



# Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Distr. générale  
28 janvier 2013  
Français  
Original: anglais

---

**Conseil du commerce et du développement**  
**Commission du commerce et du développement**  
**Réunion d'experts sur la contribution du tourisme**  
**à un développement durable**  
Genève, 14 et 15 mars 2013  
Point 3 de l'ordre du jour provisoire  
**La contribution du tourisme à un développement durable**

## **Tourisme durable: contribution à la croissance économique et au développement durable**

**Note thématique établie par le secrétariat de la CNUCED**

### *Résumé analytique*

De nombreux pays en développement considèrent que le tourisme est un important facteur de progrès économique et de réduction de la pauvreté. Cependant, il est également clair que le lien entre le tourisme, la croissance économique et la réduction de la pauvreté n'est pas automatique. Ce lien ne peut exister que si le tourisme crée des emplois nouveaux, établit des relations – en particulier avec l'agriculture et les secteurs de prestation de services – et stimule le développement de l'infrastructure de base par la construction de routes et d'installations portuaires et aéroportuaires et la fourniture de services financiers dont l'ensemble de l'économie peut bénéficier. Il faut aussi que le développement du tourisme réponde à une stratégie nationale prévoyant un encadrement général, réglementaire et institutionnel assorti de mesures d'incitation suffisantes pour stimuler le développement de l'offre sur les marchés nationaux. La mesure dans laquelle la stratégie nationale limite les fuites financières préjudiciables à l'économie du pays, ce qui paraît être un problème chronique dans de nombreux pays en développement, ainsi que les efforts réalisés pour réduire au minimum l'incidence négative du tourisme sur l'environnement et le patrimoine culturel, sont également importants. Bien que le rôle du tourisme dans le progrès économique structurel et le développement durable ne soit pas une préoccupation nouvelle de la communauté internationale, comment inscrire davantage le tourisme dans la durée et contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable des pays en développement reste un problème qui appelle une attention urgente.

## Table des matières

	<i>Page</i>
Introduction.....	3
I. L'ampleur et l'importance relative de l'industrie du tourisme.....	3
A. Point de vue mondial.....	3
B. Point de vue national.....	6
II. Le rôle potentiel du tourisme dans la croissance économique et la réduction de la pauvreté.....	7
A. Relations.....	8
B. Réduction de la pauvreté.....	13
III. Problèmes et risques associés au tourisme.....	14
A. La faiblesse des relations accroît les fuites financières.....	14
B. Problèmes socioculturels.....	16
C. Dégradation de l'environnement et atteintes au patrimoine culturel.....	16
IV. Vers un tourisme durable.....	17
A. Un programme d'action vers le tourisme durable.....	18
B. Regroupement.....	20
C. Relations avec les fournisseurs locaux de biens et de services.....	20
D. Amélioration des compétences et mise en valeur des ressources humaines.....	21
E. Accès au financement et à l'investissement.....	21
F. Cadre institutionnel et intégration du tourisme dans les politiques nationales.....	22
G. Promotion et commercialisation.....	22
H. Protection et conservation du patrimoine culturel.....	23
V. Conclusions.....	23

## Introduction

1. Le développement du secteur du tourisme fait intervenir divers acteurs allant des pouvoirs publics – qui influent sur ce développement par leur intervention, le développement de l’infrastructure et la réglementation – aux principaux protagonistes du secteur privé. Ces derniers sont notamment les nombreuses petites et grandes entreprises locales et étrangères qui fournissent du matériel et des services, comme les hôtels, restaurants, entreprises de transport, guides locaux et fournisseurs de divers services de loisirs et de divertissement. Cette diversité pose un problème difficile. D’une part, elle montre qu’à la différence d’autres secteurs qui par nature sont des enclaves, comme le secteur de l’extraction, le tourisme établit des relations entre les secteurs de l’économie et, par conséquent, a plus de chances de contribuer à la diversification économique. D’autre part, la grande diversité des acteurs et des activités du secteur du tourisme rend plus difficile d’inscrire ce secteur dans la durée, ce qui impose que chaque domaine ou activité soit durable. Tout un arsenal de politiques et de règlements, ainsi que des investissements et de la formation, sont nécessaires pour inscrire dans la durée toutes les activités liées au tourisme et pour contribuer à un développement durable.

2. Le présent document a pour objet de déterminer quelles sont les principales questions à aborder pour examiner la contribution du tourisme à un développement durable. Le chapitre I sera consacré à l’examen de l’ampleur et de l’importance relative du secteur du tourisme d’un point de vue mondial et national. Le chapitre II consistera à évaluer les répercussions directes et indirectes potentielles du tourisme sur les économies locales et le rôle potentiel du tourisme dans la réduction de la pauvreté et la croissance générale. Le chapitre III abordera les problèmes que pose le secteur du tourisme, en particulier les dommages potentiels pour l’environnement et le patrimoine culturel. Le chapitre IV consistera à examiner comment il serait possible d’inscrire davantage le secteur du tourisme dans la durée et de renforcer la contribution de ce secteur à un développement durable.

## I. L’ampleur et l’importance relative de l’industrie du tourisme

### A. Point de vue mondial

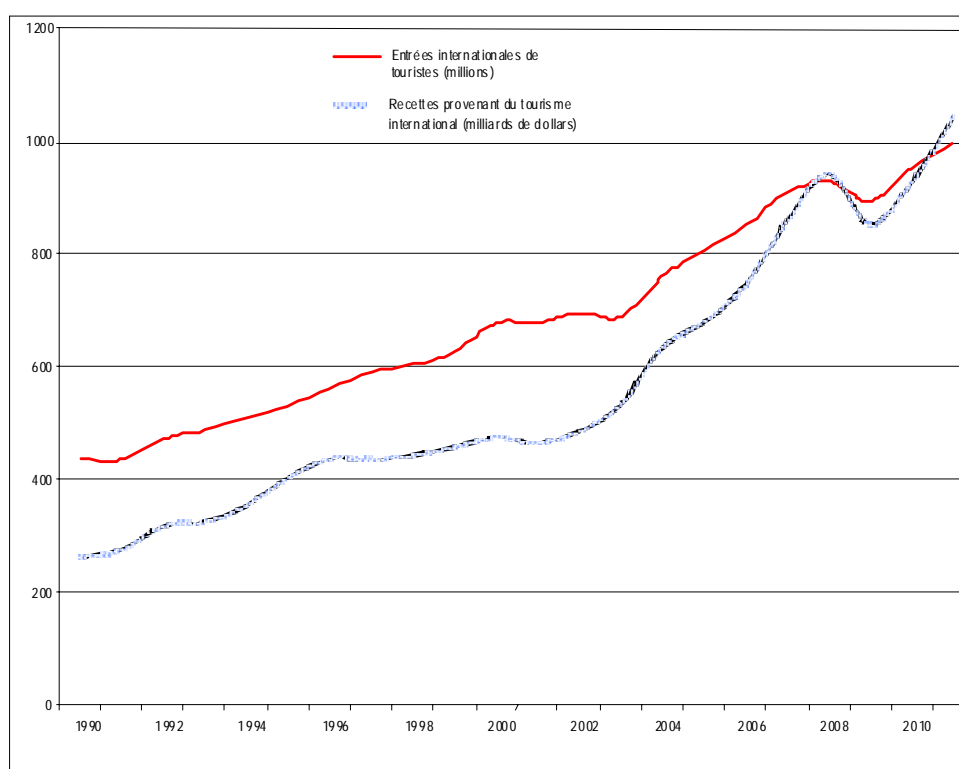
3. Avec l’accroissement de la mondialisation et du revenu disponible, le tourisme<sup>1</sup> est devenu en quelques décennies l’une des industries les plus importantes et dont la croissance est la plus rapide. On estime qu’en 2011, il a représenté 5 % du produit intérieur brut (PIB) mondial et entre 6 et 7 % de l’ensemble des emplois dans le monde entier<sup>2</sup>. La demande devrait être soutenue en raison de la hausse des revenus des ménages dans les économies émergentes, qui favorise les activités de loisirs, et de la croissance du commerce international, qui stimule le voyage d’affaires. Étant donné sa taille, le secteur a un fort potentiel de croissance économique, ainsi que de diversification et de transformation structurelle des économies.

<sup>1</sup> Une définition du tourisme figure dans *International Recommendations for Tourism Statistics 2008. ST/ESA/STAT/SER.M/83/Rev.1*. Division de statistique du Département des affaires économiques et sociales. Publication des Nations Unies, numéro de vente E.08.XVII.28. Organisation des Nations Unies, 2010. New York.

<sup>2</sup> Organisation mondiale du tourisme (OMT) (2012). *Faits saillants OMT du tourisme, édition 2012*. OMT. Madrid.

4. Les entrées internationales de touristes ont affiché une augmentation presque ininterrompue, passant de 25 millions en 1950 à 435 millions en 1990, 675 millions en 2000 et 940 millions en 2010 (fig. 1). En 2012, on estime qu'un milliard de touristes ont fait des voyages internationaux. Le nombre d'entrées n'a diminué sensiblement qu'en 2008-2009. Selon l'OMT, le secteur du tourisme est parmi les premiers à s'être remis rapidement de la récente crise financière et économique mondiale. Avec un taux de croissance estimatif de 3 à 4 % en 2012, les entrées internationales de touristes ont remarquablement résisté à l'instabilité économique, tout en y étant sensibles. La reprise devrait se poursuivre à plus long terme avec une projection de croissance annuelle des entrées internationales de 4 % jusqu'en 2020, date à laquelle le chiffre devrait s'établir à 1,6 milliard – soit près de 60 % de plus qu'aujourd'hui. Toujours selon les projections, l'Europe, l'Asie de l'Est et le Pacifique, et les Amériques seront les trois régions à accueillir le plus de touristes, suivies par l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie du Sud<sup>3</sup>.

Figure 1  
Tourisme récepteur, 1990-2011

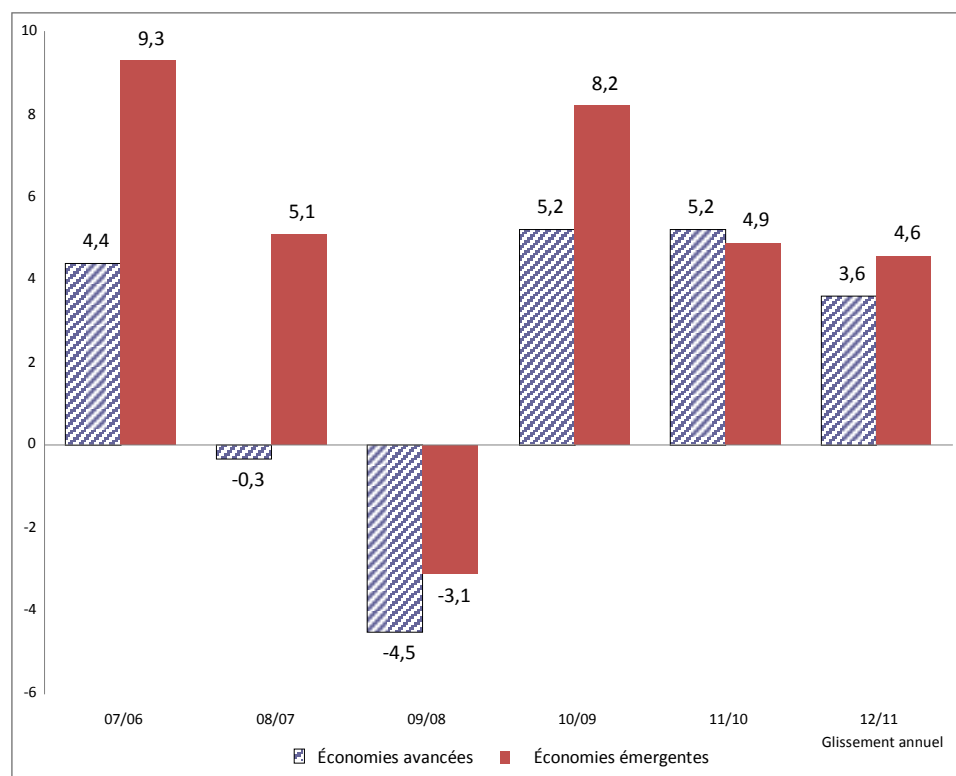


Source: OMT.

5. Alors que l'Europe et l'Amérique du Nord restent les destinations traditionnelles, la part de marché des économies émergentes s'est accrue considérablement, passant de 30 % en 1980 à 47 % en 2010. Les voyages à destination des économies émergentes ont enregistré une croissance plus rapide que ceux qui ont pour destination des économies avancées et la part de marché des pays émergents continuera d'augmenter (fig. 2). En ce qui concerne les marchés émetteurs, les touristes internationaux, en règle générale, viennent pour environ les trois quarts de pays développés.

<sup>3</sup> Ibid.

Figure 2  
**Entrées internationales de touristes, 2006-2012, par type d'économie**  
 (Évolution, en pourcentage)



Source: OMT.

6. En outre, les chiffres pour 2008 montrent qu'environ 51 % des touristes internationaux font du tourisme de loisir, 15 % voyagent pour affaires, 27 % se déplacent pour d'autres raisons – visites à la famille, pèlerinages, traitements médicaux, études, etc. – et 7 % voyagent pour des motifs non précisés<sup>4</sup>. Plus de la moitié de ces touristes (52 %) utilisent les transports aériens, les autres (48 %) les transports terrestres, maritimes ou fluviaux.

7. Le nombre d'entrées internationales de touristes – environ un milliard – est relativement faible, par comparaison avec le nombre d'entrées nationales annuelles, estimé à près de 4 milliards. Le tourisme intérieur est important pour la création d'emplois et les chaînes de valeur nationales, en particulier dans les économies développées. Cependant, le potentiel de développement économique du secteur du tourisme est souvent associé au tourisme international du fait de la capacité de ce dernier d'apporter des devises et d'offrir des possibilités de transfert de capitaux et de savoir.

8. Le tourisme international est une source importante de devises et contribue par conséquent de façon essentielle à l'équilibre de la balance des paiements et à la stabilité macroéconomique, en particulier dans les pays en développement. Comme le montre la figure 1, les exportations de services touristiques, mesurées par les recettes provenant du tourisme international, ont atteint un niveau record de 1 030 milliards de dollars en 2011, soit environ 1 000 dollars par touriste international. Si l'on ajoute à cela la valeur du

<sup>4</sup> OMT (2009). *Faits saillants OMT du tourisme, édition 2009*. OMT. Madrid.

transport international de passagers, le revenu global généré en 2011 par les voyages et le tourisme récepteurs dépasse 1 200 milliards de dollars.

9. En 2011, le secteur du tourisme a occupé le quatrième rang sur le plan des exportations mondiales, représentant 30 % des exportations mondiales de services commerciaux, soit 6 % des exportations totales<sup>5</sup>.

10. Une autre caractéristique remarquable du secteur du tourisme est que les femmes représentent entre 60 et 70 % de la main-d'œuvre et que la moitié des travailleurs sont âgés de 25 ans ou moins<sup>6</sup>. Il est en outre relativement facile pour les travailleurs migrants de trouver du travail dans le secteur du tourisme. Pour de nombreux pays en développement, les rapatriements de salaires de leurs ressortissants fournissant des services touristiques à l'étranger représentent des sommes importantes. Pour leur part, les pays qui accueillent des travailleurs migrants bénéficient de l'exportation provenant des recettes des services touristiques et des services de voyage achetés par ces derniers sur leur territoire.

11. Les préoccupations relatives à la structure des emplois dans le secteur ont trait au caractère saisonnier et temporaire de nombre de ces emplois, ainsi qu'à la proportion relativement importante d'emplois non qualifiés ou semi-qualifiés et, dans certains cas, à la médiocrité des conditions d'emploi. Des efforts sont faits par l'Organisation internationale du Travail (OIT) et par des organisations non gouvernementales (ONG) pour dénoncer les mauvaises conditions de travail et mieux faire comprendre aux employeurs et aux responsables concernés qu'il est important d'encourager le travail et les salaires décents dans le secteur du tourisme.

12. L'OIT estime qu'en ce qui concerne la capacité du secteur de créer des emplois, un emploi dans le secteur du tourisme proprement dit induit environ 1,5 emploi additionnel ou indirect dans des activités économiques liées au tourisme. Dans les pays en développement, en particulier les pays les moins avancés (PMA), la majorité des entreprises liées au tourisme sont le plus souvent des petites, moyennes et microentreprises qui, pour nombre d'entre elles, exercent leurs activités dans l'économie informelle.

## B. Point de vue national

13. La vue d'ensemble cache naturellement d'importantes hétérogénéités entre les pays. La contribution directe du secteur au PIB, à l'emploi, au revenu et à l'entrée de devises est la plus importante dans les pays en développement qui sont largement dépendants du tourisme, comme de nombreux petits États insulaires en développement. En valeur absolue, cependant, l'incidence économique du tourisme est la plus importante dans de grandes économies diversifiées telles que les États-Unis d'Amérique, la Chine, le Japon, la France, le Brésil, l'Espagne et l'Italie. L'OMT estime que «[d]ans les économies avancées et diversifiées, la contribution du tourisme au PIB varie de quelque 2 % dans les pays où le secteur touristique est assez restreint, à plus de 10 % dans les pays où le tourisme constitue un pilier important de l'économie»<sup>7</sup>.

14. Au cours des deux dernières décennies, le secteur s'est développé beaucoup plus vite dans les pays en développement que dans les pays développés, en partie du fait que le revenu disponible a augmenté et qu'il est désormais relativement moins onéreux et plus facile de voyager. Aujourd'hui, les pays en développement accueillent plus de 45 % des touristes internationaux et perçoivent plus de 35 % des recettes touristiques mondiales.

<sup>5</sup> Voir la note de bas de page 2.

<sup>6</sup> Bolwell D. et Weinz W. (2008). Guide for social dialogue in the tourism industry. Sectoral Activities Programme. Working Paper No. 265. Organisation internationale du Travail. Genève. Octobre.

<sup>7</sup> Voir la note de bas de page 2.

L'essor des voyages intrarégionaux a aussi contribué à la croissance du secteur du tourisme dans de nombreux pays en développement.

15. D'après les estimations du Conseil mondial du tourisme et des voyages, les 10 pays ayant les taux de croissance les plus élevés dans le secteur des voyages et du tourisme en 2011 étaient tous des pays en développement. Il s'agissait de l'Ouganda (17,2 %), de la Thaïlande (15,7 %), de l'Uruguay (15,1 %), de Hong Kong, Chine (14,4 %), de la Namibie (13,4 %), de la Turquie (13,4 %), de la République démocratique populaire lao (12,2 %), de Singapour (11,6 %), des Tonga (11,5 %) et du Mali (10,7 %).

16. S'agissant des contributions au PIB et à l'emploi, le rôle du tourisme est particulièrement important dans les petits États insulaires en développement, qui parfois sont aussi des PMA. Dans certains de ces pays, le tourisme représente plus de 25 % du PIB. En fait, dans 20 des 49 PMA recensés à l'heure actuelle, le tourisme est la première ou la deuxième source de recettes d'exportation. Le secteur est la source principale de recettes d'exportation dans 10 de ces pays. Pour l'ensemble des pays en développement, le tourisme représente 12 à 15 % des recettes totales d'exportation.

17. Que ce soit au niveau mondial ou national, le secteur du tourisme a pris une importance considérable en tant que source de croissance économique et d'emplois. En conséquence, les pouvoirs publics ont accordé une attention croissante au développement de ce secteur en espérant qu'en aidant à créer des emplois et à accroître les revenus, ce développement contribuera à réduire la pauvreté.

## **II. Le rôle potentiel du tourisme dans la croissance économique et la réduction de la pauvreté**

18. La contribution du secteur du tourisme à la croissance économique, à la création d'emplois, au renforcement des capacités nationales et à la réduction de la pauvreté dépend des facteurs suivants:

a) La mesure dans laquelle le secteur du tourisme est intégré dans l'économie nationale du fait de ses relations en amont et en aval avec d'autres secteurs et de son intégration dans les chaînes de valeur régionales et mondiales;

b) La mesure dans laquelle les revenus provenant du tourisme, y compris les devises, sont utilisés pour financer le développement de l'infrastructure, soutenir les entreprises locales, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME), et développer les compétences et les institutions nécessaires pour créer une économie locale dynamique;

c) Les politiques et stratégies adoptées par les pouvoirs publics et la mesure dans laquelle celles-ci incitent à accroître les investissements nationaux et étrangers dans le tourisme et à procéder à des transferts de technologie et de savoir-faire, favorisent les activités de main-d'œuvre et visent les régions dans lesquelles vit et travaille une population pauvre;

d) Les efforts nationaux pour faire en sorte que les activités touristiques soient exercées de manière durable et répondent à des objectifs économiques, sociaux et environnementaux.

## A. Relations

19. Une caractéristique éminente du tourisme est son pouvoir d'établir des relations fortes et diverses. De fait, il ressort d'une étude des secteurs du tourisme de l'Inde, du Brésil et de l'Indonésie réalisée par Geloso *et al.* que le secteur du tourisme entretient des liens beaucoup plus étroits (tant en amont qu'en aval) avec d'autres branches d'activité que la plupart des autres secteurs, ce qui confirme l'effet stimulant que le tourisme peut avoir sur l'économie<sup>8</sup>. En effet, des relations intersectorielles étroites ont un effet multiplicateur qui génère de nombreux avantages économiques pour le pays, crée des emplois et fait reculer la pauvreté au niveau local.

20. Comme le montre la figure 3, la chaîne de valeur du tourisme peut englober de nombreux secteurs économiques. Pour la promouvoir, il faudra construire et exploiter des hôtels, des restaurants et d'autres équipements touristiques en établissant des liens en amont et en mettant en place des services d'infrastructure de base – par exemple des services concernant l'énergie, les télécommunications, l'environnement, l'agriculture, les industries manufacturières et autres services d'appui. Le secteur du tourisme peut aussi créer un vaste réseau de relations en aval avec les secteurs qui fournissent des services consommés par les touristes (services financiers, télécommunications, services de détail, services récréatifs et culturels, services aux personnes, services d'accueil, de sécurité et de santé). En outre, les pays désireux de renforcer leur secteur du tourisme devront mettre en place une autre infrastructure d'appui, notamment des aéroports, des routes convenables, des ports, des hôpitaux et des banques, qui sont essentiels pour assurer un accès à des services de qualité et créer une destination touristique concurrentielle.

21. Cependant, établir des liens ne peut se faire sans stratégie nationale efficace comprenant des politiques ciblées, des cadres réglementaires et institutionnels et des incitations suffisantes pour stimuler l'investissement privé et le renforcement des capacités nationales dans le domaine de l'offre. Avoir une stratégie nationale est essentiel, mais la participation active des pouvoirs publics dans la mise en place de l'infrastructure de base est tout aussi importante. Les pays en développement qui ont le mieux réussi à développer le tourisme sont ceux qui ont conçu une stratégie claire associant le secteur public et le secteur privé dans l'investissement et la mise en place de l'infrastructure touristique essentielle.

22. Or, dans de nombreux pays en développement, les relations au tourisme restent ténues et sous-exploitées. Par conséquent, les investisseurs étrangers, les voyageurs internationaux et les compagnies aériennes étrangères ont tendance à accaparer la plus grande partie de la valeur ajoutée dans le secteur du tourisme, dont les pauvres ne tirent qu'un profit limité. Par exemple, Mitchell et Ashley laissent entendre qu'au mieux, entre un cinquième et un tiers des dépenses totales effectuées par les touristes sur place profitent aux pauvres directement ou par l'intermédiaire des chaînes d'approvisionnement<sup>9</sup>. D'où la préoccupation au sujet des fuites, examinée ci-après.

<sup>8</sup> Geloso Grosso M., Leshner M. et Pinali E. (2007). Libéralisation des échanges de services et développement du tourisme. Document de travail de l'OCDE sur la politique des échanges n° 57. JT03235678. Organisation de coopération et de développement économiques. Paris.

<sup>9</sup> Mitchell J. et Ashley C. (2007). Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? Examining evidence on the impact of tourism on poverty. Briefing Paper 22. Overseas Development Institute (ODI). Juin. <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/110.pdf>.

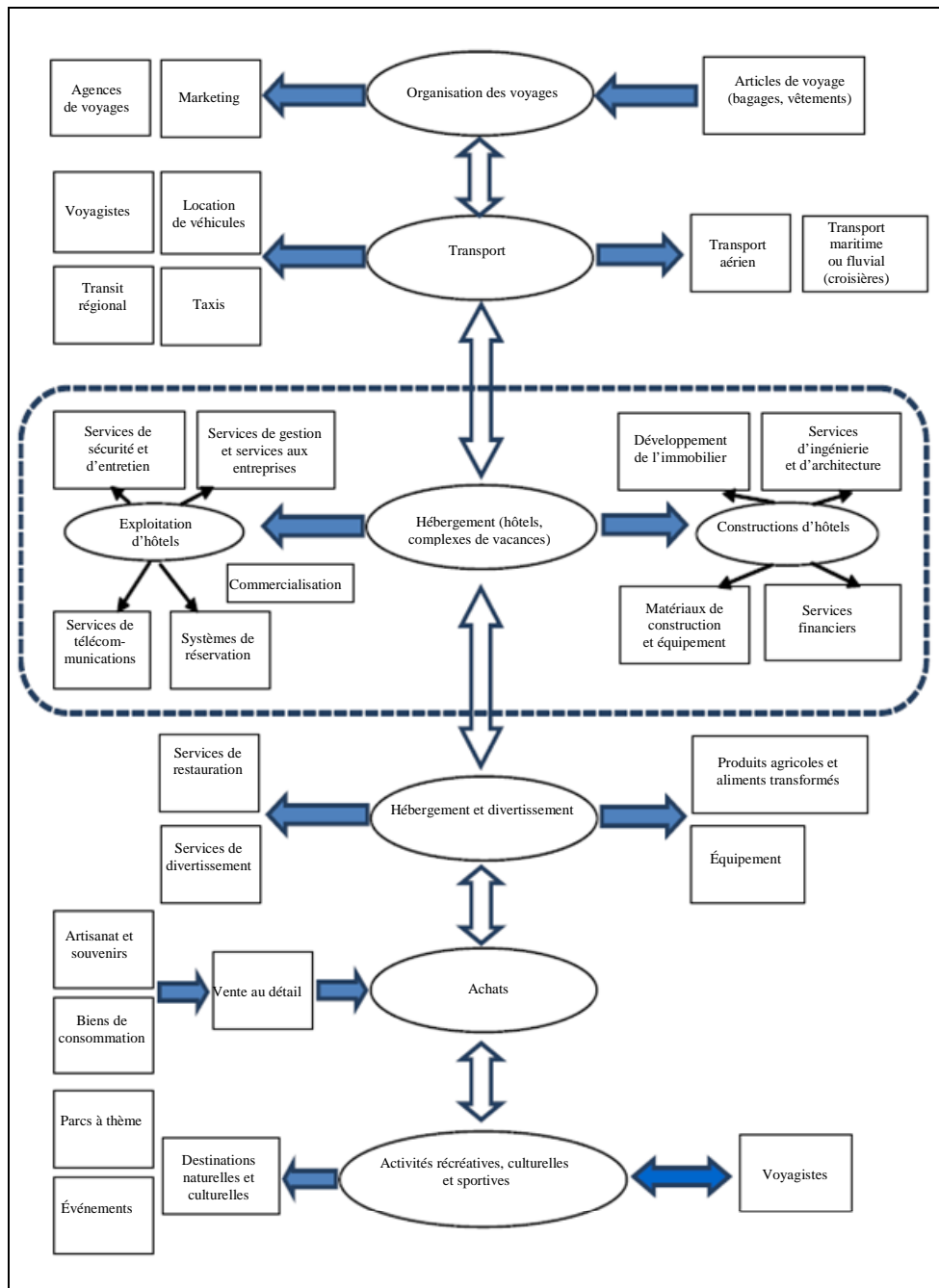


23. Par conséquent, pour concevoir des stratégies axées sur un tourisme durable, les pouvoirs publics doivent détecter et évaluer les fuites potentielles des chaînes de valeur liées au tourisme dans l'économie. Par exemple, l'agriculture est un secteur clef ayant d'étroites relations en amont avec le tourisme, hôtels et restaurants ayant besoin d'un approvisionnement régulier et important en denrées alimentaires et boissons. Selon Telfer *et al.*, les touristes consacrent environ un tiers de leurs dépenses à la nourriture<sup>10</sup>. Or, fournir des denrées alimentaires et des boissons à l'industrie du tourisme est généralement astreignant sur le plan de la fiabilité et des exigences de quantité et de qualité (respect des normes sanitaires et phytosanitaires, par exemple). La conclusion d'accords contractuels directs entre les producteurs et les hôtels permet de faciliter l'intégration des producteurs locaux dans la chaîne de valeur. De tels contrats offrent aux producteurs la possibilité de négocier préalablement les prix, de planifier la production et, grâce à une plus grande sécurité de revenu, d'investir dans de meilleures technologies. De nombreux hôtels investissent aussi dans la facilitation des services de formation et de perfectionnement afin de contribuer à l'amélioration de la qualité des produits. Si de telles initiatives profitent aux fournisseurs, elles permettent aussi aux hôtels d'exercer une influence sur les volumes, la qualité et la variété de la production. En outre, l'accroissement de la demande de produits agricoles a des effets d'entraînement sur les activités rurales non agricoles, notamment en favorisant le développement de l'industrie agroalimentaire et en stimulant la demande d'activités rurales de transport, de stockage et de négoce.

---

<sup>10</sup> Telfer D. J. et Wall G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*. 23(3):635-653.

Figure 3  
Chaîne de valeur du tourisme



Source: CEPALC, sur la base de Gollub J., Hosier A. et Woo G. (2003). *Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages*.

Note: Les activités encadrées en pointillé sont les activités principales du secteur.

24. De nombreux pays en développement, en particulier les PMA, éprouvent encore des difficultés pour s'approvisionner localement en produits agricoles. Certaines de ces difficultés sont bien connues (insuffisances sur le plan de la qualité, de la fiabilité ou de la livraison des approvisionnements) et peuvent être aggravées par de mauvaises conditions de transport et un manque de communication et d'information entre fournisseurs et acheteurs. Les stratégies visant à surmonter ces problèmes et les difficultés de mise en œuvre auxquelles se heurtent les pays en développement, ainsi que le rôle des organisations internationales dans le renforcement des liens que la chaîne d'approvisionnement établit entre l'agriculture et le tourisme, appellent une attention accrue. Un exemple de partenariat qui a réussi à intégrer des petits producteurs dans la chaîne de valeur du tourisme est présenté dans l'encadré ci-dessous.

#### **La Gambie, c'est bon**

En Gambie, le tourisme est une importante source de revenus. Bien qu'il soit intéressant de s'approvisionner localement, les hôtels et les restaurants importent souvent des fruits et des légumes, l'offre locale étant généralement peu fiable, de qualité irrégulière et insuffisante en période de pointe. Le partenariat «La Gambie, c'est bon» a été créé grâce au financement du Business Linkages Challenge Fund (BLCF) du Département pour le développement international (DFID) du Gouvernement britannique. Ce partenariat réunit Concern Universal, ONG internationale, Haygrove Ltd., importante entreprise horticole britannique, et des producteurs locaux. Il achète des produits horticoles frais aux petits producteurs et commercialise ces produits auprès des hôtels et des restaurants touristiques, remplaçant ainsi les intermédiaires entre cultivateurs et acheteurs. Le partenariat fournit un appui à la commercialisation, assure une formation aux techniques de production et facilite l'achat d'intrants. Plus précisément, il traduit les besoins des hôtels, restaurants et supermarchés en plans de production détaillés à l'intention des cultivateurs, négocie des prix équitables, met en place un magasin de semences et un système de code de qualité des produits et apporte une aide dans le domaine de l'irrigation et de la diversification des cultures afin que la production puisse s'étendre sur toute l'année. Ainsi, des produits sont achetés à près de 1 000 cultivateurs, dont 90 % sont des femmes. Ces cultivateurs fournissent environ 20 tonnes de produits par mois de saison touristique à plus de 40 hôtels et restaurants.

*Source:* CNUCED, sur la base des informations disponibles sur le Web.

25. Le pouvoir du secteur du tourisme de stimuler et de faciliter la croissance et le développement dans les secteurs de l'industrie manufacturière, de la construction et du transport a en outre fait l'objet de nombreux débats. Le secteur pourrait avoir d'importants effets directs sur la demande de produits manufacturés, qu'il s'agisse de produits simples comme les draps, les serviettes de toilette, le savon et les meubles ou de produits manufacturés de haute technologie ou à fort coefficient de capital, dont les industries de la construction et du transport ont besoin pour fournir des services touristiques concurrentiels et de qualité. L'expansion du secteur stimule souvent la demande de construction d'installations touristiques – hôtels, ports, routes et installations aéroportuaires modernes – et de fourniture de véhicules et d'autres moyens de transport vers les sites touristiques, ce qui, à son tour, a un effet multiplicateur tout au long de la chaîne de valeur et dans des secteurs aussi divers que l'exploitation minière, l'énergie, l'approvisionnement en eau et la fabrication de produits à forte intensité de connaissances, comme les moyens de production utilisés dans les secteurs de la construction et du transport. Par ailleurs, la construction d'une infrastructure de transport ne profite pas qu'au tourisme, mais facilite aussi le commerce. Dans les pays où les sites touristiques sont situés dans des zones éloignées, la

construction d'un réseau de transport pourrait avoir une incidence bénéfique sur le développement rural. Cependant, étant donné que dans de nombreux pays en développement, en particulier les PMA, tous les secteurs souffrent d'un faible niveau de développement industriel et d'une structure de production inadaptée, les liens sont généralement les plus ténus entre le tourisme et des secteurs essentiels tels que l'agriculture, le transport et l'industrie manufacturière. Par conséquent, une grande partie des moyens de production nécessaires pour construire l'infrastructure de base et promouvoir le tourisme sont souvent importés.

26. Pour attirer un nombre croissant de touristes et rester concurrentiel, le secteur du tourisme doit avoir accès à des services collectifs fiables et efficaces: distribution d'électricité et d'eau potable et services modernes d'assainissement, par exemple. Il s'agit, bien sûr, de services collectifs que les pays devraient mettre en place pour le bien-être de leur population, indépendamment des préoccupations liées au tourisme. Cependant, les efforts de politique générale visant à promouvoir le secteur du tourisme donneront un élan supplémentaire au développement de ces services essentiels. L'industrie actuelle du tourisme crée une demande supplémentaire de technologies de l'information et de la communication (TIC), offrant ainsi une autre possibilité d'établir des relations plus étroites. Une récente étude de la Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes (CEPALC) indique ce qui suit:

La disponibilité des technologies de l'information et de la communication ... a contribué à la productivité et à la compétitivité de l'industrie du tourisme et a rendu les services touristiques, comme la réservation de places d'avion ou de chambres d'hôtel, plus accessibles aux voyageurs potentiels. Internet a changé radicalement l'industrie internationale du tourisme en réduisant la distance entre les fournisseurs de services touristiques et leurs clients. Cette évolution suit deux directions principales. Premièrement, toutes les catégories d'entreprises, grandes ou petites, où qu'elles soient situées dans la chaîne de valeur, peuvent désormais communiquer directement avec leurs clients finals. Deuxièmement, les clients ne sont plus en dehors de la chaîne de valeur, mais au cœur de celle-ci. Tout comme les fournisseurs peuvent atteindre directement les consommateurs, les clients ont un accès direct à l'offre<sup>11</sup>.

27. Par ailleurs, les avantages de l'infrastructure des TIC ouvrent de larges perspectives en dehors du secteur du tourisme. Par exemple, les moyens de télécommunication tels que la téléphonie mobile et l'accès à Internet profitent aux pauvres parce qu'ils permettent à ceux-ci d'accéder, ou d'accéder plus facilement, à des informations cruciales pour leurs moyens d'existence, comme par exemple le cours des produits agricoles.

28. Le secteur a en outre la capacité d'intégrer dans sa chaîne de valeur un grand nombre d'entrepreneurs locaux, comme les artisans ou les guides locaux. Une part importante des dépenses des touristes est consacrée à l'achat d'articles d'artisanat ou d'art local et ces dépenses représentent généralement un revenu direct pour la population locale. De plus, les échanges entre touristes et entrepreneurs locaux contribuent à l'image positive de la destination.

29. Au-delà des avantages plus immédiats qu'elle peut présenter, l'industrie du tourisme dispose d'un autre atout précieux, à savoir le transfert de connaissances et de technologies. Dans une industrie dynamique où les clients ont généralement des préférences très diverses, il est essentiel d'acquérir certaines connaissances intangibles – connaissance des besoins des consommateurs, accès aux systèmes de réservation, marques et formes d'organisation

<sup>11</sup> CEPALC (2009). *Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean 2008*. Publication des Nations Unies. Numéro de vente E.09.II.G.24. Santiago.

commerciale – pour obtenir un avantage concurrentiel et capter la demande mondiale. À cet égard, les sociétés transnationales (STN) jouent un rôle important pour ce qui est de faciliter la transmission des connaissances par l'intermédiaire de l'investissement étranger direct (IED) ou d'autres modes d'investissement sans prise de participation, comme la concession de licences ou de franchises, qui sont des formes courantes d'entrée dans l'industrie du tourisme<sup>12</sup>. Attirer l'IED reste un impératif central pour le secteur du tourisme dans les pays en développement où les ressources nationales sont limitées. Les besoins en investissements concernent aussi bien des installations primaires – hôtels, équipements de loisir – que des infrastructures matérielles complémentaires et des services de base. Cependant, l'IED peut aussi poser un problème aux pays qui s'efforcent de capter une part plus importante des recettes touristiques. La question des fuites, examinée ci-après, est très préoccupante pour les pays en développement et pourrait sérieusement compromettre les effets positifs du tourisme sur le développement.

## B. Réduction de la pauvreté

30. Le tourisme, à lui seul, ne peut permettre d'éliminer la pauvreté, mais il peut y contribuer largement. L'incidence du tourisme sur la réduction de la pauvreté dépend toutefois d'un certain nombre de facteurs. Elle dépend, par exemple, du type de tourisme – tourisme de masse ou tourisme spécialisé ou exclusif. Il est très probable que le premier type de tourisme crée davantage d'emplois, y compris des emplois semi-qualifiés, et donne aux pauvres ou aux petites entreprises la possibilité de vendre directement des biens et des services aux visiteurs. Cependant, le tourisme de masse pourrait poser des problèmes qui lui sont propres et qui sont liés à la pression exercée sur les ressources du pays, l'environnement et la préservation du patrimoine culturel; par conséquent, il doit s'accompagner d'une stratégie visant à atténuer tout effet négatif éventuel.

31. L'incidence du tourisme sur la réduction de la pauvreté dépend aussi du niveau des dépenses que les touristes effectuent ou sont encouragés à effectuer sur place. Ce point est important parce que les dépenses facultatives profitent généralement aux pauvres (souvent par l'intermédiaire de l'économie informelle) dans une proportion beaucoup plus élevée que les grands postes de dépenses tels que l'hébergement, les voyagistes et le voyage international. Une étude de l'ODI montre que 25 à 50 % des dépenses des touristes parviennent aux pauvres à partir des dépenses effectuées dans les restaurants (en particulier quand ceux-ci s'approvisionnent localement), les boutiques (de vente d'artisanat notamment) et les transports locaux, ainsi qu'au cours des excursions<sup>13</sup>.

32. Comme indiqué plus haut, le lien avec la production et l'offre de denrées alimentaires à l'échelle locale a aussi son importance. La chaîne d'approvisionnement en produits agricoles destinés au secteur du tourisme pourvoit souvent davantage à la subsistance des ménages pauvres que les emplois dans les hôtels et les restaurants. Par ailleurs, le niveau des salaires détermine l'incidence du tourisme sur l'atténuation de la pauvreté; plus ce niveau est élevé, plus il peut réduire la pauvreté, à condition que les pauvres aient accès à des emplois. Stimulé par le tourisme, l'investissement dans l'infrastructure, les services collectifs, le réseau de transport, etc. pourrait aussi profiter aux pauvres localement, soit directement soit par l'intermédiaire du soutien d'autres secteurs.

<sup>12</sup> CNUCED (2007, 2012). *Rapport sur l'investissement dans le monde 2007: Sociétés transnationales, industries extractives et développement*. Publication des Nations Unies. Numéro de vente E.07.II.D.9. New York et Genève. *Rapport sur l'investissement dans le monde 2012: Vers une nouvelle génération de politiques de l'investissement*. Publication des Nations Unies. Numéro de vente E.12.II.D.3. New York et Genève.

<sup>13</sup> ODI (2007). *Assessing how tourism revenues reach the poor*. Briefing Paper 21. ODI. Londres. Juin. [http://www.sarpn.org/documents/d0002767/ODI\\_tourism\\_briefing-paper\\_Jun2007.pdf](http://www.sarpn.org/documents/d0002767/ODI_tourism_briefing-paper_Jun2007.pdf).

33. Par conséquent, l'incidence du développement touristique sur l'atténuation de la pauvreté n'est pas seulement ni principalement une question de taille (à savoir le nombre d'entrées de touristes et le taux de croissance du secteur), mais elle dépend de la manière dont les pauvres sont intégrés dans la chaîne de valeur du tourisme ou peuvent y participer.

34. La création d'emplois est un facteur essentiel de réduction de la pauvreté. L'économie du tourisme, activité à fort coefficient de main-d'œuvre, a tendance à offrir des emplois et des carrières à des travailleurs peu qualifiés ou semi-qualifiés, en particulier à des personnes pauvres, des femmes et des jeunes. Elle peut être une importante source d'emplois pour de nombreux travailleurs qui ont été réduits au chômage pendant la crise financière ou qui entrent dans la vie active.

### **III. Problèmes et risques associés au tourisme**

35. Pour développer leur secteur du tourisme, les pays, en particulier les pays en développement à faible revenu, se heurtent à toute une série d'obstacles et de contraintes. Certaines de ces difficultés sont liées à des facteurs externes sur lesquels les acteurs nationaux ou les pouvoirs publics n'ont aucune prise. Par exemple, le volume du tourisme est sensible aux conditions économiques mondiales et régionales existantes (liées à des périodes de croissance ou de récession) et à des événements préjudiciables tels que les catastrophes naturelles, les épidémies, les troubles politiques et le terrorisme. Ces facteurs peuvent influencer considérablement les choix de voyage des touristes. Ceci étant, il y a aussi des problèmes qui découlent des politiques nationales ou de l'absence de celles-ci, notamment d'une incapacité à encourager l'établissement de liens ou d'une inaction à cet égard, ce qui peut déboucher sur des fuites financières, des tensions socioculturelles et des dommages environnementaux résultant d'activités liées au tourisme.

#### **A. La faiblesse des relations accroît les fuites financières**

36. Le tourisme est une source de revenus considérable tant pour l'économie locale que pour l'économie internationale. Comment capter une part plus importante de ce revenu est un problème permanent pour la plupart des pays pauvres qui s'appuient sur le tourisme pour assurer leur développement. La part qui n'est pas retenue dans l'économie locale – la fuite – limite les effets multiplicateurs et réduit par conséquent l'incidence économique positive et le potentiel de développement du secteur. Les fuites surviennent quand il est nécessaire de se procurer à l'étranger des biens et des services liés au tourisme. Elles peuvent correspondre à des bénéfices et recettes versés à l'étranger à des voyageurs internationaux, au coût de biens et de services importés ou à des paiements d'intérêts. La fuite moyenne représente entre 40 et 50 % des recettes touristiques brutes dans la majorité des pays en développement et entre 10 et 20 % dans les pays développés et les pays en développement plus diversifiés.

37. Dans les pays en développement dont la diversification économique est limitée, en particulier les pays à faible revenu, les fuites restent un problème particulièrement ardu. Certaines études ont montré qu'au mieux, entre un cinquième et un tiers des dépenses totales effectuées par les touristes sur place profitaient aux pauvres directement ou par l'intermédiaire des chaînes d'approvisionnement. Si ces pourcentages modestes peuvent contribuer à l'atténuation de la pauvreté et sont préférables à l'absence complète de tourisme, il faut néanmoins s'atteler à réduire les fuites pour que le tourisme profite davantage aux pays. Il ne s'agit pas, cependant, de proposer que tous les biens et services

soient acquis localement<sup>14</sup>; il s'agit plutôt de réduire les fuites au minimum en renforçant les relations locales et en améliorant la chaîne de valeur du tourisme, notamment en renforçant les capacités nationales et en encourageant l'établissement de relations entre les investisseurs étrangers et les entreprises nationales. L'importance des fuites peut être associée au niveau de développement. Geloso *et al.* notent que «[d]ans les phases initiales du développement, durant la période de mise en place des infrastructures et des services, les déperditions peuvent être importantes, voire souhaitables. Par la suite, elles peuvent diminuer à mesure que les capacités du pays à couvrir ses besoins d'investissement, de services et de biens augmentent et en définissant des politiques aptes à renforcer les capacités locales»<sup>15</sup>.

38. La présence de sociétés transnationales (STN) dans le secteur du tourisme, couplée à l'afflux d'IED, débouche sur des fuites financières. Bien que cet IED constitue un important apport de capitaux, les STN rapatrient leurs bénéfices, sont en général intégrées verticalement, de telle sorte que les fournisseurs sont en dehors de l'économie locale, et confient souvent les postes de direction à du personnel international hautement qualifié. Cette situation est préoccupante parce qu'elle pourrait réduire les possibilités de formation de capital, d'intégration des fournisseurs locaux, de transfert de technologie et de connaissances, de perfectionnement du personnel local et d'accès de ce personnel à des emplois plus valorisants. D'après une récente publication de la CNUCED, «dans de nombreux cas, le principal avantage qu'on peut s'attendre à retirer de l'investissement dans le tourisme ne réside pas dans le volume des capitaux investis, mais dans les répercussions sur la formation, l'amélioration des processus de gestion et le renforcement des liens avec les chaînes de valeur internationales»<sup>16</sup>.

39. La solution au problème des fuites consiste à promouvoir d'étroites relations entre le tourisme et les autres secteurs examinés ci-dessus. Comme indiqué précédemment, il est nécessaire, pour renforcer ces relations, d'appliquer une stratégie nationale efficace.

40. Il faut aussi s'attaquer aux pratiques commerciales anticoncurrentielles qui, en augmentant les coûts de transaction et en nuisant à la qualité des biens et services locaux, freinent le développement du secteur touristique. L'absence de marchés concurrentiels peut grandement compromettre l'établissement de liens entre le secteur touristique et d'autres branches d'activité. Par exemple, une situation de monopole dans les télécommunications ou le secteur de l'énergie peut se traduire par des tarifs élevés, des services médiocres et des prestations irrégulières. L'absence de concurrence dans le secteur des services financiers provoque la cherté du crédit et donc des investissements pour les prestataires de services touristiques locaux. L'absence d'un secteur aérien ou d'un secteur des transports intérieurs compétitif entraîne une augmentation des tarifs aériens et du coût des déplacements intérieurs. Ainsi, pour lutter contre les pratiques anticoncurrentielles, l'autorité chargée de la concurrence, l'État et les acteurs économiques doivent travailler ensemble à la mise en place d'un droit et d'une politique de la concurrence.

<sup>14</sup> En l'absence d'avantage compétitif, l'offre internationale est plus efficace (par exemple les marques bénéficiant d'une réputation internationale, comme le champagne).

<sup>15</sup> Voir la note de bas de page 8.

<sup>16</sup> CNUCED (2010). Promoting foreign investment in tourism. Investment Advisory Series. Series A, n° 5. UNCTAD/DIAE/PCB/2009/16. New York et Genève.

## B. Problèmes socioculturels

41. Le tourisme met en contact des populations ayant des valeurs, des cultures, des niveaux de revenu et des modes de vie différents. Si ces échanges peuvent être très précieux à certains égards, ils peuvent aussi provoquer des frictions ou menacer des valeurs et des cultures établies. Certains observateurs affirment même qu'ils peuvent entraîner dans le pays de destination un appauvrissement culturel ou un bouleversement des groupes sociaux, en particulier des femmes et des populations autochtones vulnérables, ainsi que du ressentiment et, finalement, le rejet des touristes étrangers par les résidents locaux.

42. Un rapport récent du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) indique ce qui suit:

«Il y a des exemples de groupes sociaux dépassés par le nombre des visiteurs, la commercialisation de leurs traditions et les menaces qu'un tourisme effréné et désordonné fait planer sur la survie de leur culture. Les destinations touristiques sont parfois élaborées par des personnes extérieures (généralement avec l'approbation des pouvoirs publics) dans des zones que les populations autochtones ou traditionnelles considèrent comme les leurs et où le développement n'a pas été désiré ni validé localement ... ces situations pourraient déboucher sur des conflits rendant presque impossibles toute coopération et toute recherche d'avantages mutuels et susciter des animosités préjudiciables à la population locale et à la destination touristique. Dans les pays où les ressources sont limitées et les groupes sociaux sensibles aux chocs extérieurs, les préoccupations environnementales et les problèmes liés à l'accès à l'eau, aux ressources côtières et au milieu naturel pourraient empiéter sur les problèmes culturels, voire les aggraver.»<sup>17</sup>.

## C. Dégradation de l'environnement et atteintes au patrimoine culturel

43. Les effets dommageables du tourisme qui sont peut-être les plus préoccupants sont ceux qui touchent l'environnement. Parce qu'il consomme de l'énergie et de l'eau, produit de grandes quantités de déchets et porte atteinte au patrimoine culturel en attirant des foules nombreuses, le tourisme peut causer des dégâts considérables au patrimoine environnemental et culturel.

44. L'étude du PNUE mentionnée plus haut appelle l'attention sur le fait que «la consommation croissante d'énergie du secteur, notamment lors des trajets et de l'hébergement, et la dépendance de ce secteur par rapport aux combustibles fossiles ont de graves conséquences sur le plan des émissions de gaz à effet de serre (GES) et des changements climatiques à l'échelle mondiale, ainsi que de la croissance économique à venir». Les facteurs qui contribuent à un accroissement de la consommation d'énergie sont le nombre croissant d'entrées internationales et nationales de touristes, une préférence pour les moyens de transport gourmands en énergie et une tendance à voyager plus loin et sur des périodes plus courtes. Le PNUE estime que le tourisme est à l'origine d'environ 5 % des émissions totales de GES, essentiellement du fait du transport (75 %) et de l'hébergement (21 %) des touristes.

45. Dans de nombreuses destinations touristiques, l'eau est une ressource de plus en plus rare. S'il utilise beaucoup moins d'eau que, par exemple, l'agriculture, le tourisme peut, dans certaines régions, être le principal consommateur de cette ressource. Il y a divers exemples dans lesquels une telle situation a créé une inégalité d'accès à l'eau entre les

<sup>17</sup> PNUE (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication – A Synthesis for Policy Makers*. PNUE. [www.unep.org/greeneconomy](http://www.unep.org/greeneconomy).



touristes et les groupes sociaux avoisinants, menaçant ainsi la subsistance de la population locale. Gössling et Hall ont calculé que les complexes touristiques de luxe d'une île d'Afrique de l'Est utilisaient jusqu'à 2 000 litres d'eau par touriste et par jour, soit près de 70 fois la consommation journalière moyenne des habitants locaux<sup>18</sup>.

46. La production de déchets et les systèmes de gestion de ces déchets, ou leur absence, sont un autre facteur qui a des conséquences néfastes pour l'environnement. Premièrement, le tourisme produit un niveau relativement élevé de déchets. Deuxièmement, la gestion des eaux usées est souvent déplorable, les hôtels évacuant directement dans la mer les eaux non traitées. On estime qu'en Méditerranée européenne, 30 % seulement des eaux usées provenant des villes côtières sont traitées avant d'être évacuées<sup>19</sup>.

47. L'incidence du tourisme sur la diversité biologique est d'ores et déjà immense. Il y a de nombreux exemples dans lesquels le tourisme de masse a eu des effets négatifs sur la biodiversité, y compris les récifs coralliens, les zones humides côtières, les forêts tropicales, les écosystèmes arides et semi-arides et les zones montagneuses<sup>20</sup>. Selon le PNUE, «ne pas intégrer les préoccupations relatives à la diversité biologique dans la planification des destinations et l'investissement aura des effets néfastes sur le milieu naturel, attisera les conflits avec la population locale et réduira, tant pour la destination que pour les investisseurs, la capacité de créer de la valeur (notamment du fait que l'intérêt pour un tourisme axé sur la nature croît rapidement dans le monde entier)»<sup>21</sup>. Néanmoins, il faut aussi mentionner que dans plusieurs pays, le tourisme a fait mieux comprendre l'intérêt et la nécessité de protéger la diversité biologique.

#### IV. Vers un tourisme durable

48. Les deux chapitres précédents ont été consacrés à l'examen du dilemme du développement touristique: d'une part l'industrie du tourisme offre de nombreuses possibilités d'établir des relations économiques en amont et en aval, d'obtenir des devises, d'opérer une diversification économique, d'accroître les revenus, de créer des emplois et de réduire la pauvreté. D'autre part, le tourisme risque de compromettre la préservation des ressources culturelles et environnementales, qui sont des éléments vitaux d'attraction des touristes. Est-il possible de concilier ces deux dynamiques inverses? Autrement dit, peut-on inscrire le secteur dans la durée afin qu'il contribue au développement économique, à la création d'emplois et à la réduction de la pauvreté sans détruire la culture ni dégrader l'environnement? Il est de plus en plus admis qu'un tourisme durable est possible. Cependant, il faut pour cela une stratégie qui tienne compte des facteurs économiques, environnementaux, sociaux et culturels. Selon l'OMT, les objectifs d'une telle stratégie doivent être les suivants<sup>22</sup>:

a) Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clef du développement du tourisme, tout en maintenant les équilibres écologiques et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité;

<sup>18</sup> Gössling S. et Hall C. M., éditeurs. (2006). *Tourism and Global Environmental Change: Ecological, Social and Political Interrelationships*. Routledge. Londres.

<sup>19</sup> Voir la note de bas de page 17.

<sup>20</sup> OMT (2010). *Tourism and Biodiversity: Achieving Common Goals towards Sustainability*. OMT. Madrid.

<sup>21</sup> Voir la note de bas de page 17.

<sup>22</sup> Le tourisme durable a été défini par plusieurs institutions et auteurs. Bien qu'elles traduisent des approches différentes et soient plus ou moins détaillées, les définitions proposées s'accordent à inclure dans cette notion des considérations économiques, environnementales, sociales et culturelles.

b) Respecter l'authenticité socioculturelle de la population hôte, conserver son patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que ses valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles;

c) Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socioéconomiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables et des services sociaux à la population hôte, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté.

49. Compte tenu des effets négatifs potentiels du tourisme, il est aujourd'hui devenu urgent de promouvoir le tourisme durable afin d'assurer l'avenir du secteur et de réduire au minimum l'incidence négative éventuelle sur l'environnement et la culture. Cette urgence, à son tour, a fait mieux comprendre aux responsables de l'élaboration des politiques, aux touristes et aux acteurs de l'industrie du tourisme qu'il était nécessaire et important de préserver les atouts naturels, sociaux et culturels propres aux destinations. Les touristes sont désormais plus exigeants sur la qualité environnementale des destinations. Par ailleurs, celles-ci ont intérêt à préserver et améliorer l'environnement, non seulement pour leur propre bien, mais aussi pour créer de la valeur<sup>23</sup>. En fait, la durabilité et la création d'une industrie touristique respectueuse de l'environnement et susceptible de réduire la pauvreté sont devenues d'importants outils de commercialisation et pourraient en outre conférer un avantage compétitif aux fournisseurs de services touristiques.

## A. Un programme d'action vers le tourisme durable

50. Les pouvoirs publics et les acteurs du secteur privé disposent de plusieurs moyens pour rendre le tourisme plus durable. Comme cela a été noté, les perspectives de croissance à long terme du secteur passent par la mise en place d'infrastructures et de chaînes d'approvisionnement appropriées et par un renforcement des politiques et des institutions de façon que les activités touristiques soient menées de manière durable, en répondant à des objectifs économiques, sociaux et environnementaux. À mesure que le secteur gagnera en maturité, la planification au niveau national, la réglementation environnementale et les initiatives de préservation du patrimoine culturel prendront en outre de plus en plus d'importance. À court terme, cependant, il sera indispensable, pour mettre en œuvre un développement touristique durable, d'améliorer notamment:

a) La sensibilisation aux incidences d'une dégradation de l'environnement sur l'attrait d'une destination touristique;

b) La connaissance des principes et des méthodes de gestion de l'environnement, y compris des stratégies de protection des ressources en énergie et en eau;

c) L'accès des entreprises touristiques à l'information commerciale et aux ressources financières;

d) La coordination entre les organismes publics en charge du tourisme et de l'environnement et les investisseurs privés du secteur du tourisme; et

e) Les infrastructures dans les sites touristiques isolés qui ont peu de chances d'attirer l'investissement privé.

---

<sup>23</sup> Voir la note de bas de page 16.

51. Des efforts sont faits actuellement tant au niveau national qu'international pour mettre en œuvre certains de ces impératifs ou principes fondamentaux. Au niveau international, le Comité directeur des Nations Unies sur le tourisme au service du développement a été créé à l'initiative de l'OMT afin de rassembler les données d'expérience et les compétences techniques de neuf organismes et programmes internationaux dans le domaine du tourisme<sup>24</sup>. L'objectif du Comité directeur est de créer des synergies afin de fournir aux pays en développement une assistance technique dans le domaine du tourisme de façon plus coordonnée et plus efficace.

52. Le Global Sustainable Tourism Council est une autre initiative, qui s'étend aussi au secteur privé. Cet organisme a défini un ensemble d'indicateurs qui permettent de suivre et d'observer les opérations touristiques et la gestion des hôtels, des voyageurs et des destinations afin d'évaluer leur durabilité. Ces indicateurs portent sur quatre domaines, à savoir la gestion durable et les incidences socioéconomiques, culturelles et environnementales (y compris la consommation de ressources, la réduction de la pollution et la préservation de la diversité biologique et des paysages). Ce cadre vise à faire mieux connaître et mieux comprendre les pratiques du tourisme durable, à promouvoir l'adoption de principes universels en la matière et à renforcer la demande de voyage durable.

53. Une meilleure sensibilisation aux problèmes de l'environnement devrait avoir pour effet d'accroître la demande de destinations durables, ce qui, à son tour, devrait inciter à transformer le secteur dans le sens d'une plus grande durabilité. Plusieurs gouvernements, organisations internationales, groupes de consommateurs et organismes de protection de l'environnement ont déjà exigé que la qualité environnementale et la durabilité des matières premières fassent partie intégrante des priorités des pouvoirs publics et des entreprises.

54. La prise de conscience des changements climatiques et de leur incidence négative a renforcé la volonté d'investir dans des produits et des services plus respectueux de l'environnement. Cependant, cette prise de conscience pourrait être une arme à double tranchant. D'une part, elle encouragera la mise au point de nouveaux produits touristiques à faible intensité de carbone. De l'autre, elle pourrait contrarier les flux touristiques vers certaines destinations si, par exemple, des taxes carbone étaient instaurées sur les vols long-courriers et si cela se traduisait par une hausse des prix du transport aérien.

55. En ce qui concerne la politique publique, il est nécessaire de concevoir et de mettre en œuvre des politiques de taxation et de subvention qui encouragent l'investissement dans des activités de tourisme durable et aient un effet dissuasif sur le tourisme non durable. Quand les pouvoirs publics investissent dans des zones protégées, des ressources culturelles, des projets de gestion de l'eau et des déchets, etc., cela envoie un signal aux investisseurs privés et constitue une incitation à prendre la décision d'investir dans une optique plus écologique.

---

<sup>24</sup> Organisation internationale du Travail, Centre du commerce international, CNUCED, Programme des Nations Unies pour le développement, PNUE, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Organisation des Nations Unies pour le développement industriel, OMT, Organisation mondiale du commerce.

56. Promouvoir le tourisme durable est ambitieux et suppose des actions de grande ampleur, allant de l'adaptation des technologies et pratiques nouvelles afin d'améliorer l'efficacité des systèmes de gestion de l'énergie, de l'eau et des déchets à la mise en œuvre de politiques visant à restaurer la diversité biologique. Cela peut déboucher, entre autres, sur des gains d'efficacité énergétique dans les transports et l'hébergement, une réduction des risques sanitaires et un renforcement de l'attrait d'une destination. Pour permettre aux parties prenantes de s'engager sur la voie d'un tourisme plus durable, de nombreux éléments doivent être réunis ou sont à prendre en considération, notamment les suivants:

- a) Le regroupement;
- b) Les relations avec les fournisseurs locaux de biens et de services;
- c) L'amélioration des compétences et la mise en valeur des ressources humaines;
- d) L'accès au financement et à l'investissement;
- e) Le cadre institutionnel et l'intégration du tourisme dans les politiques nationales;
- f) La promotion et la commercialisation;
- g) La protection et la conservation du patrimoine culturel.

## **B. Regroupement**

57. La qualité de l'environnement n'est pas seulement une préoccupation essentielle de la population locale, mais aussi l'atout le plus précieux des destinations touristiques qui sont en concurrence sur le plan de la beauté et des attraits de la nature. Il est donc dans l'intérêt mutuel des pouvoirs publics, des entreprises et des collectivités de protéger et préserver l'environnement. En se regroupant, les parties prenantes peuvent plaider plus efficacement en faveur d'une saine gestion de l'environnement (par exemple en concevant et appliquant la réglementation), bénéficier d'économies d'échelle (par exemple en partageant les coûts de remise en état d'une route) et améliorer les conditions de vie de la population locale (par exemple en mettant en place un système de gestion des déchets). Ainsi, la position concurrentielle de l'ensemble du groupe est renforcée.

## **C. Relations avec les fournisseurs locaux de biens et de services**

58. Comme nous l'avons vu au chapitre II, le pouvoir du tourisme d'établir d'étroites relations en amont et en aval dans l'économie nationale est considérable. Pour assurer la pérennité des opérations touristiques, les politiques de durabilité ne peuvent se limiter au tourisme lui-même, mais doivent aborder la question de la viabilité à tous les niveaux qui sont liés au secteur. Dans le domaine de l'agriculture, par exemple, cela pourrait signifier que les politiques doivent encourager le recours à des systèmes d'irrigation par des méthodes de drainage appropriées ou selon des pratiques permettant d'éviter toute dégradation des sols à long terme. Des relations solides qui sont génératrices d'emplois et de revenus et qui facilitent l'amélioration des compétences contribueront à la réalisation d'opérations économiques viables à long terme et à la réduction de la pauvreté.

59. Un nombre croissant de pays en développement ont mis en place des programmes spécialement consacrés aux relations avec le tourisme, qui définissent les mesures nécessaires pour renforcer les liens, par exemple en Inde ou en Jamaïque. De tels programmes sont nécessaires dans les PMA et les petits États insulaires en développement. Les mesures proposées par la CNUCED pour favoriser le développement des chaînes d'approvisionnement locales sont notamment les suivantes:

- a) Renforcer la productivité du secteur agricole et ses liens avec le tourisme;
- b) Proposer aux petites entreprises des subventions de démarrage, des services d'éducation et de formation et des prêts à faible taux d'intérêt, cela afin de stimuler le développement des PME;
- c) Mettre en place des mesures d'incitation afin d'encourager les hôtels et les restaurants à s'approvisionner auprès de fournisseurs locaux;
- d) Assouplir les exigences en matière de zonage et de délivrance de permis afin que les petites entreprises puissent s'associer en aval à la chaîne de valeur du tourisme.

#### **D. Amélioration des compétences et mise en valeur des ressources humaines**

60. Bien qu'il emploie une proportion relativement élevée de travailleurs peu qualifiés ou semi-qualifiés, le tourisme a aussi besoin de cadres. L'expansion des marchés touristiques crée un besoin croissant de formation spécialisée, y compris la formation à la gestion et aux fonctions de direction, aux technologies de l'information et aux langues étrangères. Pour adopter des technologies plus respectueuses de l'environnement et gérer les installations touristiques conformément aux normes de durabilité, il faut mettre les compétences en conformité avec les objectifs de durabilité. Il est donc nécessaire d'investir dans le développement des ressources humaines afin de favoriser l'acquisition de ces compétences et, en outre, l'exercice d'activités à plus grande valeur ajoutée.

#### **E. Accès au financement et à l'investissement**

61. La qualité de l'infrastructure touristique dépend énormément de l'accès à un financement des investissements publics et privés. Dans de nombreux pays en développement, l'accès au crédit est extrêmement coûteux et les dépenses publiques de mise en place et d'amélioration de l'infrastructure sont souvent très limitées. Les politiques devraient donc faciliter l'accès au crédit, en particulier pour les PME, qui constituent l'épine dorsale de l'industrie touristique. Il faut pour cela que les banques repensent leur manière d'évaluer les investissements écologiquement rationnels. Si de tels investissements ont un coût, leur délai d'amortissement peut être relativement court, ce qui les rend financièrement viables et attractifs.

62. Par ailleurs, les politiques devraient encourager l'investissement national parallèlement à l'apport de capitaux étrangers (STN/IED, aide au développement et coopération triangulaire). Comme indiqué plus haut, l'avantage de l'investissement étranger est loin de se limiter à l'injection de capitaux. Fait important, certaines expériences nationales ont montré que les pouvoirs publics pouvaient négocier avec les STN les conditions de participation à l'économie des pays concernés, mettre ainsi ces sociétés en cohérence avec les politiques nationales et, par exemple, engager les investisseurs à contribuer au financement des infrastructures et à la gestion des services<sup>25</sup>. En outre, en

<sup>25</sup> Pour de plus amples renseignements, voir CNUCED (2012). *Investment Policy Framework for*

partageant l'information et en coordonnant leurs négociations avec les investisseurs et les voyageurs étrangers, les entreprises touristiques nationales peuvent obtenir des volumes et des marges plus élevés pour les biens et services touristiques d'origine nationale.

## **F. Cadre institutionnel et intégration du tourisme dans les politiques nationales**

63. Pour maximiser le potentiel du tourisme, industrie hautement interconnectée, il faut des cadres politiques cohérents et détaillés. Ces cadres politiques doivent garantir que le tourisme durable soit intégré dans les politiques économiques, sociales et environnementales globales du pays. Intégrer de multiples domaines et acteurs politiques requiert un haut niveau de capacité institutionnelle. Il faut aussi des organismes touristiques solides qui soient capables d'assurer une coordination avec d'autres organismes publics et des parties prenantes telles que les autorités locales, le secteur privé et les ONG. C'est une tâche difficile, étant donné que le secteur est fragmenté en de nombreuses entreprises, en particulier des petites, moyennes et microentreprises.

64. Il peut être utile aux responsables de l'élaboration des politiques et aux entreprises d'avoir des indications sur la manière de contribuer au tourisme durable. La CNUCED a proposé une série de recommandations concernant les aspects économiques, sociaux et environnementaux qui peuvent renforcer l'incidence positive du tourisme<sup>26</sup>:

a) Recommandations économiques – évaluer l'incidence économique avant de développer le tourisme, maximiser les retombées économiques locales en encourageant l'établissement de liens et en réduisant les fuites, faire en sorte que la population soit partie prenante et bénéficie du tourisme, aider à la commercialisation et au développement des produits locaux et promouvoir une activité économique et des prix équitables;

b) Recommandations sociales – faire participer la population locale à la planification et à la prise de décisions, évaluer l'incidence sociale des activités touristiques, respecter la diversité sociale et culturelle et être sensible à la culture d'accueil;

c) Recommandations environnementales – réduire l'incidence environnementale négative lors du développement du tourisme, utiliser les ressources naturelles d'une manière durable et maintenir la diversité biologique.

## **G. Promotion et commercialisation**

65. La promotion et la commercialisation des destinations touristiques requièrent une approche coordonnée définie en collaboration avec le secteur privé. Les organismes de promotion des investissements peuvent jouer un rôle important dans l'établissement de contacts avec des investisseurs étrangers en guidant ceux-ci vers le développement durable et en les intéressant à des projets viables sur les plans économique, social et environnemental.

66. Au niveau des entreprises, plusieurs grands groupes hôteliers ont déjà adopté des chartes du tourisme durable et de la protection de l'environnement, qu'ils utilisent en tant qu'outils de promotion et de contrôle de la qualité.

---

*Sustainable Development*. UNCTAD/DIAE/PCB/2012/5. Organisation des Nations Unies. New York et Genève. [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaepcb2012d6\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaepcb2012d6_en.pdf).

<sup>26</sup> Voir la note de bas de page 16.

## H. Protection et conservation du patrimoine culturel

67. Le patrimoine culturel est l'un des principaux moteurs du tourisme, mais des foules nombreuses de visiteurs peuvent représenter un risque important pour la conservation de ces sites. Pour exploiter les sites qui recèlent un patrimoine culturel, il est essentiel de créer des partenariats avec la population locale afin de pouvoir évaluer et gérer l'incidence du tourisme sur cette population.

68. Le développement du tourisme peut contribuer à faire mieux connaître le patrimoine naturel et culturel et inciter à consacrer davantage de ressources à la protection et à la conservation de ce patrimoine. Il peut même contribuer à la perpétuation, au renouvellement et au renforcement des traditions. Cependant, il peut aussi avoir des conséquences négatives pour la population locale. Au départ des projets, il est important d'envisager des mesures économiques de compensation et d'atténuation des effets inévitables.

## V. Conclusions

69. Le tourisme peut contribuer à la croissance économique et à la réduction de la pauvreté, en particulier dans les pays en développement à faible revenu. La capacité de ce secteur de créer des emplois et des revenus, grâce aux relations qu'il crée en aval et en amont, en fait une branche d'activité importante pour la diversification et la croissance économiques. Toutefois, on ne peut pas faire abstraction des incidences négatives qu'il peut avoir sur l'environnement et la culture. Si l'on veut que le tourisme devienne une source d'emplois et de revenus à long terme et qu'il contribue au développement durable, l'exploitation de cette filière, y compris des activités qui y sont liées, doit aussi être viable, d'où la nécessité, comme on l'a vu dans la présente note thématique, d'élaborer des stratégies et des politiques ambitieuses.

70. Dans ce contexte, la réunion d'experts est l'occasion de réfléchir aux questions clés ci-après concernant la contribution du tourisme à la croissance économique et au développement durable:

a) Quelles sont les particularités du secteur touristique qui en font un secteur important pour le renforcement des capacités nationales et le développement économique, et notamment pour la réduction de la pauvreté?

b) Quels sont les aspects négatifs du tourisme auxquels les décideurs doivent prêter une attention particulière lorsqu'ils élaborent les politiques et les stratégies de développement du secteur?

c) Comment les gouvernements peuvent-ils attirer des investissements suffisants pour renforcer les capacités d'offre, créer des liens intersectoriels efficaces entre le secteur touristique et divers autres secteurs et, dans le même temps, agir pour empêcher les fuites économiques et les pratiques anticoncurrentielles dans l'industrie du tourisme?

d) Dans la mesure où les activités liées au tourisme sont tributaires du développement des infrastructures, de la préservation de l'environnement et du patrimoine culturel et de l'approvisionnement en énergie et en eau, comment faire en sorte que le tourisme devienne une activité économique durable?

e) Quelles politiques et stratégies les gouvernements doivent-ils adopter pour promouvoir un tourisme inscrit dans la durée et s'assurer que ce secteur contribue à un développement durable?