

2.

LES RAISONS D'UN TOURISME « DIFFÉRENT »

Au-delà de la progression des valeurs hédonistes de l'époque, associée en France, à l'essor des *voyageurs des 35 heures* et du *tourisme gris*, ou tourisme des seniors, le tourisme de masse découle presque mécaniquement des fusions et acquisitions qui caractérisent le secteur depuis une quinzaine d'années. Ce tourisme fait l'objet de critiques que l'on peut regrouper et énoncer de la manière suivante (d'après B. Steck, W. Strasdas & E. Gustdt, 2000, modifié) :

- Les pays en développement ne maîtrisent pas les flux touristiques, qui sont largement contrôlés par des groupes internationaux basés dans les pays industrialisés ;
- Les comptes en devises sont défavorables car les rentrées sont grevées par des besoins accrus en produits d'importations ;
- La monoactivité et les monostructures touristiques sont fragiles, voire dangereuses, car elles sont soumises à la demande, sujette à d'énormes fluctuations ;
- Les emplois touristiques sont souvent mal rémunérés, saisonniers et sans possibilités de réelles qualifications ;
- Le tourisme fragilise le tissu social et bouscule les bases culturelles en renforçant les disparités sociales et introduisant des modes de consommation non durables ;
- Enfin, le tourisme, par les transports émetteurs de gaz à effet de serre, contribue au déséquilibre climatique planétaire, et, par ses impacts terrestres, pollue, détruit, surexploite, mite et artificialise les paysages.

Ces critiques, par réaction, constituent le fondement des évolutions actuelles du secteur du tourisme dans au moins deux directions :

- Une amélioration qualitative d'une partie des prestations du tourisme de masse, notamment sous l'angle de la protection de l'environnement et des ressources (matériaux de constructions, eau, plages, couverture végétale, essences rares...), de l'économie d'énergie et de la lutte contre la pollution dans le secteur hôtelier, du loisir et, marginalement, des transports ;
- La diversification d'une offre alternative, « de niche », diffuse, thématique, intégrée, représentant l'offre des acteurs du tourisme à une demande de consommation citoyenne.

Cette offre différente suffit-elle à répondre aux enjeux, aux critiques et aux dérives ? Les raisons fondamentales qui la sous-tendent sont-elles en mesure d'engager le secteur dans une refonte de ses pratiques ? Autrement dit, les causes du *problème touristique* sont-elles suffisamment analysées ?

Car c'est de cette qualité d'analyse des causes que dépendra, en fin de compte, la qualité de la réponse. C'est l'objet de ce chapitre.

I. Moins de rentrées de devises qu'escompté.

« Certaines ONG - étrangères à toute activité lucrative liée au tourisme - et spécialisées dans les questions de développement, évaluent à 30% maximum de l'ensemble des rentrées en devises, celles qui ne repartent pas vers le Nord »

Robert Charvin, 2001.

• Une balance rentrée-sortie de devises pas assez favorable aux PMA.

L'apport massif de devises touristiques est une réalité pour les gouvernements des pays du Sud mais, dans la pratique, ils vident aussi leurs caisses pour réaliser les infrastructures indispensables à l'accueil des touristes : aéroports, ports, réseau routier, réseau de communication, voirie et assainissement, adduction d'eau, équipements sanitaires. Ces investissements sont payés en devises, généralement empruntées à des banques... étrangères. Le *taux de fuite*, c'est à dire la réexportation des recettes du tourisme vers les compagnies aériennes, les chaînes hôtelières et les voyagistes occidentaux, est de l'ordre de 55% selon la Banque mondiale. Ce chiffre peut monter à 95% des devises pour un voyage tout compris (C. Grynberg, 2002). En général, la moyenne de 70% à 80% de réexportation est couramment avancée pour des pays à économie assez diversifiée comme le Maroc, l'Inde, la Tunisie ou le Mexique (P. Py, 2002), dans une fourchette allant de 90% pour l'Ile Maurice et la Gambie (P. Py, 2002) à 23% à 25% pour le Kenya (Banque Mondiale, 2001).

En 1998, à propos du tourisme de nature et de sa contribution à la gestion des aires protégées, David S. Wilkie & Julia F. Carpenter (1998) font un diagnostic qui confirme le ratio 30%-70% :

Quelques exemples de « fuites » des devises touristiques

Ces fuites de revenus sont dues au fait que les touristes achètent fréquemment des voyages « clés en main » dans leur pays, et au fait que beaucoup des fournisseurs de services sont étrangers (Ceballos-Lascurain, 1996).

- La plus grande source de fuites est constituée par les billets d'avion, qui sont le plus gros poste de dépense pour un voyage (33%), et sont rarement captés par des compagnies nationales assez faibles (IRG, 1992).
- Les voyagistes internationaux (23%) sont la deuxième source de fuite de revenus.
- Les droits d'entrée dans les aires protégées et les salaires des guides locaux constituent seulement 120 \$ (2,5%) des 4850 \$ dépensés par l'écotouriste européen moyen en Afrique (IRG, 1992).
- Au Népal, Wells (1997) a estimé qu'environ les deux tiers des frais attribués au tourisme nature en 1988 ont été perdus pour l'économie locale car ils ont été utilisés pour importer des biens et des services pour l'industrie touristique.
- Au Zimbabwe, Brown et al. (1995) ont estimé cette perte à 65%.
- Sur l'île de Bonaire, 50% des entreprises de plongée et des hôtels associés au parc marin appartiennent à des étrangers et 24% de la force de travail est étrangère (Post, 1994).

Ainsi les effets directs et multiplicateurs de l'industrie du tourisme nature dans de nombreux pays en voie de développement ne sont pas aussi élevés qu'il semblerait, car une grande partie de l'argent quitte le pays hôte par ces fuites. Il est difficile de réduire les fuites [...] car les taux d'imposition y sont bas, et parce que peu de fournisseurs de services locaux ont suffisamment de capitaux à investir dans les infrastructures nécessaires pour attirer et retenir les touristes (Ceballos-Lascurain, 1996), et doivent trouver des partenaires internationaux, ou sont concurrencés par les hôtels, les voyagistes et les compagnies aériennes internationales.

Source : Wilkie & Julia F. Carpenter, 1998.

L'examen approfondi d'un cas concret (la Guadeloupe) permet de mieux comprendre ce mécanisme :

La contribution du tourisme aux recettes d'exportation.

Exemple de la Guadeloupe.

La contribution du tourisme aux recettes d'exportation découle des dépenses effectuées sur place par les touristes. Mais il est essentiel de déterminer le contenu en importation de ces dépenses (c'est-à-dire les coûts des biens et services importés par le secteur touristique), afin de connaître le gain net dérivé de ces échanges.

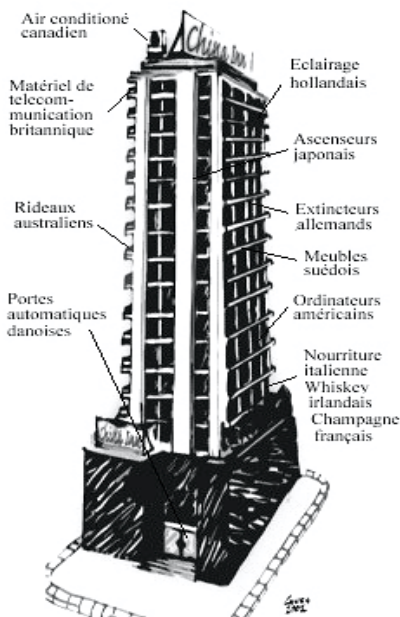
Plusieurs types de biens et services sont importés :

- les produits alimentaires et équipements des hôtels ;
- les commissions payées aux agents de voyage et tour opérateurs exerçant à l'intérieur ;
- les dépenses de publicité et de promotion effectuées à l'étranger ainsi que les coûts de fonctionnement des offices de tourisme à l'extérieur ;
- les intérêts et profits allant aux investisseurs et actionnaires étrangers ;
- les frais de gestion payés aux sociétés internationales ;
- l'expatriation des traitements et salaires de travailleurs étrangers exerçant dans le tourisme, l'utilisation des cartes de crédit et travelers checks qui ne concernent pas les banques locales.

Les coûts d'importation sont également souvent associés aux matériaux et équipements utilisés dans la construction des hôtels, des infrastructures et leur maintenance. Les gains sont potentiellement réduits lorsque les gouvernements accordent aux sociétés étrangères des avantages fiscaux (exonération de droit de douane, de l'impôt sur les sociétés, des charges sociales, etc.). Ce facteur tend à être plus élevé dans les petits pays avec des économies limitées ou dans les plus grands dont les économies sont fortement intégrées. Souvent, les avantages sont offerts pour attirer l'investissement dans le secteur touristique, et sont plus faibles dans les économies bien développées ou bien intégrées. Quelques pays en développement de la Côte du Pacifique et de l'Océan indien sont très dépendants des importations. Il existe des îles qui perdent jusqu'à 70 % de gain dans les échanges, alors que d'autres - avec un secteur manufacturier relativement bien développé et une économie mieux intégrée - dégagent des gains d'échanges plus élevés.

Ainsi la Guadeloupe connaît-elle un coefficient de fuite globale de l'activité touristique estimé actuellement à 80 %. Autrement dit, pour 100F de recettes touristiques réalisées sur place, 80F en ressortent plus ou moins rapidement.

Source : L. Dupont, 1995



Plus amusant, l'exemple du building chinois *non-chinois*, diffusé sur internet, visualise d'une manière un peu réductrice le phénomène de fuites de recettes touristiques : *ne sommes-nous pas bénéficiaires (et flattés !) de nos ventes de champagne aux Chinois ?*

Reste que les postes de rapatriement de revenus sont nombreux, et ils expliquent les taux élevés cités précédemment. On y relève, outre les biens matériels, les importations de marchandises consommables (boissons, denrées alimentaires), les salaires versés aux cadres expatriés, les coûts en devises des investissements en capitaux, les rapatriements de bénéfices des entreprises touristiques étrangères, les paiements d'intérêts des emprunts contractés à l'étranger et les frais de promotion, publication et commercialisation engagés auprès de prestataires extérieurs.

- **Les causes sont liées à de très nombreux facteurs.**

- Dans l'espoir de rentrées significatives et rapides de devises qui permettent la création d'emplois et la dynamisation de la consommation, les gouvernements se tournent naturellement vers le tourisme. Dans de nombreux pays endettés, la promotion du tourisme fait partie des programmes d'ajustement prescrits par le Fonds Monétaire International. Pour soutenir le rythme de la concurrence globale, ces pays investissent pour devenir attractifs. Mais la construction d'infrastructures comme les aéroports, les voies d'accès, les réseaux d'approvisionnement en énergie et en eau pour les touristes, pèsent sur les économies nationales et les contraignent à s'endetter.

En plus de ces infrastructures indispensables, les investisseurs étrangers bénéficient de divers avantages comme l'exemption de taxes, les bénéfices des produits hors-taxes... Ces concessions conduisent à de lourdes pertes de revenus. Selon l'UNCTAD (United Nations Conference on Trade And Development), une moyenne de 40 à 50 % des apports du tourisme retournent aux pays émetteurs et aux opérateurs de tourisme du fait de l'importation des produits destinés aux consommateurs eux-mêmes. Les multinationales du tourisme, qui proposent non seulement des produits touristiques, mais aussi le transport, le logement et la nourriture, ont accès aux systèmes de réservation internationaux et s'assurent une position dominante sur le marché par leurs offres de voyages à forfait. Comme on l'a vu précédemment, il en est de même dans les négociations avec les producteurs locaux.

« L'UNCTAD dénonce de telles pratiques, injustes au niveau de la compétition, et se plaint que, souvent, un quart seulement, ou parfois moins, du tarif versé par les clients à la compagnie de voyages pour leurs vacances parvient réellement au pays de destination. Les experts de l'UNCTAD eux-mêmes se demandent si dans certains cas les pays pauvres du Sud n'en viendraient pas à subventionner les vacances des touristes fortunés. » (« Un carton rouge pour le tourisme », DANTE-Rio+10, 2002)

- **La prudence nécessaire face aux chiffres.**

- Le taux de fuite des ressources commerciales varie pour deux raisons : le mode de calcul et l'extraordinaire diversité de situation des PMA. En effet, *« les effets des fuites sur les niveaux de revenus nets liés au tourisme sont [...] contrebalancés par une valeur ajoutée ou un volume plus important »* (D.D. Benavides, 2001) mais aussi par le type de tourisme que le pays de destination cherche à développer : *« Le tourisme destiné aux revenus élevés (de luxe) peut en fait entraîner une fuite accrue dans certains cas en dépit des revenus plus importants qu'il pourra générer, car il fait appel à des biens de haute qualité et à prix élevés. Le tourisme de masse peut comporter un plus gros risque de fuite que le tourisme écologique ou d'aventure parce que ce dernier apprécie et consomme les ressources locales en tant que partie intégrante de l'expérience touristique. »* (idem).

- Le taux de fuite varie aussi en fonction de l'origine de la clientèle : le Mexique, par exemple, connaît une consommation touristique intérieure qui représente 77,5% de la consommation touristique totale (OCDE, 2000), ce qui permet aux entreprises et à l'Etat d'amortir plus facilement les investissements consentis.



Importateur, générateur de tensions inflationnistes et source de déséquilibres socio-économiques voire de conflits, notamment d'origine foncière, avec les populations locales.

Ce constat porté sur le tourisme, même s'il doit être relativisé, devrait pousser les Etats à appliquer fermement des politiques intérieures intégrées favorisant, par des mécanismes multiples, la percolation locale à tous les niveaux : fiscalité locale aménagée, facilitations et offres promotionnelles pour les ré-investissements, recours plus important aux services locaux (systèmes productifs locaux, professionnalisation, promotion de marques locales...), renforcement des politiques et des outils de lutte contre les pratiques anticoncurrentielles, politiques de décentralisation budgétaire en faveur des investisseurs locaux...

En fonction des marges de manoeuvre pratiques et effectives laissées par l'AGCS (nous verrons plus avant cette modalité d'organisation du commerce international), seules des réglementations nationales et/ou locales et des incitations et/ou obligations obligeront, les organismes privés transnationaux, leurs sous-traitants et filiales, à opérer d'une manière responsable dans le domaine environnemental et social, par exemple en créant des marchés locaux du travail et de production. Que ce soit au titre de la lutte contre la pauvreté, du respect des principes du tourisme éthique ou du tourisme durable, ou, pourquoi pas ? sous la pression des consommateurs, le tourisme conventionnel peut – et doit – améliorer son taux de recettes résiduelles.

Ceci passe par une *approche territoriale* du tourisme - un des fils rouges de cette étude - garantie par la formation appropriée de tous les acteurs les plus impliqués et la réhabilitation de la *puissance publique*. Qui devrait veiller, en toute logique, à la redistribution, la péréquation, l'investissement et la valeur ajoutée au plan local. Le contraire de la dynamique d'extra-territorialité d'un tourisme obsédé par ses stratégies de filières, de réseaux et d'intégration.

II. Le tourisme concentré et « extraterritorial ».

« Ainsi, paradoxalement, tandis que les autorités canariennes [Espagne, Canaries] réclament à cor et à cri au gouvernement central qu'il mette un frein à l'immigration, beaucoup de secteurs d'activité de l'archipel s'en accommodent fort bien. Les immigrés refusent de dénoncer une situation qui leur procure des revenus, les entrepreneurs ont besoin de main d'œuvre, les municipalités et les conseils insulaires regardent ailleurs, car, pour promouvoir le tourisme, ils ont besoin d'infrastructures adaptées. »

Tomas Barbulo, « Aux Canaries, huit mille sans-papiers construisent des hôtels », El Pais, Madrid, CI n°505, 6-12 juillet 2000, pages 47-48.)

- **Le tourisme concentrationnaire monopolistique.**

Quelques exemples sont nécessaires pour décrire le caractère massif et ponctuel dans le temps et dans l'espace d'un tourisme non relié à l'aménagement du territoire mais centré autour de ressources particulièrement attractives. Le cas le plus spectaculaire, et le plus probant, est le bassin méditerranéen. Trois exemples l'illustrent :

<p>Turquie.</p> <p>Première région touristique de Turquie en nombre de visiteurs, Antalya et la côte méditerranéenne de la Lycie (sud) font figure d'épouvantail pour les défenseurs de l'environnement qui veulent y freiner le tourisme de masse.</p> <p>Ses 200 kilomètres de bord de mer ont accueilli l'an dernier quelque 3,5 millions de visiteurs, près du tiers des touristes de l'ensemble du pays, et la tendance à la hausse fait craindre pour la préservation de sa biodiversité, de ses nombreux sites antiques et de ses magnifiques paysages. La moitié du rivage lycien faisait partie d'un parc national protégé dont la superficie fut réduite de moitié en 1977 quand le sud d'Antalya fut déclaré zone prioritaire pour le développement touristique.</p> <p>Une croisière au large de Kemer, à 50 km au sud d'Antalya, illustre l'ampleur des ravages d'une industrie qui rapporte au pays quelque 10 milliards de dollars, avec une perspective de 50 milliards en 2020. « <i>Notre but,</i> » explique Emrah Bilge, responsable du programme Lycie au World Wildlife Fund (WWF-Turquie), une organisation de défense de l'environnement, « <i>est d'éviter que ne se multiplient les centres à forte concentration humaine comme Kemer, et d'organiser un tourisme d'échelle plus modeste, conservant le caractère local et respectueux des richesses naturelles et culturelles.</i> »</p> <p>C'est dans cette région, à la fin des années 1970, que le Club Méditerranée français ouvrit son deuxième village de vacances de Turquie. Après, ce fut le tour d'hôtels toujours plus grands, toujours plus hauts et défigurant le front de mer, modelant les plages et transformant la végétation.</p> <p>Conséquence : Kemer a dépassé sa capacité d'accueil maximale, seule une baie de la côte est exempte d'habitations, et la hauteur des hôtels limitée à 24 mètres est bien trop haute pour ne pas nuire à l'environnement", estime Feridun Uyar, un architecte chargé de la planification de la ville de Kemer. Ici, c'est un funiculaire qui chevauche la colline d'un établissement pourtant baptisé « Natureland », là c'est un canyon qui est muré et son débouché sur la mer a été remblayé de pans de falaise pour installer une buvette. Plus loin, c'est une route construite trop près du rivage qui a dû être consolidée par des rochers faisant disparaître le sable.</p> <p>Les exemples de gestion soucieuse de l'environnement existent, mais ils sont insuffisants pour relever le défi du boom touristique.</p> <p>Source : www.tourismexpress.info/article.php?id_article=536</p>
--

Assurer un équilibre des territoires, c'est important : la région est attractive et, si on laisse faire, on aura une « losangelisation » depuis Nîmes jusqu'à Sète. La Région ne s'y résigne pas et cherche à rendre plus attractif l'ensemble du territoire du Languedoc-Roussillon.

[...] Mais le fait est que tout développement comporte des contradictions. On veut développer le littoral mais on veut aussi le préserver. C'est donc un équilibre qu'il faut trouver entre développement d'activités et effets pervers sur le foncier : 30 000 nouveaux habitants par année perturbent l'environnement et le marché, notamment sur la bande littorale et dans les grandes agglomérations. »

Source : A. Laurent, C. de Ravignan & M. Théveniaut, PARI, entretien avec Michel Kotas, Directeur de cabinet du Président de Région Languedoc Roussillon, Directeur Général des Services, 10/08/02, enquête PARI sur Convention Dynamiques solidaires « Construire des références communes ».

- La compétition entre les différentes utilisations du sol, qui entraîne contamination du sol et consommation des ressources, s'accroît dans la région méditerranéenne, en raison notamment de l'extension et de l'augmentation de l'urbanisation et du tourisme. **En effet, la Méditerranée est la région touristique la plus populaire du monde, avec quelque 30% des arrivées internationales, tandis qu'un tiers de sa population est concentrée dans les régions côtières** (AEE, 1999a,b).

- L'imperméabilisation commence à poser problème dans la région méditerranéenne, principalement en raison du développement du tourisme. **En 1985, près de 90% des terres urbanisées se trouvaient le long des côtes de l'Espagne, de la France, de l'Italie, de la Grèce et de l'ex-Yougoslavie.** Selon le Plan bleu, ce pourcentage devrait augmenter au cours des cinquante prochaines années (AEE, 1999b).

Source : Dégradation du sol et développement durable en Europe: ayons les pieds sur terre : un défi pour le XXI siècle. Série sur les problèmes environnementaux n° 16, Agence Européenne pour l'Environnement (AEE), Copenhague 2002, 31 pages

Le tourisme monopolistique, tel le tourisme méditerranéen, est basé sur le principe de la concentration aussi bien spatiale que temporelle. C'est l'exemple type d'un tourisme dont les infrastructures sont localisées dans une fine pellicule qui ignore l'arrière-pays immédiat et dont l'affluence touristique présente un fort caractère saisonnier durant la période estivale, ce qui accroît l'impact sur l'environnement et en affaiblit le modèle économique (d'après G. de Haan, J. Mann & A. M. Reid 2000).

Les résultats ? une contribution très significative au PIB des régions méditerranéennes mais, aussi, pour le WWF (2003), 14 % de côtes déjà bien endommagées, de vastes zones considérées comme perdues - les portions Syrie-embouchure du Nil, Rhône-Espagne, Barcelone-Valence - et des zones à haut risque comme le littoral libyen, turc et la mer Egée.

Construction immobilière non contrôlée le long des côtes, pollution industrielle, agriculture intensive, surpêche, consommation exponentielle d'eau douce, modification du foncier, artificialisation, modification des traits de côtes et de la courammentologie, pollutions... : sur le plan des impacts environnementaux, le solde du tourisme méditerranéen est largement négatif.

- **Le tourisme de cohabitation : industriel et artisanal.**

Plus équilibré mais en voie de massification, se trouve l'Amérique latine dont les atouts, les espaces et la diversité des milieux permettent un tourisme ni totalement massif ni totalement diffus. Un tourisme de *cohabitation* :

Le tourisme est l'un des thèmes les moins étudiés en Amérique latine, ce qui entre en contradiction avec l'importance croissante de cette branche d'activité et son rôle central par rapport au développement de certains pays ou de certaines régions. Après une phase de tourisme d'élite, on est passé à un modèle de tourisme de masse, qui s'apparente, d'une certaine manière, aux modèles mis en place en Europe durant les "Trente Glorieuses". **Le Mexique est le pays qui a le plus développé ce modèle, ce qui lui permet de se trouver en huitième position au niveau mondial pour les flux de visiteurs** (20 millions de visiteurs internationaux).

D'autres pays, en particulier dans la zone des Caraïbes (République Dominicaine, Cuba), progressent rapidement aussi vers le **tourisme de masse**, cependant que certains pays cherchent à exploiter d'autres atouts, dont les parcs naturels, les grands espaces relativement peu peuplés (la Patagonie, l'Amazonie péruvienne, par exemple) ou leur patrimoine architectural ou culturel en général. On assiste par ailleurs au développement de nouveaux espaces touristiques du Sud (parcs naturels du Chili et d'Argentine, développement de la croisière le long du Pacifique Sud...) dont les effets locaux constituent un point de rencontre [dans les] dimensions territoriale et spatiales.

Dans la grande variété des situations nationales et régionales, deux tendances peuvent être mises en évidence: en premier lieu, l'intérêt croissant des décideurs (autorités locales, grands groupes hôteliers, voyagistes, transporteurs...) envers le tourisme, comme source de richesse locale et nationale, mais aussi d'ouverture au monde, en deuxième lieu, la complexité des répercussions des projets touristiques, quel que soit le modèle choisi. Une exploitation pionnière de la ressource touristique exacerbe des problèmes environnementaux et sociaux connus, parce qu'ils ont été déjà mis en évidence dans la zone européenne (Espagne, Italie, domaines insulaires relativement fragiles). Il paraît donc urgent de développer des recherches dans ces domaines.

Source : Christian Girault, champ thématique de recherche n°1, Centre de recherche et de documentation sur l'Amérique latine, janvier 2003. Site www.cuzco.ihéal.univ-paris3.fr/recherche/

- Le *tourisme industriel* est un tourisme de masse qui implique une standardisation de produits construits autour du couple soleil/mer ou soleil/montagne et offerts à une clientèle à la recherche d'un exotisme assurant le dépaysement dans un cadre familial - l'exemple type serait le Club Méditerranée - à des prix les moins élevés possibles. Ce tourisme fait du lieu d'implantation d'une station touristique un support pour des actions dont la rentabilité doit être assurée à court terme.

« *En créant des stations touristiques, nous avons fait comme si le tourisme était le moteur entraînant le développement d'activités complémentaires, alors qu'il en constitue généralement le résultat (Le Roy A., 1993 ; Reboud L., 1992). La faible densité d'activités complémentaires et de population autochtone rendent douteux le jeu des effets d'entraînement et de polarisation contenus dans le modèle des pôles de croissance ; les mécanismes de transmission attendus du pôle touristique ne fonctionnent pas, ou mal et avec des effets pervers. Ainsi, à n'avoir pas perçu assez tôt la spécificité du « produit touristique », son développement n'a pas généré tous les effets dynamiques qu'on était en droit d'escompter.* » (A. le Roy, 1999).

- Le *tourisme artisanal*, au sens où le patrimoine et l'environnement, compris dans la demande touristique, font que les acteurs ne sont plus les seuls professionnels de tourisme, n'est ni un processus interne à une entité internationale ni une intégration d'inputs pour renforcer une mise en marché. Rural ou intégré, ce tourisme a des spécificités qui le font échapper aux mécanismes d'industrialisation en fondant son existence sur un tissu de relations de services. « *Dès lors, pour satisfaire la demande de tourisme rural les prestataires de services touristiques et les clients se retrouvent dans une situation d'interdépendance liant l'adéquation offre/demande d'une part à la qualité et à l'intensité de leurs relations, et d'autre part à l'implication de professionnels extérieurs au secteur touristique au sens strict à l'origine des relations de coopération afin de répondre ensemble à une demande complexe et diversifiée. Sinon on se retrouve face à des situations bien connues de « cathédrale dans le désert », résultant d'investissement dans un segment sans que les autres suivent.* » (A. Le Roy, 1999)

La coexistence de ces deux formes de tourisme ne sera possible, sur la durée, que si les destinations, les activités, les services, les images et les réputations sont suffisamment disjointes pour satisfaire un public plus composite, c'est à dire des clientèles *de niche* de plus en plus exigeantes qui privilégient le calme et

la détente, des activités et de distractions plus nombreuses, une alternative au bronzer idiot et des contacts avec un autre mode de vie ayant sauvegardé des traditions tout en étant capable d'offrir confort et distractions. C'est ce tourisme de relations de service, qui, par nature, pourra répondre à une demande complexe, individuelle, évolutive, et entrer dans le cadre de projets globaux de dynamiques territoriales.

Qu'en pense le secrétaire général de l'OMT ? « *Le tourisme balnéaire traditionnel qui constitue aujourd'hui l'ossature du tourisme mondial ne va ni disparaître, ni même régresser. Simplement, les diverses formes de tourisme actif, d'écotourisme, de tourisme culturel, sportif et de découverte, ou encore de croisières, continueront de connaître un taux de croissance proportionnellement plus élevé que le tourisme "de soleil et de plage". Même si la plupart demeureront des « niches » modestes, elles sont amenées à grignoter progressivement des parts du marché mondial des voyages.* » (interview de F. Frangialli, Le Monde, 17 juillet 2003).

• Le tourisme « hors sol ».

<p>Mexique.</p> <ul style="list-style-type: none">• Un exemple parmi d'autres : une superbe autoroute aux normes nord-américaines a été construite par le gouvernement mexicain sur plus de 300 kilomètres entre Cancun et Chichen Itza avec pratiquement pour seule fonction de permettre des excursions rapides dans la journée depuis la grande station balnéaire des Caraïbes vers le prestigieux site maya. Elle n'a aucune autre utilité. L'investissement qu'elle a nécessité aurait permis l'extension et la rénovation de la totalité du réseau routier de la péninsule du Yucatan, réseau notoirement insuffisant et dont l'état est déplorable. Cette extension et cette rénovation pourtant jugées nécessaires au développement d'une économie régionale en crise n'est maintenant plus envisagée faute de crédits.• Un autre exemple, toujours au Mexique, mais sur la côte Pacifique cette fois. Plusieurs aéroports internationaux ont été construits à grands frais près de nouvelles stations balnéaires afin de permettre l'arrivée de vols directs depuis les principales villes des Etats-Unis. Ils n'ont en rien contribué à sortir les régions environnantes de leur isolement par rapport au reste du pays auquel elles sont reliées par des routes souvent impraticables en saison pluvieuse ! Peut-on, dès lors, considérer que de telles infrastructures lourdes et coûteuses sont utiles au développement local et régional ? Tourisme et tiers-monde, l'exemple de l'Amérique centrale et de la Caraïbe. <p>Source : Propos de Jean-Pierre Beauvais recueillis par Natacha Lillo, « Volcans ». Site www.pauillac.inria.fr</p>
--

Le tourisme « hors sol » se développe sans liens pertinents avec son territoire d'influence. Il est la forme, exportée dans le secteur touristique, des éléphants blancs et des projets de prestige sans utilité et, surtout, sans fonctionnalité. A ce stade, le degré d'extra-territorialité est avancé sans toutefois qu'il soit automatiquement le résultat voulu d'une stratégie d'entreprises ou d'une réelle politique d'aménagement.

• Le tourisme « bocal ».

Le tourisme bocal est la forme autarcique et la plus extra-territoriale du tourisme. A l'opposé du tourisme diffus, intégré ou indiqué (pour les Québécois), les formules « *all inclusive* » (*tout compris*) représentent un tourisme enclavé dont l'accès est réservé aux clients et aux classes locales aisées et dont les matériaux, infrastructures, nourriture et main d'œuvre qualifiée sont majoritairement importés. Les contacts avec la population sont réduits au personnel de maintenance, dont les emplois sont précaires, saisonniers et peu rémunérés. Dans ces formules, 90% du montant total du forfait reviennent aux tours opérateurs qui s'assurent de la gestion directe de l'ensemble des prestations selon F. El Alaoui (1999). On inclura dans cette catégorie les croisières maritimes, formes mobiles et assez élitistes - pour le moment - du tourisme « bocal ».

Le tourisme « bocal » n'est pas seulement la résultante des stratégies de concentration et d'intégration verticale des grands groupes internationaux du tourisme, comme on le verra dans le chapitre suivant. Il est aussi le fruit d'un choix de politique de développement. L'exemple de la palmeraie de Tozeur décortique le processus implacable qui transforme - en bien, en mal - une relation ancestrale de co-évolution homme-nature en une relation de dépendance marchande consommateur-producteur.

Tourisme de masse et développement local : le cas de la palmeraie de Tozeur dans le sud tunisien

© Claude Llana 2002.

Tozeur est une petite ville du sud-est tunisien, située à la frontière algérienne à la limite Nord-Est du Sahara. C'est aussi une des oasis les plus célèbres du monde, irriguée par 200 sources. Elle abrite une splendide palmeraie de plus de 1 000 ha, qui ne compte pas moins de 400 000 arbres. Véritable coin de verdure entouré de dunes (erg) et de désert de pierre (reg).

Depuis des générations, la palmeraie nourrissait la population de la zone. La production maraîchère (salade, blettes, carottes, bananes, dattes...) garantissait l'équilibre alimentaire d'une population sédentarisée. L'organisation agricole centrée sur une utilisation raisonnable de l'eau permettait une production vivrière importante. Depuis le 14^{ième} siècle, le plan d'irrigation d'origine arabe assurait une répartition de l'eau mesurée par le « gadous » ou sablier hydraulique. Chacun avait accès gratuitement à l'eau qui circulait dans toutes les parcelles grâce à un ingénieux réseau d'irrigation. Les conflits inhérents à l'arrosage étaient réglés par un tribunal populaire souverain qui assurait l'équilibre social d'une population autosuffisante sur le plan alimentaire. Tout le monde trouvait sa place dans cette organisation qui assurait au groupe les moyens de sa reproduction.

Or, ce fragile équilibre économique et social basé sur la raison va être fortement remis en question au début des années 90. C'est en effet, la période durant laquelle le gouvernement de Tunis va chercher à se lancer dans une politique d'ouverture accélérée au tourisme international. Il va financer la construction d'un aéroport international à Tozeur pour dégorgier la côte surpeuplée de la Méditerranée. Dans la foulée, sont apparus une douzaine d'hôtels de grand standing (4 ou 5 étoiles) pour attirer des touristes du monde entier vers des séjours clé en main. Tout est garanti par le tour-operator, cela va de la fête berbère le soir avec musiciens folklorisés, jusqu'à la méharée de quelques heures sur des dromadaires prévus à cet effet, en passant par le costume de bédouin pour sacrifier toujours plus au mythe du désert.

Dégagés de toute communication avec la population locale, les visiteurs participent à cet apartheid touristique. Dans une juxtaposition d'un monde schizophrène où les quelques contacts existants entre les visiteurs et la population locale sont d'origine commerciale. Ce qui ne permet à aucun moment aux deux mondes de se comprendre où de partager les mêmes préoccupations. Positionnés officiellement dans un rapport social de consommation, les touristes gros utilisateurs d'eau la consomment sans retenue. Des forages pour l'irrigation des jardins et des pelouses ont été creusés, des canalisations d'eau potable assurent désormais l'approvisionnement des réserves à touristes. En un mot celui qui voyage sans rencontrer l'autre, ne voyage pas, il se déplace... Il emmène avec lui ses représentations du monde et repart avec les mêmes idées renforcées par l'expérience puisqu'il n'a pas su s'enrichir au contact de la culture des peuples autochtones... Du coup, les agriculteurs se sont trouvés en concurrence avec les hôtels pour l'accession à l'eau. Couplé à une fragilisation du régime des pluies et à une montée générale de la moyenne des températures annuelles, la situation des agriculteurs de la palmeraie s'est fortement dégradée. L'eau gérée historiquement de manière raisonnable était ainsi soumise à une gestion rationnelle. Celui qui paie obtient le produit. L'eau qui avait assuré la réputation et la richesse de la palmeraie était devenue un bien comme les autres. Elle est aujourd'hui payante pour l'arrosage de la palmeraie (150 € par hectare par an pour un arrosage hebdomadaire). Bien évidemment, peu d'agriculteurs ont pu subsister.

Les travailleurs de l'oasis ont quitté le travail des champs pour se consacrer aux activités touristiques. Chez les jeunes, l'attraction a été très forte. Quelques travailleurs locaux possèdent ainsi des emplois fixes (CDI) dans les hôtels et les tours-opérateurs de la ville. La grande majorité, plus flexibles encore (CDD ou intérimaires), servent de main d'œuvre d'appoint pour s'ajuster à la demande touristique. Or depuis les événements du 11 septembre 2001, l'activité touristique est en crise. On retrouve donc, cette jeunesse locale dans les lieux publics en train d'attendre les touristes et de se lamenter sur l'absence de visiteurs comme le ferait n'importe quel commerçant établi. Ainsi avec plus de 40 % de chômage, toute la zone se trouve maintenant dépendante de l'offre extérieure.

.../...

.../...

Dépendance alimentaire. Les légumes viennent tous les dimanches pour le marché de l'extérieur de la ville. Ils sont produits dans des lieux à forte productivité, dans des plaines où les équilibres écologiques et sociaux ne sont plus assurés mais où les coûts de production sont inférieurs à ceux de la palmeraie.

Dépendance financière. Face au manque de liquidités, l'activité touristique demeure la seule source de revenus financiers. Or, cette activité est fortement soumise au contexte international. Alimenté par les médias, le mythe du désert connaît, il est vrai, un certain succès, mais malgré les prix attractifs pratiqués ces derniers temps, les tours-opérateurs ne parviennent pas toujours à attirer les visiteurs (effets des événements du 11 septembre 2001).

Dépendance culturelle. La référence devient le modèle occidental. L'attraction du tourisme de masse génère des besoins que la production locale ne peut satisfaire. Les jeunes sont derrière les groupes de touristes des tours-opérateurs comme s'il s'agissait d'une caravane publicitaire. Prêts à vendre leur âme pour obtenir une pièce, un objet ou même une adresse... Premiers éléments du terreau de l'espérance migratoire qu'ils entretiennent comme seule espérance à leur frustration. Ces relations fugitives masquent la qualité de l'accueil musulman.

Ahmed, viel écrivain public de la ville en est le témoin : « **-Cette jeunesse nous désespère, ils ne veulent plus travailler la terre de nos ancêtres, ils préfèrent se pervertir au contact des groupes de touristes, ils cherchent l'argent et pas l'amitié : ce sont deux choses différentes. Le musulman doit accueillir l'étranger et partager avec lui ce qu'il possède de meilleur. - Vous n'essayez pas de leur montrer où sont les valeurs du peuple tunisien ? - Bien sûr, mais ils sont comme fascinés par le monde occidental...** »

De toute manière, la minorité possédante et le capital touristique du Nord ont rapidement mis la main sur cette rente touristique au détriment de la population locale. Pire encore, le tourisme passe comme la seule solution pour le soi-disant développement de la zone. La colonisation des imaginaires est là aussi évidente. Son vecteur principal demeure le mythe du développement et de l'occident. J'ai pu le constater lors d'enquêtes de terrain dont une réalisée avec Béchir (20 ans, assis sur un banc en attendant les touristes) :

« **- Avec le tourisme, il n'y a plus de place pour l'agriculture ici à Tozeur. Le travail que faisaient nos anciens nous, on n'est plus prêts à le faire. On préfère travailler avec les touristes. - Et si les touristes ne viennent pas ? - S'ils ne viennent pas... ! Et bien on attendra qu'ils arrivent ! La situation finira bien par s'améliorer !** »

Cette pollution physique et morale est symbolisée par le recul de la palmeraie au profit du désert. Aujourd'hui, seulement 25 % des terres sont cultivées et de nombreux palmiers meurent faute d'arrosage et d'entretien. Par ailleurs, la palmeraie sert de réceptacle à bouteille plastique d'eau minérale comme résidu matériel et dérisoire de la pollution touristique sur le fragile équilibre écologique et social de la palmeraie de Tozeur.

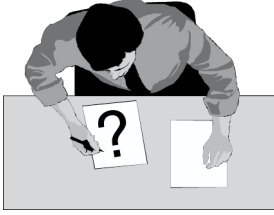
Mais, il y a pire encore... Depuis l'année dernière un chantier pharaonique de construction de golf en plein désert défigure les abords de la palmeraie. Comment faire pousser du gazon avec 50° à l'ombre durant la moitié de l'année ? C'est le pari relevé par ce chantier de terrassement qui va puiser dans la nappe phréatique pour maintenir des plantations de gazon en plein désert. On peut donc penser que le pire est encore à venir... Voilà comment une région jadis autosuffisante au niveau alimentaire, fière de sa culture et de son identité, a laissé à une minorité le soin d'organiser son présent et son avenir. Les projets développementistes tournent le dos à la tradition pour imposer une industrie hôtelière et touristique au service des occidentaux et d'une minorité possédante qui pourront faire du golf sous les palmiers... [...]

En attendant les touristes, et malgré les prétextes fondamentaux de l'islam, cette population déstructurée s'adonne à l'alcool pour oublier qu'elle a vendu son âme et sa palmeraie aux sirènes du tourisme de masse. C'est d'ailleurs dans la palmeraie même, que se regroupent les buveurs, à l'abri des regards, à la fraîcheur de l'ombre des palmiers et peut être aussi de manière symbolique pour honorer ce qui a fait la fierté puis le désenchantement des peuples de la région.

Source : Claude Llana (2002), enseignant-chercheur en sciences sociales, Montpellier. www.actionconsommation.org

« En parlant de la nouvelle génération Mzee me disait : « Les fils à qui nous avons donné naissance sont devenus des hyènes cherchant quelque chose à manger (le profit) à chaque instant ».

Mais à l'inverse, un jour, j'observais Mzee ramasser, tout en psalmodiant une incantation, un peu de terre de son village pour fabriquer une amulette destinée à ses enfants. Celle-ci devait être ensuite bénie par le chef spirituel de la communauté. Je lui demandais alors si ses enfants feraient plus tard la même chose. Sans lever la tête, il me répondit d'une autre question : « Peut-on vivre autrement que la façon dont on a été élevé ? ». » (F. Bouzon)



« Se rendre à Bombay en huit heures d'avion empêche de s'acclimater, surtout si le séjour n'est que de huit jours. La voiture à air conditionné, l'hôtel à air conditionné, le musée à air conditionné, les restaurants à air conditionné, les galeries marchandes à air conditionné, tout est prévu pour effacer les différences climatiques qui existent encore entre votre pays d'origine et le pays visité. Les moments sans air conditionné sont alors vécus comme de véritables hardiesses qui vous conduisent au bord du risque ! », écrit Thierry Paquot en 2001.

La climatisation, tout compte fait, est aussi une forme d'extraterritorialité. L'air touristique, bien intangible et commun, n'a pas besoin d'être soumis aux règles du marché : il est filtré, nettoyé, aménagé, exactement comme le sont les pratiques du tourisme de masse qui réclament des aéroports et des infrastructures lourdes, des parkings pour les autobus, des élargissements de chaussée, des hôtels et des golfs gourmands en eau, paysages et espaces de nature.

Le tourisme massif et concentré, avec des degrés différents, est donc le produit de deux forces très puissantes : des politiques à court terme - et la question des contraintes possibles sur ces politiques se pose - et une course vitale, dans le système dominant, à la productivité maximale - et la question des externalités se pose -.

Les pressions du marché global sont irrésistibles. Ce sera l'objet du chapitre qui suit.

III. L'intégration asphyxie les offres alternatives.

« En revanche, la stratégie d'intégration verticale a réussi à certaines entreprises dont les performances sont indéniables (ex. : Nouvelles Frontières et Fram). Les stratégies de fusions-acquisitions et d'internationalisation ont eu pour conséquences des économies d'échelle, le contrôle de vols charters, un pouvoir de négociation renforcé (hôteliers), le contrôle des tarifs. »

AFEST, Tourisme des années 2010 1ère partie, 8 chapitre III – Montée en puissance de nouvelles stratégies, mise en ligne 2002, site www.afest.org

Le tourisme connaît aujourd'hui une mutation qui voit les agences, voyagistes et TO, évoluer en grosses structures construites sur un mode de concentration verticale pour répondre aux logiques économiques et financières issues d'une concurrence commerciale forte. Ces logiques tirent vers le bas les prestations du secteur en les vidant de leur contenu d'échanges et de rapports interactifs avec les populations d'accueil, en massifiant les fréquentations, en accélérant le rythme des rotations aériennes et en accumulant pollutions et dégradations.

Comment ces processus se produisent-ils ? Et quelles en sont les conséquences ?

• Deux cas d'école : World of TUI et Nouvelles Frontières.

Le tourisme n'est pas une activité comme les autres, comme on l'a vu précédemment. Elle est par nature hétérogène, multi-sectorielle, multi-service, multi-métier et multi-produit.

Mais cette hétérogénéité a aussi comme particularité de s'inscrire dans une chaîne cohérente : transport, hébergement et loisirs, malgré leur spécificité, sont étroitement complémentaires.

Cette spécificité du produit touristique explique, partiellement, le comportement des opérateurs dans un contexte de concurrence frontale. Obligés de coordonner étroitement leurs activités, ces opérateurs supportent des coûts de gestion et de transaction élevés qu'ils cherchent à réduire par des stratégies d'alliances, de fidélisation, d'innovation, de diversification de l'offre, de spécialisation, de différenciation, de croissance interne ou externe.

Mais la stratégie majoritaire est la création d'entreprises de coordination d'activités (comme les Tour Opérateurs) et/ou des opérations d'intégration verticale.

Pour comprendre cette stratégie, mieux vaut examiner, de l'intérieur, le processus. Deux exemples suffiront. Celui de TUI et de Nouvelles Frontières, récemment acheté par...TUI (d'après IREST-Paris I, 2003).

World of TUI (ex-Preussag) : un géant dominateur

Ce groupe allemand (12762 millions d'euros de CA en 2001) compte quatre domaines d'activités principales :

- Tourisme : représente 57 % de son activité ;
- Logistique : 17 % de son activité ;
- Industrie : 25 % de son activité ;
- Distribution : réseau de distribution exclusif avec 175 agences dans le monde.

.../...

.../...

Depuis sa naissance, TUI a modifié sa stratégie initiale. En effet, ce groupe fortement diversifié a changé totalement d'activité en passant des activités industrielles au tourisme. Sa stratégie est fondée sur la maîtrise des produits du tourisme à travers une diversification par intégration verticale que l'on peut qualifier de « multidimensionnelle » en raison du nombre considérable d'acquisitions et de marques détenues en propre par le groupe allemand sur chaque élément de la chaîne de valeur touristique [...]

La détention de nombreux hôtels, agences, marques et avions permet à TUI de réaliser un tourisme de masse et ainsi, de dominer le marché européen et mondial. TUI s'est développé dans le tourisme par croissance interne et externe. C'est uniquement par la cession de ses filiales appartenant à divers secteurs que le conglomérat allemand a pu financer ses acquisitions et avoir la place qu'il occupe actuellement. En 2001, les principales filiales vendues étaient Chaffoteaux et Maury, Baymark Group et Elco-Cuenod.

Les seuls fonds propres obtenus par ces ventes ont permis à TUI d'investir dans le tourisme et de racheter d'autres groupes très importants au niveau européen comme Nouvelles Frontières et Thomson Travel. TUI se développe également par croissance externe car sa stratégie d'acquisition d'opérateurs touristiques « clés » lui permet de croître rapidement et de dominer le marché.

La taille critique atteinte par TUI dans le tourisme (à lui seul, TUI réalise près de 62 % du chiffre d'affaires total des 200 premiers opérateurs touristiques français !) **lui permet d'exercer une très forte pression sur les prix tout en bénéficiant d'un accès privilégié aux stocks.** TUI cherche également à diversifier son offre par diversification marketing. L'acquisition de concurrents européens n'a pas pour seul objectif de dominer le marché mais elle permet également d'élargir le catalogue de séjours, déjà considérable, du géant allemand.

Source : IREST-Paris I, 2003.

Nouvelles Frontières : 1/10 de World of TUI...

Le groupe Nouvelles Frontières (1260 millions d'euros de CA en 2001) compte trois activités principales :

- Hôtellerie : à travers la chaîne hôtelière « Paladien » composée de 23 établissements.
- Transport aérien : la compagnie Corsair absorbe environ 50% des besoins en aérien
- Distribution : réseau de distribution exclusif avec 175 agences dans le monde.

Il faut s'intéresser plus précisément à l'activité voyage (Tour operating) qui constitue le coeur d'activité de Nouvelles Frontières. Nouvelles Frontières a consolidé sa gamme de produits et propose « tous types de voyages » et « tous types de formules ». Ses concurrents directs sont Club Med, Jet Tours, Look Voyages et Fram.

On peut distinguer deux avantages concurrentiels pour Nouvelles Frontières : une très forte notoriété et une bonne image de marque. Depuis sa création, Nouvelles Frontières suit une stratégie de diversification par intégration verticale. Bien que les vols secs représentent 40 % de son chiffre d'affaires, son premier métier est le tour operating. Les activités de Nouvelles Frontières sont devenues complémentaires (l'hôtellerie et l'aérien deviennent des prestations pour le tour operating...).

Depuis son rachat par le numéro un mondial TUI, Nouvelles Frontières recherche une meilleure efficacité de son activité voyage en se recentrant sur les produits les plus attractifs et les plus rémunérateurs, comme le bassin méditerranéen et les Caraïbes. Si les vols secs représentent encore plus de 40 % de son activité, la politique affichée de Nouvelles Frontières est d'augmenter l'activité package, source de valeur ajoutée. Les dirigeants de Nouvelles Frontières (et donc de TUI) sont conscients que le caractère très intégré de Nouvelles Frontières permet de dégager une valeur ajoutée plus forte que ses concurrents sur cette activité.

Une des particularités de Nouvelles Frontières est de combiner ses quatre activités (distribution, tour operating, aérien et hôtellerie) afin que ces dernières soient toujours à 100 % de leur capacité quel que soit le niveau d'activité.

Le groupe externalise ses activités « à la marge ». Ainsi, seules les ressources externes (c'est à dire les contrats passés avec les tiers) que le groupe mobilise sont abandonnées en cas de diminution de l'activité.

L'absorption de Nouvelles Frontières par TUI renforce la stratégie de coûts de Nouvelles Frontières. Elle a permis des économies de plus de 15 millions d'euros par an sur les plus gros postes de dépenses, en particulier l'aérien. Cette stratégie de coûts est favorisée par de forts gains de synergies au sein du groupe allemand. Nouvelles Frontières bénéficie ainsi de l'organisation de TUI en « plateformes » : la plateforme aérienne (88 avions), la plateforme réceptive et la plateforme hébergement (285hôtels). Cette réduction des coûts a permis une diminution de 10 à 30% de ses prix sur les destinations jugées prioritaires pour l'hiver 2002-2003 : Antilles, République Dominicaine, Cuba...

Source : IREST-Paris I, 2003.

World of TUI, Nouvelles Frontières, mais aussi Club Med, Fram, Look Voyages, Voyageurs du Monde, HavasVoyages, Go Voyages, Vacances Carrefour... toutes ces sociétés sont, plus ou moins, dans le même processus d'intégration de deux grandes activités stratégiques : le *tour operating*, qui consiste à assembler les différentes prestations d'un séjour afin d'offrir un produit « packagé » au client final et l'activité *vols secs*. Bien que les volumes d'affaires et les marges de ces deux grandes activités soient distinctes, au moins un point rassemble tous les opérateurs : mieux vendre. C'est aussi dans la promotion et des systèmes de vente que les stratégies de concentration se développent également. On comprend dans ces conditions que la maîtrise du tourisme de masse par les populations locales relève au mieux de l'incantation au pire du cynisme ambiant...

• La distribution des produits est elle aussi dans l'œil du cyclone.

Depuis deux décennies, les compagnies aériennes vendent principalement leurs billets via les agences traditionnelles grâce à des GDS (*Global Distribution System*, type Sabre, Amadeus, Galileo ou Worldspan), outil de mutualisation informatique. Depuis trois ans environ, les compagnies aériennes, fragilisées et engagées elles-aussi dans une spirale à la baisse des prix et donc à la hausse de la traque des coûts, cherchent à contourner les GDS et les agences. L'essor d'internet et les nouvelles technologies leur offrent une alternative séduisante, moins chère en coût unitaire de transaction, et tout aussi efficace. Les sites de vente type Orbitz, Opodo ou Zuji et les agences virtuelles comme Lastminute, Expedia, Degriptour ou Travelcity sont quelques-uns de ces nouveaux canaux de *vente directe*, si prisés par les compagnies *low cost*.

« Le brassage des cartes est à son comble avec l'émergence de conglomérats intégrant producteurs, distributeurs et solutions technologiques. Le cas le plus flagrant est l'américain Cendant, un groupe de franchise hôtelière qui contrôle le loueur Avis, Wizcom, une interface hôtels-GDS, RCI, un des leaders du *time-sharing* et qui marie un réseau d'agences de voyages traditionnelles. » (Un grand quotidien, 8 avril 2002, site www.dimo-gestion.fr).

Ces stratégies sont analogues aux processus d'intégration de l'industrie du tourisme. Face à cette évolution létale pour elles - une spécialité moribonde, une concurrence brutale et des marges laminées -, les agences évoluent vers le *consulting* en devenant conseil en management pour l'achat de prestations de transports, la gestion des frais de voyage et l'intégration des différents systèmes et sources d'information. Dans le jargon du milieu, les agences sont devenues des *Travel Management Companies*.

Enfin, le dernier maillon de la chaîne de distribution, les GDS, investissent dans la technologie et, avec les agences, se sont engagés dans une intégration verticale pour maîtriser le *self-booking*.

• La conquête de parts de marché contre la conquête de parts d'éthique.

Une fois les différentes composantes de la filière intégrées dans un même ensemble où les coûts de gestion et d'approvisionnement sont traqués et les économies d'échelle pratiquées systématiquement, il s'ensuit une position dominante qui place les gros investisseurs en position de traiter d'égal à égal avec les Autorités et de négocier en position de force avec les fournisseurs locaux. Ainsi, la plus grosse agence réceptive du Maroc faisait 76 millions EUR de chiffre d'affaires par an en 1999 (F. El Alaoui, 1999) tandis que Nouvelles Frontières, Club Méditerranée et Selectour Voyages, les poids lourds français du secteur ont réalisé, en 2001, entre 1,889 et 1,220 milliards EUR (Classement annuel 2001 des entreprises françaises, L'Expansion), chiffres un peu supérieurs à leurs performances de 1999.

En prenant l'exemple de l'écotourisme, toujours richement documenté, l'analyse confirme le fait que ses principes - petite échelle, local, diffus - non seulement ne sont pas pris en compte dans les cadres commerciaux mis en place mais qu'ils vont à l'encontre des logiques naturelles d'un marché qui ne sait qu'externaliser ses contraintes au bénéfice de marges âprement disputées. L'analyse de M. Frei (2001) est sans détours :

Les règles du marché concurrentiel v/s la prise en compte des « externalités »

Les bilans des consortiums touristiques internationaux et les processus de concentration dans cette branche suggèrent que la grande entreprise contribue plutôt à une redistribution des pauvres vers les riches. L'espoir toujours exprimé est que l'écotourisme soit plus qu'un simple créneau mais peut-être un modèle pour un développement durable de l'industrie touristique. Pourtant ce vœu paraît osé en raison des conditions cadres financières et commerciales.

Aussi longtemps que les conséquences des accords de libéralisation dans le secteur des services (GATS) sur la nature et la population hôte sont exclues du débat, il y a peu d'espoir de voir pris au sérieux un Écotourisme global et durable.

En effet, la libéralisation des services, qui ne prête aucune attention aux projets d'écotourisme, péjore encore les chances pour les acteurs économiquement défavorisés et vulnérables dans un système de concurrence mondiale. Des projets locaux et auto-déterminés d'écotourisme, qui visent une utilisation durable des ressources et une participation économique et politique la plus large possible, ne disposent souvent pas de l'expérience d'entreprise nécessaire pour générer des revenus considérables. En outre, ils disposent face à la concurrence de grandes entreprises financièrement plus fortes, de mauvaises cartes. [...]

Ainsi le système touristique vise d'abord la réalisation des intérêts économiques particuliers sur les marchés globaux.

En raison de son organisation éclatée, - acteurs les plus divers au niveau local, national et international - le tourisme, comme branche, est enclin à une pensée à court terme et à l'externalisation des frais d'exploitation. En revanche, la protection de l'environnement essaie de produire des intérêts de bien public à long terme. Chaque système comprend (et/ou accepte) des tentatives extérieures d'orientation que si celles-ci correspondent à leur propre logique.

Source : Marianne Frei (2001), « Évaluer l'écotourisme est une nécessité », Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung (Groupe tourisme et développement Bâle).

En fin de compte, les offres alternatives du tourisme sont-elles vraiment asphyxiées ?

Laissons la parole aux acteurs de terrain, en l'occurrence M. Rial, de VOYAGEURS DU MONDE :

« L'afflux de devises est tellement important pour les pays du Sud qu'ils ne vont pas ergoter sur le fait qu'un hôtel aura huit étages ou deux, ou protester lorsqu'un hôtel détourne de l'eau des populations locales pour que ses clients puissent changer de serviettes de toilette.

Ces pratiques sont plus souvent dénoncées qu'auparavant, mais encore trop rarement. Dans ces pays, la clé c'est le business, pas la pompe à eau qui ne génère pas de revenus.

Enfin, je pense que la seule solution est que les opérateurs des pays développés, concurrents entre eux, édictent des règles communes et les respectent. » (C. Baudry & M. Jacquot, Le Monde, 26 juin 2003).



Internet - qui représente actuellement environ 47% de part du chiffre d'affaire total de la distribution des produits touristiques -, les sites *on line*, les service de billetterie à prix discount, les séjours organisés, les produits packagés... sont les nouveaux canaux de vente d'une offre touristique également présente dans la grande distribution.

Le tourisme de masse et sa gestion industrielle sont une réalité qui s'impose à tous les territoires, soumis aux diktats de groupes industriels eux-mêmes contraints par la loi des marchés : coûts de production, rentabilité, marge, consolidation... tout est compacté dans une intégration verticale qui pèse sur les autorités, les prestataires et les producteurs des pays d'accueil.

Que faire ? Le Conseiller du Ministre du tourisme de Cuba, Miguel Alejandro Figueras, note : *"On a assisté au cours des deux dernières années à une accélération des fusions d'organismes touristiques en Europe et à la poursuite de leur mouvement d'intégration verticale avec les compagnies aériennes. Un processus – conscient ou inconscient – amène ces forces à se regrouper face aux très fragiles organismes et institutions qui s'occupent du tourisme dans les pays moins développés. Cuba – comme l'ensemble de la région des Caraïbes – doit prendre des mesures pour minimiser l'effet de la mondialisation et de l'intégration verticale dans le domaine du tourisme."* (M.A. Figueras, 2001).

A côté - ou peut-être à l'origine - de la solution institutionnelle au problème du tourisme rouleau-compresseur se trouve, sans doute, le pouvoir et le vouloir du voyageur, du touriste et du visiteur. Mieux le connaître et relever, dans l'acte de consommation touristique, les points faibles et les handicaps. Telle est l'urgence et la priorité. C'est en les combattant que le tourisme aveugle sera combattu.

IV. Une citoyenneté *en vacance*.

« Sensible aux problèmes d'environnement dans sa sphère locale et individuelle, le touriste l'est moins dès qu'il part à l'étranger »

Josette Silsic, consultante en tourisme, citée dans Terre sauvage (juillet 2002), à propos de l'enquête sur le « comportement du touriste français face à la mondialisation ».

• Pillage, irrespect, acculturation.

C'est sur les thèmes sociétaux et environnementaux que se développent la majorité des critiques sur le tourisme de masse. Ces critiques sont issues de constats : la prostitution infantile, la prostitution des adultes, le travail forcé, les confrontations brutales à d'autres modes de vie, les processus d'acculturation, la folklorisation des populations, les déplacements forcés, les restrictions et interdictions d'accès ou d'usage de certaines ressources, la mendicité et le pillage des biens culturels forment l'essentiel des impacts négatifs *sociaux* et *sociétaux* issus d'un tourisme non maîtrisé, c'est à dire des touristes livrés à eux-mêmes.

Quelques exemples, parmi beaucoup, témoignent de faits navrants :

La mondialisation du pillage des objets d'art et des biens culturels

• **Au Cambodge, le temple d'Angkor, inscrit depuis 1992 au patrimoine de l'humanité, fait actuellement l'objet de pillages par les touristes.** A l'inverse, peu connus et difficiles d'accès mais tout récemment promu par l'UNESCO au titre de patrimoine de l'Humanité, les temples homologues de Vat Phou, au Laos, sont encore préservés du fléau : deux situations similaires qui ne se distinguent que par le niveau de fréquentation touristique.

• Le peuple Torajas dans les Célèbes (Indonésie), les vestiges et objets d'art amérindiens, le patrimoine préhispanique et colonial du Guatemala, les rarissimes statuets nok du Nigeria, les sites archéologiques irakiens (dont le pillage était endémique avant la guerre), les trulli [le « trullo » (trulli au pluriel) est une construction traditionnelle en pierre sèche avec un toit conique des paysans des Pouilles en Italie.] des Pouilles en Italie, les tissages traditionnels du Bhoutan etc. : au Nord comme au Sud, le vol, le trafic ou l'achat à des propriétaires naïfs enrichissent des collections personnelles et parfois très officielles.

Source : d'après le dossier « Objets d'art, le pillage continue » (2001), Courrier International n°574 du 31 Octobre au 7 Novembre 2001.

Irrespect culturel

Un autre effet pervers du tourisme réside dans le choc que constitue le contact des touristes riches avec les populations locales des pays en développement. Ce choc est d'abord culturel : **en Inde ou au Népal, le manque d'égard des touristes visitant les temples ou les monastères est vécu comme un viol des espaces sacrés.** Sous la pression des opérateurs de tourisme, les cultures locales se corrompent en folklore commercial, les rites ancestraux sont pervertis pour permettre aux touristes de photographier des « coutumes locales » promises sur catalogue.

Source : B. Dehais, « Un tourisme inéquitable », dossier « Les dégâts du tourisme », Alternatives Economiques, n°194, juillet-août 2001

L'effraction des tombeaux Sakalava à Madagascar

Le pillage des remarquables sculptures en bois ornant les tombeaux des villages Sakalava de la région de Morondava représente le plus grave impact socio-culturel lié au tourisme.

En effet, à l'instigation de visiteurs ou par vénalité, des pillages répétés ont conduit à la dégradation complète de la plupart des tombeaux des environs de l'aéroport et de ceux de Marovoay. De telles actions amènent les villageois à se méfier des étrangers qui viennent les visiter.

Certains interdits traditionnels respectés par les Sakalava font que la lutte contre les pillages a été rendue difficile : d'une part les habitants ne vont en ces endroits que pour les funérailles, et d'autre part il semble que les vieux tombeaux qui tombent naturellement en ruine n'ont pas le droit d'être restaurés. De plus, les tombes se trouvent souvent loin des villages et la force publique en sous-effectif n'est pas en mesure d'en assurer la surveillance.

Un phénomène aggravant est que les autres ethnies des divers quartiers des villages ne respectent pas nécessairement les lieux sacrés des Sakalava et peuvent ne pas ressentir de scrupules particuliers à piller leurs tombeaux.

Plusieurs témoignages de guides convergent pour situer la responsabilité des exactions commises au niveau de « certains » guides qui auraient « des responsabilités »...

Du côté de la demande, il semble que des habitants de Morondava exportent les sculptures vers des collectionneurs occidentaux.

Les vols, ainsi que l'interdiction de rénover un tombeau, amènent les villageois à abandonner les sculptures en bois pour construire de nouveaux tombeaux en béton. Des éléments de l'art local se perdent ainsi et les ancêtres sont bafoués.

Source : Alain Laurent, « Elaboration d'une politique de développement touristique compatible avec l'environnement (DTCE). Phase 1 : diagnostic », ONE/AMON Tourisme & Développement, 1994, 198 pages.

« D'autre part, nous nous heurtons parfois à l'incompréhension, voire l'hostilité de certains visiteurs, qu'ils soient touristes ou bénévoles (touristes solidaires ?) généralement par manque d'information et d'expérience des réalités du Sud.

Nous avons expérimenté à maintes reprises le décalage entre le comportement d' « enfant gâté » et le discours lénifiant du touriste-lambda, plein de bonne volonté tant qu'on ne le remet pas vraiment en question sur certaines pratiques incompatibles avec la durabilité et l'équité, notamment en ce qui concerne l'alimentation, sujet tabou !

Nous envisageons, en partenariat avec une association d'accueil en milieu rural, de proposer en Ardèche dès cet automne, des sessions de préparation au départ dans les pays du Sud et de l'Est. » (M.D. Mendez, 2002).

• L'exploitation des adultes... et de leurs enfants.

Terrifiant : Tourism Concern cite une étude réalisée au Sri Lanka, qui montre que sur cent enfants d'une école, quatre-vingt six avaient déjà eu une expérience sexuelle à douze ou treize ans avec un touriste étranger. (B. Dehais, 2001).

Deux témoignages témoignent de l'ampleur et de la réalité d'un phénomène en forte croissance dont la pauvreté est la racine principale.

Impact humain et sociologique du tourisme : le développement du tourisme sexuel impliquant des enfants

© Hélène FEVRE – T2D2

Le tourisme sexuel se développe sur tous les continents principalement dans les pays les plus pauvres. Les arrivées massives de ces touristes particuliers ont de nombreuses conséquences néfastes sur les populations qui les accueillent. L'une d'entre elles est le développement du tourisme sexuel et en particulier celui impliquant des enfants. Il consiste, pour un touriste, à avoir, durant son voyage, des relations sexuelles avec des enfants contre une rémunération. En plus du tourisme de masse celui d'aventure est dangereux et propice au développement du tourisme sexuel. Cette forme de voyage privilégie les régions reculées des destinations touristiques, la rencontre avec les populations locales et favorise leur acculturation. Encore peu touchées par le tourisme de masse, ces personnes sont moins méfiantes et moins préparées à l'arrivée d'étrangers. Ces derniers sont considérés comme riches et accueillis comme des personnalités importantes. Il est donc très facile pour les touristes sexuels de profiter de cette naïveté pour abuser sexuellement des enfants.

Très répandue et particulièrement en Asie du Sud-Est, cette activité est pratiqu  e par des touristes qui partent en voyage dans le seul but d'abuser des enfants ou par des voyageurs qui profitent de l'opportunité pour s'adonner à la pédophilie. Vulnérables et innocents, ces enfants-victimes sont contraints par un proxénète, un membre de leur famille ou simplement pour survivre. Dans tous les cas, le tourisme sexuel a de graves conséquences pour les enfants. Non seulement ils sont soumis à des violences physiques et psychologiques, mais sont aussi exposés aux maladies sexuellement transmissibles.

Présentation du tourisme sexuel

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit « *le tourisme sexuel comme un voyage organisé dans un but touristique ou autre, mais qui utilise les infrastructures et les réseaux touristiques, et dont l'objectif principal d'avoir des relations sexuelles rémunérées avec les résidents de la destination.* ». La Déclaration et le Plan d'Action du Congrès Mondial contre l'exploitation sexuelle des enfants (Stockholm, 1996) présentent l'exploitation à des fins commerciales comme « *  tant une violation fondamentale des droits des enfants. Elle comprend l'abus sexuel par l'adulte et une rétribution en nature ou en espèces versée à l'enfant ou à une ou plusieurs tierces personnes. L'enfant y est traité comme un objet sexuel et comme un objet commercial. L'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales constitue une forme de coercition et de violence exercée contre des enfants, et équivaut à un travail forcé et à une forme contemporaine d'esclavage.* »

Les différentes associations de lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants s'accordent pour dire que la prostitution infantile est difficilement quantifiable, tout comme le tourisme sexuel qui demeure largement clandestin. De même, il est difficile de déterminer avec précision la prostitution destinée aux touristes et celle locale. Cependant, quel que soit le client, l'UNICEF estime, par exemple, que plus de 6 millions d'enfants seraient concernés par ce trafic. La table ronde sur le tourisme sexuel impliquant des enfants, qui a eu lieu le 6 décembre 1996 à Vancouver au Canada estimait déjà, que la prostitution juvénile touchait plus d'un million d'enfants en Asie, soit entre 200 000 et 500 000 enfants, filles et garçons, en Chine et entre 200 000 et 250 000 en Thaïlande, soit un tiers des prostitués tha  is.

Les différentes formes de tourisme sexuel

•

Nous trouvons, partout dans le monde, une forme de prostitution dite « classique ». Elle se développe dans toutes les grandes villes où les touristes sont nombreux et réguliers. Les rencontres ont lieu dans des endroits spécifiques, comme des bars, des restaurants, salons de massage et autres lieux animés. Chaque grande ville, ou haut lieu touristique possède son « quartier chaud » où les touristes viennent chercher des enfants pour pratiquer le commerce du sexe. Ces endroits sont clairement définis, par les locaux, les autorités et les ONG, comme zones de prostitution. La relation entre le client et le ou la prostitué(e) est particulièrement explicite

• Une autre forme de tourisme sexuel consiste à se faire accompagner par des « petites copines » ou « petits copains » rencontrés lors de l'arrivée. Même si elle paraît être légitime et acceptable, elle n'en est pas moins néfaste et d  structurante pour la société concernée. Même si les services proposés au client ne sont pas toujours sexuels, ils n'en restent pas moins contre nature et rémunérés par de l'argent ou des cadeaux.

.../...

.../...

- La dernière forme de prostitution, qui est sans doute la pire, est considérée comme organisée et, donc, plus clandestine. Il s'agit des voyages sexuels vendus, depuis l'Europe ou d'autres pays occidentaux, sous forme de « package » ou forfait qui comprend le vol, l'hôtel, la visite guidée des structures spécialisées et/ou l'organisation et l'assurance d'avoir jeunes enfants à sa disposition. La production et la vente de ce genre de produits touristiques montrent l'importance de la place des intermédiaires dans les pays émetteurs et récepteurs de touristes. Ces formes de prestations alimentent, par la suite, les réseaux classiques de prostitution, car les enfants fournis aux clients sont très souvent vierges et, une fois dépucelés, perdent toute valeur marchande et sont contraints de se prostituer dans les quartiers chauds de la ville.

La situation économique des clients

Même si une majorité des voyageurs pratiquant le tourisme sexuel sont des hommes, il ne faut pas négliger la place des femmes. En effet, nous commençons à parler « des femmes exploitant sexuellement des enfants » dans les années 70. A cette époque, ce phénomène a été essentiellement observé dans les Caraïbes où des femmes célibataires et originaires d'Amérique du Nord se rendaient pour avoir des relations avec de jeunes garçons. Depuis, l'Asie attire de nombreuses touristes occidentales qui pratiquent le tourisme sexuel, que ce soit de manière individuelle ou en couple.

Le client possède, souvent, un statut économique favorisé par rapport à celui de la majorité de la population des pays visités. Ainsi, parmi les clients du commerce sexuel, nous pouvons trouver des individus aisés mais aussi d'autres beaucoup plus modestes. La supériorité économique apporte chez certains d'entre eux un sentiment de supériorité et donc un droit et une main mise sur autrui. De même, les abuseurs ne font pas partie d'une catégorie socio-professionnelle spécifique. Cependant, des études ont montré qu'un certain nombre de pédophiles privilégiait les emplois ou un cadre de vie proches d'enfants (enseignant, famille élargie, éducateur...).

La majorité de ces individus ne considèrent pas leurs actes mauvais ni répréhensibles, et s'inventent de nombreuses excuses pour limiter l'importance de ces faits. Certains légitiment leurs méfaits par la différence culturelle et par les coutumes et traditions. Ils mettent en avant l'accueil « chaleureux » des populations locales, la populaire liberté sexuelle de certains pays, mais aussi les jeunes filles qui sont plus précoces que dans la culture occidentale. De même, le fait que les enfants fassent, parfois, le premier pas ou qu'ils pratiquent le commerce du sexe depuis longtemps, reflètent pour eux un choix libre et consentant à se prostituer.

Distinction entre différent type de clients

Il est important de distinguer les clients qui s'adonne occasionnellement et/ou selon certaines circonstances, de ceux considérés comme pédophiles confirmés et réguliers. Les premiers peuvent venir dans le but d'avoir des relations avec des prostitués ou même dans un contexte autre que celui du commerce du sexe (tourisme d'affaire, tourisme de loisirs etc...). Ainsi, à l'origine, ils ne cherchent pas à avoir, précisément, des partenaires mineurs ou pubères.

Quant aux autres, c'est à dire les pédophiles confirmés et réguliers, ce sont des clients qui recherchent, uniquement, des prostitués mineurs ou pubères. Les psychiatres considèrent leur goût pour des partenaires sexuels immatures et sans défenses comme la manifestation d'un désordre de la personnalité (« hébéphilie », adulte attiré par des adolescents, contrairement aux pédophiles attirés par les enfants). Ils sont peut-être moins nombreux, mais peuvent abuser un plus grand nombre d'enfants. Certains partent à l'étranger, uniquement, dans cette perspective.

Il est très important de faire la distinction entre ces deux catégories d'individus. En effet, les clients « occasionnels » peuvent être sensibilisés, voir effrayés par les campagnes de lutte contre l'exploitation des enfants, tandis que les « réguliers » continueront leurs pratiques, et ce quels que soient les obstacles.

Conclusion

Le tourisme sexuel est une conséquence directe du développement touristique dans le monde. De plus en plus de destinations, jusqu'alors épargnées, sont envahies par des touristes. Parmi ces individus, certains loin de leurs habitudes et en décalage avec leur vie quotidienne se permettent d'abuser d'enfants en toute impunité. En tant que ressortissants de « pays riches », il est important de remettre en question notre rôle de touriste mais aussi et surtout celui de consommateur. Il est primordial de rappeler à la société civile que l'on ne peut pas tout acheter. L'être humain n'est pas une marchandise et personne ne doit profiter de l'innocence des enfants pour en faire des esclaves du sexe. L'invocation des coutumes et traditions d'un autre pays ne peut en aucun cas légitimer la pratique du tourisme sexuel.

Document inédit – Hélène Fèvre, août 2003.

« *Le nouveau bordel des touristes suisses* » : illustrant tristement le texte d'Hélène Fèvre, Cuba est le plus récent des exemples d'une explosion du tourisme sexuel, dans un pays où les Cubaines ne se prostituent pas par nécessité mais parce qu'elles « *aiment faire l'amour* » selon Fidel Castro... Les mythes se construisent avec des complications inédites !

Le nouveau bordel des touristes suisses

[Extraits]

Le 747 se pose sur la piste de l'aéroport international José-Martí de La Havane. Un vent léger souffle sur la capitale, mais la chaleur y est exténuante. Bienvenue à Cuba la dépravée, l'eldorado du plaisir. Après la Thaïlande et le Brésil, voici la nouvelle destination la plus prisée du tourisme sexuel. Près de 25 000 Suisses y sont attendus rien que cette année, contre quelques milliers il y a six ans à peine. Rangés les vieux idéaux du passé, désormais Cuba s'encanaille. Ici on danse, on boit, on fume, on chante et on parle et on parle encore jusqu'au bout de la nuit. « *Que Cuba s'ouvre au monde et le monde à Cuba* »: le célèbre appel lancé par Jean Paul II lors de sa visite sur l'île en 1997 se réalise aujourd'hui de manière perverse. Le tourisme est devenu la clé de voûte de la survie économique et les *turipepes* (les porno-touristes) y sont devenus les rois. Le commandante, Fidel Castro lui-même, n'expliquait-il pas naguère que les Cubaines ne se prostituaient pas par nécessité mais parce qu'elles « *aimaient faire l'amour* », notant au passage que ces filles de joie étaient sans doute les mieux éduquées et les plus saines de la planète?

[...]

Ce soir, la nuit est fraîche. Elle dit avoir 17 ans, mais en paraît nettement moins. Elle raconte travailler ici depuis plusieurs mois, toujours avec des étrangers solitaires. La nuit se négocie à 20 dollars, plus 10 dollars pour la chambre. A dix mètres à peine, un policier ne bronche pas. Soudoyé comme tous les autres, il touche son dû chaque fois que l'affaire se conclut. « *Pssst, pssst* »: le racolage du client est presque ici un cri de désespoir. Les sourires sont forcés, les yeux fatigués. On est bien loin de l'imagerie véhiculée par Fidel et son régime.

[...]

Un Allemand bedonnant ivre mort s'éclipse en titubant avec deux jeunes Cubaines : vu l'état du gringo, elles seront bientôt de retour. Ce qui se vérifie quarante-cinq minutes plus tard. « *Il s'est endormi dès qu'il s'est couché sur le lit, on a gagné 200 dollars sans rien faire* », racontent-elles ensuite, hilares, accoudées au bar en recommençant la chasse. C'est que, à La Havane, comme le résume un Cubain, « *tout est possible, tout est permis, à condition surtout de ne jamais aller trop loin et de ne pas trop s'exhiber* ».

[...]

A l'ambassade de Suisse, on a fini par prendre les choses avec fatalité et un petit sourire entendu. Certes, le phénomène s'amplifie, mais son rôle n'est pas de distribuer des brevets de morale, simplement des visas dans le cadre légal qui lui est assigné par Berne.

[...]

Et les demandes concernent autant les Cubaines que les Cubains. Le système fonctionne dans les deux sens. « *Les Suisses autant que les Suissesses aiment Cuba* », ironise Magrit Letsch, la première secrétaire de l'ambassade.

Source : Arnaud Bédât, 2001.

Ces instantanés cubains amènent à penser, devant l'ampleur des intérêts souterrains que l'on imagine, à Cuba et ailleurs, que l'application de mesures visant à criminaliser et sanctionner les comportements condamnables moralement, éthiquement, socialement et juridiquement sera difficile : la répression ne peut s'opérer sans une coopération réelle des polices et des tribunaux des pays d'accueil.

Il faut donc envisager aussi d'autres voies, depuis l'éducation à la citoyenneté en milieu scolaire aux campagnes de presse grand public, avec la publicité qui convient sur les condamnations de gourmands pris les doigts dans le bocal, en passant par la collaboration active des professionnels du tourisme.

• Les causes ?

Comme précédemment, laissons la parole aux acteurs :

« *Le poids du consommateur dans le sens éthique sera un jour important, mais il ne l'est pas actuellement.* » (M. Rial, interviewé dans Le Monde du 26 juin 2003).

« *Lorsqu'un touriste est loin de chez lui il se retrouve dans un climat d'anonymat qui le dégage des contraintes habituelles qui déterminent le comportement dans son pays d'origine. Ainsi un homme qui n'aurait jamais envisagé de se rendre dans un bordel dans sa ville de résidence pourra très bien le faire dans un pays étranger où il y a peu de chances d'être reconnu. Ce phénomène a pu être observé dans de nombreux pays. Selon un proverbe japonais « le voyageur ne connaît point de honte ». Ce qui correspond à un dicton connu dans certaines régions d'Europe: « Plus je m'éloigne de chez moi et plus j'oublie la morale »* ». (document ECPAT, « Tourisme et Prostitution des Enfants »).

Au-delà des comportements criminels et condamnables, n'est-ce pas, aussi, en termes d'ouverture d'esprit, d'écoute, de patience et, aussi, d'humilité que se pose - plus exactement *pourrait* se poser - la question du voyage ? Question de ... *respect* ?

Tenter de répondre à la question, *dans quelles directions faut-il aller pour changer les choses?*, nécessite de comprendre *d'où l'on vient*.

Le Prof. L. Gaido (1999), donne quelques points de repères :

Les pratiques touristiques des années 90 quelles soient actives ou passives répondent le plus souvent aux concepts de détente, de jeu, de plaisir, de relation, de rencontre. Tout en conservant ceux plus classiques d'exploration et de découverte, mais avec des modalités précises tel que la sécurité qui devient un composant des produits dont le vécu est presque pathologique. On recherche et on souhaite "l'aventure sans risques" comme récitait il y a quelques années une publicité d'un loueur de bateau à voile.

Le quotidien nous apparaît souvent comme limitant et ennuyeux ce qui explique que les aspects ludiques et la pluralité des styles de vie portent à deux clusters de modalités de comportements.

La « contamination » des lieux et des pratiques qui permet une forte personnalisation ou une forte démarcation grâce à l'effet combinatoire qui peut aller à l'infini.

La consommation se doit d'être « easy » et « fast ». D'un côté la recherche de forme quasi hyper-réelle: par exemple l'authentique que l'on veut consommer sans le vivre. De l'autre le parc d'attraction où tout ce qui n'est pas finalisé au ludique et à l'amusement est éliminé car c'est une perte de temps.

En toile de fond nous avons constamment les thèmes de l'alternative au quotidien.

- **La liberté d'être et de faire sans limites**, sinon celles du caprice ou de l'imagination.
- **Le besoin de se régénérer grâce aux vacances et de se ressourcer par le contact avec la nature** qui ramènent tous deux aux sentiments de bien-être et de santé.
- **Le temps qu'il faut employer au mieux**, c'est à dire sans en perdre ou en ayant une gamme de possibilités qui doivent d'être infinies comme dans les jeux vidéo.

Tout cela crée des comportements que les destinations touristiques constatent chaque jour et parfois même subissent.

Source : L. Gaido, 1999.



Plus loin dans ce document sera abordée la question de l'état de l'opinion sur l'alternative *éthique, responsable, citoyenne, humaniste...* proposée par la niche *solidaire, durable et équitable* du tourisme.

Toujours est-il que le comportement basique du touriste lambda ne peut qu'interpeler et inquiéter. Est-ce de ces "*flopées de photographes amateurs qui s'alignent le long des sites et mitraillent à cadence régulière*", comme le dit G. Clastres (2003), que viendra, en fin de compte, le sursaut décisif qui fera plier le marché, les virus, les attentats, la corruption, le pillage des biens culturels, la prostitution infantine, les bas salaires, l'arrosage des terrains de golf et les gaz à effets de serre des charters ?

Sans doute pas. Mais y a-t-il une alternative ?

"Transformer en « friches touristiques » les innombrables camps de vacances et autres stations balnéaires en attendant d'imaginer un autre usage ?

Prohiber le tourisme de masse et ne tolérer que l'escapade élitiste ? Imposer l'obtention d'un permis-de-se-conduire-comme-touriste-équitable avec une police internationale du tourisme, des points en moins pour chaque infraction au code et, pourquoi pas, des travaux d'utilité voyageuse en cas de faute grave ?"

Même si, comme T. Paquot, certains ronchonnent, la liberté de chacun finit là où commence celle des autres.

La guerre touristique est en cours : elle touche et touchera chacun d'entre nous à un moment ou à un autre. Sous la forme marchande du voyage et du loisir, elle est affaire de consommation et, à ce titre, génère des conflits d'usage et d'options à propos des ressources naturelles, des cultures, des modes de vie, des objets, de l'*intangibile*...

Il faut, pour aller plus loin, examiner le plus en amont de ces conflits : l'accès et l'usage de la terre et de ses ressources.

V. Le foncier et l'environnement sous pression.

« La ruée touristique commence à faire sentir ses effets sur les collines. Les maires jurent vouloir protéger l'environnement, les paysages et les traditions, mais le kitsch et le tape-à-l'œil triomphent à mesure qu'ils distribuent les permis de construire. Les viticulteurs eux-mêmes s'enorgueillissent de leurs nouvelles caves, plus affreuses les unes que les autres. Au point que l'on peut se demander si les gens des Langhes [Italie, Piémont] ont sincèrement envie de préserver leur territoire. »

Gianluca Favetto, Diario della settimana, Milano, CI n° 512, 24-30 août 2000

Cet aspect du tourisme industriel est le plus documenté car, pour partie, il ne peut échapper à l'observation directe tout en bénéficiant de plusieurs décennies de sensibilisation dans les pays occidentaux. La première des conséquences défavorables du tourisme non maîtrisé est un risque de forte dégradation des milieux naturels, du cadre de vie et des patrimoines culturels et sociaux dans les PED récepteurs. Les phénomènes de surexploitation découlant d'une forte concentration des flux touristiques sur quelques destinations engendrent des problèmes d'habitat de mauvaise qualité, de difficultés de circulation, d'environnement saccagé, notamment les plages et les zones littorales, de nuisances sonores et de pollution générale de l'environnement naturel. Et même lorsqu'ils reçoivent peu de touristes, les PED ne sont pas épargnés par ces nuisances qui peuvent mener à un rejet du tourisme avant même que celui-ci ne devienne un secteur significatif du développement.

Les risques pour l'environnement naturel peuvent être examinés sous trois angles : celui des services et produits eux-mêmes, celui des échelles et celui de la structure des activités.

- *La nature des produits touristiques* : une route touristique en forêt ou en milieu montagnard fragile, un complexe de vacances dans un site côtier à récifs coralliens, des aménagements côtiers (ports) modifiant la courammentologie, les perturbations et les blessures occasionnées par les hélices d'embarcations, les destructions par ancrages répétés, les dérangements de faune lors d'observations naturalistes, les circuits de capture et de vente de produits de la biodiversité (coquillages, papillons...) sont quelques-uns des effets néfastes plus ou moins durables, intenses et répétés, des produits touristiques sur les biotopes.

- *Les effets d'échelle* : les transports routiers, aériens et maritimes, le secteur du bâtiment, les activités portuaires et les marinas ont des impacts en proportion de leur volume spatial et temporel sur des ressources rares ou fragiles comme l'eau douce, les sables, l'énergie fossile, le bois combustible. Mais ils engendrent aussi des déséquilibres létaux aux milieux naturels fragiles telles que les forêts pluviales, les zones humides, les mangroves, les récifs coralliens et les herbiers sous-marins. Sans oublier les phénomènes de pollutions solides ou liquides et les répercussions sur la qualité des milieux de vie : air (CO²), eaux côtières, eaux continentales de surface ou de profondeur, sols et sous-sols.

- *La structure des activités* : à chaque phase du cycle de vie du multi-produit tourisme, les impacts sur l'environnement naturel et humain varient dans l'espace et dans le temps. Pour ne parler que des transports, dont le tourisme d'agrément constitue 56% à 82% des déplacements selon les régions du monde (S. Meyer, 2001), les effets se mesurent en termes de forte consommation d'énergie non-renouvelable, de faible efficacité énergétique, de contribution, pour les véhicules routiers et les avions, à hauteur de 85% de la totalité des émissions de CO² (12% pour le seul secteur des « excursionnistes »), de la majorité des émissions de NOx, de la principale source de COV non méthaniques et de formation de nuages en haute altitude dont l'effet sur le climat est avéré (étude réalisée lors de la période de non survol du continent nord-américain après les attentats du 11 septembre 2001).

- **Plus ou moins d'impacts selon la vulnérabilité et la capacité de charge des milieux.**

Les effets du tourisme sur l'environnement - impacts, pressions - renvoient à la saisonnalité, à la répartition des activités touristiques et à leur nature. Ils sont assez difficilement dissociables de l'impact de l'ensemble des activités sur un territoire. De plus, ils découlent pour une grande part de la *capacité écologique d'accueil* ou *capacité de charge*, de la *vulnérabilité des milieux* (par exemple une zone humide ou un peuplement végétal spécifique) et de la *nature des pressions* dues aux activités touristiques.

- *Capacité de charge* : le tourisme est un *multiproduit* qui concerne plusieurs aspects de l'environnement, chacun d'eux générant des impacts différents, graduels (ne se manifestant pas entièrement dans l'immédiat et directement) et affectant diverses composantes des écosystèmes en proportions variables. La capacité de charge, fondée sur l'analyse d'une valeur unique, est une méthode pour l'évaluation de ces impacts. Une autre, plus pertinente, considérera les moindres perturbations des différentes composantes de l'environnement pour chaque type et niveau d'utilisation.

- *Vulnérabilité des milieux* : une approche complémentaire, plus adaptée au caractère multi-dimensionnel du tourisme, est celle de la sensibilité ou vulnérabilité des milieux. Elle se réfère à une série d'indicateurs de base pour des applications de type général et des indicateurs spécifiques applicables à des écosystèmes particuliers. L'OMT en a proposé une harmonisation au plan mondial.

- *Nature des pressions* : le PNUE a publié sur cette question de bonnes synthèses, d'où est tiré l'essentiel du texte qui suit.

- **« Se mettre au balcon et admirer le mont Batukaru ».**

Pour bien situer les effets réels et puissants des différentes formes de tourisme, un exemple concret :

Puri Lumbung : se mettre au balcon et admirer le mont Batukaru

Amoureux de la rando tendance écolo ? Les petites maisons sur pilotis de Puri Lumbung, près de Munduk, sont faites pour vous ! Nichées au cœur d'un jardin luxuriant, elles sont le point de départ idéal pour découvrir cette région du centre de l'île où se développe un tourisme respectueux de l'environnement. Les tuiles traditionnelles ont remplacé le chaume sur le toit des bungalows, mais on y dort toujours dans des lits de bambou. Les repas sont préparés avec les produits du village et servis au restaurant qui surplombe une vaste forêt de girofliers.

Source : « Bali. Chambres avec vue », Voici, n°821, 4 au 14 août 2003.

Imaginons. Pour que ce magnifique hébergement naturel balinais existe, il a fallu au moins une piste, des travaux de terrassement, l'aménagement de clairières, l'élagage des arbres, la construction de bâtiments techniques, le forage d'un puits ou une tranchée d'adduction d'eau et la pose de conduites, la pose de lignes téléphoniques et/ou électriques, le logement éventuel sur place de certains employés, le creusement d'une fosse et d'un collecteur d'eaux usées (dans le meilleur des cas une mini-station d'épuration), l'utilisation de bois et autres matériaux d'origine végétale... tout un cortège d'impacts directs et indirects qui font d'un hébergement pour touristes exigeants un véritable village moderne.

Derrière l'image polychrome, il y a presque toujours une réalité tenace et moins glorieuse.

Une réalité qui commence à faire son chemin dans les consciences : 39% des visiteurs du site www.abm.fr pensent que le développement du tourisme dans le tiers-monde a un effet négatif, 34% positif et 27% équilibré... (site www.abm.fr, consultation 2003).

• 100 000 balcons... Quid de la nature, des pollutions, des impacts physiques ?

S'attacher à sérier les questions relatives aux effets du tourisme sur les ressources naturelles amène à considérer trois champs d'investigation : les *ressources naturelles*, les *pollutions* et les *impacts physiques*.

LES RESSOURCES NATURELLES

L'eau douce est la ressource la plus critique. Elle est consommée en abondance par les hôtels pour les piscines, les terrains de golf et l'usage des clients. La consommation peut monter jusqu'à quatre cent quarante litres par jour dans les régions méditerranéennes, le double de la consommation des citoyens espagnols.

En plus des sites d'exploitation de ressources locales, le tourisme exerce une forte pression sur les minéraux, les carburants fossiles, les sols fertiles, les forêts, les zones humides, la faune sauvage en général et les paysages. La déforestation résulte de la collecte de bois de feu et l'éclaircissement de certains massifs (voir la consommation d'un trekkeur au Népal).

Selon le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), les trois quarts des dunes de sable de la côte méditerranéenne ont disparu en raison de l'urbanisation touristique. La même source indique que le tourisme engendre aussi des tonnes de débris (un seul bateau de croisière rejette 7 000 tonnes de déchets solides chaque année).

Source : B. Dehais, 2001.

Un green de golf en Thaïlande consomme une tonne et demi de fertilisants et de pesticides par an et autant d'eau que 60 000 habitants locaux.

Source : Sauveur Fernandez, 2000.

Dans un hôtel de luxe avec terrain de golf, le cubage d'eau utilisé pour un seul client est l'équivalent de 16 fois le volume utilisé par un paysan pour cultiver son champ et nourrir sa famille.

Source : Philippine Human Rights Information Center.

Au Népal, en dépit de la réglementation, les déchets jonchent les pistes de trekking. Chaque trekkeur consomme en moyenne 4 à 5 kilos de bois de chauffage par jour et l'activité de chaque lodge d'étape implique l'abattage d'un hectare de forêt chaque année, alors que le Népal manque déjà de bois et que l'érosion des sols provoque glissements de terrain et inondations.

Source : B. Dehais, 2001.

LES POLLUTIONS

On considère que le tourisme émet les mêmes types de pollution que n'importe quelle autre industrie : pollution de l'air, bruit, déchets solides et liquides, rejets d'eaux usées, produits pétroliers et résidus chimiques et pollution visuelle ou architecturale.

• Les *transports* par route, air ou rail sont en augmentation constante. Aujourd'hui, le tourisme, qui constitue 60% du trafic aérien est devenu un pollueur majeur. Une étude a montré qu'un trajet transatlantique émet, pour une personne et par an, presque la moitié du CO² produit par toutes les autres

sources : chauffage, éclairage, utilisation d'un véhicule... (Mayer Hillman, Town & Country Planning magazine, septembre 1996).

Les pollutions liées à l'utilisation des carburants fossiles ont un lien avec les pluies acides, le réchauffement planétaire et la pollution photochimique (ozone, monoxyde de carbone). Ajoutons pour mémoire, dans les pays chauds, la non négligeable contribution de milliers de bus à l'arrêt, moteurs tournants, pour garder une climatisation constante.

En 2000, une étude portant sur les motoneiges (*snowmobile*) dans le Parc National de Yellowstone (76 271 en motoneige, 40 727 en voiture, 10 779 en *snowcatches* et 512 en ski) a montré que le bruit produit par ces engins s'entendait pendant 70% de la journée dans 11 des 13 sites étudiés et 90% dans 8 sites. Au geyser Old Faithful, les motoneiges s'entendent sans interruption pendant la journée (100% du temps) et peuvent couvrir le bruit de l'éruption du geyser.

Source: Idahonews and Yahoo (PNUE 2002).

- Les *déchets solides*, dans les zones de concentration touristique, sont omniprésents, même dans les endroits les plus reculés et les moins fréquentés. Des exemples fameux se trouvent au Népal et dans les Andes péruviennes, avec des sentiers rebaptisés « *chemin Coca-Cola* » ou « *chemin PQ* »...

Un touriste produit en moyenne un kilo de déchets par jour.

Source : PNUE, 1999.

Dans la région Grande Caraïbe s'étendant de la Floride à la Guyane française, le trafic maritime génère 82 000 tonnes de déchets par an, dont 77% sont issues des navires de croisières. Une croisière moyenne transporte 600 hommes d'équipage et 1400 passagers. En moyenne, chaque croisiériste produit 3,5 kg de déchets journaliers - à comparer aux 0,8 kg d'un quidam moins fortuné sur la côte.

Source : Our Planet, UNEP magazine for environmentally sustainable development, volume 10, no. 3, 1999.

- Les effets des *rejets d'eaux usées* dans la nature sont multiples. Parmi les principaux, on retiendra la pollution des eaux de baignade (mer et lacs), la destruction des récifs coralliens par excès d'algues et les modifications de salinité et de turbidité, cause d'une grande variété d'effets secondaires. Au final, c'est aussi la santé humaine et des animaux qui est menacée.

- La *pollution esthétique* résulte des difficultés d'insertion des infrastructures touristiques - notamment les hébergements côtiers, dans les vallées et au bord des routes pittoresques - dans les paysages architecturaux des destinations. Les immenses *resorts* de bord de mer, sorte de villes miniatures où se répand une architecture hybride pan-tropicale de style pompier ou, à l'inverse mettant en valeur la nationalité des investisseurs (une architecture indonésienne en milieu créole mauricien par exemple), sont le cas typique de l'extraterritorialité exposée précédemment.

LES IMPACTS PHYSIQUES

Les plages de sable, les lacs, les bords de rivière, les pentes et les sommets des montagnes, sont des zones de transition caractérisées par une importante biodiversité. Avec les forêts pluviales, les zones humides, les mangroves, les récifs coralliens et les herbiers sous-marins. Ces milieux sont d'autant plus sensibles aux effets du tourisme qu'ils sont attractifs. C'est bien sûr le problème de la surfréquentation des aires protégées :

Dans les pays industrialisés, le tourisme de masse et les activités de loisir ont dépassé les industries extractives comme menace de grande ampleur pour l'environnement et les populations des zones de montagnes. Depuis 1945, le nombre des visiteurs des dix parcs de montagnes les plus populaires aux USA a été multiplié par douze. Dans les Alpes, il y a plus de 100 millions de visiteurs par jour. Chaque année, dans l'Himalaya indien, plus de 250 000 pèlerins hindous, 25 000 trekkers et 75 expéditions escaladent la source sacrée du Gange, le glacier Gangotri. Ils détruisent les forêts pour le bois de feu, piétinent la végétation riveraine et rejettent des déchets. Pire, ce tourisme entraîne un développement intensif mal planifié.

Source : People & the Planet (PNUE 2002).

• *L'extraction de sable, l'érosion des plages et des dunes, la dégradation et le dallage des sols, la perte de biodiversité et de qualité paysagère* illustrent, dans le registre non durable, une externalisation du développement des activités et la construction des infrastructures.

C'est le cas typique des aéroports en bord de mer et des grands complexes hôteliers.

• *La déforestation et l'usage non durable des ressources* sont le résultat, par exemple, de l'implantation des pistes et des stations de ski et de leurs voies d'accès ainsi que des infrastructures en zones littorales et côtières. Les écosystèmes de montagne et les zones marécageuses, palustres et lacustres, sites sensibles, en sont les victimes à plus ou moins brève échéance.

• *L'érosion des plages, la mort des coraux et, au final, la désertification des zones de pêche* signalent le développement de marinas ou d'infrastructures *piédans l'eau*. Aux Maldives et aux Philippines, c'est par le dynamitage et l'extraction de madrépores que ces effets sont provoqués, prix écologique et humain à payer pour l'édification des *resorts*.

• *La destruction des habitats et la rupture de continuité terre-mer* sont les conséquences les plus visibles de la surconstruction, de l'empierrement littoral et des activités lagonaires ou proches des rivages. Les récifs coralliens, écosystèmes fragiles dont les exigences de lumière, clarté de l'eau et oxygénation sont rigoureuses, sont de loin les plus touchés du fait de la turbidité excessive de l'eau, du piétinement, des débarquements de bateaux, des rejets d'eaux usées, des aménagements par dynamitage et du braconnage sous-marin.

Les ancrages, la plongée-tuba, la pêche sportive, la plongée, le yachting et de façon générale toutes les activités nautiques en sont les causes. Les conséquences, outre les ruptures d'équilibre écologique concernent la protection physique des côtes et la productivité en espèces de pêche.

• *Le piétinement excessif finit par être à l'origine de menaces réelles* et devient préoccupant surtout lorsque les visiteurs sortent des entiers balisés.

Les effets du piétinement sur la végétation et les sols ont été répertoriés comme suit : tiges brisées ou écrasées, pertes de matières organiques, diminution de la vigueur des plantes, réduction de la porosité des sols, diminution de la régénération, baisse de la perméabilité à l'air et à l'eau, perte de sols, augmentation du ruissellement, changement de la composition des espèces, accélération de l'érosion (source : University of Idaho, traduction libre).

Dans le Parc National des Galapagos, site unique et mythique s'il en est, 7 des 10 sites les plus fréquentés en 1993 par les touristes étaient considérés comme saturés, c'est à dire que leur « capacité de charge » avait été dépassée. Les conséquences : dégradation des sentiers et érosion, piétinement de la végétation, agressivité des otaries, déplacement de certaines colonies d'oiseaux à l'écart des parcours des visiteurs etc

Source : d'après C. Grenier, 2000.

109 pays ont des récifs coralliens. Dans 90 d'entre eux, les coraux ont été endommagés par les chaînes d'ancres et les déchets, par des touristes briseurs de branches et par la collecte pour la revente. Une étude a montré qu'une chaîne d'ancre de bateau de croisière a détruit complètement en une journée l'équivalent d'un demi-terrain de football en superficie et en a fragilisé une autre moitié - qui mourra plus tard - en la recouvrant de débris et de sédiments. Il a été estimé que la reconstitution du récif prendra une cinquantaine d'années.

Source : Ocean Plant (PNUF 2002).

Quelque 27% des récifs coralliens ont déjà disparu et 14% de ceux qui subsistent pourraient être détruits dans les dix ou vingt prochaines années, sous l'effet de la pollution, notamment du tourisme, et du changement climatique, selon l'Union mondiale pour la nature.

Source : UICN, 2002.

• La bataille du foncier ou les conflits d'usage de la terre.

Les pressions du tourisme sur les ressources sont omniprésentes et sont de même nature que celles issues de n'importe quelle autre activité intensive extractive et/ou de transformation.

Les pressions sur le foncier sont non moins équivalentes, car le tourisme est avide d'espaces, et d'espaces de qualité. Quatre exemples, parmi beaucoup, le démontrent :

Turquie.

Un projet du gouvernement de vendre des centaines de milliers d'hectares de sites naturels classés, pour renflouer les caisses de l'Etat, fait scandale en Turquie, notamment parmi les organisations de défense de l'environnement qui dénoncent le « pillage » des ressources naturelles du pays, principalement des zones côtières, lorgnées par l'industrie du tourisme.

Source : www.tourismexpress.info printemps 2003

Nord Cameroun.

Environ 1 800 000 ha de terres arables ont été déclarées zones de chasse au Nord Cameroun. Ni l'élevage, ni l'agriculture ni la chasse traditionnelle des villageois n'y sont autorisés.

Source : A. Maï Mota, 2000.

Madagascar.

Sous la pression du tourisme, et de la production de saphir et de coton, les cultivateurs du sud de Madagascar se trouvent brutalement dépossédés de leurs terres. Sans ressources, ils sont poussés à abuser de la déforestation ou contraints à se résigner à l'exode.

Sans moyens financiers pour le titrage et le bornage, les paysans de la région de Tuléar perdent l'avantage du droit coutumier - usage collectif des terres - au profit de riches commerçants indiens, de citoyens ou d'étrangers mariés à des Malgaches qui se portent acquéreurs des terrains littoraux, à fort potentiel touristique.

La dynamique économique enclenchée par le développement de nouveaux produits économiques (tourisme, culture de rente, exploitation minière) échappe aux paysans. Ils n'y sont pas intégrés. Ou si peu.

Source : Cécilien Ratiarison, Madagascar Tribune, CI n°519.

Tunisie.

A Djerba dans le sud Tunisien (800 000 touristes par an), les constructions d'hôtels ont fait reculer les terres agricoles au point que l'île produit désormais moins de 10% de ses besoins alimentaires.

Source : « Vacances j'oublie tout ? », Ritimo, 2003.

Pour conclure, une note optimiste et...pessimiste. Celle issue de la première Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme tenue à Djerba (Tunisie) du 9 au 11 avril 2003.

« D'un côté, le tourisme a l'obligation de limiter ses retombées négatives sur l'environnement et donc ses émissions de gaz à effet de serre, lesquelles contribuent au changement climatique. D'un autre côté, les délégués ont reconnu que l'évolution du climat mondial agira directement sur beaucoup de destinations touristiques, ce qui pourrait se traduire par des incidences d'une portée considérable non seulement dans l'industrie touristique, mais dans d'autres secteurs de l'économie. Il faut que l'industrie touristique soit bien consciente de ces incidences et qu'elle s'engage dans des processus de planification qui lui permettent de s'adapter et de moduler ses activités en conséquence. » (www.world-tourism.org/sustainable/climate/brochure-fr.htm)

Cette timide prise de conscience suffira-t-elle ? Réponse :

« Le plus gros de la dernière séance a été consacré à la responsabilité qui revient au tourisme de limiter la pollution. Aucun appel n'a été lancé pour que des actions précises soient engagées, mais plusieurs questions importantes se sont posées. »... (idem).



Pour conclure ce vaste et douloureux chapitre, donnons la parole aux acteurs, praticiens et évaluateurs :

“Un exemple tout simple, presque trivial : au Cap Lardier [Var, 460 ha], on avait installé dans les années 80 un réseau de poubelles pour éviter la dissémination des déchets dans la nature. Le dispositif s’était révélé efficace, mais avec l’augmentation de la fréquentation, la facture est devenue de plus en plus lourde. En 1998, la Parc a tenté un pari audacieux : enlever toutes les poubelles et affecter le même budget au recrutement de deux agents chargés de la surveillance et de la sensibilisation : le pari a réussi, puisque les visiteurs repartent maintenant avec leurs déchets, mais aurait sans doute été impossible 15 ans plus tôt. C’est l’évolution des comportements et des valeurs sociales qui les sous-tendent qui a permis ce changement de gestion.” (J.P. Heltier, N. Gérardin & E. Lopez).

Et de poursuivre :

“Finalement, tous les facteurs qui tendent à donner une valeur tangible à la biodiversité, vis-à-vis de la société en général mais également de l’industrie touristique, amélioreront la compatibilité entre biodiversité et tourisme :

- 1. Renforcement de l’incorporation de la valeur « biodiversité » dans ce qui est considéré comme patrimoine de la société, renforcement susceptible d’entraîner à long terme des évolutions considérables des comportements*
- 2. Mise en marché accrue de la biodiversité dans les produits touristiques, ce qui peut en faire une ressource que certains secteurs de l’activité touristique auront intérêt à maintenir”*

Toujours le même enjeu : le touriste. Qu’il faut faire passer de l’état de consommateur subissant à l’état de voyageur curieux des autres et de lui-même. Vaste chantier quand on pense que les professionnels du tourisme, sont, aussi, un moment, des voyageurs...

VI. La maîtrise difficile d'un tourisme envahissant.

« Les pressions économiques sont telles que les exemples de politiques de maîtrise réussies sont très rares. »

Guillaume Benoit, Directeur du Plan Bleu, « Premières conclusions de l'atelier », Rapport de l'Atelier sur le tourisme et le Développement durable en Méditerranée, Antalya (Turquie), 17-19 septembre 1998, Plan Bleu/PNUE, page 63)

• Le cas exemplaire des Galapagos (Equateur).

Un cas d'école presque caricatural sur la question de la maîtrise de l'expansion touristique est celui de l'archipel des Galapagos (Equateur) célèbre pour son caractère de laboratoire des mécanismes de l'évolution mis en lumière par Charles Darwin. Derrière le mythe d'une nature intacte que l'on met en scène et dont l'image est amplement diffusée, le tourisme aux Galapagos est un *tourisme de réseaux* dont la rentabilité est basée sur le renouvellement rapide de la clientèle et dont l'étude des différents types de croisières proposés contredit la stratégie de communication sur le caractère virginal, intact et authentique de l'archipel.

Il apparaît en effet que le tourisme pratiqué aux Galapagos n'est en rien un écotourisme, malgré ce qui est prétendu. (C. Grenier, 2000). La raison principale de ce constat est que la protection des écosystèmes *in situ*, relevant des pouvoirs publics, a cédé la place à la préservation *ex situ* de certaines espèces emblématiques :

C'est ce dont témoignent le succès relatif de la protection des tortues et l'échec de l'éradication des chèvres aux Galapagos. Cette politique de conservation *ex situ* est confiée à des ONG naturalistes qui se concentrent sur la recherche de fonds, allant jusqu'à se muer en véritables entreprises : l'évolution des ressources financières de la FCD (Fondation Charles Darwin) conditionne celle de ses politiques et de ses responsables. Et la seule action sociale des conservationnistes est la tentative d'« éducation » de la population insulaire, qui se révèle être un échec patent : il n'est pas étonnant alors qu'une bonne partie des habitants des Galapagos rejette le parc national.

Source : C. Grenier, 2000.

De laboratoire naturel de la faune et de la flore, les Galapagos sont devenues un laboratoire d'observation de l'influence de l'homme sur tout un écosystème. J.Vidal (2001) raconte cette évolution :

Le tourisme a pris son essor dans les années 60 et 70, favorisé par les besoins en devises étrangères de l'Etat équatorien pour payer le service de son énorme dette extérieure. Sa croissance a eu pour conséquence directe une augmentation de l'immigration en provenance du continent [...]
Rapidement, les îles sont devenues la région la plus riche du pays, et la population est passée de 6 000 habitants à 16 000 en dix ans. Elle croît au rythme de 12% par an. Ensemble, touristes et immigrés accentuent la pression sur les ressources déjà rares des Galapagos. Les villages isolés de pêcheurs se dotent de discothèques, de restaurants et d'hôtels. Les plongeurs locaux auraient déjà provoqué des ravages dans les formations de corail noir, transformant leur prise en bijoux pour les touristes. La pêche est devenue un enjeu, des groupes d'Equatoriens ayant pris pour cible des écologistes et exigé une augmentation du quota de homards et de requins pêchés dans la réserve marine de 70 000 km². Depuis quelques mois, des édifices et des voitures appartenant à des défenseurs de la nature ont été attaqués et des tortues géantes élevées en captivité, appartenant à des espèces rares, ont été prises en « otages ».

Source : J. Vidal, cité dans CI n°535 du 1-7 février 2001.

• Le tourisme, envers et contre tout.

Il y aurait comme une fatalité du tourisme. Soit parce que la situation serait telle que cette activité, sous n'importe quelle forme, ne peut qu'être souhaitée et encouragée, soit parce que justement l'attrait de la nouveauté et de *ce qui n'est pas touristique* attire le tourisme, soit parce que, envers et contre tout, la fascination de la destination joue à plein.

- Le premier exemple est celui des pays d'Afrique centrale qui subissent guerres après guerres, sévices après sévices, crises politiques après crises politiques. L'écotourisme de niche qui s'y maintient, même marginal, est une vraie solution - il n'y en a pas beaucoup d'autres - et un problème, car il s'avère incapable de sauver la ressource qui le justifie : les gorilles de montagne.

- Le deuxième cas est l'Amérique latine, dont les dernières populations indigènes, en équilibre délicat mais durable avec la forêt, attirent un *écotourisme industriel*. Les résultats sont très négatifs pour ces sociétés marginales.

- Le troisième exemple est une réflexion autorisée en forme de constat. L'Égypte et Bali, deux destinations mythiques, suscitent, chiffres à l'appui, un engouement que les dramatiques événements qu'elles ont connus ne fait pas fléchir. La force du tourisme, c'est aussi cela : une soif inextinguible d'une ailleurs conforme à l'échelle de valeurs du moment.

Détail :

Rwanda et République Populaire du Congo.

La question ne consiste pas à savoir si le tourisme pour une si fragile ressource [les gorilles de montagne] doit être encouragé ou pas, mais plutôt comment, à travers cette activité, mettre en évidence les objectifs de conservation au lieu des objectifs politiques et économiques. Pour répondre à cette question, plus de recherches sont nécessaires. Les règles actuelles appliquées pour le tourisme ne suffisent peut-être pas à minimiser les risques et assurer la conservation de ces animaux. Les programmes de développement du tourisme doivent laisser une place plus importante à la redistribution des revenus en faveur des populations vivant en périphérie du parc, et faire en sorte que les autorités en charge des aires protégées aient accès et utilisent ces ressources pour le bénéfice du parc, de la faune et de la conservation. C'est ce défi que les scientifiques, les conservationnistes, les gestionnaires et politiciens doivent très rapidement relever. **Des pays aussi démunis que ceux d'Afrique centrale, avec comme contraintes un fort accroissement de la population et une instabilité politique souvent récurrente, ne peuvent pas se permettre de rejeter les revenus que l'écotourisme peut générer.**

Source : A. Lanjouw, 1999.

Amérique Latine.

L'industrie de l'écotourisme en Amérique latine s'appuie sur les attraits à la fois naturels et culturels des lieux. Le tourisme de plein air est une importante activité commerciale dans la région amazonienne (Venezuela et Brésil), au Costa Rica et en d'autres pays antillais continentaux. Il en est de même du tourisme rustique (*ranch tourism*) qu'on appelle *turismo de hatos* dans les llanos du Venezuela, *turismo de estancia* en Argentine et en Uruguay, *turismo de fazenda* au Brésil et *turismo de ranchos* au Mexique.

Le désir de passer des vacances exotiques pousse aussi les touristes à se rendre auprès de populations indigènes ou de groupes ethniques minoritaires vivant en des endroits éloignés. Plusieurs de ces sociétés indigènes ont justement maintenu jusqu'à ce jour des traditions particulières faites de pratiques complexes mais durables de gestion de leur environnement. Ces groupes sont très vulnérables aux effets négatifs du tourisme. **Bien des sites autrefois considérés hors des sentiers battus sont aujourd'hui surpeuplés à cause de ces visiteurs en quête de destinations touristiques inexplorées.** Cela ne fait qu'accroître la dégradation sociale et environnementale.

Source : D. Anton & G. Gines, 1996.

Nous nous sommes trompés sur la façon dont les touristes assimilaient les attentats. Deux mois après Louxor, les gens voulaient y retourner et pour Bali, la demande est énorme alors que nous avons suspendu les départs jusqu'au 1er décembre.

Source : René-Marc Chikli, président du Centre d'étude des tour-opérateurs français (CETO), qui regroupe 40 tour-opérateurs représentant 80% du marché national.

• L'autre cas exemplaire : les Baléares.

Les îles Baléares sont un autre cas d'école qui illustre à la fois la folie de la doctrine de *l'espace naturel jetable* et les effets de ce qu'il faut bien appeler, à ce stade, un *cancer touristique*.

L'histoire vaut d'être racontée, d'après l'analyse faite par M.S. Linas, professeur à l'Université des îles Baléares :

Un conte de fée : plages, criques, nature...

Année 60 : début du tourisme de masse.

Années 70-80 : croissance continue du nombre de touristes, insensible aux chocs pétroliers et aux aléas conjoncturelles.

Technique de l'espace jetable : « lorsqu'un espace commençait à être saturé ou était sur le déclin, on le proposait à un prix moins élevé à une clientèle dotée d'un pouvoir d'achat moindre, tandis que l'on construisait de nouveaux hôtels dans d'autres espaces vierges de construction pour des clientèles plus fortunées et plus exigeantes »

Une prise de conscience

Années 90 :

- Problèmes des impacts écologiques (densification de l'espace intérieur, manque d'eau, traitement des ordures ménagères...), économiques (pression immobilière, augmentation du Coût de la vie, croissance du parc automobile...) et sociologiques (problèmes d'intégration...).
- Prise de conscience de la population et des responsables et nouvelles exigences environnementales de la société européenne.
- Baisse de fréquentation.

Les causes sont analysées

« Le territoire est une ressource rare et épuisable, les indicateurs de réserves d'eau sont au rouge, l'espace nécessaire au traitement des ordures ménagères et des résidus fait défaut, la population locale demande des espaces protégés, les touristes souhaitent continuer à trouver les paysages qui ont donné aux îles leur réputation.... »

Des solutions sont mises en pratique

- Obligation de rénovation des hôtels existants afin d'améliorer la qualité de l'offre sans consommer d'espace supplémentaire (loi sur la rénovation des établissements hôteliers, loi sur l'amélioration des infrastructures touristiques, golfiques, de tourisme rural...)
- Protection des espaces naturels (40 % de la superficie des îles et un peu plus de 50 % du littoral).

La croissance touristique reprend

A partir de 1993, croissance continue pour atteindre 11 millions de touristes en 1999.

Comment rendre durable le tourisme (chat échaudé...) ?

Trois solutions sont envisagées pour remédier au manque de moyens :

1. création de nouveaux impôts pour les résidents de l'île,
2. négociation avec le gouvernement central d'une plus grande dotation,
3. principe pollueur-payeur : création d'un impôt spécial pour les touristes, **l'écotaxe**.

Avantages/inconvénients :

1. les habitants de l'île contribuent déjà largement aux fonds de l'État...
2. les Baléares sont une communauté autonome plus riche que l'Estrémadure ou l'Andalousie...
3. choix par défaut.

Les difficultés d'application de l'impôt « éthique »

- Bon accueil initial par la population et par de nombreux secteurs économiques : aucun opposant de principe à la taxe.
- Une difficulté : la définition du touriste. Comment distinguer un passager venant de l'étranger par charter, un passager de vols réguliers internationaux, un passager de vols nationaux... ?

- Décision : exemption de paiement pour les habitants des Baléares sur présentation de la carte nationale d'identité.

Des opposants non déclarés se déclarent...

Une opposition de fait se fait jour, au fil du temps :

- **Union européenne** interdisant de faire des discriminations parmi les citoyens de l'Union européenne.
- **Hommes d'affaires** de Madrid et de Barcelone faisant l'aller-retour dans la journée aux Baléares pour des raisons professionnelles.
- **Compagnies aériennes** et **agences de voyages** opposées au principe même de la taxe.
- **Entreprise nationale gestionnaire d'aéroports** refusant de recouvrer la taxe.
- **Hôteliers** estimant injuste de toucher uniquement les touristes se logeant dans des hôtels et non les résidents secondaires, les touristes louant des appartements et des maisons, ainsi que les touristes se logeant dans des appartements non déclarés.
- **Tour-opérateurs** contractualisant avec les hôteliers sur un prix définitif et net pour le touriste, l'éventuelle taxe étant à la charge de l'hôtelier sans répercussion sur le client.

L'épilogue est donné par M. S. Llinas :

« *L'impasse dans laquelle se trouve le projet d'écotaxe permet de formuler un certain nombre de remarques quant à son utilité et à son fonctionnement :*

- *la société autochtone est majoritairement d'accord quant à la nécessité d'appliquer la taxe et d'affecter ses recettes directement et exclusivement à l'amélioration écologique des îles ;*
- *différentes enquêtes démontrent que les touristes étrangers ne seraient pas hostiles à payer l'écotaxe ; ainsi la peur que les touristes refusent frontalement cet impôt et les conséquences négatives sur la fréquentation touristique des îles ne sont pas fondées ;*
- *l'application de cette taxe pose un énorme problème, quant au lieu de perception de la taxe (ports, aéroports, hôtels) et quant aux personnes assujetties au paiement de la taxe (tous les citoyens de l'Union européenne jouissent des mêmes droits) étant donné qu'il est difficile de distinguer qui est touriste de qui ne l'est pas ;*
- *il n'y a pas de consensus sur ce qu'est un investissement environnemental et sur ce qui ne l'est pas (améliorer les infrastructures d'une station touristique ou acheter des espaces non construits pour un usage public, améliorer la qualité de l'eau ou conserver et améliorer les espaces naturels, etc.) ? »*

On ne peut balayer d'un revers de main les avatars de la tentative des Baléares en l'assimilant à des querelles subsidiaires de procédures. Le *diable gisant dans les détails*, c'est dans le concret, par des qualités de médiation, de négociation, d'animation et de persuasion, que vivront, ou pas, les beaux principes et les belles théories. Suivre avec attention les efforts des Baléares, la réaction du gouvernement équatorien, les tentatives des pays d'Amérique latine... Voilà un travail que les acteurs attendent et dont ils pourraient, tous, profiter.

• En France aussi, la maîtrise du tourisme échappe aux territoires.

Toutes proportions gardées, le Sud de la France connaît une situation comparable aux destinations du Sud fragiles et soumises aux conditions d'implantation de multinationales agressives. Le cas du département de l'Aude a été très récemment étudié et montre que les élus, les services déconcentrés de l'Etat et les habitants doivent faire face à des acteurs dont les logiques ne font aucun cas de politiques locales pointues longuement élaborées. Dans le cas présent, c'est une démarche territoriale de qualité, la « Marque Pays Cathare », évoquée plus avant dans le document, qui entre en conflit de logiques, d'objectifs et d'enjeux avec l'implantation monopolistique d'une compagnie aérienne *low cost* et les déséquilibres fonciers, économiques et sociaux qui l'accompagnent (M. Théveniaut, inédit, 2003).

Le développement local face à la mondialisation. Exemple du département de l'Aude (France)

© Martine Théveniaut, août 2003.

Le Bureau pour l'Action Solidaire dans l'Espace Sud Audois (BASE Sud Audois) a une mission de soutien à l'économie sociale et solidaire dans le Pays de la Haute Vallée de l'Aude. Appuyé par une convention territoriale signée pour trois ans, il réalise une étude approfondie à l'échelle géographique et humaine d'un pays rural. Cette étude est menée par Jean-Guy Ubiergo, (SEGESA) et vise à mieux en comprendre les enjeux et faire des propositions concrètes.

Le territoire Sud-audois a comme caractéristique, notamment, de connaître un renouvellement de sa population par l'arrivée de nouveaux résidents d'origine européenne dont l'importance démographique ne cesse de croître : un tiers de la population actuelle n'habitait pas le Pays en 1990. Ceci constitue donc une caractéristique qu'il est indispensable d'intégrer dans une réflexion sur le développement du territoire, largement en mutation .

Le poids d'une compagnie aérienne hégémonique

En 1988, la compagnie irlandaise *low-cost* Ryanair recherche une piste d'atterrissage pour amener des Britanniques en région Midi-Pyrénées. Elle met en concurrence les Chambres de Commerce et d'Industrie de Carcassonne et d'Agen sur une promesse d'un taux de fréquentation de cent mille passagers par an. Carcassonne-Salvaza, l'un des tout premiers aéroports ouverts après Beauvais, est choisi sur une base contractuelle dont le contenu n'est pas connu, sauf un investissement de la CCI de 7M€ pour l'aménagement des pistes.

Avec 187 379 passagers au début juillet 2003, Carcassonne est la première plate-forme en France à dépendre, pour 99,76% de son trafic, des vols internationaux. Par comparaison, Toulouse est à 30,48%, Perpignan à 32,85% et Montpellier à 16% (Chiffres de la DGAC, Direction Générale de l'Aviation Civile).

Les perspectives

En 2003, les perspectives sont :

- l'ouverture d'une troisième ligne Ryanair,
- une convention de 5 ans signée par la CCI avec l'Etat mettant fin à une autorisation temporaire d'occupation de terrains,
- une stratégie de développement ciblée sur les pays nordiques (Allemagne, Suède, Danemark),
- des partenariats militaires (Airbus industrie),
- la constitution d'une « plate-forme logistique » pour la sécurité,
- la captation d'une partie des vols charters de Toulouse en situation d'asphyxie (interview du nouveau directeur de l'aéroport de Salvaza Joël Lamic).

Le prix d'une politique commerciale agressive

La stratégie de Ryanair est construite sur un certain nombre d'externalisations :

- le recours aux fonds publics, malgré la vigilance de la Commission européenne - les subventions publiques aux compagnies aériennes sont interdites - et la jurisprudence du cas de l'aéroport de Strasbourg menacé pour subventions illégales de la CCI du Bas-Rhin,
- une gestion drastique des coûts salariaux, avec une partie des salaires du personnel de cabine - deux fois inférieurs à ceux d'Air France - financée par les ventes de billets,
- une réduction des coûts de maintenance par l'exploitation d'un seul type d'appareil,
- une mise en concurrence des CCI (et d'autres opérateurs de tourisme),
- un recours au financement extérieur pour la promotion de la compagnie, 99% des billets étant commercialisés sur internet avec des bandeaux publicitaires vendus un prix élevé aux hôteliers, loueurs de voitures et restaurateurs désireux d'apparaître sur le site.

Les impact sur l'économie et la vie locale

- *L'eupéanisation du territoire audois*

Compte tenu des prix proposés à la clientèle, des Britanniques travaillant à Londres résident dans l'Aude, faisant du département une quasi-banlieue londonienne. La CCI juge bénéfique (suffisant ?) à l'économie du territoire les quatre à cinq cent euros dépensés durant les quatre à cinq jours d'un séjour touristique moyen.

.../...

.../...

- *La dépendance totale d'un seul transporteur*

L'activité de l'aéroport est entièrement tributaire des conditions définies par Ryanair et ne garantit aucune autonomie de développement. La baisse de la fréquentation touristique en juillet 2003 en Languedoc-Roussillon, avec une diminution de 18% des vols vers la France (source : association des Tours Opérateurs britanniques) faisant suite aux 15% d'annulations consécutives à la guerre d'Irak les mois précédents, montre que le circuit économique *tout Ryanair* est particulièrement fragile.

- *Les conflits de logiques et de stratégies touristiques*

L'irruption de l'opérateur irlandais dans le jeu des acteurs locaux bouscule une politique touristique du département fondée sur une approche concertée dont la Marque Pays cathare reste l'ombrelle commune. Le programme « Pays cathare », né en 1990 de la volonté de valoriser le patrimoine historique et naturel, a progressivement mis en place vingt-deux filières de production - dont l'hôtellerie, les gîtes et les guides en 1993 -, six cent professionnels, dix-huit territoires sous contrat d'objectifs avec le Conseil Général et une organisation interprofessionnelle en trois collèges : les sites-pôles (châteaux et lieux de mémoire), les associations de développement (intercommunales le plus souvent), les professionnels/filières (autour d'une charte de qualité). La concurrence étant rude pour les produits de qualité labellisés « pays cathare » mais élaborés à des coûts supérieurs (exemple du porc à 1,61 €/kg pour 1 € dans la grande distribution), le programme est à « *une période charnière d'un point de vue économique, devant un choix stratégique en matière de distribution et un système à inventer* » pour irriguer l'ensemble du territoire pour augmenter les volumes produits localement. Dans une conjoncture qui marque le pas, la logique Ryanair contraint le programme à tenir compte des modifications rapides de l'économie locale

- *La guerre du foncier*

Les prix du foncier, peu élevés pour les Britanniques et les Néerlandais, et l'arrivée en grand nombre de nouveaux résidents acheteurs de bâti ancien et de terres, exercent une pression financière insoutenable. L'exemple le plus caricatural est l'acquisition par une société hollandaise de mille deux cents hectares d'un seul tenant aux confins de l'Aude et de l'Ariège, plaçant les Directions de l'Agriculture et la SAFER dans l'impossibilité d'exercer leur droit de préemption.

- *Le manque de ressources locales*

L'endettement des collectivités locales de l'Aude, plus important que la moyenne nationale, est aggravé par le faible nombre de foyers fiscaux et un niveau de transferts sociaux parmi les plus élevés (43,4 % des revenus contre 38% pour la France de province) après la Corse et à l'égal du Limousin. Ceci illustre le manque de ressorts endogènes de l'économie locale et sa grave dépendance vis à vis de flux redistributifs publics dont la réduction est inévitable.

Une étude prospective régionale à 2015 des services de l'Etat commandée par la Préfecture de Région Languedoc-Roussillon et datée de janvier 2003, signale qu'il faut « *prendre en compte la concurrence sur le foncier, la spéculation sur les friches, les profits à court-terme, l'urbanisme, la culture urbaine dominante sur le contrôle des espaces en faveur des zones aménagées, protégées, disponibles pour les loisirs de pleine nature, concurrentes de l'agriculture et de l'élevage* ».

L'économie de l'Aude est de plus en plus dépendante des investissements étrangers et d'un tourisme dont elle ne contrôle pas les conditions. Les services se tournent vers les résidents secondaires, ce qui n'empêche ni la fermeture des commerces, ni celle des écoles, ni le déclin des services publics locaux calculés en référence au nombre d'habitants permanents. La mondialisation ne fait donc qu' « *augmenter la vulnérabilité d'activités et de territoires déjà exposés à de fortes turbulences internes* ».

Document inédit - Martine Théveniaut, à partir d'une revue de presse 2002/2003 préparée pour le BASE Sud Audois dans le cadre de l'étude SEGESA.



On peut faire largement écho à R.M. Chikli, le rédacteur en chef d'Alternatives Economiques, lorsqu'il remarque : *"Le développement d'un tourisme international de masse pose de multiples problèmes sur le plan environnemental, aussi bien au niveau du transport aérien que des consommations réalisées durant le séjour. Mais il sera difficile de lutter contre certaines habitudes acquises et notamment l'héliotropisme croissant des européens du Nord"* (cité par Patrick Frémeaux, dossier tourisme durable, www.billy-globe.org/fr).

Héliotropisme, fascination des destinations mythiques, soif d'aventures sans risques... les moteurs du tourisme international tournent à plein car le carburant de base, le désir, est sans cesse entretenu.

Pour endiguer le flot, l'exemple des Galapagos et des Baléares montre que le territoire d'accueil doit faire preuve d'une volonté politique très forte, insubmersible, et pouvoir compter sur l'adhésion la plus large possible des acteurs économiques et des relais d'opinion. Sans oublier la demande des consommateurs, qui, on le redira par la suite, est probablement la seule force capable de préserver les besoins des *générations futures* des destinations à la mode.

Mais il ne s'agit là que de la pointe émergée d'un iceberg dont les parties invisibles, les liens sociaux, la culture, la confrontation avec d'autres visions du monde, les rapports à l'identité, la tradition et l'argent... portent autant la trace des impacts du tourisme que les plages, les littoraux sauvages ou les récifs coralliens.

Ces traces sont moins évidentes ou, peut-être, nous touchent-elles moins. Elles sont abordées dans le chapitre qui suit.

VII. Les effets socioculturels insidieux du tourisme.

« Mais ce tourisme intelligent ne repose-t-il pas, lui aussi, sur les deux illusions que l'ethnologie moderne avait cru déconstruire ? La première étant qu'on pourrait découvrir l'autre sans avoir à partager durablement son existence, et la seconde que ce processus de découverte pourrait ne pas interférer avec la culture de l'autre, alors qu'il engendre nécessairement un choc et une confrontation, pour le meilleur et, trop souvent, pour le pire. »

Béatrice Dehais (2001), « Voyager autrement », Alternatives Economiques n°194, juillet-août 2001, page 51.

• L'effet réel d'un tourisme virtuel.

La simple annonce - dignement arrosée d'un rhum généreux - de l'implantation d'un réceptif hôtelier de grande taille sur une plage oubliée de Nosy Be, au Nord-Ouest de Madagascar, accentue gravement un clivage jeunes-anciens au sein d'une petite communauté de pêcheurs : avant même d'exister, le tourisme bouscule les rapports inter-personnels et *fait bouger les choses*. Développement ?

L'annonce d'un projet touristique crée une fracture au sein d'un village

Madagascar, village d'Ampasindava, fin 1994

Situation au NE d'Andilana, chef-lieu d'un Fokontany isolé, baie de Befotaka. Une centaine de personnes toutes natives du village (23 cases). Propriété foncière : terrains domaniaux (droit coutumier concernant l'usage). Activités : pêche, agriculture, production de bois d'oeuvre et d'alcool de palme. La pêche constitue l'activité principale de la population, et, pour cette raison, bénéficie de l'assistance technique de la GTZ (Projet pêche traditionnelle).

Le village vit de l'autoconsommation, de la ventes des produits de la pêche - surtout séchés -, d'alcool de palme et de bois d'oeuvre. Considérant la tenue de plusieurs villageois (vêtements traditionnels ou modernes défraîchis), ou l'architecture des cases et les matériaux utilisés (falafa, peu de matériaux modernes), il est permis de penser que le revenu des ménages est largement inférieur à celui des ménages d'Andilana. L'interférence du tourisme - si elle existe - est marginale.

D'après l'enquête menée sur place, deux projets touristique différents sont en concurrence. Le premier, prévu pour être réalisé dans la partie nord du village, a reçu les faveurs de la plupart des villageois, alors que le second, prévu sur le site même du village, rencontre leur opposition énergique. D'après les villageois, le premier investisseur a promis une embauche significative, et tout comme à Andilana, souhaite s'approvisionner auprès d'eux. Une telle perspective est jugée positive par les jeunes interrogés.

Le second investisseur, qui envisage de déplacer le village pour y implanter son réceptif, fait actuellement l'objet d'une plainte auprès des autorités de Hell Ville. Malgré l'intervention d'une personnalité locale, les villageois affichent leur détermination à ne pas accepter le projet.

Le complexe hôtelier prévu va être implanté près d'un site sacré, qui, précisent les villageois, devra être respecté. L'opération semble de grande ampleur étant donné le territoire concerné et les investissements prévus pour améliorer l'accessibilité du site. La coexistence entre le village et le futur complexe hôtelier semble souhaitée par la majorité des habitants, qui y voit une source d'emploi et de revenus monétaires. Le consensus n'est pas total et l'expression de divergences entre adultes et jeunes est perceptible, notamment à propos des bouleversements inévitables de la vie du village. Le produit touristique probable tournera autour des « 3S » *Sea, Sun ... and Sex* [compte tenu de ce qui se passe ailleurs].

Bien avant sa mise en place, le complexe hôtelier d'Ampasindava/Befotaka provoque des effets contrastés sur les villageois, en accentuant les clivages de génération et déstabilisant partiellement les relations traditionnelles jeunes/adultes. Aussi harmonieuse que puisse être une future cohabitation, l'implantation d'une entreprise touristique dans un site donné est probablement le plus puissant vecteur de modifications socio-culturelles.

Source : d'après Alain Laurent, 1994, modifié.

- **Le bien, le moins bien et le franchement mauvais : le tourisme apporte tout.**

L'anecdote malgache est révélatrice. Reste, pour l'exemple, à analyser plus finement les influences brutales ou subtiles du tourisme d'aventure au Népal et du tourisme culturel en Chine du Sud.

Au Népal.

Quels sont les impacts socio-culturels du tourisme d'aventure, si friand d'endroits « exotiques et naturels » ? M. Bilodeau et P.A. Tremblay (1996), en décrivent un certain nombre, dont le Népal, leur terrain d'étude, n'a certainement pas l'exclusivité :

- *Les revenus monétaires bouleversent la nature des relations interpersonnelles* : le tourisme est d'abord, pour les porteurs, cuisiniers et guides, un revenu complémentaire indispensable à une agriculture qui généralement ne subvient pas à tous leurs besoins. Ces emplois, souvent masculins, sont une donnée importante dans une société pauvre, renforcent les inégalités sexuelles traditionnelles et, parce que monétarisés, font entrer une société fondée sur l'échange, la réciprocité et le clientélisme dans le jeu de l'offre et de la demande. En plus des effets inflationnistes dans un contexte de rareté de numéraire, ces emplois bouleversent la nature des relations traditionnelles entre les personnes.

- *La découverte d'autres modes de vie sans compréhension des réalités vécues ailleurs* : le face à face visiteur / accueillant est source d'ouverture et d'échanges potentiels sur la nourriture, les rapports entre les sexes, la musique, les rituels d'hygiène, les règles de politesse, les liens entre générations, l'humour, la spiritualité, l'habillement, le rythme de vie, les horaires... Le gain en connaissance est évident mais ce nouveau savoir n'est pas forcément *valide*, avec une perception faussée du mode de vie occidental, souvent sans rapport avec la réalité.

- *La représentation ancestrale de la nature s'effondre* : les cultures locales ont une représentation de la nature issue de pratiques anciennes et de connaissances implicites voire inconscientes. La confrontation avec une logique matérialiste et rationaliste impose le passage à une réflexion consciente sur les évolutions des écosystèmes qui, soit du fait de l'évolution rapide de certains milieux naturels, soit du fait des apports de la culture scientifique, remet en question des pans entiers de la culture traditionnelle.

- *L'activité agricole est abandonnée au profit des emplois saisonniers* : les services touristiques et les emplois saisonniers paraissent aux jeunes hommes plus attractifs que les durs travaux agricoles en milieu népalais. La tendance est qu'une partie des forces vives des villages se détourne de l'agriculture, entraînant des pertes de compétences développées pendant des générations et une remise en question de la survie mêmes des économies traditionnelles.

- *A contrario, les revenus du tourisme peuvent maintenir un mode de vie traditionnel* : M. Bilodeau et P.A. Tremblay notent qu'une autre tendance est possible, celle du maintien d'un mode de vie, qui, laissé à lui-même dans un environnement changeant et sans les revenus du tourisme, disparaîtrait. Cette option a une probabilité équivalente à la précédente : des décisions conscientes sont nécessaires et les communautés locales devraient bénéficier de tous les éclairages nécessaires. Sur cet aspect comme bien d'autres, la souveraineté sur les processus locaux est un facteur clé pour le tourisme responsable.

En Chine du Sud.

Geneviève Clastres décrit les prémices d'une massification touristique par la clientèle intérieure dont les avantages et les inconvénients, à ce stade, s'équilibrent tant bien que mal. Routes, musée, cultures, fierté identitaire d'un côté, folklorisation, mercantilisme, abandon des métiers traditionnels de l'autre. Mais l'avenir est quasiment écrit si les autorités, les habitants et les chinois Han ne se projettent pas dans l'avenir, avec des millions de Chinois en visite au côté de centaines de milliers d'étrangers...

Sur la particularité du tourisme en Chine du Sud. Les exemples de Lijiang et Yuanyang.

© Geneviève Clastres. T2D2, Août 2003.

Le Yunnan, 40 millions d'habitants, trois fois la France, des régions qui s'ouvrent au tourisme, d'autres qui arrivent au stade de saturation. Etude sur l'appréhension du tourisme à Lijiang et Yuanyang, deux villes symptomatiques de l'influence voyageuse sur des tissus économiques fragiles.

Le voyage en Chine du sud, territoire rural par excellence, privilégie deux axes : les sites naturels (karst, forêts de pierre, grottes, paysages de rizières en terrasse, lacs de montagne, fleuves, etc.) ; les villages et leurs habitants, à savoir que la seule province du Yunnan compte plus de la moitié des ethnies présentes sur le sol chinois. C'est justement dans cette province, au sud-ouest du pays, frontalière du Vietnam, Laos, de la Birmanie et du Tibet que nous allons mener notre réflexion.

Lijiang est perchée à 2400 mètres d'altitude, au nord ouest de la province. Dans la vieille ville, d'étroites venelles abritent des habitations basses parcourues de canaux. Les Naxi, peuple tibéto-birman fier d'une culture originale et passionnante, représentent les deux tiers de la population locale (300 000 habitants). Suite à un tremblement de terre particulièrement ravageur (1996) et dans le but de préserver un riche patrimoine, l'Unesco a décidé de labelliser Lijiang (1997). Depuis, les flux touristiques n'ont cessé d'augmenter. Le nombre de touristes est passé de 200 000 en 1992 à 1 700 000 en 1997 pour atteindre 2 600 000 en 1999. L'explication de tels chiffres réside également dans l'importance du tourisme intérieur chinois qui n'a cessé de progresser. Ainsi, en 1999, sur les 2 600 000 touristes comptabilisés, les étrangers n'étaient que 60 000.

Examinons à présent les conséquences d'une telle évolution. Première constatation : la transformation radicale de l'ambiance dans la vieille ville. En quelques années, les petites habitations en bois ont été envahies de boutiques, restaurants et hôtels, en bref, tous les agrégats de la chaîne touristique, vidant le centre-ville de ses habitants contraints de louer leurs "chez-soi" (souvent pour des prix dérisoires) à plus commerçants. Résultat, les Naxi ont vite été remplacés par une majorité de migrants venus des villes et provinces voisines afin de profiter de la manne touristique. Lorsque l'on interroge les locaux, ils déplorent le bruit, la pollution des canaux, la spoliation du patrimoine local, l'insécurité, l'inflation marchande, le développement des incendies dû à la négligence et au manque d'éducation de ces nouveaux arrivants.

Evidemment, l'afflux de voyageurs a également permis d'améliorer les routes, de construire un nouvel aéroport. La ville s'est enrichie. Le directeur du musée dongba (écriture pictographique des Naxi) a investi dans de nouvelles salles. La musique naxi revit. La culture locale s'exporte. Des hôtels de caractère ont permis de mettre en valeur le patrimoine. Mais, malgré tout, la crise identitaire est réelle et bien perçue par les autorités locales qui ont décidé de réagir, en édictant toute une série de réglementations destinées à contrer quelque peu la mercantilisation à outrance de Lijiang. Parmi ces dernières, l'obligation d'embaucher au moins 70% d'employés locaux qui se devront de porter le costume naxi. Il est important de préciser que face à la dispersion du patrimoine local, l'Unesco avait menacé la ville de ne pas lui renouveler son label. Ou toute la difficulté d'une bonne gestion touristique...

Aux confins opposés de la province, évoquons à présent Yuanyang. Outre les nombreuses ethnies que l'on rencontre dans cette région (Yi, Hani mais aussi Zhuang, Miao, Dai, voire même Yao), le vrai trésor de Yuanyang réside dans ses innombrables rizières, 190 000 mu (1/15 d'hectares) de terrasses qui dévalent les vallées depuis le haut des montagnes. Or, s'il y a quelques années encore, la ville faisait figure d'Eden inviolé, ne possédant pour seul hôtel que le vieux zhaodaisuo local (hôtel du peuple), la situation sur place est en pleine évolution. Déjà, le zhaodaisuo en question s'est refait une beauté et propose à présent des chambres tout à fait honnêtes.

De plus, d'autres petits hôtels sont apparus, à côté des premières boutiques à touristes. Quant aux sites, bien que situés en pleine nature puisqu'il s'agit avant tout d'admirer le paysage, ils commencent à se voir affublés d'aménagements spéciaux : plateformes-point de vues, petites routes d'approche bétonnées (anciennes pistes), kiosques, toilettes publiques, etc. Autant d'investissements qui sanctionnent un accroissement progressif mais réel de l'affluence voyageuse.

.../...

.../...

A l'aube d'une nouvelle ère touristique, l'évolution de toute la région de Yuanyang n'est donc pas sans poser de questions. De plus en plus fréquemment, d'immenses bus déversent dans la nature des flopées de photographes amateurs qui s'alignent le long des sites et mitraillent à cadence régulière. Que l'on vienne au lever ou au coucher du soleil, ils sont là, pieds contre pieds, chacun défendant férocement son territoire, des angles de vue jalousement gardés. Malheureusement, lorsque les troupes se retirent, elles laissent derrière elles des points de vue jonchés de boîtes, autant de "douilles photographiques" qui iront salir ces mêmes paysages que l'on s'est empressé d'immortaliser.

Cette pollution environnementale n'est malheureusement pas la seule conséquence du nouveau succès de Yuanyang. Les peuples tibéto-birmans (Yi et Hani) qui vivent dans les villages voisins ont eux aussi de nouveaux comportements face à ces incursions répétées. Longtemps timides et revêches, ces hommes et femmes traqués pour la beauté de leurs costumes font des apparitions de plus en plus récurrentes sur les sites. Et de tenter de vendre un oeuf dur au petit matin, de tendre la main aux tentatives photographiques. Des enfants sont là aussi. Et tous de délaïsser qui son champ, qui son foyer, qui son école, tentés par le mirage touristique et ces distributions inconsidérées de pacotilles diverses qui ont vite fait de transformer la découverte d'un lieu en une immense foire d'empoigne.

Quel sera l'avenir touristique de Yuanyang ? Les autorités locales se doivent d'être vigilantes. La Chine du Sud abonde de petits villages pittoresques qui se sont peu à peu transformés au rythme de la pénétration touristique. Et pourtant, il est vrai que ces ethnies prennent ici une revanche sur le regard longtemps méprisant des Chinois (les Han, ethnie majoritaire), car ces étrangers qui ont parcouru des milliers de kilomètres pour découvrir leur culture représentent une réelle valorisation identitaire. Toutefois, toute la limite réside justement dans la frontière ténue entre cette valorisation et le risque (réel) de folklorisation, sans compter les problèmes de fuite du patrimoine (costumes revendus, artisanat local, etc.), de déstabilisation des villages, les jalousies locales, etc.

En Chine, les agences de voyage sont principalement détenues par des Han. On aimerait voir les locaux prendre peu à peu leur destin en main mais la route est encore longue et le regard porté sur ces peuples n'évolue que très lentement. De sous-peuple, ils passent aujourd'hui au stade de produits marchands rentables ou "Peu importe qu'un villageois soit Yi ou Hani, pourvu qu'il attrape des touristes." Reste à se partager les devises. La région se doit de penser sérieusement à une juste politique de répartition si elle ne veut pas voir, une fois de plus, un développement touristique unilatéral pour le seul profit des puissants.

Document inédit – Geneviève Clastres, T2D2, août 2003.

Les exemples cités pointent un certain nombre d'effets directs, indirects, visibles et insidieux. Le PNUE (2002) a fait sur la question des impacts socio-culturels un inventaire synthétique qui répertorie quatre grands domaines d'impacts : l'érosion des identités et des valeurs indigènes, les chocs de culture, les pressions physiques entraînant un stress social, les questions éthiques. On notera :

SUR LE PLAN DE L'ÉROSION CULTURELLE

- *Les transformations entraînées par la marchandisation* concernent les cultures locales notamment les aspects de rituels religieux, rites ethniques traditionnels, manifestations coutumières et festivals, transformés en produits réduits et aseptisés. Le résultat est qualifié d'*appartenance ethnique reconstruite*, caractérisée par des changements de valeurs, avec par exemple, la perte de respect envers les emplacements et les objets sacrés.
- *La standardisation* touche les équipements, les paysages, les logements, la nourriture et les boissons... et correspond au désir des touristes de retrouver des éléments reconnaissables dans un environnement peu familier, comme les restaurants de prêt-à-manger et les chaînes d'hôtels renommées.
- *Les pertes d'authenticité* se manifestent par la mise en conformité des expressions et des manifestations culturelles au goût des touristes, une mise en scène de *vraie vie* et un simulacre

d'authenticité. L'explication réside dans le fait que, dans l'ensemble, les touristes se satisfont d'un aperçu de l'atmosphère locale et du mode de vie et n'y jetant qu'un regard rapide.

- *L'adaptation de l'artisanat aux demandes de touristes* répond à une demande croissante, les artisans faisant évoluer la conception de leurs produits pour les adapter aux goûts de leurs nouveaux clients.

SUR LE PLAN DU CHOC DES CULTURES

- *Les dépassements de la capacité de charge* s'observent au niveau *social* lorsque les limites de changement acceptable par le système social à l'intérieur ou autour de la destination sont dépassées, et au plan *culturel* lorsque les limites de la compatibilité avec la culture locale sont franchies.

- *Les déséquilibres économiques* découlent des phénomènes d'imitation et de copie que développent certaines personnes au contact de modèles de consommation et de styles de vie différents. Par exemple, le contact avec des touristes à fort pouvoir d'achat peut susciter des dépenses excessives chez certains résidents, mettant les familles en situation difficile. Les risques finaux sont une augmentation des tensions sociales et parfois ethniques.

- *Des ressentiments face à certains comportements* s'observent dans des pays musulmans et les communautés chrétiennes conservatrices de Polynésie, des Caraïbes et méditerranéennes dont les normes sont en décalage avec les comportements des touristes - habillement, nudité partielle ou totale, consommation d'alcool... -. Le modèle contesté est ressenti comme imposé et, parfois, comme une incitation au non respect des traditions et religions locales. Il s'ensuit des tensions au sein de la communauté et des réactions d'extrémisme.

- *Les discriminations professionnelles* se traduisent par des postes généralement peu qualifiés et rémunérés - personnel d'entretien, serveurs, jardiniers, travaux manuels - tandis que les salaires élevés vont aux étrangers ou aux nationaux les plus « urbains ». De plus, on constate que les ressortissants possédant le savoir-faire requis pour exécuter un niveau plus élevé de tâches quittent leurs pays d'origine, moins attractifs que les destinations étrangères. Ceci augmente la fracture inter-culturelle.

SUR LE PLAN DES PRESSIONS PHYSIQUES FACTEUR DE STRESS SOCIAL

- *Les conflits d'usage des ressources* proviennent de la concurrence entre le tourisme et les populations locales pour l'usage de ressources primordiales comme l'eau et l'énergie. Une conséquence peut être un effort supplémentaire demandé à la population locale pour contribuer, par exemple, pour l'eau, aux coûts d'infrastructure et d'équipements d'approvisionnement ou de traitement de l'eau potable.

- *La détérioration culturelle* et les dommages aux éléments du patrimoine peuvent résulter du vandalisme, du vol, de la détérioration ou du déplacement illégal de biens culturels. On cite l'exemple de gardes mal payés qui complètent leur revenu en vendant des objets aux touristes dans des pays tels que l'Égypte, la Colombie, le Mexique et le Pérou.

- *Les conflits avec les usages traditionnels de la terre* sont particulièrement aigus dans des secteurs intensément exploités tels que les zones côtières ou les bords de fleuve. Les conflits surgissent quand le choix se fait en faveur d'équipements et infrastructures touristiques au détriment des usages traditionnels du territoire. La population indigène est fréquemment perdante car la valeur économique globale du tourisme est considérée comme supérieure.

SUR LE PLAN ETHIQUE

• *Le taux de criminalité* augmente avec la croissance de l'urbanisation d'un secteur et sa fréquentation car la présence d'un grand nombre de touristes possesseurs de liquidités et d'objets de valeur - appareils-photos, bijoux - favorise le vol et le commerce de la drogue. Le tourisme peut également conduire au développement du jeu. La répression de ces phénomènes aggrave souvent les tensions sociales..

• *Le recours au travail des enfants* : les études de l'OIT (Organisation Internationale du Travail) prouvent que beaucoup de tâches dans le secteur de tourisme sont dévolues à des enfants dans des conditions critiquables : horaires journaliers importants, emplois instables, salaires minimes, peu de formation et d'opportunités de qualification. Les développements récents du secteur (libéralisation, concurrence, concentration, baisse dans des prix de voyage, croissance de la sous-traitance) tendent à accroître le recours à cette main d'oeuvre bon marché et flexible. Aux treize à dix-neuf millions d'enfants et de jeunes au-dessous de dix-huit ans employés dans l'industrie (10% à 15% de tous les emplois du tourisme), il faut ajouter ceux du secteur informel des activités collatérales du tourisme.

• *Le tourisme sexuel*, déjà évoqué, se développe dans beaucoup de régions du monde. L'attrait de l'argent facile conjugué à une envie de consommation de biens nouveaux - T-shirts, stéréos personnelles, vélos, billets d'avion... - poussent beaucoup de jeunes, y compris des enfants, à se prostituer, avec le risque d'être pris dans l'engrenage de l'esclavage et de la dépendance à la drogue.

• Les racines du mal.

« *Tourisme à Cuba : opération survie* ». Ce titre ouvre sur les raisons d'un tourisme subi par la population et dont on a vu, précédemment, l'ampleur des dérives. Comme si nul n'échappait, un jour ou l'autre, à la révolution moderne du voyage et des loisirs. Même la révolution cubaine.

Tourisme à Cuba : opération survie

Robert March

Nécessité faisant loi, le tourisme est donc devenu la clé de voûte de la survie économique. Des concessions importantes ont été faites pour permettre l'investissement de capitaux étrangers, la construction rapide et la rénovation des installations hôtelières, la gestion d'hôtels quatre étoiles par des sociétés mixtes ou étrangères, l'appel à des tour opérateurs susceptibles de faire venir la clientèle visée... dans ce domaine les changements sont spectaculaires. A La Havane vient de s'achever la construction, en front de mer, de l'hôtel de luxe Cohiba. A Varadero, où les constructions de nouvelles installations se multiplient, les hôtels Melia et Sol Palmera trônent avec arrogance - bien dans les goûts de leur clientèle issue des classes moyennes, sable blanc et cocotiers, soleil brûlant et air conditionné. Et l'urbanisation exclusivement touristique de certains îlots paradisiaques sur la côte atlantique, reliés au littoral par un terre-plein artificiel de plusieurs dizaines de kilomètres, avance bon train : un hôtel haut de gamme, dont l'exploitation a été confiée au groupe espagnol Guitart, a été inauguré par Fidel Castro en novembre 1993 à Cayo Coco.

Nécessité vitale, cet essor touristique a cependant des retombées négatives préoccupantes.

• **Sur le plan architectural et urbanistique d'abord**, même si dans ce domaine le pire a été évité, malgré la pression de la rentabilité à court terme. A la Havane comme à Varadero, les hôtels 4 ou 5 étoiles construits ces dernières années n'ont pas franchement amélioré le paysage urbain. Et si Varadero se défend de vouloir singer Cancun, cette gigantesque urbanisation touristique à quelques dizaines de milles sur le littoral mexicain, on a pourtant l'impression que c'est la même clientèle qui est visée, les mêmes goûts flattés, les mêmes promoteurs aux commandes. Ailleurs, c'est vrai, des réalisations témoignent d'un réel souci d'intégration au site, de préservation de l'environnement, comme l'hôtel Moka plongé dans la verdure du village de Las Terrazas, sur la route de La Havane à Pinar del Rio.

.../...

.../...

• **Les retombées sociales, immédiates et à moyen terme, sont davantage à craindre.** La prostitution se développe, de plus en plus voyante aux abords des hôtels, des circuits obligés de La Habana Vieja, des allées cossues du quartier résidentiel de Miramar, et avec elle - inévitablement - le proxénétisme. Bars, discothèques et halls d'accueil des hôtels accueillent les jineteras accréditées, alors que d'autres tentent vainement leur chance. Les autorités ne prétendent plus nier cette réapparition massive de la prostitution à Cuba, même si elles s'efforcent d'en relativiser la signification.

• **L'impact social du tourisme est profond.** Travailler pour le tourisme, c'est le rêve : quelques pourboires permettent de gagner en un jour l'équivalent du salaire mensuel d'un cadre supérieur. Les jeunes diplômés de l'université, qui ont par ailleurs du mal à trouver un travail dans une économie en léthargie, se jettent sur tout emploi, même non qualifié, dans ce secteur. C'est aussi l'espoir d'entrer en contact avec des sociétés étrangères présentes à Cuba. Aussi les sociétés cubaines qui gèrent les activités touristiques sont-elles une véritable chasse gardée, où les cadres de l'armée et du Parti communiste sont aux commandes. La plus importante, Cubanacan (58 hôtels, soit 8 000 chambres, 48 restaurants, des boutiques, un service de location de voitures et un parc d'autocars), accueille dans ses installations près de la moitié des touristes étrangers : c'est une société mixte dont 51 % du capital est cubain, le reste revenant à des investisseurs privés essentiellement espagnols et canadiens.

Pour la population de l'île, cet essor spectaculaire du tourisme est vécu de façon contradictoire. Si sa nécessité ne fait guère de doute pour apporter les devises nécessaires à la simple survie, il est souvent mal accepté. Eux-mêmes n'ont plus accès aux installations touristiques, aux hôtels, aux restaurants, aux piscines, aux plages, réservés de fait sinon de droit aux détenteurs des dollars tant convoités. Mal acceptée également la priorité au tourisme en matière de construction, alors que la population de La Havane vit dans des logements exigus et un tissu urbain détérioré : la rénovation de la vieille ville, classée patrimoine historique de l'humanité, avec des édifices de l'époque coloniale, laisse les quartiers avoisinants du centre de La Havane à leur état misérable. Le développement touristique souligne les inégalités sociales.

[...] Si demain l'embargo des Etats-Unis était enfin levé, et que Cuba ne soit plus frappée d'interdit pour les citoyens de ce pays, il n'est pas difficile d'imaginer les effets considérables que cela aurait sur le tourisme dans l'île. C'était probablement le passage forcé pour assurer la survie de la révolution cubaine, mais comment ne pas s'interroger sur l'état dans lequel elle sortira de cette nouvelle épreuve ?

Source : Robert March (date inconnue).

L'exemple de Cuba illustre la position du Conseil de l'Europe, qui considère que le développement excessif et incontrôlé du tourisme exerce des pressions sur le patrimoine culturel, les populations et les cultures locales avec des risques d'uniformisation culturelle et de pertes d'identité (2003). Ceci lui semble incompatible avec la promotion d'un tourisme attaché à la mise en valeur du patrimoine culturel dans une perspective de développement durable.

« *Identité* », « *Cultures locales* » : y a-t-il sur ces thèmes une recherche-action à mener ?

Un des sujets les plus intéressants de la réunion virtuelle du Réseau International sur la Politique Culturelle, de décembre 2001 à avril 2002, a été précisément les notions d'intangible et d'immatériel contenues dans les thèmes de l'identité et des cultures locales, « *un des filons les moins explorés jusqu'ici et qui pourrait apporter le plus à de nombreuses communautés qui souffrent de pauvreté sociale et économique* ». Le patrimoine intangible, « *ressource culturelle qui, doublée de l'infrastructure et des services nécessaires, peut se convertir en un produit touristique générateur d'avantages économiques et de bien-être social pour la collectivité* » ? Le Mexique répond oui.

Espérons qu'à l'instar de la récente proclamation par l'UNESCO du Chant de l'exploit des Ifugao - le hudhud (Philippines) - comme patrimoine intangible de l'humanité, les gouvernements renforcent l'appui aux traditions populaires pour éviter la perte du savoir, mais aussi pour préserver la qualité du produit, garantissant ainsi son intégration éventuelle dans un cadre touristique.



La contribution du tourisme à l'uniformisation du monde n'a pas dit son dernier mot. Si nous n'y prenons garde, des parcs d'attraction "universels" et aseptisés risquent de pousser comme des champignons. Après avoir détruit les derniers « paradis terrestres », l'industrie touristique recréera des paradis stéréotypés. Nous doter d'une vision claire et complète des enjeux touristiques mondiaux, c'est la base indispensable de la résistance à cette fuite en avant." (A. Amblès, 2002-2).

Tout est dit de la capacité du tourisme à faire bouger une société, un mode de vie, une campagne, une forêt. Mais aussi à inventer une nature et une société virtuelle, idéalisée, aseptisée, convenue, fantasmée. Les effets socio-économiques du tourisme livré à lui-même sont au moins aussi puissants et tenaces que ses effets sur l'environnement.

Mais c'est dans les esprits que tout se passe. Se servir du tourisme comme prétexte, justification, facteur déclenchant à une éducation à la citoyenneté ?

Pourquoi pas ? affaire de réelle conviction, de volontarisme, de règles du jeu et de prosélytisme. Car les acteurs de terrain témoignent de deux choses : les mentalités changent mais les désastres s'amplifient. La course de vitesse est engagée.

Prendra-t-on un jour le tourisme et son cousin le loisir vraiment au sérieux ?

En attendant, il est important de savoir si, aux frontières du tourisme responsable, le tourisme respectueux de l'environnement et des populations connaît les mêmes dérives et subit les mêmes critiques que le tourisme conventionnel. Ce tourisme *avancé*, l'écotourisme, est en l'espèce un cas d'école. Il pourrait bien préfigurer ce qu'il adviendra des formes plus récentes de tourisme "éthique".

VIII. Même le tourisme *avancé* connaît des dérives.

« En 1995, plus de cent sportifs participèrent au premier marathon antarctique le long d'une double boucle de 42 km sur l'île King George des Shetlands du Sud [Antarctique] et le résultat fut catastrophique. Le parcours avait pour départ la base uruguayenne d'Artigas, passait par les stations russe, chilienne et chinoise et comprenait quelques sections très dangereuses et non surveillées. Certains participants, souffrant d'hypothermie, eurent des accès de délire, d'autres se sont perdus dans le brouillard au sommet d'un glacier et un participant glissa dans une crevasse jusqu'à la poitrine. Malgré tous ces incidents et les lourdes critiques que suscita l'événement, les organisateurs souhaitent renouveler l'expérience. »

Antartica, 2^{ème} édition, Lonely Planet, septembre 2000, 376 pages.

« *Quand écotourisme rime avec néolibéralisme* » : ce titre résume le point de vue de Rosaleen Duffy (2002) pour laquelle les écotouristes ont « *un énorme impact économique, écologique et social sur un pays en développement du simple fait qu'ils y débarquent* ». L'écotourisme est-il une fausse bonne solution ?

• De quoi parle-t-on ?

« *L'écotourisme est un tourisme dans des espaces peu perturbés par l'homme qui doit contribuer à la protection de la nature et au bien-être des populations locales* ». Cette définition, proposée par TIES (The International Ecotourism Society), est adoptée au niveau international par le PNUE et l'OMT. On verra plus loin dans ce document que cette définition s'agrément d'un mode d'emploi plus fourni et que les actions se référant à l'écotourisme sont tout aussi gagnant-gagnant que certaines plus solidaires, équitables et durables.

Les bons ingrédients font-ils les bons plats ? A lire les critiques virulentes de l'écotourisme, il manquerait non seulement la recette mais une surveillance des cuisines !

• Des critiques radicales et sans nuances.

L'écotourisme, on le verra par la suite, est victime de son indéniable succès. Les critiques ne l'épargnent pas. Eco-facade, écoterrorisme, concept ambigu, outil marketing... En voici quelques-unes :

[Traduction libre]

La majorité des proclamations de l'écotourisme concernant ses bénéfices sont exagérées et se réfèrent plus à des démarches de labellisation et de marketing qu'à une durabilité véritable. Non seulement les projets d'écotourisme sont planifiés et menés à bien, de façon répétée, sans accords ni soutiens locaux, mais ils menacent souvent les cultures locales, l'économie et les ressources naturelles. Les critiques considèrent l'écotourisme comme une « éco-facade » : une tactique pour dissimuler les pratiques de surconsommation et d'exploitation du tourisme de masse en le « verdissant ».

Source : A. Pleumaron, 1995.

En somme, l'écotourisme est un concept ambigu qui, selon le point de vue adopté, se définit soit comme une activité, une philosophie ou une stratégie de développement.

Source : M. Lequin, 2002.

1) **Most ecotourism projects are not really community-based initiatives** and have been developed through a top-down development approach with no critical analysis or information/planning about problems that occur over the long-term. We are concerned that much of what passes as "ecotourism" is designed to benefit investors, empower managerial specialists, and delight tourists, not enhance the economic, social and ecological health of the host communities. Like other forms of tourism, ecotourism extracts profits for capital, which can move on what its profitability is higher elsewhere - the host communities are left with the negative effects and little of the profit.

2) **There is much proof that many ecotourism projects do not bring about the benefits that they are suppose to** - often in fact, increasing social, environmental and other problems in communities. To advance the IYE at this stage will only enhance these problems for the numerous communities that are completely unprepared for increased tourism.

3) One of our main concerns is that **international environmental NGOs and ecotourism organizations will be benefit financially from the IYE** [International Year of Ecotourism]- not communities. This certainly appears to be the case with such "eco-light" programs such as « tourism awareness kits » and the like which are really marketing and promotional strategies by environmental groups to « sell » ecotourism to unprepared communities. Furthermore, the marketing of « tourism awareness kits » promotes a universal model, or cook-book approach to ecotourism development that has several negative implications :

- a) it promotes ecotourism development as a technical procedure as opposed to a social one based on the will and concerns of a local collectivity;
- b) it assumes that ecotourism development should provide a homogenized product or experience for tourists, as opposed to encouraging individual communities to engage actively with tourists in a way that brings tourists to new understandings of human-nature interactions, cultural differences, etc. and
- c) it promotes the idea that the only economic alternative for Indigenous and rural communities lies in tourism, instead of opening a dialogue on the many economic possibilities (integrated into the larger regional or community vision) that do not involve the socially and ecologically-destructive effects of directly hosting tourists.

4) **Environmental NGOs and ecotourism groups have no interest in examining proposed 'ecotourism' developments from the perspective of the Indigenous Peoples whose communities and homelands are at risk.** Such an approach is, at best, paternalistic and at worst motivated by the self-interest of these groups who are outsiders to the communities their policies will affect.

5) **Indigenous Peoples' lands and lives are at stake when it comes to any form of development.** Ecotourism is directly targeting Indigenous Peoples. Yet, Indigenous Peoples are still excluded from formal working groups (including UN) and other opportunities to develop policy and guide these development initiatives.

[traduction libre]

6) **Et, plus important, une responsabilité indigène dans l'éducation, la formation, l'assistance technique et la participation n'est toujours pas à l'ordre du jour.** Jusqu'à ce que les gouvernements, les programmes des Nations unies comme les vôtres, les ONGs environnementales et les compagnies d'écotourisme acceptent que les populations indigènes et les populations rurales prennent le leadership et instituent des changements drastiques et à la base dans les formes de développement (avec la capacité de dire « non » lorsque les effets indésirables ne peuvent pas être compensés), [l'écotourisme] sera toujours un outil de développement top-down uniquement destiné à exploiter les terres, les cultures et les économies traditionnelles.

Source : lettre de RETHINKING TOURISM PROJECT (RTP) à Oliver Hillel, PNUE, à l'occasion de la préparation de l'année internationale de l'écotourisme en 2002.

L'écotourisme ne se décrète pas. Sa mise en œuvre effective suppose des choix techniques qui permettent de diminuer les impacts sur les milieux, de mieux gérer les ressources, de gérer la fréquentation.

Du chemin reste à faire, car **si les opérateurs sont de plus en plus conscients de la nécessité d'une valorisation de l'environnement dans leurs produits touristiques, ils le sont parfois moins des impacts sur l'environnement, d'autant plus à surveiller que l'écotourisme se déploie dans des milieux fragiles.** Y répondre demande une gestion adaptée à la diversité des sites et la mobilisation d'une bonne expertise.

Source : Sylvie Blangy, Françoise Kouchner & Guislain Dubois (2002), « Ecotourisme, expériences françaises », 77 pages.

- **L'écotourisme, comme le reste, doit être réalisé dans les règles de l'art.**

S. Blangy, spécialiste de l'écotourisme, dans son étude des projets et actions de développement du tourisme dans un contexte de protection ou de valorisation de la biodiversité pour le Fonds Français pour l'Environnement Mondial (2001), relève que très peu d'entre eux peuvent prétendre à la qualité d'écotourisme, « *si l'on donne à l'éco-tourisme la définition stricte restrictive "anglo-saxonne"* ».

Les déficits qui empêchent de les considérer comme écotouristiques sont :

Les lacunes de l'écotourisme à la française

- **La participation des touristes au développement local** n'est pratiquement jamais proposée (éco-volontariat, incitation aux donations).

- **Les infrastructures projetées sont souvent d'une lourdeur considérable**, notamment pour l'ensemble des projets en Afrique de l'Ouest. Or les coûts récurrents de fonctionnement et d'entretien de ces équipements restent insuffisamment pris en compte, même si des budgets de fonctionnement sont parfois élaborés.

- **Très peu de projets font la promotion des énergies renouvelables.** Par exemple il est systématiquement fait appel aux groupes électrogènes pour l'électricité, malgré la difficulté de gestion sur sites distants (pièces détachées, carburant) de ce type d'équipement. Les projets du FFEM devraient promouvoir beaucoup plus systématiquement des technologies comme le solaire qui commencent à percer dans certains pays comme le Maroc (électrification rurale photovoltaïque, chauffe-eau). Même si ces technologies sont encore chères à l'achat, il appartient à des bailleurs de fonds d'en faire la promotion. Ces projets ont un rôle de modèle également pour les populations locales.

- Lorsque le projet est rattaché à une ou plusieurs aires protégées, **les liens entre les plans d'aménagement des aires protégées et les programmes touristiques sont beaucoup trop faibles.** Par exemple dans le projet Parc/Côte d'Ivoire les plans d'aménagement des parcs ne sont pas cités. Or de tels plans d'aménagement comprennent normalement un volet tourisme (?). La planification touristique proposée devrait normalement venir s'intégrer dans les documents d'aménagement du parc déjà existants.

- **Les mécanismes de retour des bénéfices attendus auprès des populations locales sont rarement abordés sur le plan pratique.**

Source : S. Blangy, 2001.

D'autres analyses confirment et précisent les conditions de réalisation d'un écotourisme qui prendrait pleinement en compte ses deux dimensions privilégiées, la *durabilité de la ressource* et la *participation des communautés locales* à un projet de mise en valeur d'un site ou d'une destination touristique.

- « *L'écotourisme est un concept réaliste à la condition de bien connaître et de respecter la capacité de support des sites écotouristiques, et de pouvoir mettre en place des systèmes efficaces de planification et de contrôle. De telles activités de soutien et de régulation constituent la pierre angulaire de stratégies de gestion pour un écotourisme viable à long terme selon une perspective écologique.* » (M. Lequin, 2002)

- « *Cette compilation des bonnes pratiques de petites entreprises d'écotourisme fournit une bonne source d'information sur une variété d'expériences qui peuvent être adaptées à d'autres opérations et activités dans d'autres destinations. Il faut néanmoins considérer que les entreprises d'écotourisme, peut-être plus que pour n'importe quel autre segment de l'industrie de tourisme, exigent des solutions, des infrastructures et des approches commerciales spécifiques qui tiennent compte du caractère unique de l'environnement et de la culture de chaque destination individuelle.* » (traduction libre, OMT, « *Sustainable Development of Ecotourism* » 2003)



“J’ai vu une exploitation d’observation des dauphins dans le nord de Bali où la communauté locale a mis au point démocratiquement un système de partage des avantages économiques : aucun membre de la communauté ne peut avoir plus de quatre personnes sur son bateau, si bien que chacun a un travail. Résultat : cinquante bateaux pour une petite bande de dauphins. Le mieux pour ces dauphins serait qu’une multinationale intervienne, qu’elle mette en service un ou deux grands bateaux, qu’elle engage tous les travailleurs du coin et qu’elle s’occupe du marketing. Il se peut qu’il n’y ait pas d’emplois pour tout le monde, qu’une part des bénéfices parte ailleurs mais les dauphins seraient beaucoup mieux protégés.” : le contenu de la Conférence virtuelle organisée du 1 au 26 avril 2002 par le PNUE et l’OMT sur le développement durable de l’écotourisme lors de l’Année internationale de l’écotourisme 2002 (IYE) joue parfois avec les paradoxes.

L’écotourisme serait-il donc une affaire trop sérieuse pour être confiée aux écotouristes ou aux vendeurs d’écotourisme ? Toute proportion gardée, la paraphrase reflète assez bien le fait que les conditions qui permettraient à un écotourisme égaré de retrouver le droit chemin ne sont guère éloignées de celles d’un tourisme de masse désireux de ne pas scier la branche sur laquelle il est assis. Participation effective des populations, maîtrise des aménagements, si possible réversibles à moindre coûts, cahier des charges environnemental, intégration aux autres politiques du territoire, retenue et répartition des bénéfices dans le tissu local... la planopie est identique, les mesures similaires.

Mais l’écotourisme, même réformé dans ses pratiques, montre d’autres déficits, qui seraient autant de conditions favorables, voire *sine qua non*, au développement durable des territoires dans lesquels il se déploie : *l’implication réelle et en responsabilité des communautés et des autorités*. La suite montrera que, pour des marchés adultes comme l’Australie ou le Costa-Rica, l’enjeu est de taille.

Conclusion

Selon les contextes socio-économiques des pays touchés, les conséquences négatives du développement touristique offre un panachage de six *défauts structurels* majeurs :

- *Les retombées économiques sont mal réparties* : les ressources réservées au pays destinataire sont minimales car la majorité des touristes achètent des séjours complets (vol et hébergement) dans leur pays d'origine.
- *La réexportation des devises est importante* : l'importation des matériaux et des matériels de construction, le rapatriement des bénéfices réalisés par les investisseurs étrangers, l'amortissement de la dette contractée pour la construction des infrastructures... génèrent un rapatriement de devises, qui, même chez les plus optimistes, oscille entre 20% et 45%.
- *La confrontation visiteurs-visités est génératrice de fractures et de conflits* : faire cohabiter des populations de niveaux de vie disproportionnés et de cultures diamétralement différentes entraîne frustrations, perte d'identité et de traditions, échanges inévitables, folklorisation et modernité de façade.
- *Les à-côtés non maîtrisés sont nombreux* : prostitution - enfantine parfois -, trafic d'objets culturels ou de produits de la biodiversité, spoliation foncière, inflation, alourdissement de la fiscalité locale, travail des adolescents...
- *Le caractère précaire et instable du tourisme le rend dangereux* : son caractère saisonnier induit souvent des emplois précaires et ponctuels et la viscosité de la demande - mode, insécurité, tendances...- en fait une activité économique à risque économique.
- *Les impacts environnementaux menacent la pérennité des écosystèmes* : les pollutions, les nuisances, les détournements de ressources, le formatage des paysages, l'aménagement sans précaution ni souci de réversibilité forment le cadre du tourisme minier, majoritaire.

Avec des variantes autour de ces points, selon la position, la culture, la stratégie et les objectifs de chacun, il y a convergence de constat sur la réalité du tourisme de masse. La conclusion tirée par le projet Ulixes 21* en fait une bonne synthèse :

« *Le modèle touristique massif qui a caractérisé les flux touristiques depuis les années 50 est un modèle clairement insupportable, pour quatre raisons au moins :*

Il n'a pas tenu compte de l'importance de la conservation des systèmes naturels, ni de l'utilisation rationnelle des ressources naturelles en tant que valeur.

Il a mis l'accent sur la croissance, tout en négligeant les aspects qualitatifs de celle-ci.

Il a distribué de façon très inégale les bénéfices dérivés de l'activité touristique.

Il n'a pas intégré le territoire et ses singularités dans l'offre touristique, renforçant l'homogénéisation et la dépersonnalisation. »

Face à ces constats, les acteurs du tourisme, poussés par des client-consommateurs plus regardants, réagissent. Les institutions, avec retard, se mettent de la partie. Tourisme intégré, diffus, écotourisme garanti, tourisme solidaire, tourisme équitable, tourisme communautaire ou *pour les pauvres*, tourisme durable... Ces réponses sont-elles à la mesure des enjeux ? Sont-elles utiles, voire efficaces ? Ne sommes-nous pas, déjà, dans une démarche alibi, une *figuration intelligente à la périphérie* ? Pour comprendre et tenter une réponse, il faut savoir. C'est l'objet du chapitre suivant.

*Ulixes 21 est un projet international visant à soutenir le tourisme durable dans le pourtour méditerranéen.