

Les Notes d'Ipemed n°10

Résumé

Renouveler le tourisme euro-méditerranéen : le grand chantier

Mai 2010

L'Auteur

Maxime Weigert : Chercheur et diplômé d'un master professionnel de géopolitique (2007- 2008), de l'École normale supérieure de la rue d'Ulm, Maxime Weigert mène actuellement un projet doctoral de géographie du tourisme à l'Institut de recherche et d'études supérieures du tourisme (Paris). Intitulé Tourisme et intégration euro-méditerranéenne: quel rôle pour l'entreprise touristique dans l'évolution du tourisme au Grand Maghreb?, ce projet étudiera les interactions du tourisme et de la constitution d'une région «Nord-Sud» en Méditerranée. Il montrera si cette intégration régionale peut provoquer un essor qualitatif et quantitatif du tourisme euro-méditerranéen

Résumé

La Méditerranée est la première région touristique mondiale, avec 280 millions de touristes internationaux en 2009. Les retombées économiques considérables de cette activité profitent surtout à la rive nord, qui compte trois des cinq premières destinations mondiales (France, Espagne, Italie). Par comparaison, en 2008, l'ensemble des pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée (Psem) accueillait moins de touristes que l'Espagne à elle seule (Cf. carte1).

Les inégalités de fréquentation touristique des pays méditerranéens



Source : Chiffres 2006 de OMT, baromètre 2008



Malgré le potentiel touristique considérable des Psem, le modèle prédominant sur la rive sud est celui d'une offre balnéaire vouée au tourisme de masse. Pour réduire le déséquilibre de la répartition des flux et des recettes touristiques entre le Nord et le Sud, les Psem doivent penser un renouvellement de ce modèle, devenu obsolète et inadapté à l'évolution du tourisme international en faveur d'un « tourisme

1 Sur cette carte, la taille de chaque pays est proportionnelle au nombre d'arrivées de touristes internationaux enregistrées par ce pays en 2006 (réalisation Pierre Besnard).



durable ». L'enjeu est primordial pour ces pays, où le tourisme contribue en moyenne à 10% du PIB et de l'emploi. La proximité géographique de l'Union européenne, premier marché émetteur de touristes au monde, incite à fonder ce renouvellement sur l'intégration de la rive sud à un espace touristique euro-méditerranéen.

Le contexte et les enjeux : un renouvellement déterminé par les évolutions du tourisme

La mutation globale du tourisme est caractérisée par plusieurs évolutions concomitantes et imbriquées, qui déterminent la manière dont doit être conçue la structuration du tourisme euro-méditerranéen. La première caractéristique déterminante est la persistance, à moyen comme à long terme, de la régionalisation du tourisme. En effet, bien que les flux touristiques soient de plus en plus mondialisés, ils restent très majoritairement marqués par la proximité. En 2000, plus de 84% des touristes qui se rendaient dans les Psem provenaient de la région. L'influence de la proximité restera décisive, si bien que dans les prochaines décennies, la fréquentation touristique de la rive sud restera caractérisée par la prééminence des touristes originaires de l'UE. C'est pourquoi le développement touristique des Psem doit être élaboré avant tout en fonction de la demande européenne. Pour favoriser l'intégration euro-méditerranéenne, le tourisme doit contribuer au développement socio-économique et territorial de la rive sud. En raison des effets d'entraînement que produisent les investissements et les dépenses touristiques, le tourisme génère de la production, de la consommation et de l'emploi dans les pays récepteurs. Dans les Psem, cette activité doit servir le développement local dans une perspective de « tourisme durable », par l'implication des populations locales et par l'aménagement des territoires. Une troisième évolution déterminante est celle du changement climatique. Dans l'espace méditerranéen, le tourisme et l'environnement entretiennent une relation réciproque. L'activité touristique provoque des dégradations environnementales (gaz à effet de serre, déchets, pression sur les ressources naturelles), tandis que ces dégradations et le réchauffement climatique influent négativement sur l'attractivité de la région (vagues de chaleur, montée du niveau de la mer). Les politiques de développement touristique doivent donc faire grand cas des contraintes environnementales. Enfin, il est nécessaire pour les Psem de diversifier leur offre. Le tourisme balnéaire, tel qu'il s'est développé sur la rive sud, n'est pas favorable au développement local et pose le problème de la saisonnalité de l'activité touristique. Le développement d'un tourisme centré sur l'authenticité est une orientation souhaitable, car elle permettrait la diversification spatiale et temporelle de l'activité touristique et qu'elle répondrait à la demande croissante des touristes européens pour un tourisme plus culturel.

Comment structurer ce renouvellement ? Cinq exemples d'intervention

Constitué à 95% de PME, le tourisme est un secteur difficile à appréhender d'un point de vue macroéconomique. Il existe néanmoins des domaines structurants dans lesquels il est possible d'intervenir pour influencer sur l'évolution globale du secteur. Tout d'abord, afin de financer un développement touristique cher et risqué, les Psem doivent mettre en œuvre des politiques de promotion des investissements touristiques. Sur ce point, il est nécessaire pour ces pays de mettre en place un système de comptabilisation des flux touristiques (comptes satellites du tourisme) et d'œuvrer pour l'amélioration du climat général des affaires. Les systèmes de transport ont un rôle fondamental, puisqu'ils doivent soutenir la croissance et l'intégration des flux touristiques euro-méditerranéens. Pour le transport aérien, l'ouverture de cieux de la rive sud est un objectif primordial. Sur terre, le développement du rail et des autoroutes doit permettre de valoriser les arrière-pays. Enfin, l'équipement des ports de la rive sud permettrait aux Psem de capter les flux croissants de croisiéristes. Le développement touristique de la rive implique également un accroissement quantitatif et qualitatif des infrastructures nécessaires à l'activité touristique. D'une part, parce que les capacités d'accueil sont insuffisantes dans ces pays. D'autre part, parce que c'est sur l'infrastructure que doivent se porter les stratégies d'adaptation au changement climatique et aux nouvelles tendances touristiques. La création d'un label hôtelier méditerranéen permettrait de définir un modèle de développement touristique adapté aux spécificités paysagères et culturelles de l'espace méditerranéen. Dans le secteur touristique, les



nouvelles technologies sont au service du développement local, notamment parce que le tourisme électronique est l'un des premiers moyens par lesquels l'offre et la demande sont mises en relation à l'échelle globale. Les TIC renforcent l'accessibilité des destinations et permettent à des PME locales de se connecter aux marchés mondiaux. Pour que les opérateurs de la rive sud tirent parti des TIC, il est nécessaire de développer les réseaux de télécommunication dans les Psem et de créer des systèmes de gestion des destinations. Enfin, la formation est un outil indispensable. La prédominance d'une offre touristique fondée sur les avantages salariaux a conduit la rive sud à connaître des déficiences d'ordre structurel en matière d'emploi touristique. L'accroissement du niveau de qualité de l'offre touristique implique donc la mise en œuvre d'une politique de qualification des emplois de service. L'enjeu de la formation est celui de la compétitivité des destinations méditerranéennes, dans une perspective de montée en gamme de l'offre.

Conclusion : quel rôle pour une organisation méditerranéenne du tourisme ?

Le renouvellement du tourisme euro-méditerranéen est un chantier immense. Pour l'organiser et édifier un espace touristique euro-méditerranéen intégré, la participation de tous les acteurs du tourisme est requise et leur coopération est indispensable, à l'échelle locale comme à l'échelle nationale et régionale. La création d'une organisation méditerranéenne pour la coopération et le développement touristiques permettrait de réunir ces acteurs et d'orchestrer leur synergie. Comme c'est le cas dans les autres grandes régions touristiques du monde, cette structure requiert avant toute chose l'impulsion et le leadership du secteur privé.

Résumé rédigé par Maxime Weigert, Mai 2010

les Notes d'IPEMED permettent à des experts internationaux de prendre position sur de grandes questions méditerranéennes et formuler des propositions concrètes pour favoriser la construction d'une région économiquement intégrée, durable et solidaire.

L'Institut de prospective économique du monde méditerranéen, IPEMED, est une association reconnue d'intérêt général, créée en 2006. Think tank promoteur de la région méditerranéenne, il a pour mission de rapprocher par l'économie, les pays des deux rives de la Méditerranée. Il est indépendant des pouvoirs politiques dont il ne reçoit aucun financement.

IPEMED est dirigé par **Jean-Louis Guigou** et **Radhi Meddeb**. Conseiller éditorial : **Akram Belkaïd**. Conseiller scientifique: **Pierre Beckouche**. Communication : **Véronique Stéphane**