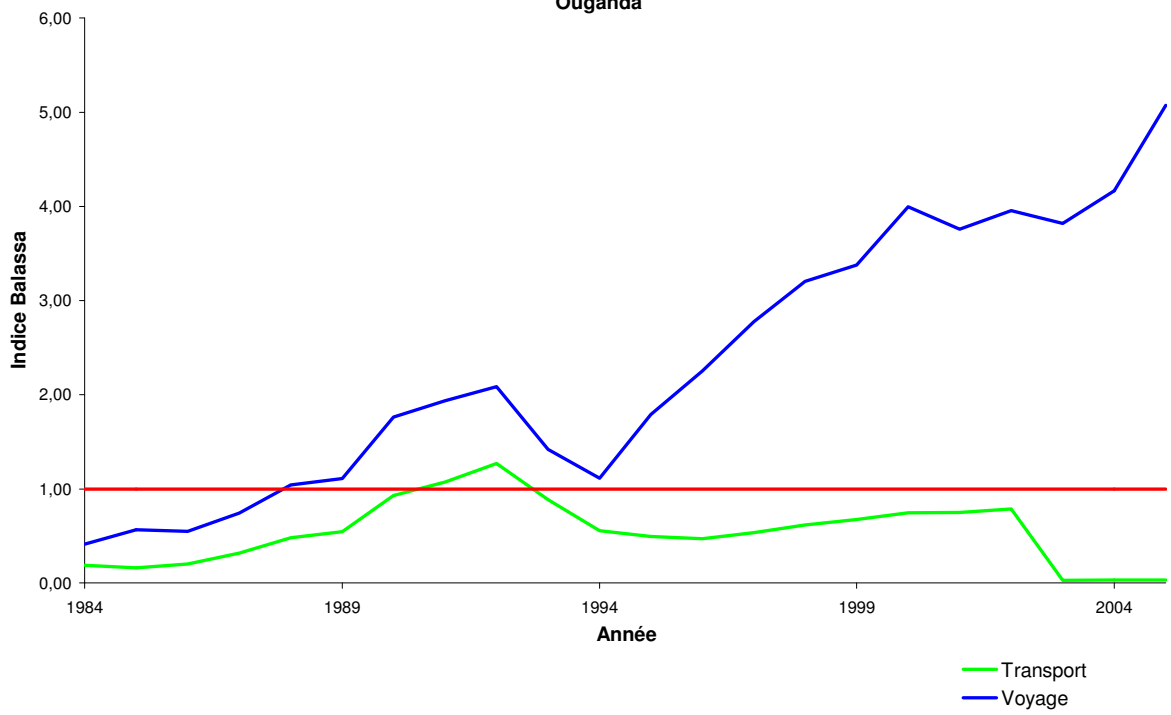
Niger



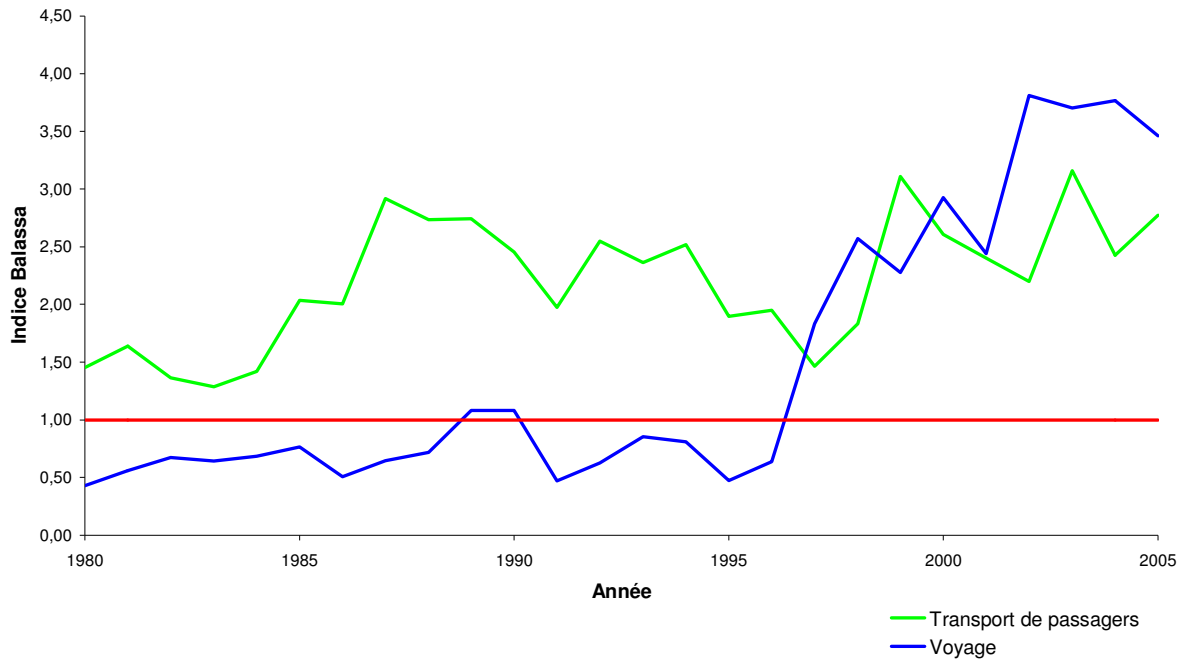
Nigéria



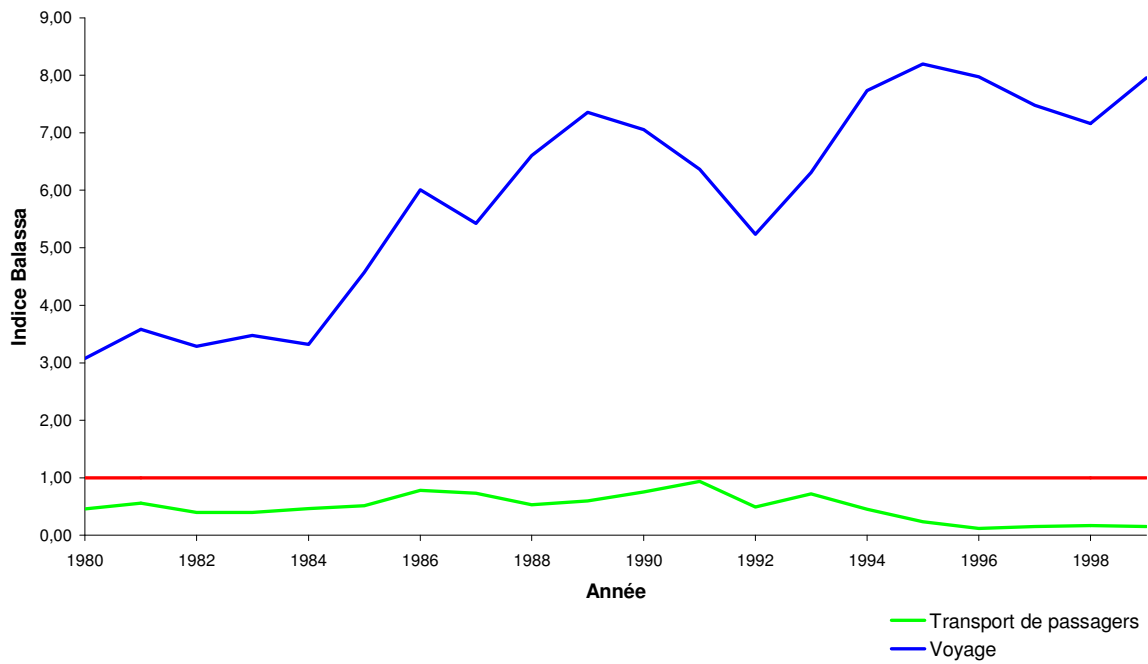
Ouganda

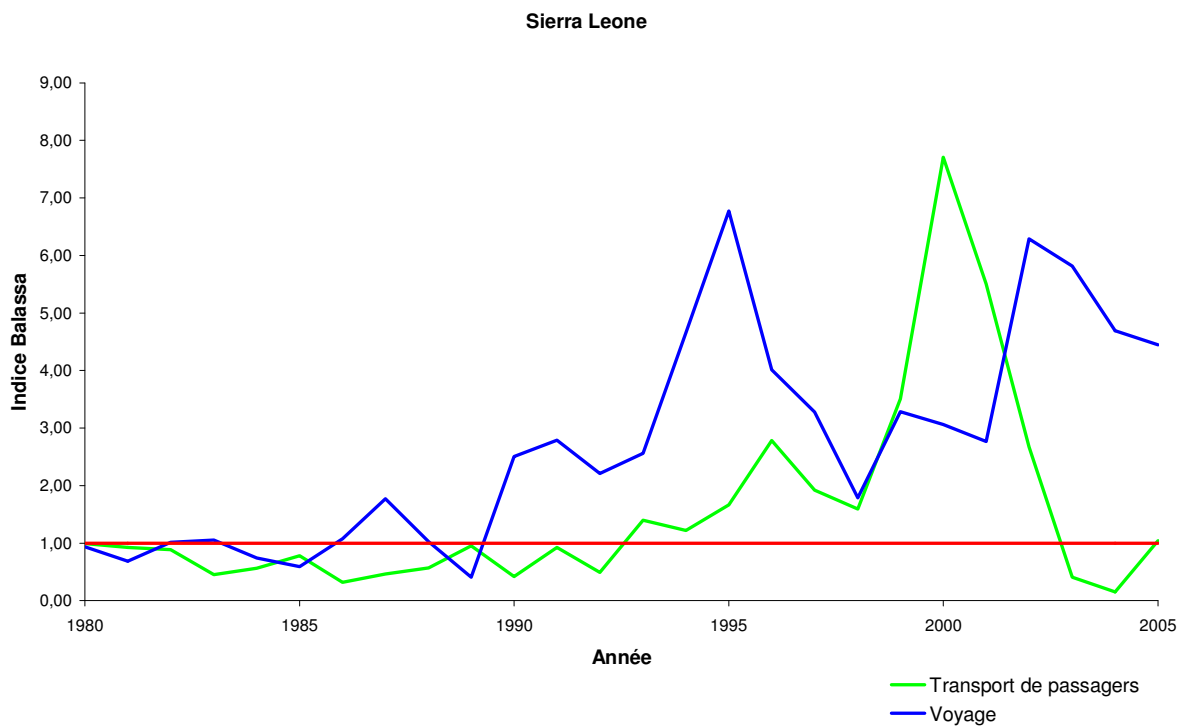
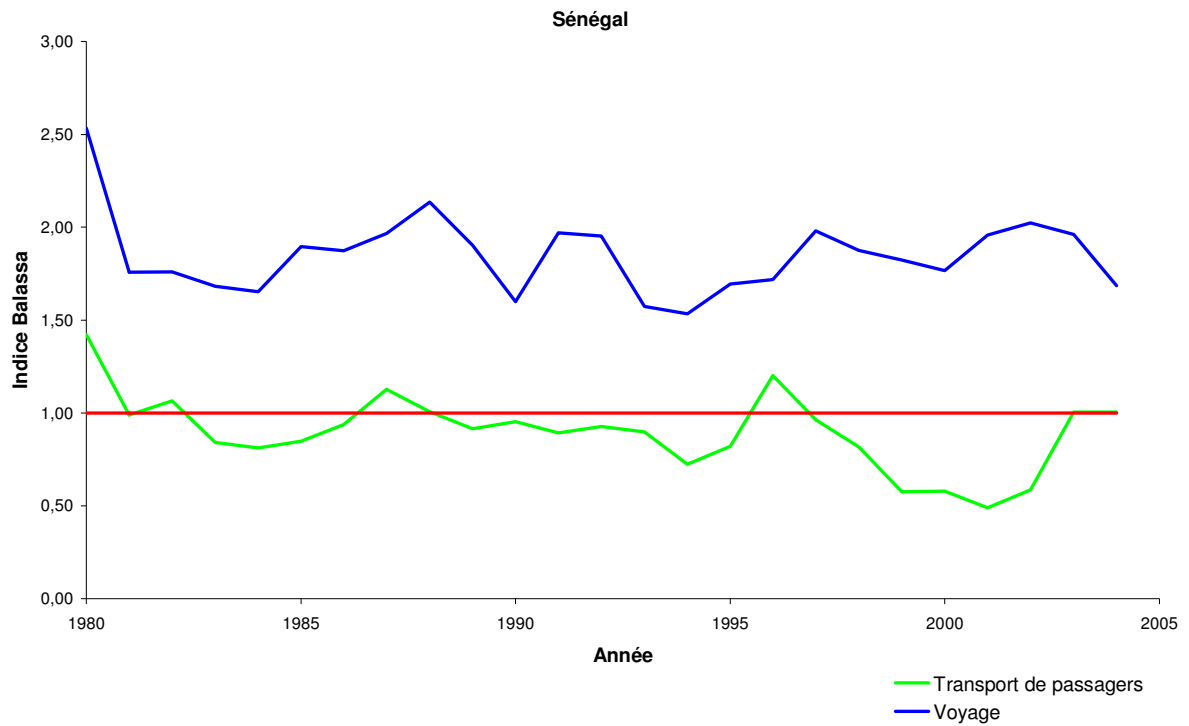


Rwanda

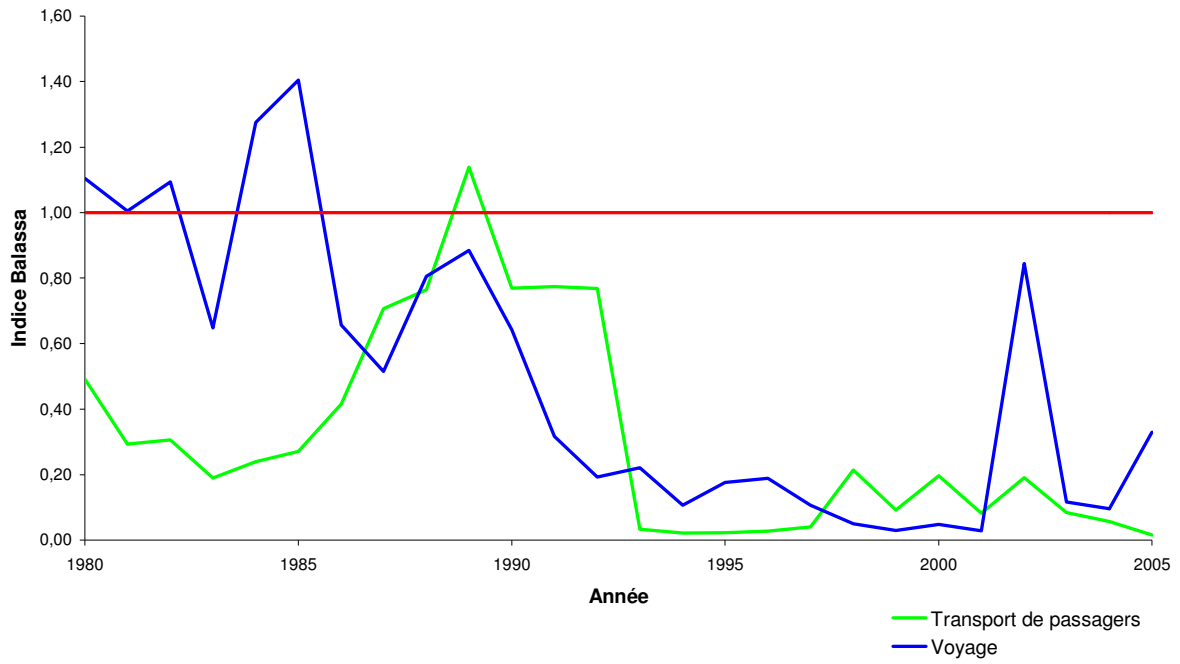


Samoa

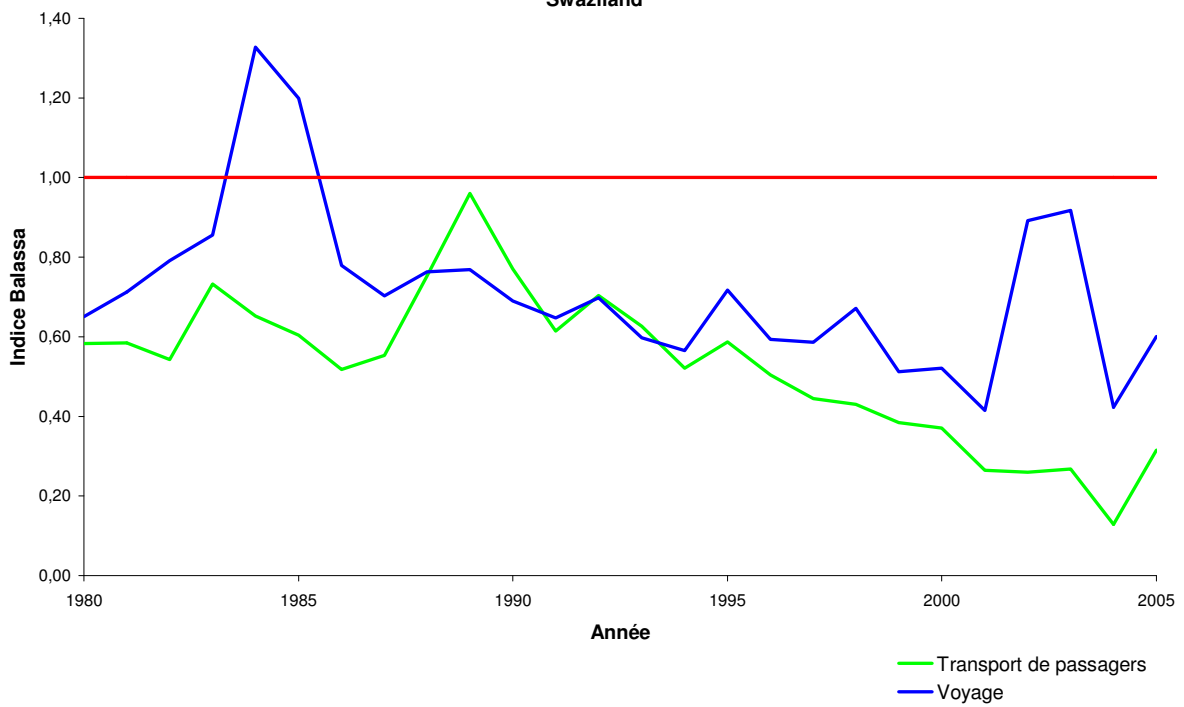




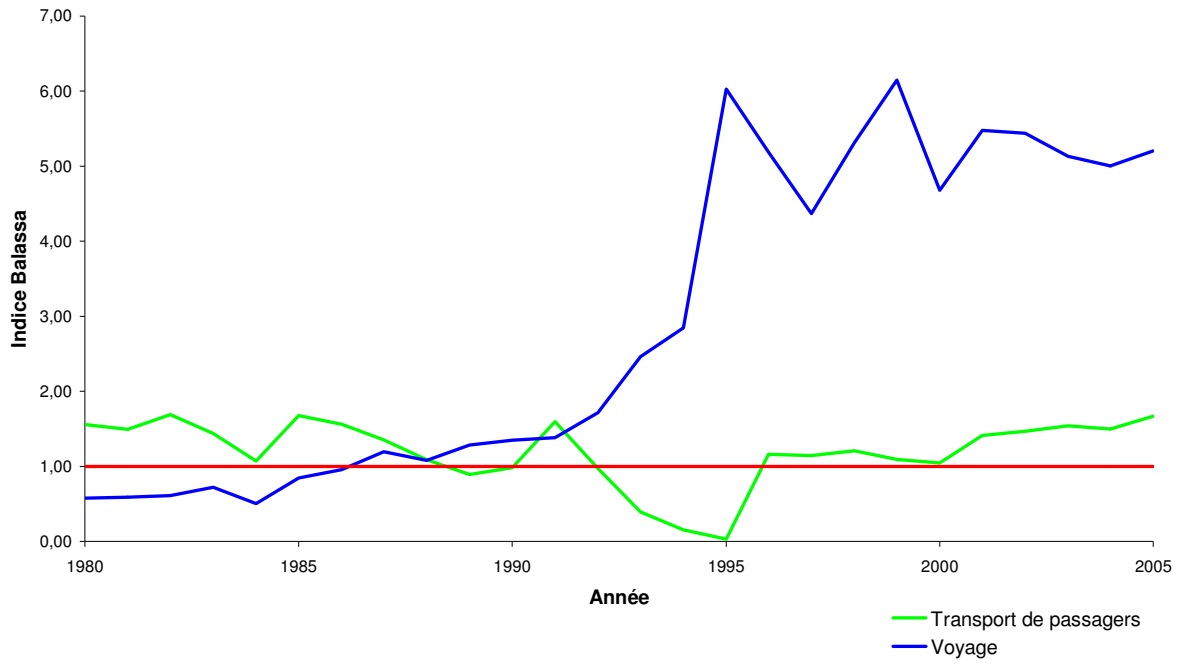
Soudan



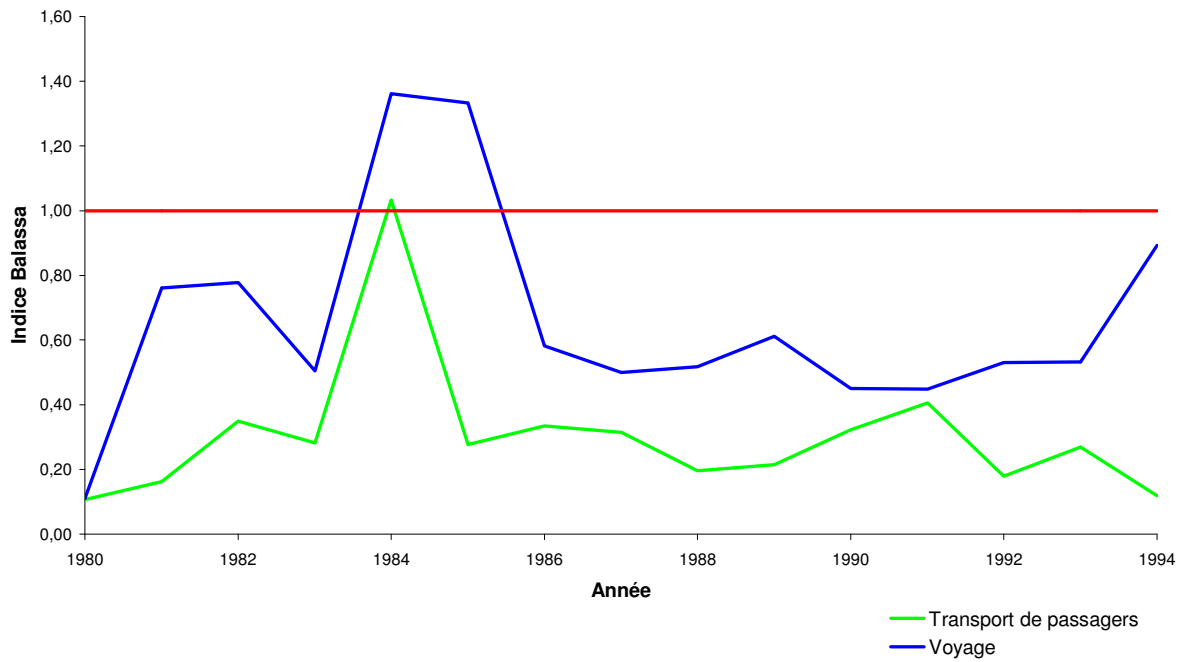
Swaziland



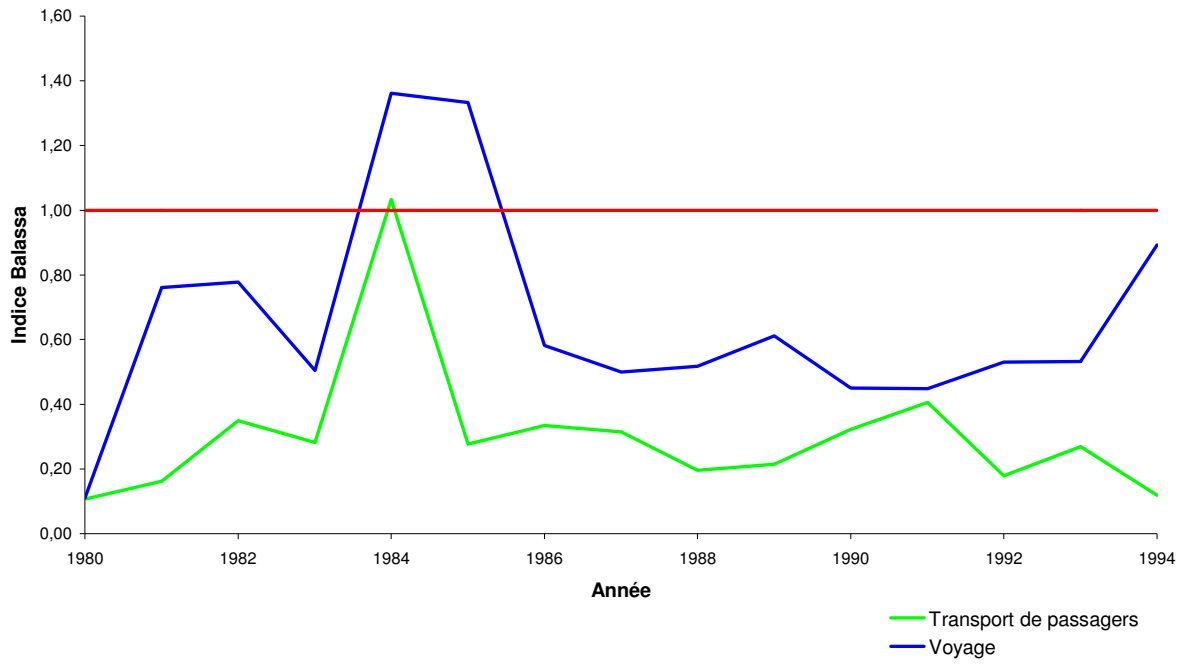
Tanzanie



Tchad



Tchad



Tunisie

