



## LE TOURISME NORD-SUD

par BOB STANLEY

**Q**uittant l'atmosphère moite qui règne à l'intérieur de la grande pyramide de Giza, le petit groupe de touristes sort en clignant des yeux dans la lumière aveuglante du soleil du désert et emplissent avec joie leurs poumons d'un air relativement pur. Sur le chemin du retour en direction des

sables, ils sont arrêtés par un vieillard qui semble être là depuis la construction des pyramides. Celui-ci brandit, avec un sourire édenté, un seau en plastique dans lequel flottent une demi-douzaine de bouteilles de Coca-Cola dans de l'eau fraîche. Plusieurs touristes acceptent cette offre, mettant précipi-

tamment quelques piastres dans la main du vieil homme, avant de rejoindre le minibus qui les attend, une Mercedes équipée à l'air conditionné, et qui les ramènera au nouveau Holiday Inn du centre-ville du Caire.

Demain, ce sera une visite au vieux marché pour se procurer quelques

*Le tourisme apporte des devises étrangères au pays d'accueil et crée des emplois, surtout pour les jeunes et les femmes dans le secteur des services, ici en Jamaïque.*

reproductions en plâtre d'anciennes frises égyptiennes, ou peut-être une promenade sur le Nil sur un dhaw qui, lui aussi, semble dater de l'ère des pharaons. Ensuite, ils mettront le cap sur la côte, sur Alexandrie, afin de se rôtir au soleil des plages de la Méditerranée.

Comme tous les touristes, ils font du tourisme : un peu de paysage, un peu d'histoire, un peu de magasinage, un peu de bronzage. C'est ce que font les touristes du monde entier avec quelques variantes mineures : on va en Afrique pour y voir les animaux, en Thaïlande pour y visiter les temples, aux Antilles pour y danser le calypso, sans jamais oublier de profiter du soleil et des plages.

La nouveauté, aujourd'hui, c'est le nombre de gens qui se consacrent à cette activité — un milliard et demi de personnes peut-être ! Et leur nombre augmente sans cesse. La croissance du tourisme au cours des quelque 25 dernières années a été tout simplement phénoménale, au point qu'il s'agit aujourd'hui du troisième secteur d'activité dans le monde, n'étant dépassé que par le pétrole et les armements dans le commerce international.

Les gains tirés uniquement du tourisme international étaient estimés à 75 milliards de dollars (É.-U.) en 1979 et ils ont progressé régulièrement de 7 à 8 p. 100 au cours des vingt ans qui viennent de s'écouler. Même la crise de l'énergie et la récession qui en est résultée n'ont pu que ralentir momentanément cette industrie, qui constitue le principal secteur de croissance dans le monde.

De plus en plus de pays en développement bénéficient de cet engouement pour les voyages et, à l'exception de ceux du Moyen-Orient, ils ont régulièrement augmenté leur part du marché depuis les années 1950. Ils offrent les ingrédients de base : soleil, mer, sable, terrains bon marché, main-d'œuvre à bon compte et gouvernements prêts à faire des concessions pour se procurer une source constante de devises dont ils ont tant besoin.

Cela ne s'est pas fait par accident. Loin de dédaigner le tourisme en tant que source de devises, les pays en développement l'ont activement promu et ont contribué à créer et à étendre leurs infrastructures touristiques de façon à encourager leur développement économique. Les différentes institutions spécialisées des Nations Unies (ONU) se sont montrées particulièrement actives dans ce domaine.

La Banque mondiale et les organismes qui en dépendent ont donné le ton en accordant des subventions à la mise en place de nouvelles installations touristiques. L'Organisation internationale du travail (OIT) organise des programmes de formation et d'éducation, dans les secteurs liés au tourisme,

qui sont financés par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD). L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) étudie certains sites historiques des pays en développement dans le but de développer leur potentiel touristique.

La Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) apporte elle aussi son soutien. On peut lire dans l'un de ses rapports sur la politique du tourisme : «L'expansion des voyages internationaux peut apporter des bénéfices significatifs aux économies des pays en voie de développement». Ce même rapport ajoute : «A beaucoup d'égards, il est plus facile pour ces pays d'entrer sur le marché du voyage que sur d'autres marchés à l'exportation, plus particulièrement parce qu'il fait appel aux industries de service».

L'Organisation internationale du tourisme (OIT) donne une description très éloquente du tourisme en tant que moyen de contribuer à «la prospérité, la paix et la compréhension interna-

---

---

*Le tourisme fait l'objet de controverses animées : les coûts sont-ils supérieurs aux bénéfices ?*

---

---

tionale ainsi qu'au respect et à l'observation universelle des droits de l'homme et des libertés fondamentales».

Il n'en reste pas moins que le tourisme a toujours fait l'objet de controverses animées, surtout lorsqu'il s'agit d'évaluer ses effets sur la vie sociale et culturelle des gens qui doivent, qu'ils le veuillent ou non, servir d'hôtes à des hordes de touristes migrants et à la recherche de sensations fortes dès qu'arrivent les vacances. Il y a ceux qui, par ailleurs, se demandent dans quelle mesure les devises apportées par le touriste restent dans le pays hôte, et ceux qui affirment que les coûts sont plus grands que les bénéfices.

Il n'est pas surprenant que les opinions soient très différentes sur un sujet aussi complexe. C'est ainsi, par exemple, qu'une étude de l'OIT relève la présence de 133 facteurs, pas un de moins, qui déterminent la demande de voyage. Des pays ou des régions différentes n'ont pas tous les mêmes problèmes, compte tenu de l'existence de toute une gamme de facteurs. Il est pratiquement impossible de comparer entre eux des pays aussi différents que

le Népal et la Barbade, par exemple. Ces deux pays possèdent cependant tous deux une industrie du tourisme florissante.

Toutefois, l'un des facteurs communs de l'équation économique, c'est ce que les économistes appellent «fuites». Il s'agit des coûts en devises de l'industrie du tourisme que l'on doit rapprocher des devises que le tourisme procure. Ces coûts vont de l'achat de matériaux de construction, d'équipements et de mobiliers importés, pour respecter les «normes internationales» des hôtels de luxe, aux vins français et au whisky écossais, visant à s'assurer que les visiteurs jouiront bien de tout le confort auquel ils sont habitués.

Bien entendu, la plupart des grands hôtels sont la propriété des chaînes internationales, de sorte que la plus grande part des bénéfices sortent du pays. Les estimations les plus mesurées fixent le coût des matériaux importés à environ 25 p. 100 dans le cadre d'une exploitation normale mais, selon la situation géographique et l'état de l'économie locale, ce pourcentage peut être beaucoup plus élevé.

N'oublions pas non plus les coûts accessoires de construction des aéroports, des routes, des réseaux d'égout et autres services visant à améliorer les possibilités d'accès et le confort du touriste. Toute cette infrastructure peut représenter, pour le pays en voie de développement, jusqu'à 80 p. 100 des dépenses d'investissement correspondant au nouvel hôtel, dans un pays où la majorité des gens n'ont peut-être ni eau courante ni toilettes.

Il existe aussi d'autres coûts cachés. Souvent, les gouvernements doivent accorder des facilités aux promoteurs pour les inciter à s'installer dans leur pays. C'est alors qu'interviennent les exemptions et les réductions fiscales, les importations en franchise, les permis de travail spéciaux à l'intention des travailleurs étrangers et la construction de nouvelles installations de loisirs pour attirer les touristes. Il y a aussi le coût de la publicité et de la promotion qui, dans les cas limites, peut s'élever à 10 \$ É.-U. par touriste.

Si l'on considère maintenant le côté positif, le tourisme apporte directement et indirectement des emplois. Il peut aussi contribuer à stimuler, ou même à créer, des industries locales : construction, fabrication de meubles, artisanat, agriculture, pour les besoins des touristes. En Gambie, l'une des destinations touristiques africaines en pleine expansion, on affirme que 1 000 «lits de touristes» procurent 5 000 emplois.

De toute évidence, la CNUCED n'a pas grand-chose à redire à la rentabilité du tourisme. On peut lire dans son rapport : «Même lorsque le coût de l'équipement importé est élevé par rapport aux recettes courantes du tourisme, les sorties de devises sont compensées dans un délai relativement court. Les faits démontrent que le tourisme est non seulement un moyen important mais aussi, du point de vue des ressources qui doivent lui être affectées, un moyen

«... il est parfois impossible de séparer les conséquences économiques du tourisme des conséquences sociales et culturelles...»

relativement rentable de gagner des devises».

Le rapport signale cependant que l'augmentation des revenus tirés d'une industrie touristique florissante a tendance à se reporter sur l'achat de biens de consommation importés pour imiter le style de vie des touristes. Encore une fuite cachée!

La question des sociétés de transport aérien est elle aussi insidieuse. Aucune des 30 principales sociétés de transport aérien du monde n'est basée dans un pays en développement. Nombre de grandes compagnies aériennes nord-américaines et européennes sont liées à des chaînes d'hôtel internationales ou sont même propriétaires de ces dernières. Elles sont donc en mesure d'offrir des voyages organisés tout compris qui mettent sur la touche les gouvernements des pays hôtes et leurs sociétés de transport nationales, ces derniers ne pouvant plus compter pratiquement que sur leurs taxes d'aéroport pour défrayer le coût de l'agrandissement ou de la construction de leurs installations.

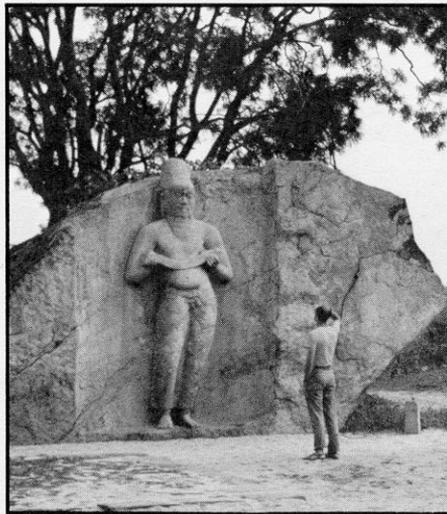
Lorsque les gouvernements s'efforcent de protéger leurs sociétés aériennes nationales en réglementant la concurrence, les organisateurs de voyages réagissent souvent par une simple abstention. C'est ainsi, par exemple, que les hôteliers du Népal se sont retrouvés l'année dernière au milieu d'une controverse publique acharnée au sujet d'une proposition visant à autoriser les vols d'affrètement en provenance de l'Europe et du Japon. Cette proposition était violemment contestée par le Royal Nepal Airlines, qui affirmait qu'il s'agirait là d'une "concurrence ruineuse". Les hôtels imputaient la diminution de leurs taux de fréquentation au monopole de la société de transport aérien, affirmant que cette politique imposait un ralentissement à l'industrie du tourisme, dans le seul but de protéger la compagnie aérienne.

Une étude du Service de recherches de l'*Economist* nous laisse entrevoir deux solutions possibles : exiger que les organisateurs de voyages aient recours aux sociétés de transport aérien nationales pour une part importante de leurs voyages organisés, ou exiger que les sociétés étrangères de transport par affrètement agréées paient une redevance. Des mesures de ce type, affirme l'étude, contribueraient à «infléchir l'équation de l'offre et de la demande en faveur des pays en voie de développement».

Le manque de statistiques exactes, pourtant vitales si l'on veut formuler

des politiques appropriées, vient compliquer tous les problèmes économiques. Les chiffres concernant le nombre de personnes qui voyagent, leur provenance, les sommes dépensées, ne sont souvent que des approximations bien intentionnées. Comme le fait remarquer, avec un brin d'humour, l'étude de l'*Economist* : «Les responsables de ces politiques ignorent souvent à quel point ils ignorent les réalités».

La plupart des pays qui accueillent des touristes sont cependant conscients du problème. Le CRDI a reçu un certain nombre de demandes d'aide afin d'entreprendre des recherches sur



les aspects économiques du tourisme. En collaboration avec le Centre de recherche sur le tourisme des Antilles (CRTA), le Centre a subventionné une étude sur deux ans impliquant sept pays. Cet effort concerté, le premier du genre, avait pour but de fournir une analyse précise des répercussions économiques du tourisme dans les îles, en mettant particulièrement l'accent sur l'emploi, les rentrées de devises et les liens avec les autres secteurs de l'économie.

Un résumé des conclusions et des recommandations du projet a été présenté lors de la quatrième conférence annuelle sur le tourisme aux Antilles et les délégués ont demandé que les conclusions en soient largement diffusées dans la région. Un rapport définitif est en cours de préparation et sera publié par le CRDI.

Un autre projet subventionné par le CRDI, en cours de réalisation, porte sur l'étude économique du tourisme dans cinq pays asiatiques. Les économies de cette région étant beaucoup plus diversifiées, l'accent est mis dans ce cas sur la comparaison entre le tou-

risme et les autres industries procurant des rentrées de devises et sur la façon de maximiser les bénéfices économiques tirés du tourisme.

Cependant, il n'est pas toujours facile, et parfois même impossible, de séparer les conséquences économiques des conséquences sociales et culturelles. Les spécialistes de l'environnement du monde entier admirent, avec raison, les fameuses réserves de gros gibier du Kenya et, à n'en pas douter, celles-ci constituent une énorme attraction touristique. Comment évaluer cependant les conséquences pour les agriculteurs chassés de leurs terres? Comment évaluer les dégâts causés sur les terres bordant les parcs par les antilopes et les éléphants qui s'y ébattent fréquemment?

Que dire de l'influence politique conservatrice inhérente à une industrie si dépendante de l'image de la stabilité? Au moindre signe d'instabilité, les touristes s'envolent comme des moineaux. A la suite des émeutes de 1977, le gouvernement des Bermudes lançait l'avertissement suivant : «Le tourisme est très fragile. Ceux qui lancent des cocktails Molotov par les fenêtres de leur voiture doivent bien comprendre que bientôt ils risquent de ne plus avoir de voiture pour le faire». Cette fragilité constitue une faiblesse facilement exploitable dans l'économie d'une nation.

L'universalité du Coca-Cola glacé n'est pas simplement un fait économique, c'est aussi un fait culturel. Il crée non seulement une demande, mais aussi un comportement. L'étude de l'*Economist* conclut : «Que le développement d'une industrie touristique change ou non les valeurs d'une société (en bien ou en mal), il n'en reste pas moins que ses répercussions socio-économiques sont susceptibles d'apporter des bouleversements profonds dans la structure de la société hôte, des changements et des tensions de grande importance».

Faire face aux changements et aux tensions, intégrer le tourisme aux autres industries et s'assurer une part équitable des bénéfices; voilà les principales préoccupations de la plupart des pays en voie de développement qui accueillent le tourisme. Nombre de pays n'ont en fait pas le choix. Le premier ministre adjoint de la Barbade, Bernard St. John, affirme sans détour : «Le tourisme est un facteur de développement économique et social important de la région des Antilles. De fait, dans de nombreux cas, il s'agit là de la seule solution». □