

**Le tourisme durable dans les pays méditerranéens :
état des lieux et nouveau cadre d'analyse**

Jean-Charles BRIQUET-LAUGIER*

Résumé :

Depuis le début des années 60, le tourisme est devenu un phénomène mondial, source de développement économique pour de nombreux pays, en particulier autour de la Méditerranée. Mais l'expansion très forte de l'activité touristique traditionnelle a rapidement fait apparaître un ensemble d'effets négatifs sur l'environnement et la société. Le concept de tourisme durable qui a émergé graduellement depuis la fin des années 80, nécessite de réconcilier développement économique et social, protection de l'environnement et conservation des ressources naturelles. Alors que les différents aspects du tourisme durable (économiques, écologiques et sociaux) font trop souvent l'objet de recherches séparées, nous développons dans cet article un modèle, sous une forme graphique, qui prend en compte ces différents enjeux. Ce modèle nous permet alors d'illustrer certaines caractéristiques du tourisme dans les pays riverains de la Méditerranée et de représenter dans un ensemble cohérent les objectifs et instruments d'application du tourisme durable, tels qu'ils sont définis dans les recommandations internationales en la matière.

Mots clés : tourisme durable, pays méditerranéens, demande touristique, impacts du tourisme, protection de l'environnement.

Codes JEL : Q20, Q26, Q56, Q57, Q58.

Version provisoire. Ne pas citer sans l'autorisation de l'auteur

* Université de Nice - Sophia Antipolis, CEMAFI (Centre d'Etudes en Macroéconomie et Finance Internationale). Faculté de Droit, des Sciences Politiques, Economiques et de Gestion, Avenue Doyen Louis Trotabas, 06050 Nice Cedex 1. Tél. 00 33 (0)4 92 15 71 84. Fax : 00 33 (0)4 92 15 71 85. Mél : briquet@unice.fr

Introduction

Depuis le début des années 60, le tourisme est devenu un phénomène mondial, source de développement économique pour de nombreux pays, en particulier autour de la Méditerranée. Mais l'expansion très forte de l'activité touristique traditionnelle a rapidement fait apparaître un ensemble d'effets négatifs sur l'environnement et la société.

La nécessité de réconcilier développement économique et social, protection de l'environnement et conservation des ressources naturelles a émergé graduellement dans les années 70 et 80. La définition du concept de développement durable, c'est à dire celui "qui satisfait les nécessités actuelles sans compromettre la capacité des générations futures pour satisfaire leurs propres nécessités", est issue de cette prise de conscience progressive. En 1992 à Rio, la Conférence des Nations unies sur l'environnement et le développement conforte le concept de développement durable et adopte notamment un programme détaillé pour sa mise en œuvre (Agenda 21). Dans le domaine du tourisme, sera ensuite élaboré l'Agenda 21 pour les transports et l'industrie du tourisme. Trois ans plus tard, s'est tenue la première Conférence Mondiale sur le Tourisme Durable (WCST). Elle donna lieu à rédaction d'une Charte du tourisme durable (OMT, PNUE, UNESCO, UE) dont l'article premier précise que : "Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales".

Alors que les différents aspects du tourisme durable (économiques, écologiques et sociaux) font trop souvent l'objet de recherches séparées, nos travaux nous ont conduit à développer un modèle théorique, développé à l'origine pour le cas des espaces naturels protégés, qui prend en compte ces différents enjeux. Ce modèle présente sous une forme graphique les relations entre flux touristiques et environnement (demande touristique et impacts sur le milieu naturel), le comportement et la satisfaction des visiteurs, ainsi que les dépenses touristiques et l'impact économique du tourisme. Dans un cadre d'analyse plus large, l'objectif principal de cet article est d'étudier dans quelle mesure ce modèle est pertinent pour la représentation du tourisme durable dans les pays riverains de la Méditerranée.

Nous présenterons d'abord les relations de notre modèle en les illustrant par des données et exemples issus de l'évolution touristique des pays méditerranéens (section 1). La suite de notre exposé sera consacrée au concept de tourisme durable, dont la définition, les objectifs et les instruments (notamment ceux préconisés en Méditerranée) seront présentés dans le cadre de notre modèle (section 2).

I. Présentation du modèle

Le modèle que nous allons développer progressivement dans cette section a d'abord eu pour objectif de représenter le tourisme durable d'une manière théorique (Briquet-Laugier, 2004a¹) ; il a ensuite permis d'envisager l'application du tourisme durable dans les espaces protégés (Briquet-Laugier, 2004b²).

Il ne prétend pas couvrir tous les aspects du tourisme durable, mais il en présente toutefois les caractéristiques essentielles. En particulier, après avoir présenté les principales caractéristiques des flux touristiques en Méditerranée, nous expliciterons la relation particulière entre tourisme et environnement, avant d'aborder les notions économiques de satisfaction des visiteurs, de dépenses touristiques et d'impact économique du tourisme.

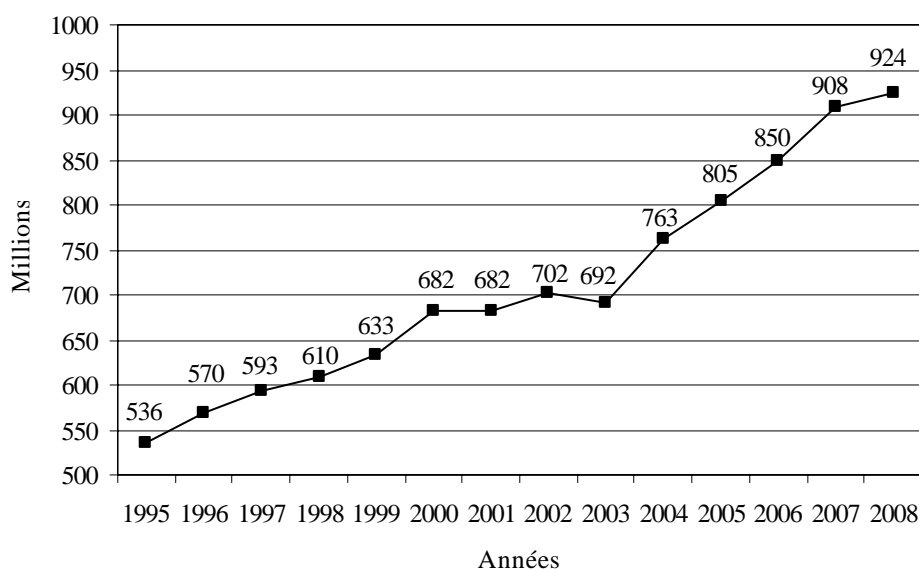
¹ Briquet-Laugier, J.-C. (2004a), Le rôle de l'Etat dans un modèle d'application du tourisme durable, dans: *La restauration du rôle de l'Etat dans la croissance et le développement économiques*, eds. C. Berthomieu, A. Chaabane and A. Ghorbel, Publisud, Paris, 2004, p. 193-229.

² Briquet-Laugier, J.-C. (2004b), *A graphical ecological-economic model for sustainable tourism in protected areas*, 2nd Young Scientific Conference "Interdisciplinary Mountain Research", Stelvio National Park, 29 septembre - 2 octobre 2004.

I.1. Flux touristiques en Méditerranée

Le tourisme international est un secteur d'activité en forte progression depuis plusieurs décennies (25 millions d'arrivées internationales en 1950, 58 millions en 1970, 439 millions en 1990, 924 millions en 2008). Malgré la sensibilité aux crises, qu'elles soient d'ordre économique, politique, sécuritaire ou écologique, le tourisme a toujours montré sa capacité à retrouver ses taux de fréquentation passés et à poursuivre sa croissance. Cependant dans ce contexte actuel de crise économique, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estime que le tourisme international régressera de 2 à 3 % en 2009. L'organisme international, jugeant que la crise pourrait avoir des répercussions à plus long terme sur l'activité touristique en raison de son caractère mondial, s'est même doté début 2009 d'un Comité de Relance du Tourisme.

Graphique n° 1 : Arrivées de touristes internationaux dans le monde (1995-2008)



Source : OMT³

Même si la part relative du bassin méditerranéen dans le tourisme mondial s'érode avec le temps (32 % des arrivées internationales en 2000 contre 35 % en 1970), cette région du monde demeure, en raison de ces nombreux atouts, une destination privilégiée.

Plusieurs caractéristiques du tourisme méditerranéen méritent d'être soulignées, car elles revêtent une grande importance dans la relation entre tourisme et environnement. Le tourisme en Méditerranée se caractérise par de très fortes inégalités en terme de répartition dans l'espace (entre les pays riverains et à l'intérieur même de ceux-ci) et dans le temps (saisonnalité) ce qui, nous le verrons par la suite, implique d'importantes atteintes à l'environnement.

³ OMT, Baromètre OMT du tourisme mondial, volume 7, n° 1, janvier 2009.

Tableau n° 1 : arrivées internationales de touristes dans les pays riverains de la Méditerranée⁴
(en milliers et en pourcentage)

Pays	1990		1995		2000		2005	
	N	%	N	%	N	%	N	%
France	52497	36,93	60033	36,93	77190	35,22	75908	30,86
Espagne	34085	23,98	34920	21,48	46403	21,17	55914	22,73
Italie	26679	18,77	31052	19,10	41181	18,79	36513	14,84
Turquie	4799	3,38	7083	4,36	9586	4,37	20273	8,24
Grèce	8873	6,24	10130	6,23	13096	5,98	14765	6,00
Croatie			1485	0,91	5831	2,66	8467	3,44
Egypte	2411	1,70	2871	1,77	5116	2,33	8244	3,35
Tunisie	3204	2,25	4120	2,53	5058	2,31	6378	2,59
Maroc	4024	2,83	2602	1,60	4278	1,95	5843	2,38
Syrie	562	0,40	815	0,50	1416	0,65	3368	1,37
Chypre	1561	1,10	2100	1,29	2686	1,23	2470	1,00
Israël	1063	0,75	2215	1,36	2417	1,10	1903	0,77
Slovénie		0,00	732	0,45	1090	0,50	1555	0,63
Algérie	1137	0,80	520	0,32	866	0,40	1443	0,59
Malte	872	0,61	1116	0,69	1216	0,55	1171	0,48
Liban			450	0,28	742	0,34	1140	0,46
Serbie-Monténégro			228	0,14	239	0,11	725	0,29
Monaco	245	0,17	233	0,14	300	0,14	286	0,12
Bosnie Herzégovine					171	0,08	217	0,09
Terr. Palestiniens					310	0,14	88	0,04
Albanie	30	0,02	41	0,03	32	0,01	48	0,02
Libye	96	0,07	56	0,03	174	0,08		
Total	142138	100,00	162574	100,00	219159	100,00	245994	100,00

Source : OMT

Malgré la diversité des situations nationales, il est d'usage de distinguer quatre groupes de pays d'accueil⁵ :

1. Le groupe des pays "matures" dont la tradition touristique est ancienne (Espagne, France et Italie), qui ont déjà largement exploité leur potentiel de croissance et dont la part des arrivées en Méditerranée s'érode progressivement (80 % en 1990 ; 68 % en 2005) ;

2. Le groupe "moteur" ou à forte croissance (Chypre, Egypte, Grèce, Malte, Maroc, Tunisie et Turquie) composé de pays dont le développement touristique a été plus tardif que celui des pays du Nord-Ouest. Leurs politiques actives en matière de tourisme ont été couronnées de succès avec des taux de croissance souvent impressionnants (arrivées internationales en hausse de 320 % entre 1990 et 2005 pour la Turquie ; 241 % pour l'Egypte ; 99 % pour la Tunisie ; autour des 60 % pour la Grèce et Chypre ; 45 % pour le Maroc) ; leur part des arrivées internationales en Méditerranée est passée de 18 % en 1990 à 24 % en 2005) ;

3. Le groupe "convalescent", plus hétérogène (Slovénie, Croatie, Bosnie-Herzégovine, Serbie Monténégro, Liban, Israël et territoires Palestiniens) et composé de pays n'ayant pas pu développer leur secteur touristique en raison de tensions politiques ou militaires persistantes. Certains amorcent (ou relancent) désormais leur activité touristique et obtiennent des taux de croissance des arrivées

⁴ A ces chiffres concernant le tourisme international, il conviendrait d'ajouter le poids grandissant du tourisme domestique. Mais les données précises et homogènes sur ce sujet font défaut. Le nombre d'arrivées internationales donnent cependant une bonne idée de l'importance du secteur touristique dans les pays considérés.

⁵ Cette typologie se retrouve notamment dans : PNUE/PAM/Plan Bleu (2005), *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP, Technical Report Series n° 159, p.9.

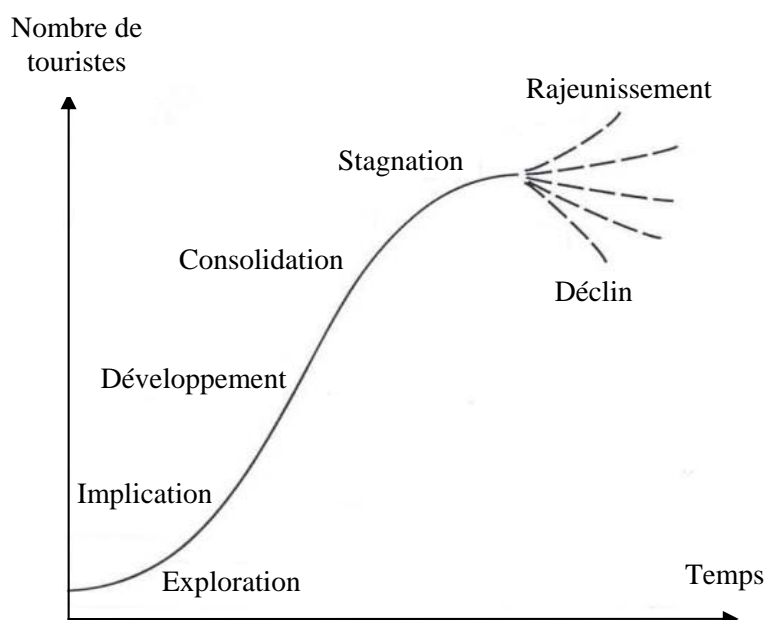
internationales élevés, comme la Croatie (arrivées internationales en hausse de 470 % entre 1995 et 2005). Le volume des arrivées par rapport à l'ensemble de la zone reste malgré tout faible (6 % des arrivées internationales en Méditerranée en 2005) ;

4. Le groupe "latent" composé de pays relativement fermés au développement touristique (Albanie, Algérie, Libye et Syrie) et dont la fréquentation se situe bien de deçà de leurs opportunités, bien que les résultats de la Syrie soient en progression ces dernières années. Les taux de croissance des arrivées internationales de ces pays sont faibles, ainsi que leur contribution globale aux entrées (2 % des arrivées internationales en Méditerranée en 2005).

Ces considérations sur le niveau de développement d'une destination touristique peuvent être envisagées en référence à la notion du "cycle de vie" touristique. Cette conception du développement touristique dans le temps est inspirée des études de marketing sur le cycle de vie d'un produit, dont l'application aux questions touristiques est due à R.W. Butler⁶.

Selon le modèle du cycle de vie du produit touristique, une destination touristique passe par plusieurs stades de développement, comme le montre le graphique n° 2 ci-dessous : démarrage (exploration et implication), développement, maturité (consolidation et stagnation), puis déclin, qui peut cependant être évité par une relance du produit (ou de la destination) par une politique de rajeunissement.

Graphique n° 2 : le cycle de vie du produit touristique selon R.W. Butler



Ainsi, même si l'observation du passage d'une phase à une autre n'est pas forcément une chose aisée, nous sommes tentés de placer les pays méditerranéens du premier groupe dans une phase de rajeunissement (pays qui ont parfaitement réussi leur reconversion et qui restent des destinations touristiques de premier plan), les pays du deuxième groupe dans la phase de consolidation, les pays du troisième groupe dans la phase de développement (plus ou moins avancé) et les pays du quatrième groupe dans la phase de démarrage (dont l'implication dans une politique touristique forte reste encore incertaine).

Au-delà des différences observables entre les pays, les flux touristiques sont inégalement répartis entre les régions côtières méditerranéennes et l'intérieur des territoires. On estime en effet que les régions méditerranéennes côtières accueillent plus de la moitié des touristes internationaux, alors qu'elles ne représentent que 13 % de la superficie des pays riverains. Cette observation générale recouvre cependant des situations diverses car le tourisme n'est pas concentré dans les régions côtières dans tous les pays (en Egypte par exemple, les zones côtières sont surtout concernées par un tourisme domestique récent, la

⁶ Butler, R.W. (1980), The concept of a tourist area life cycle of evolution, *Canadian Geographer* 24, p. 5-12.

vallée du Nil et le long de la mer rouge concentrant la majorité du tourisme international ; en Tunisie par contre, le tourisme est concentré à 95 % dans les régions côtières).

En raison de la domination des séjours d'agrément dans les zones côtières, la saisonnalité du tourisme méditerranéen reste forte. La grande majorité des séjours sont regroupés entre mai et septembre (cinq mois qui concentrent 70 à 80 % des séjours).

Les perspectives du tourisme méditerranéen pour les années 2020-2025⁷ sont les suivantes : poursuite de la croissance touristique (plus lente) pour les trois pays du Nord-Ouest (France, Espagne, et Italie), ainsi que pour certaines destinations "matures" (Chypre, Malte et Monaco), développement important de l'Égypte et de la Turquie qui deviendraient des "géants touristiques" en Méditerranée, retour à leur place touristique des pays de l'Est Adriatique (Croatie et Slovénie), poursuite du développement du Maroc et de la Tunisie (le Maroc plus fortement), émergence de la Syrie et du Liban comme destination à part entière, persistance de pays au tourisme peu développé (Algérie, Libye, Albanie, Bosnie-Herzégovine et Serbie-Monténégro).

Mais les facteurs d'évolution sont nombreux. La demande et l'offre touristiques restent incertaines, ce qui a conduit l'OMT à envisager plusieurs scénarios possibles.

Du côté de la demande (dont nous analyserons les déterminants dans le prochain paragraphe), la principale interrogation repose sur l'évolution de la croissance économique, en particulier dans les pays émetteurs d'Europe (dont les populations demeurent les principales pourvoyeuses de touristes). Le développement des clientèles d'Europe Centrale et Orientale, mais aussi des pays d'Asie de l'Est et du Pacifique accélérerait par ailleurs de rythme du développement touristique méditerranéen. Au sujet des motivations de la clientèle, même si la demande balnéaire reste majoritaire, il est possible d'envisager un scénario alternatif basé sur une diversification de la demande.

En ce qui concerne l'offre, les politiques de développement touristique de certains pays encore peu développés dans ce domaine, l'importance de la régulation du secteur par la puissance publique et l'évolution du contexte politique et sécuritaire pourraient bouleverser les tendances. L'évolution de l'offre de transport (en fonction de ses coûts) et de la concurrence entre les destinations (question du rôle prédominant des tours-opérateurs, de la diversification des produits et de la fixation des prix) seront également des sujets importants pour l'avenir du tourisme méditerranéens.

Enfin, il ne faut pas négliger les effets possibles du changement climatique sur les destinations dans un contexte où le flux principal de touristes va actuellement du nord du bassin méditerranéen vers le sud. Dans leur étude de 2008, Billé, Kieken & Magnan⁸ proposent une analyse de ces effets et en présentent une synthèse dans un tableau, reproduit ci-dessous.

⁷ Prévisions à l'horizon 2020 réalisées par l'OMT en 2001 (OMT, *Tourism 2020 vision*), prolongées à l'horizon 2025 par le Plan Bleu : Benoit G. et Comeau A. (Dir) (2005), *Méditerranée. Les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement*, Editions de l'Aube, 432 p.

⁸ Billé, R., Kieken H. & Magnan A. (2008), *Tourisme et changement climatique en Méditerranée : enjeux et perspectives*, Etude régionale, Suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable, Plan Bleu, Centre d'Activités Régionales, Sophia Antipolis, 44 p.

Tableau n° 2 : quelques effets attendus du changement climatique sur les destinations touristiques méditerranéennes (d'après Billé, Kieken & Magnan)

Changement climatique sur le lieu d'origine	Changement climatique sur le lieu de destination	Implications pour la destination	Réactions possibles du marché
<ul style="list-style-type: none"> - Hivers beaucoup plus doux et humides - Etés plus chauds et secs - Etés mieux garantis 	<ul style="list-style-type: none"> - Hivers plus doux et humides - Etés beaucoup plus chauds et secs - Changements plus marqués dans l'Est de la Méditerranée - Augmentation de l'indice de chaleur - Plus de jours au dessus de 40°C - Paysages plus arides - Impacts de la hausse du niveau de la mer accentués par la faiblesse des marées 	<ul style="list-style-type: none"> - Sécheresses et risques d'incendies plus sévères - Accentuation du manque d'eau - Exposition personnelle accrue à la chaleur - Dégradation des plages et pertes d'habitats dus à la hausse du niveau de la mer - Vulnérabilité à davantage de maladies tropicales (ex: malaria) - Plus d'inondations éclairs - Faible qualité de l'air dans les villes 	<ul style="list-style-type: none"> - L'amélioration des étés du Nord de l'Europe génère plus de vacances domestiques - Incitation moindre à des vacances estivales sur la Méditerranée - Incitation accrue pour des vacances méditerranéennes pendant les saisons intermédiaires - Incitation accrue pour les sudistes à voyager vers le Nord

Les exercices de projection effectués par les organisations internationales, même si ils soulèvent quelques interrogations, permettent néanmoins de dégager certaines tendances. Les touristes internationaux en Méditerranée seraient ainsi près de 400 millions en 2025 (multiplicateur entre 2005 et 2025 : 1,6). Les inégalités de répartitions des flux touristiques entre pays méditerranéens s'atténueraient mais resteraient fortes. Enfin, la croissance des arrivées internationales dans les zones côtières serait plus importante que celle concernant l'ensemble du territoire.

La poursuite de la croissance de l'activité touristique pose évidemment la question de la capacité des sociétés à protéger à long terme leur environnement. Il est donc important d'envisager de manière plus précise la double relation entre la fréquentation touristique et la qualité de l'environnement :

- la qualité de l'environnement est un des facteurs de la demande et donc de la fréquentation touristique. Il constitue une des ressources de base dont dépend le développement du tourisme (impact de l'environnement sur le tourisme) ;

- l'activité touristique s'accompagne d'une pression importante sur l'environnement. Le développement du tourisme a parfois pour effet la destruction du milieu naturel et la perturbation des sociétés locales (impact du tourisme sur l'environnement).

Ce sont ces deux aspects qui retiennent successivement notre attention et qui constituent le point de départ de la construction de notre modèle.

I.2. Demande touristique et environnement

La croissance de l'industrie tourisme a donné lieu à une importante littérature dans le domaine de la modélisation et de la prévision de la demande touristique, question essentielle aux yeux des décideurs politiques, des investisseurs et des gestionnaires. Plusieurs auteurs, à différentes périodes, ont publié une revue de cette littérature empirique : Crouch (1994), Witt et Witt (1995), Lim (1997, 1999) et Song et Li (2008).

Ces études empiriques se décomposent en deux catégories, selon qu'elles fassent appel à des méthodes quantitatives (largement majoritaires) ou qualitatives. Dans le premier groupe, on trouve :

- les méthodes d'analyse des séries temporelles qui implique une analyse une relation postulée entre une variable expliquée (nombre d'arrivées de touristes généralement) et une ou plusieurs variables explicatives ;

- les méthodes économétriques testant des relations de causalité entre les différentes variables, qui donnent une représentation d'une ou plusieurs relations sans base théorique, par simple inférence

statistique ("économétrie sans théorie"). Ces méthodes permettent ainsi de dégager les déterminants de la demande touristique et d'estimer l'importance de leur influence sur cette demande, en cas de chocs ;

- les méthodes issues de l'Intelligence artificielle (réseaux neuronaux, théorie des ensembles approximatifs, théorie des ensembles flous, algorithmes génétiques). Leur intérêt (mais leur faiblesse aussi) réside dans le fait que ces méthodes ne nécessitent pas d'informations préalable sur les données (telles que distribution et probabilités). Malgré un pouvoir prédictif parfois élevé, elles souffrent donc d'une limitation en termes d'interprétation de la demande touristique d'un point de vue économique.

Les facteurs explicatifs de la demande touristique retenus dans la majorité des études empiriques sont le revenu des touristes, les coûts de transport, les prix des biens touristiques dans le pays destinataire, les prix des biens touristiques dans les pays concurrents (substituts), les taux de change et les conditions de l'offre touristique (qualité de l'environnement, patrimoine culturel, climat, infrastructures, activités, etc.).

Mais il est également utile de considérer un ensemble de variables explicatives socio-économiques parmi lesquelles l'évolution de la démographie, de la mobilité et de la famille, du travail, de la consommation et du système de valeurs des individus. Pour donner un exemple, l'étude prospective de ces déterminants de la demande touristique dans le cas français, insiste sur les phénomènes majeurs que sont : le vieillissement de la population, la fragmentation des ménages, la montée du rôle des femmes, la mondialisation, les inégalités, les nouvelles formes d'organisation de l'activité et du travail, la transformation des valeurs et des comportements de consommation... Ces aspects socio-économiques, non mesurables, sont difficiles à intégrer dans l'analyse empirique. Il est cependant possible de considérer que leur évolution suit une tendance stochastique.

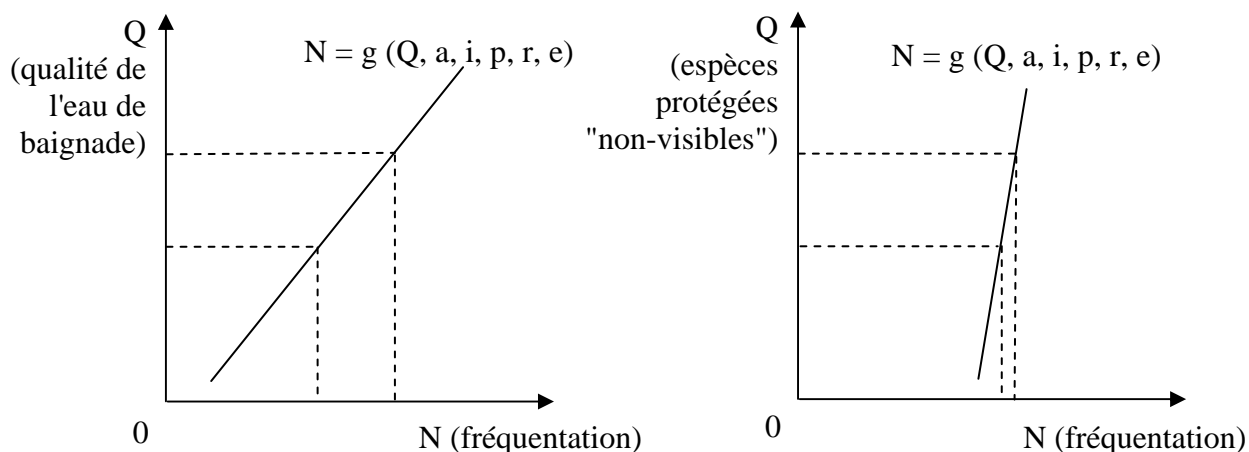
Parmi les facteurs représentatifs des conditions de l'offre touristique, quel rôle joue la qualité de l'environnement ? En premier lieu, nous pouvons penser qu'il constitue la ressource de base dont dépend la prospérité et le développement du tourisme, si bien que toute dégradation de l'environnement compromet la viabilité de l'industrie touristique et qu'inversement, un environnement préservé est un facteur de compétitivité important (Milhalic, 2000).

Il est vrai que la sensibilité des visiteurs à la qualité environnementale des destinations est de plus en plus grande. Ces derniers sont notamment très attentifs à la qualité des eaux de baignade, à la propreté des sites et aux risques pour leur santé. Il est également vrai que certains voyageurs, face aux dégradations et à l'encombrement générés par le tourisme de masse, sont à la recherche de formes de tourisme alternatives davantage respectueuses des hommes et des sites. Cette tendance ne peut que se renforcer à l'avenir, même si le tourisme balnéaire traditionnel ("de soleil et de plage") qui constitue aujourd'hui l'ossature du tourisme mondial, continuera de dominer le marché.

Il ne faut toutefois pas surestimer la sensibilité environnementale des touristes, pour deux raisons : en premier lieu, l'attrait croissant pour un environnement de qualité s'accompagne d'exigences en terme de niveaux d'équipement (piscines, climatisation, etc.) qui contribuent à l'artificialisation des espaces et à l'épuisement des ressources naturelles. En second lieu, les touristes ne sont sensibles qu'aux nuisances les plus visibles (problèmes sanitaires, pollution, déchets). Ils ne prennent encore pas assez en compte dans leur choix de destination des impacts environnementaux non visibles et/ou pour lesquels ils n'ont aucune information (ex : perturbation de la faune et de la flore, destruction d'habitats).

L'importance de la qualité de l'environnement (Q) sur la fréquentation touristique (N) peut donc prendre très différente selon l'indicateur choisi. Sur le graphique de gauche ci-dessous, la demande sera très sensible à la qualité de l'eau de baignade. Sur le graphique de droite, la demande touristique sera presque insensible à certains éléments naturels peu visibles ou jugés peu intéressants par les touristes.

Graphiques n° 3 et 4 : relations entre qualité de l'environnement et fréquentation



Pour représenter la demande touristique, nous considérons donc que la fréquentation (N) dépend de la qualité de l'environnement mais aussi d'un ensemble d'autres variables explicatives :

- a : activités touristiques possibles (diversification de l'offre) ;
- i : infrastructures et services liés au tourisme (transport, hébergement, commerces, etc.) ;
- p : prix touristiques relatifs ;
- r : revenu des touristes ;
- e : variables socio-économiques.

Cette représentation et ce choix de variables ne sont pas anodins. Ils nous permettent d'envisager également la relation inverse entre tourisme et environnement (l'impact du tourisme sur l'environnement), puis dans une étape ultérieure du raisonnement, de considérer les instruments en faveur du tourisme durable susceptibles d'influer sur ces variables.

I.3. Impacts du tourisme sur l'environnement

De par son importance et ses caractéristiques, telles que nous les avons définies précédemment (forte concentration de visiteurs sur des périodes restreintes et des espaces limités), le tourisme a inévitablement un gros impact sur l'environnement. En Méditerranée, l'accent est souvent mis sur les deux problèmes principaux que sont la dégradation des zones côtières (artificialisation) et l'épuisement des ressources en eau douce. Mais les atteintes du tourisme sur l'environnement se manifestent également par la surexploitation des ressources naturelles, les problèmes de pollution et de déchets, les atteintes à la faune et à la flore ainsi que par la perturbation des sociétés locales. Il est notamment important de noter l'impact grandissant des transports touristiques sur l'environnement, à l'échelle locale (encombrement routier), nationale ou internationale (émissions de gaz à l'effet de serre).

La surexploitation des ressources naturelles

Le développement du tourisme et des infrastructures liées au tourisme provoque souvent une détérioration des sols (exemples : érosion des plages et des dunes, destruction d'habitats naturels) ainsi qu'une dégradation des paysages liée à l'urbanisation.

Les ressources en eau douce, déjà limitées dans certaines régions, sont surexploitées par l'industrie du tourisme : outre les différences de comportement (on estime qu'un tourisme utilise presque deux fois plus d'eau qu'un résident), cette surexploitation résulte également des besoins de certaines activités de loisirs, particulièrement exigeantes en eau (piscines, terrains de golfs...). Si le problème de l'eau est un problème majeur en Méditerranée, le tourisme peut également amener à une surexploitation des ressources locales telles que l'énergie, les produits alimentaires et les matières premières.

La pollution et les déchets

Les sources de pollution et de déchets issus du tourisme sont nombreuses et touchent l'environnement de différentes manières :

- pollution des sols par les déchets solides et les détritiques ;
- contamination de l'eau douce et des eaux marines par les eaux usées ;
- contamination des eaux marines et des zones côtières (déchets issus des sports nautiques et les croisières) ;
- contamination de l'air par les moyens de transports et les installations touristiques ;
- bruit causé par les transports terrestres et aériens.

Les atteintes à la flore et à la faune

La surexploitation des ressources naturelles et les phénomènes de pollution évoqués précédemment ont inévitablement un impact important sur la faune et la flore, à travers la destruction ou la perturbation des habitats naturels.

D'autre part, la présence de touristes constitue une source importante de perturbation de la faune et de la flore à cause d'une trop grande affluence (perturbation du milieu), d'activités récréatives néfastes ou de comportements peu respectueux (activités motorisées, alimentation des animaux, pratiques hors routes ou pistes, prélèvements non autorisés, vandalisme...), y compris dans les espaces protégés.

Les pressions sur les sociétés locales

Le développement du tourisme peut engendrer une perturbation des sociétés locales, en perturbant des pratiques traditionnelles de gestion des ressources, en concurrençant l'économie locale pour l'utilisation de l'eau, de l'énergie, du sol... et en imposant des changements sociaux et culturels.

Ces causes directes de la dégradation de l'environnement par le tourisme ne doivent cependant pas cacher les causes sous-jacentes de tels problèmes, qui trouvent leur fondement dans les défaillances du marché.

La nature même de certains biens environnementaux (l'air, les océans, les espèces naturelles...) font que ces derniers ne peuvent faire l'objet d'une appropriation privée : possédant une caractéristique de non-rivalité, ils sont qualifiés de biens publics. L'usage d'un bien public par différents individus peut néanmoins conduire au franchissement d'un seuil de saturation (phénomènes d'encombrement) et plus généralement à la surexploitation d'une ressource en accès libre. Une rivalité entre les agents voit alors le jour, conduisant à l'apparition d'effets externes dans l'utilisation du bien et à sa raréfaction (on parle alors de biens communs).

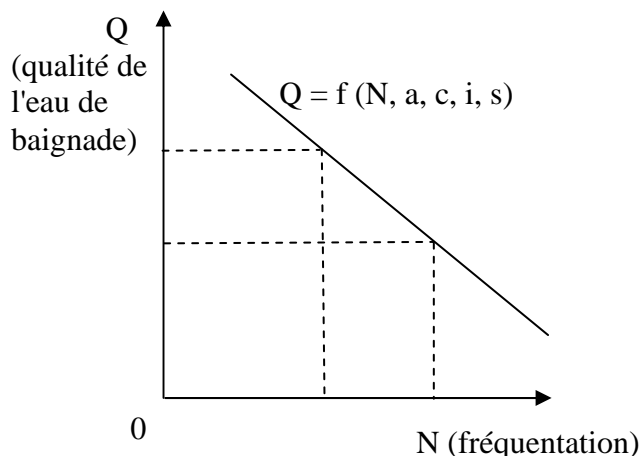
La conséquence de la définition des biens communs est que leur qualité est le plus souvent liée à leur niveau de consommation. Autrement dit quand la quantité consommée (la fréquentation N) augmente, la qualité (Q) décroît ("fonction d'encombrement" ou de congestion). Le plus souvent les effets nocifs de l'encombrement sur la qualité seront cumulatifs.

La relation reliant Q à N doit cependant être développée car la qualité dépend également d'un certain nombre d'éléments qu'il est nécessaire de considérer :

- les activités pratiquées (a) et le comportement des visiteurs (c) : la qualité de l'environnement dépend certes de la fréquentation (conformément à la fonction d'encombrement déjà évoquée) mais également de la répartition des activités pratiquées et du comportement des visiteurs ;
- les services liés au tourisme (i) comme les activités d'hébergement, de transports, etc. et les infrastructures qui les caractérisent (ex : ports de plaisance, hébergements touristiques, résidences secondaires) ;
- les effets externes des autres secteurs (s), c'est à dire les perturbations (bruit, pollution, etc.) ne provenant pas du secteur touristique mais des autres activités humaines (industrie, agriculture, ...).

Dans cette optique, la relation liant Q à N est beaucoup plus complexe et la fonction $Q = f(N, a, c, i, s)$ peut prendre des formes très diverses⁹ qui correspondent à autant de réactions possibles de l'environnement face à la pression touristique. Afin de simplifier nos explications, nous retiendrons dans ce qui suit une relation simple entre fréquentation et qualité de l'environnement.

Graphique n° 5 : la relation entre fréquentation et environnement



D'un point de vue empirique, même si les impacts des activités humaines sur l'environnement sont maintenant mieux étudiés, la matérialisation d'une telle fonction reste difficile. En particulier, la définition des impacts écologiques du tourisme se heurte à plusieurs difficultés :

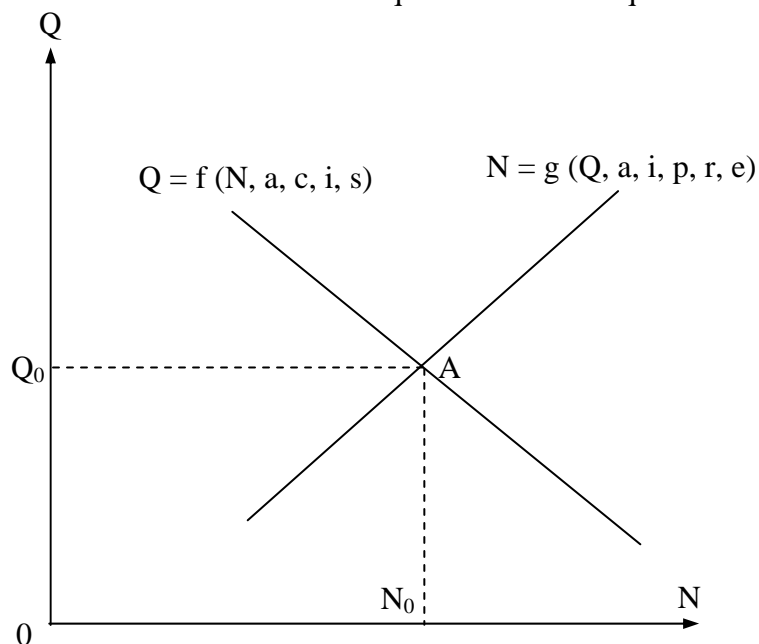
- la différenciation des impacts dus à chacune des activités touristiques considérées (a) de ceux imputables aux phénomènes naturels et aux autres activités humaines (s) ;
- l'évaluation des impacts des services et infrastructures liés au tourisme (i), dans la mesure où ces services sont également partagés avec d'autres activités (exemple : les transports) ;
- l'obtention de données statistiques sur de longues périodes (concernant à la fois la fréquentation et l'évolution de l'environnement) permettant de mesurer et d'expliquer les impacts observés (faiblesse des indicateurs) ;
- la variabilité des activités pratiquées (a) et des comportements (c), y compris dans leur dimension spatiale et temporelle (fréquentation concentrée sur certains secteurs et/ou à certaines périodes).

Il est également à prendre en considération que le tourisme peut avoir des impacts positifs sur l'environnement. Comme les ressources bien préservées constituent les fondements du tourisme, certaines raisons économiques poussent l'industrie du tourisme à investir dans la protection de la Méditerranée. L'activité touristique constitue également une alternative moins néfaste sur l'environnement que d'autres générateurs de pollution plus dangereux (l'industrie en particulier). Elle peut donc contribuer à la préservation de certains espaces naturels et favoriser l'investissement dans certaines infrastructures (ex.: station d'épurations) qui vont augmenter le bien-être économique de la société dans son ensemble.

En superposant les graphiques 4 et 5, nous pouvons donner une représentation simplifiée de la double relation entre fréquentation touristique et environnement :

⁹ Différents exemples de courbes sont présentés dans Briquet-Laugier, J.C. (2004a), op. cit., p. 200.

Graphique n° 6 : la double relation entre fréquentation touristique et environnement



Sur ce graphique, la qualité de l'environnement et le niveau de la fréquentation touristique sont étroitement liés et nous pouvons déterminer un point A représentatif d'une situation d'équilibre de fréquentation et de la qualité de l'environnement (N_0 , Q_0). Cependant, en raison de la variabilité très importantes des paramètres des deux fonctions, cette situation d'équilibre sera rarement atteinte dans la réalité ou, lorsqu'elle le sera, ne pourra être durable. Le niveau de qualité de l'environnement et ses évolutions dans le temps auront un impact sur une partie du bien-être des touristes.

I.4. Variations de qualité de l'environnement et bien-être des touristes

Dans la théorie microéconomique, l'amélioration du bien-être d'un individu (ici un touriste profitant d'un bien environnemental Q) peut être mesurée par le surplus du consommateur, qui est défini, sur le graphique ci-dessous¹⁰, comme la surface sous la courbe de demande ordinaire (marshallienne) et au-dessus de la ligne de prix. Cette surface représente l'avantage supplémentaire que représente, pour les demandeurs qui étaient prêts à payer un prix supérieur à celui déterminé par l'équilibre de l'offre et de la demande, le fait de ne l'avoir payé que le prix de marché.

Dans la partie inférieure du graphique, la courbe de demande ordinaire est notée D_m et la ligne de prix se confond avec l'axe des abscisses (le prix est égal à zéro), cas typique lorsqu'il s'agit d'un bien collectif pur¹¹, comme les espaces naturels, la qualité de l'air, etc. (notés comme précédemment Q).

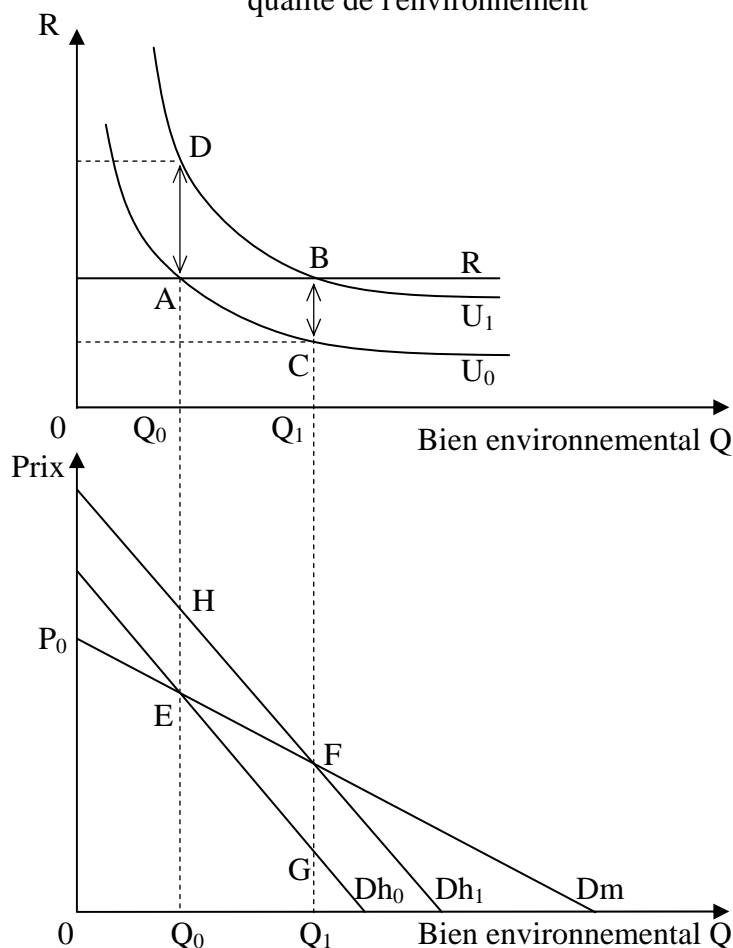
La consommation du bien environnemental Q, pour lequel il n'existe pas de marché et donc pas de prix, est donc déterminée par sa quantité initiale disponible Q_0 . Le surplus du consommateur est représenté par la surface OP_0EQ_0 .

La partie supérieure du graphique montre les courbes d'indifférence pour deux niveaux d'utilité (U_0 et U_1) entre la qualité de l'environnement Q et le revenu R (revenu qui peut s'interpréter comme l'ensemble des autres biens pouvant être consommés par un individu). Le fait pour le consommateur de bénéficier du bien environnemental Q_0 correspond au point A sur sa courbe d'indifférence U_0 .

¹⁰ D'après Faucheux, S. et Noël, J.-F. (1995), *Economie des ressources naturelles et de l'environnement*, Paris, Armand Colin, p. 226.

¹¹ Rappelons que la littérature économique distingue les biens collectifs purs (caractérisés par un principe de non rivalité et l'absence de mécanismes d'exclusion) des biens collectifs mixtes (pour lesquels la quantité consommée est divisible et l'exclusion est possible). Cf. Benard, J. (1985), *Economie Publique*, Paris, Economica, p. 33-40.

Graphique n° 7 : surplus du consommateur et courbes d'indifférences dans le cas d'une variation de qualité de l'environnement



L'augmentation de la qualité de l'environnement (de Q_0 à Q_1) entraîne un gain de bien-être qui équivaut à un mouvement le long de la droite de budget (R) de A sur U_0 à B sur U_1 . L'accroissement du surplus du consommateur résultant de cette augmentation correspond à la surface Q_0EFQ_1 .

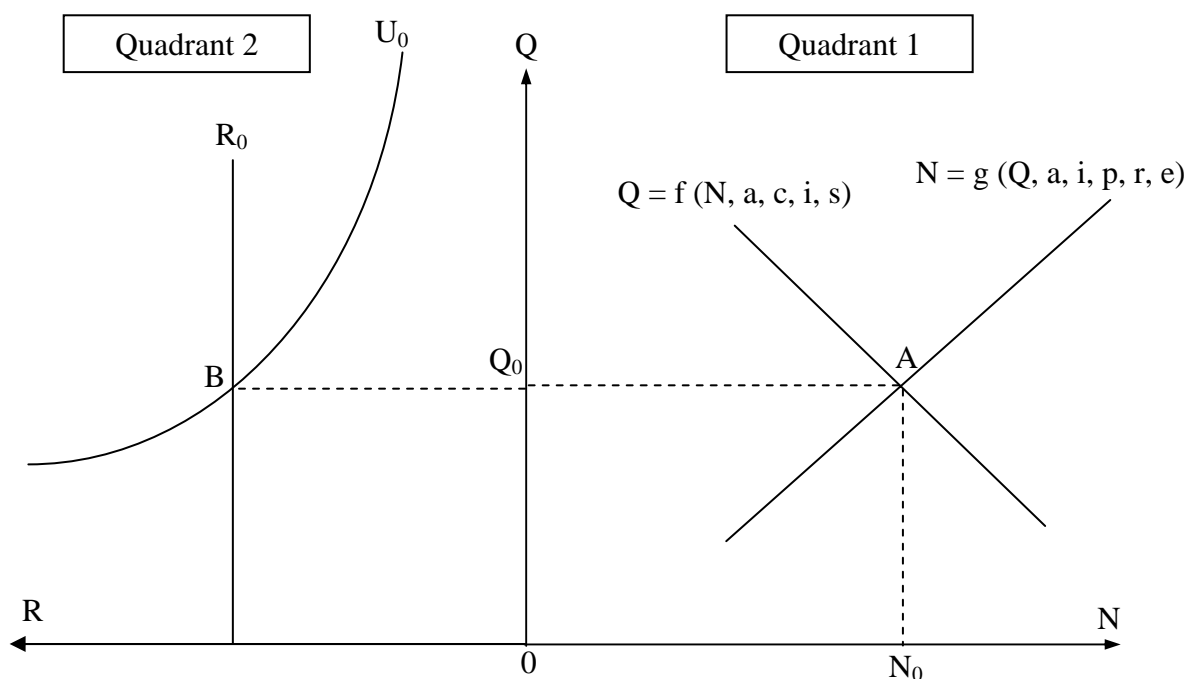
Mais depuis les travaux de Hicks¹², on sait que la mesure marshallienne du surplus n'est pas une mesure correcte de la variation du bien-être, car le long d'une courbe de demande ordinaire c'est le revenu et non l'utilité qui est maintenu constant. L'approche hicksienne évalue la variation de bien-être comme l'ajustement du revenu monétaire nécessaire pour maintenir un niveau d'utilité constant avant comme après le changement de quantité de bien (on parle alors de fonction de demande hicksienne ou fonction de demande compensée) : la question est alors de définir le niveau d'utilité de référence, qui peut être le niveau initial (U_0) ou le niveau d'arrivée (U_1), avec des variations nécessaires de revenu de segments [BC] ou [AD]. Alors que les fonctions de demandes marshalliennes (ou normales) exprimées en fonction des prix et des revenus sont observables, les fonctions de demandes hicksiennes ou compensées ne le sont pas dans la réalité puisqu'elles dépendent d'un niveau d'utilité inchangé qui n'est pas directement mesurable. Il est toutefois possible d'évaluer ces courbes de demandes hicksiennes par des méthodes d'estimation de la mesure rectifiée du surplus du consommateur.

Mais dans le contexte observable des fonctions de demandes marshalliennes, les variations de qualité de l'environnement n'ont pas d'effets sur le revenu (droite R_0 verticale) et se traduiront par une augmentation de l'utilité des visiteurs (courbe d'indifférence supérieure).

Nous pouvons alors superposer dans un nouveau graphique l'analyse du bien-être du consommateur aux relations définies précédemment :

¹² Hicks, J. (1943), The four consumer's surplus, *Review of Economic Studies*, 11, p. 31-41.

Graphique n° 8 : fréquentation touristique, environnement et satisfaction



Les relations entre fréquentation et environnement ainsi représentées ne constituent qu'un aspect, certes important, du tourisme en Méditerranée. Il est en effet essentiel d'appréhender l'importance du tourisme en tant que phénomène économique et comme facteur de développement pour certaines zones.

I.5. Impact économique du tourisme

L'activité touristique constitue aujourd'hui une source de développement économique importante pour de nombreux pays. On peut déterminer la capacité du tourisme à produire du développement économique en étudiant les effets d'une augmentation des dépenses des touristes sur leur lieu de destination, puisque cette dépense crée à son tour des revenus, des emplois et une série d'autres bénéfices économiques pour le pays hôte.

La valeur de la dépense moyenne des touristes provient généralement d'enquêtes de fréquentation ; quelquefois, elle est adaptée d'études de fréquentation réalisées sur des sites comparables. Cette estimation doit être basée sur un échantillon représentatif de la population touristique en prenant en compte les variations entre les saisons, les types de touristes et la répartition géographique dans la région concernée.

Dans les statistiques internationales, les dépenses des touristes (ou recettes touristiques par arrivée ou par habitant pour le pays de destination) ne proviennent pas d'enquêtes spécifiques mais sont obtenues par simple calcul (recettes du tourisme / nombre d'arrivées ou recettes du tourisme / nombre d'habitants).

Dans les statistiques de l'OMT, les recettes du tourisme international sont "les dépenses effectuées dans le pays d'accueil (ou consommation) par les touristes et visiteurs non-résidents tels que définis dans les Comptes Satellites du Tourisme en conformité avec la Commission Statistique de l'Organisation des Nations Unies. Dans les pays de destination, les recettes du tourisme international sont assimilées à des exportations et englobent les transactions effectuées par les excursionnistes aussi bien que par les visiteurs de plus d'une journée. En revanche, elles ne comprennent pas les recettes produites par les services de transport international achetés en dehors du pays de résidence des voyageurs".

Tableau n° 3 : recette touristique moyenne par arrivée internationale (en \$)

Pays	1990	1995	2000	2005
Albanie	133	1585	12156	17938
Algérie	92	63	111	128
Bosnie Herzégovine	1363	2613
Croatie	..	908	477	881
Chypre	806	856	723	943
Egypte	456	935	849	831
Espagne	542	723	646	858
France	384	460	398	580
Grèce	292	408	704	930
Israël	1313	1351	1691	1499
Italie	617	925	668	969
Liban	4853
Libye	63	36	431	..
Malte	569	592	502	662
Maroc	313	498	477	791
Palestine	326	..
Serbie-Monténégro	..	184	126	..
Slovénie	..	1478	885	1158
Syrie	569	1544	764	577
Tunisie	296	371	333	336
Turquie	672	700	797	895

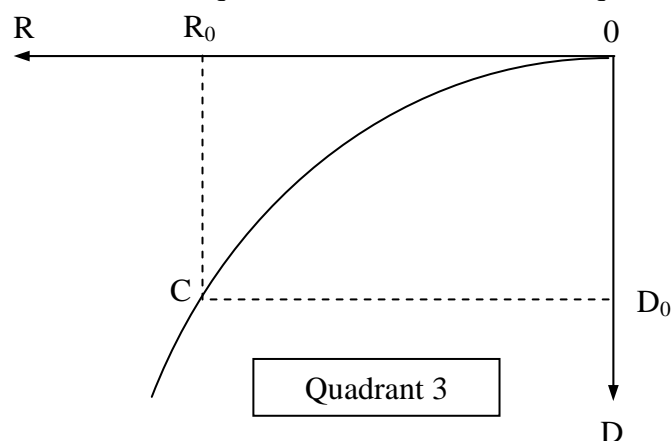
Source : OMT et World Development Indicators

Au-delà de la simple observation de ces dépenses, il est intéressant dans le cadre de notre modèle d'étudier les variations éventuelles de ces dépenses en fonction des évolutions de revenu.

Définies au XIXe siècle, les lois d'Engel établissent que le comportement des consommateurs se modifie avec le revenu. Ainsi, la première loi d'Engel précise que, lorsque le revenu augmente, les dépenses alimentaires augmentent également, mais moins vite que le revenu, ce qui signifie que leur part diminue dans le total des dépenses de consommation (l'ensemble de la catégorie des biens alimentaires est un bien de nécessité). La deuxième loi d'Engel précise que la part des dépenses d'habillement et de logement reste stable avec le revenu, c'est-à-dire que ces dépenses augmentent au même rythme que le revenu. La troisième loi d'Engel, qui découle des deux précédentes, implique que les autres dépenses augmentent plus vite que le revenu et donc que leur part augmente dans les dépenses de consommation (exemple des dépenses de santé, de transports et télécommunication ou de culture et loisirs, qui sont des biens de luxe).

En considérant le revenu (R) et la dépense moyenne d'un touriste international par arrivée (D), on serait donc tenté de tracer une courbe similaire à la courbe d'Engel pour les biens de luxe :

Graphique n° 9 : courbe théorique de consommation touristique selon les revenus



Avant d'établir une telle conclusion et de se référer à des lois qui seraient immuables ou établies une fois pour toutes, il convient toutefois de tenir compte des habitudes de consommation, des groupes sociaux, du nombre de personnes (et notamment d'enfants) et de l'âge du chef de ménage, etc. Ainsi, on peut être surpris par le caractère hétérogène des budgets, même pour des ménages possédant des niveaux de revenus assez proches.

De plus, dans le cadre de notre modèle, deux hypothèses peuvent contredire l'affirmation que les dépenses touristiques augmentent plus vite que le revenu :

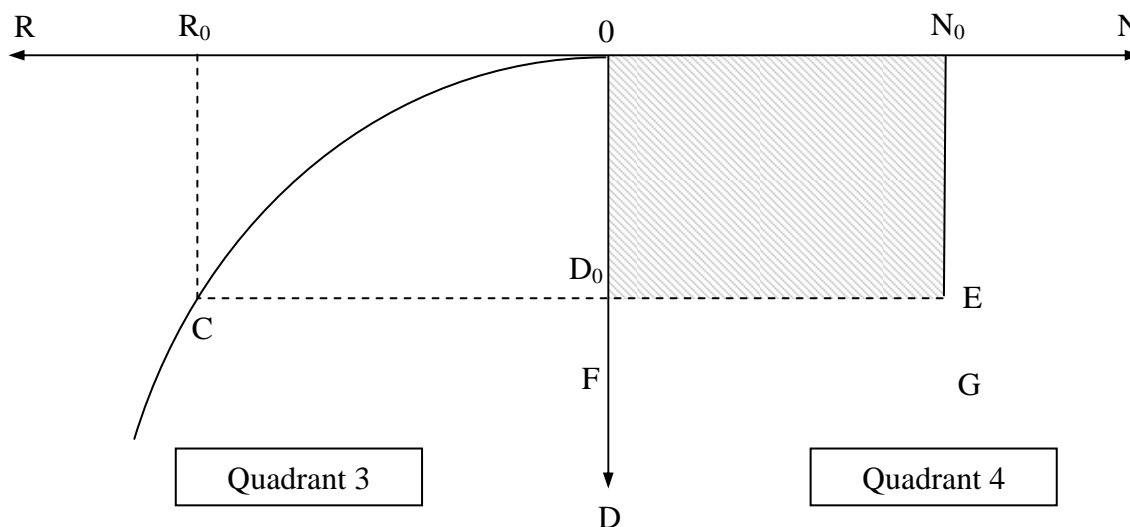
- les dépenses touristiques sont certes constituées de dépenses de loisirs mais aussi de biens de nécessité (alimentation) ou de logement : c'est donc un panier de biens de consommation divers qu'il s'agit d'étudier et non pas un bien de luxe "pur" ;

- il est également concevable que les dépenses touristiques journalières n'augmentent pas plus vite que le revenu mais que les touristes préfèrent partir en voyage plus souvent (ce qui se matérialisera par une augmentation de la fréquentation N d'une destination dans le quadrant 1 de notre modèle).

L'analyse de la contribution de l'activité touristique au développement économique a pour but de déterminer l'impact de la dépense touristique globale sur les revenus et l'emploi du lieu de destination.

Les dépenses touristiques (ou recettes du tourisme pour le pays hôte) sont obtenues de manière théorique en multipliant le nombre de touristes par la dépense moyenne par touriste. Les unités de mesure doivent évidemment être compatibles : dans notre exemple, qui se limite aux arrivées internationales de touristes, les recettes touristiques correspondent au produit de la dépense moyenne par arrivée (D_0) et de la fréquentation mesurée en nombre d'arrivées internationales (N_0). Elle est représentée dans le graphique suivant par l'aire OD_0EN_0 .

Graphique n° 10 : recettes du tourisme international



Le tourisme international est un secteur important du développement économique en Méditerranée, notamment par son apport de devises. Entre 1990 et 2005, la plupart des pays méditerranéens ont connu une croissance globale des recettes du tourisme international. Ces recettes, rapportées au PIB, montrent cependant des situations très différentes.

Tableau n° 4 : recettes du tourisme international (en millions de \$ et en % du PIB)

Pays	Recettes (millions)				en % du PIB			
	1990	1995	2000	2005	1990	1995	2000	2005
Liban	5532	25,66
Croatie	..	1349	2782	7463	..	7,17	15,12	19,19
Chypre	1258	1798	1941	2329	22,50	19,43	20,83	13,70
Malte	496	661	610	775	21,45	20,36	15,67	13,09
Albanie	4	65	389	861	0,19	2,68	10,55	10,28
Maroc	1259	1296	2039	4621	4,88	3,93	5,51	7,76
Egypte	1100	2684	4345	6851	2,55	4,46	4,35	7,64
Tunisie	948	1530	1683	2143	7,71	8,49	8,66	7,40
Syrie	320	1258	1082	1944	2,60	11,04	5,60	6,89
Grèce	2587	4135	9219	13731	2,75	3,14	7,34	5,56
Bosnie Herzégovine	233	567	4,37	5,27
Slovénie	..	1082	965	1801	..	5,20	4,85	5,05
Espagne	18484	25252	29968	47970	3,55	4,23	5,16	4,25
Turquie	3225	4957	7636	18152	1,52	2,02	2,86	3,75
Israël	1396	2993	4088	2853	2,66	3,12	3,31	2,14
France	20184	27587	30757	44018	1,62	1,76	2,32	2,05
Italie	16458	28731	27493	35398	1,45	2,55	2,51	1,99
Algérie	105	33	96	184	0,17	0,08	0,18	0,18
Libye	6	2	75		0,02	0,01	0,22	..
Monaco
Terr. Palestiniens	101
Serbie-Monténégro	..	42	30	0,30	..

Source : OMT et World Development Indicators

Une faible valeur des recettes en pourcentage du PIB indique des possibilités développement du tourisme international. Inversement, une forte valeur est un indicateur d'une économie plus dépendante du tourisme et très sensible au contexte international. En Espagne, France, Italie et Grèce, les recettes internationales ont poursuivi leur croissance mais leur part du PIB a légèrement reculé. Les îles-Etats fortement touristiques (Chypre et Malte) et la Croatie, en plein essor touristique, affichent des recettes égales à respectivement 13 % et 19 % du PIB en 2005. A des niveaux différents, l'Egypte, la Grèce, le Maroc et la Turquie ont vu la part des recettes dans le PIB augmenter contrairement à la Tunisie, qui maintient cette part entre 7 et 9 % sur la période 1990-2005.

Mais l'accroissement des recettes du tourisme international ne donne pas une idée suffisamment précise de l'impact réel de cette activité pour les pays d'accueil et les populations locales : elles mesurent seulement l'incidence brute du tourisme alors qu'il est important de mesurer l'effet marginal du développement touristique en terme de gains de revenus et d'emplois.

La capacité du tourisme à produire du développement économique peut alors être abordée en étudiant les différents effets d'une augmentation des dépenses touristiques.

Ainsi, des dépenses touristiques supplémentaires vont d'abord se traduire par une augmentation des revenus et des emplois des prestataires de services touristiques ("effets directs"). Une part de ces revenus supplémentaires sera épargnée et le reste servira à reconstituer les stocks ou sera redistribué sous forme de salaires ("effets indirects"). Enfin, une part des revenus indirects sera dépensée en biens de consommation et de services générant des "effets induits", en terme de revenus et d'emplois, pour l'ensemble de l'économie. La somme des effets indirects et induits constitue les "effets secondaires", par opposition aux effets directs qui résultent de l'augmentation initiale des dépenses touristiques.

Il est important de noter que chacun de ces effets est limité par l'épargne, le paiement d'impôts et les importations induites par les dépenses supplémentaires qui constituent des fuites de capitaux pour l'économie locale.

L'effet marginal d'une augmentation des dépenses touristiques peut alors être étudié au moyen de modèles économiques plus ou moins complexes (dont les modèles input-output) ou être synthétisé sous la forme de coefficients simples, les multiplicateurs touristiques, dont les formules les plus utilisées sont les multiplicateurs du revenu touristique et les multiplicateurs de l'emploi touristique¹³.

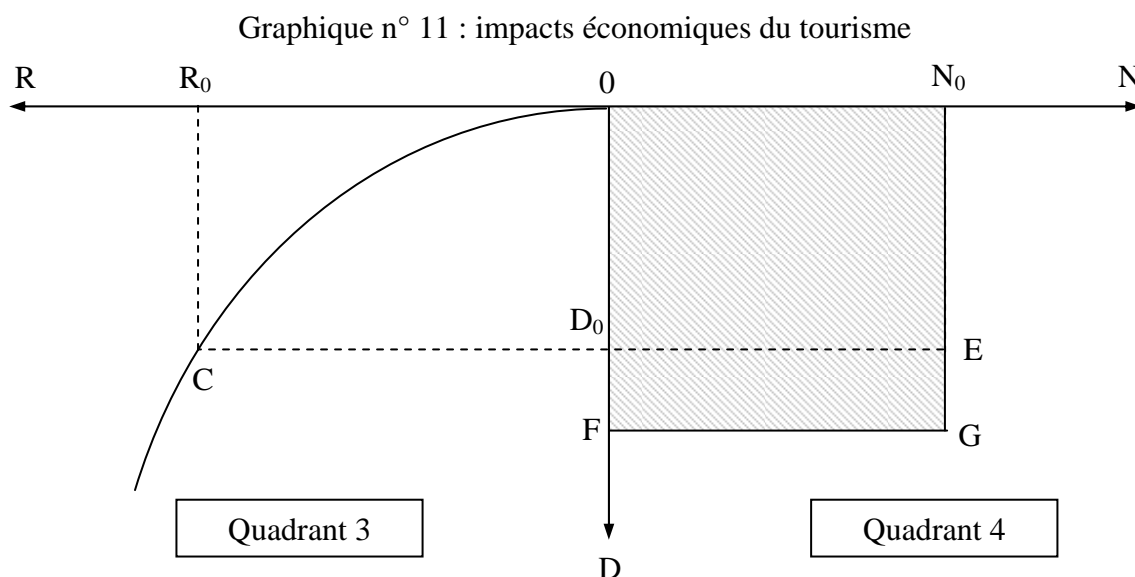
Les multiplicateurs du revenu touristique ne reposent pas tous sur le même mode de calcul et ont souvent été une source de mauvaise interprétation, en particulier chez les non-économistes¹⁴. Le multiplicateur le plus courant est le multiplicateur "keynésien" qui mesure le rapport entre une augmentation des dépenses touristiques et l'augmentation des revenus (directs, indirects et induits)¹⁵. Le coefficient multiplicateur du revenu indique pour sa part le rapport entre les effets directs et les effets secondaires (indirects et induits) ou dans une forme plus limitée, le rapport entre les effets directs et les effets indirects.

Les multiplicateurs de l'emploi touristique permettent, selon le même principe, de calculer soit le nombre d'emplois directs, indirects et induits créés par l'augmentation des dépenses touristiques sur le lieu de destination, soit le rapport entre augmentation de l'emploi direct et augmentation de l'emploi global.

Les impacts économiques du tourisme (IET) peuvent être estimés par la formule suivante :
 $IET = \text{nombre de touristes} \times \text{dépense moyenne par touriste} \times \text{multiplicateur}$

Dans notre modèle, cette estimation sera définie par le produit :
 $IET = N_0 \times D_0 \times \text{multiplicateur}$

Les impacts économiques du tourisme sont représentés par l'aire OFGN0 sur le graphique ci-dessous.



Au-delà des chiffres mentionnés dans le tableau n° 4, il est bien souvent difficile de connaître l'impact du tourisme sur les économies nationales des pays méditerranéens. La mise en place par les pays des comptes satellites du tourisme conformes aux recommandations de l'OMT est un progrès mais les études concernant les effets secondaires du tourisme font souvent défaut ou ne sont pas homogènes, précisément en raison des difficultés d'évaluation de tels phénomènes (le tourisme ayant notamment un

¹³ Pour une présentation de ces méthodes, voir : Frechtling, D.C. (1994), Assessing the economic impacts of travel and tourism measuring economic costs, in *Travel, tourism and hospitality research*, Brent Richie, J.R. et Goeldner, C.R. (Eds), 2^e édition, New York, John Wiley & sons.

¹⁴ Archer, B.H. (1984), Economic Impact: misleading multiplier, *Annals of Tourism Research*, 11(3), p. 517-518.

¹⁵ Ainsi, un multiplicateur keynésien de 1,5 signifie qu'un million d'euros de dépenses touristiques supplémentaires générera au bout de la chaîne 1,5 million d'euros de revenus supplémentaires dans l'économie concernée.

impact sur l'agriculture, le bâtiment, l'ameublement, l'artisanat, les services bancaires, etc.). Par ailleurs, l'importance du secteur non-marchand et de l'économie informelle dans certaines zones est un autre facteur qui rend difficile l'évaluation de l'impact économique du tourisme.

Les liens entre tourisme et croissance économique sont de ce fait assez ambigus. Ils ont été mis en évidence dans certaines études récentes concernant les pays méditerranéens. Ainsi, Dritsakis a établi les effets du tourisme sur la croissance de long terme pour la Grèce¹⁶. Balaguer et Cantavell-Jorda¹⁷ (dans le cas de l'Espagne), Gunduz et Hatemi¹⁸ (dans le cas de la Turquie), ont également confirmé l'hypothèse d'une croissance de long terme partiellement emmenée par le tourisme. Plusieurs pays ont ainsi fait le choix de miser sur le tourisme comme une composante importante de leurs stratégies de croissance, en comptant sur son pouvoir de création d'emploi, de transferts de technologie et surtout de recettes en devises.

Mais les impacts réels du tourisme sur la croissance sont parfois controversés pour plusieurs raisons. Tout d'abord, une grande partie des recettes touristiques peut faire l'objet de fuites (rappelons que, si les recettes touristiques sont épargnées, utilisées pour payer des impôts ou des importations, leur effet multiplicateur diminue). Ainsi, les multiplicateurs du revenu (comme ceux de l'emploi) sont en général moins élevés lorsque le poids commercial des grands opérateurs touristiques est important, les liens avec l'économie locale sont faibles et les besoins en biens importés sont élevés (part considérable des achats de produits d'importation dans les dépenses indirectes). Ensuite, en fonction de la situation du marché du travail, le tourisme peut engendrer des situations d'exclusion sociale à l'encontre des populations locales, souvent marginalisées ou confinées dans des activités à bas salaires. Une croissance touristique géographiquement concentrée peut alors engendrer, sous certaines hypothèses, de véritables bouleversements sur l'économie locale (sur la structure de la production, les prix, le marché du travail). Dans de petites régions ayant connu une forte croissance de l'activité touristique (îles Baléares et Canaries), l'étude de ces effets pervers a confirmé l'existence d'un véritable "syndrome hollandais" ("Dutch Disease") touristique¹⁹.

Les caractéristiques de l'activité touristique dans les domaines de l'environnement, de l'économie et de la société ont été abordées d'une manière simple, par la présentation successive de quatre graphiques et de quatre axes (la fréquentation touristique, la qualité de l'environnement, le revenu des touristes, la dépense touristique moyenne par touriste). En reconstituant le puzzle de ces quatre graphiques, nous obtenons une vision d'ensemble qui permet d'aborder la problématique du développement durable (notamment en Méditerranée) sous un angle nouveau.

¹⁶ Dritsakis, N. (2004), Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece, *Tourism Economics*, 10 (3), p. 305-316.

¹⁷ Balaguer, J. et Cantavell-Jorda, M. (2002), Tourism as a Long-run Growth Factor: The Spanish Case, *Applied Economics*, 34, No. 7, p. 877-884.

¹⁸ Gunduz L. et Hatemi-J A. (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters* 12, p. 499-504.

¹⁹ Voir notamment : Capó, J., Font, A.R. et Nadal, J. R. (2007), Dutch Disease in Tourism Economies: Evidence from the Balearics and the Canary Islands, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, n° 6, p. 615-627 et Nowak, J-J. et M. Sahli (2007), Coastal Tourism and Dutch Disease in a Small Island Economy, *Tourism Economics*, 13(1), p. 49-65.

II. La problématique du tourisme durable en Méditerranée

II.1. Définition et principes du tourisme durable

La nécessité de réconcilier développement économique et social, protection de l'environnement et conservation des ressources naturelles a émergé graduellement dans les années 70 et 80. La définition du concept de développement durable, c'est à dire celui "qui satisfait les nécessités actuelles sans compromettre la capacité des générations futures pour satisfaire leurs propres nécessités"²⁰, est issue de cette prise de conscience progressive. De nombreux accords multilatéraux ont depuis été conclus pour agir dans le sens du développement durable ; ils se sont accompagnés bien souvent de lignes directrices axées sur le tourisme.

En 1992 à Rio, la Conférence des Nations unies sur l'environnement et le développement conforte le concept de développement durable et adopte notamment un programme détaillé pour sa mise en œuvre (Agenda 21). Dans le domaine du tourisme, sera ensuite élaboré l'Agenda 21 pour les transports et l'industrie du tourisme. Trois ans plus tard, s'est tenue la première Conférence Mondiale sur le Tourisme Durable (WCST²¹). Elle donna lieu à rédaction d'une Charte du tourisme durable (OMT, PNUE, UNESCO, UE) dont l'article premier précise que : "Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales". Plus récemment, le Code mondial d'éthique du tourisme a été adopté par l'assemblée générale de l'OMT (1999) et par l'Assemblée générale de l'ONU en 2001.

DEFINITION OFFICIELLE DES NATIONS UNIES

OMT

Développement durable du tourisme

"Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects **environnemental, économique et socioculturel** du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, **il faut parvenir au bon équilibre** entre ces trois aspects.

Par conséquent, le tourisme durable doit :

1. **exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement** qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ;
2. **respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil**, conserver leurs atouts culturels bâti et vivant et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles ;
3. assurer une activité économique viable sur le long terme **offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques** équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté.

Le développement durable du tourisme requiert la **participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés**²², **ainsi qu'une forte direction politique** pour assurer une large participation et l'existence d'un consensus. Le tourisme durable est le fruit **d'efforts permanents** et il exige le **contrôle constant des effets** de cette activité, ce qui suppose l'adoption, chaque fois qu'il y a lieu, des mesures préventives et/ou correctrices nécessaires. Le tourisme durable devrait aussi **satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes**, et qu'il représente pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant parmi eux les pratiques adaptées.

²⁰ Définition de la Commission mondiale sur l'environnement et de développement soutenable. World Commission on Environment and Development, WCED (1987), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press, p. 43.

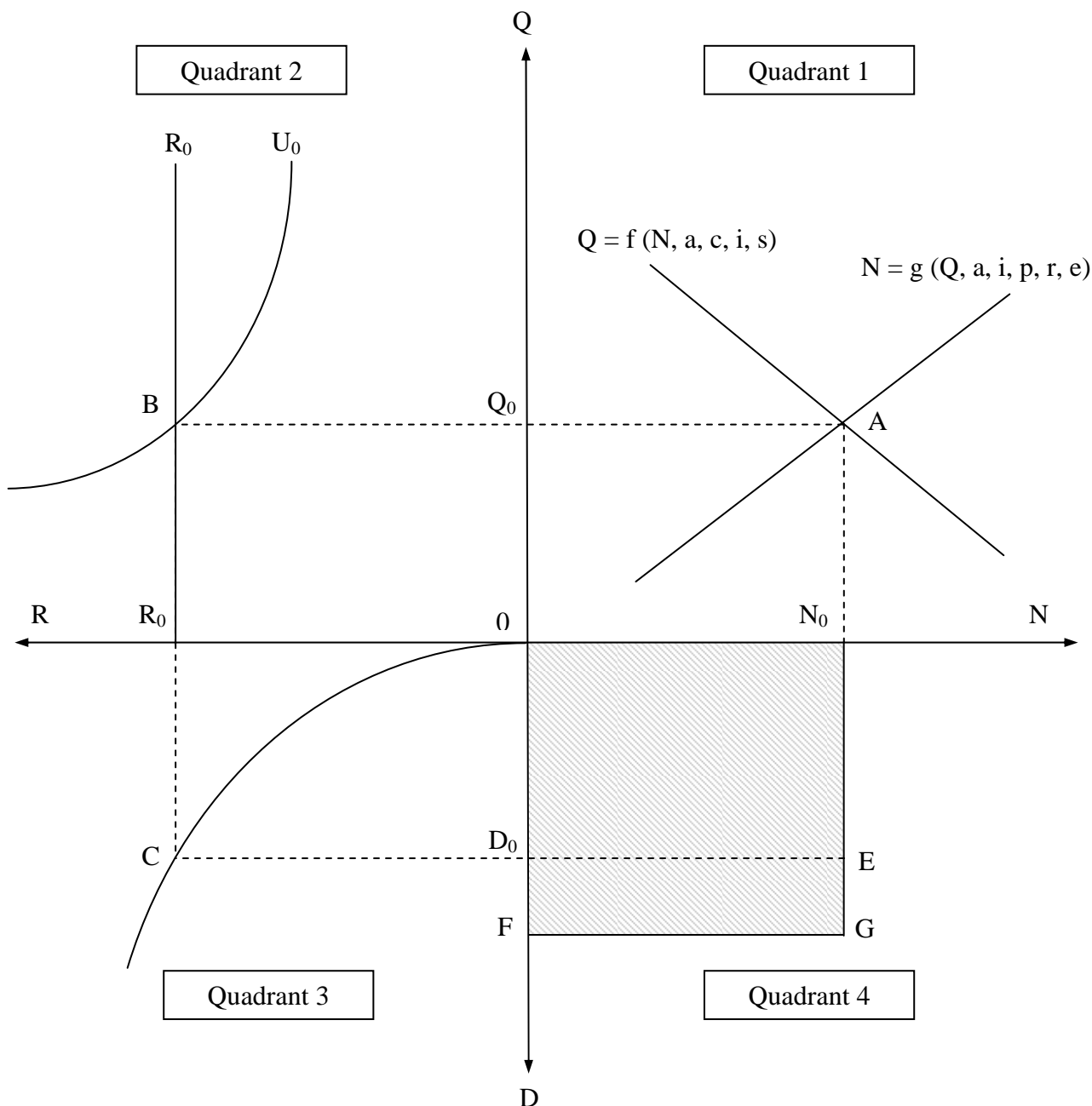
²¹ World Conference on Sustainable Tourism, Lanzarote, îles Canaries, 1995.

²² Bien que non cités dans la définition, les acteurs concernés sont les suivants : institutions publiques internationales, nationales et locales, ONG, associations, entreprises (du secteur touristique et autres), population locale, travailleurs permanents et saisonniers, tour-opérateurs et touristes eux-mêmes.

II.2. Le modèle graphique du tourisme durable

Le modèle que nous avons développé dans la première partie explicite les relations entre fréquentation touristique, qualité de l'environnement, satisfaction des visiteurs, dépenses et impacts économiques. La cohérence entre la définition du tourisme durable et notre représentation d'ensemble peut maintenant être analysée grâce au graphique à quatre quadrants suivant :

Graphique n° 12 : modèle du tourisme durable



Les objectifs essentiels du développement durable peuvent ainsi être représentés graphiquement. En reprenant les termes de la définition officielle de l'OMT, l'exploitation "de façon optimum les ressources de l'environnement" peut être perçue comme le maintien d'un niveau satisfaisant des ressources (Q) dans le quadrant 1 ; de la même manière, le respect de "l'authenticité [...] des communautés d'accueil" peut être mis en rapport avec la fréquentation touristique et donc être envisagé dans ce quadrant 1 (l'environnement noté Q est ainsi envisagé au sens large ; il inclue la nature et la faune, le patrimoine paysager, historique et architectural).

D'autre part, l'examen d'une "activité économique viable sur le long terme" peut être examinée dans le cadran 4, représentatif des recettes touristiques et de leurs effets secondaires. Enfin, le devoir de

"satisfaire au plus haut niveau possible, les touristes" peut être jugé par l'étude du bien-être relatif à la qualité de l'environnement (quadrant 2), même si des enquêtes de satisfaction relatives à l'ensemble des éléments composants l'offre touristique (accueil, services, etc.) s'avèrent nécessaires.

A contrario, certains objectifs peuvent difficilement être représentés graphiquement. La satisfaction des populations d'accueil, le respect des "valeurs traditionnelles" et la contribution du tourisme "à l'entente et à la tolérance interculturelles" sont des aspects socio-culturels qui nécessitent des études complémentaires. De même, le fait de savoir si l'activité touristique offre "à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis, [...], des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, [...] contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté" requiert un examen attentif de la répartition des bénéfices du tourisme, afin de vérifier que cette activité n'engendre pas une "croissance appauvrissante".

Notre modèle ne prétend donc pas exprimer tous les aspects du tourisme durable. Il permet cependant de mettre en relation certains indicateurs clés qu'il est possible de mesurer, afin d'établir "un contrôle constant de la situation" (la situation courante dans notre exemple est représentée par : N_0 , Q_0 , U_0 , ON_0GF). Si cette situation (environnementale, économique ou sociale) n'est pas jugée satisfaisante, il convient de mettre en place "des mesures préventives et/ou correctrices nécessaires". Dans ce but, un certain nombre d'instruments sont à la disposition des pouvoirs publics et des organisations internationales, mais aussi des acteurs privés du secteur touristique.

II.3. Instruments pour la mise en œuvre du tourisme durable

Pour parvenir à appliquer dans les faits les principes du tourisme durable, plusieurs types d'instruments sont possibles. Aux instruments classiques de la politique de l'environnement (mesures réglementaires, mesures incitatives et approches volontaires), s'ajoutent les instruments de soutien, ainsi que les instruments de mesure²³.

Instruments de mesure

La définition et la mesure des indicateurs du tourisme durable sont des aspects essentiels de planification du tourisme durable. Cette nécessité d'une meilleure connaissance du tourisme a déjà été évoquée dans l'explication des variables et relations de notre modèle. Ainsi, la mesure des flux touristiques (et de leurs déterminants), de leurs impacts socio-économiques et de leurs effets sur l'environnement nécessitent la mise en place d'indicateurs adéquats.

Il existe dans ce domaine un ensemble d'indicateurs et de méthodes (comme les comptes satellites du tourisme) proposés par les Nations Unies (OMT²⁴ ; Commission du Développement Durable²⁵), l'OCDE, l'Union européenne, la Banque Mondiale (pour ne citer qu'eux), qui servent largement de base de travail aux initiatives menées dans les pays méditerranéens. Cinq types d'indicateurs environnementaux sont ainsi généralement proposés : l'indicateur de fragilité des écosystèmes et de biodiversité, l'indicateur de traitement des déchets, l'indicateur d'intensité d'utilisation du sol, l'indicateur d'utilisation de l'eau, l'indicateur de protection de l'atmosphère.

Dans le domaine socio-économique, les indicateurs doivent permettre d'évaluer dans quelle mesure le tourisme permet le développement économique (recettes touristiques, emplois, amélioration des conditions de vie) en s'insérant dans le milieu et les habitudes de vie (satisfaction, accès aux ressources, etc.) et en profitant à la société locale.

Dans le cadre de sa mission d'observation et de proposition de l'environnement et du développement durable en Méditerranée, le Plan Bleu²⁶ a proposé de suivre un ensemble d'indicateurs dans les trois domaines représentatifs de la problématique du tourisme durable (environnement, économie, société).

²³ OMT (2005), *Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs*, 238 p.

²⁴ OMT (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook*.

²⁵ Nations Unies (2007), *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies*, Third Edition.

²⁶ Le Plan Bleu est un Centre d'Activités Régionales (CAR) du Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM) établi par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE).

Tableau n° 5 : résumé des indicateurs prioritaires et complémentaires "tourisme" du Plan Bleu²⁷.

Problématique DD		Indicateurs	Commentaires
Environnement	Changement climatique	Répartition des arrivées de touristes internationaux par mode de transport (air, rail, route, mer)	Donne une idée des émissions de CO2 liées au transport du tourisme international ; peut servir à calculer les émissions à partir des distances et des ratios d'émission de CO2 par mode ; peut servir à une étude de faisabilité de systèmes de redevances.
	Perte de biodiversité	Fréquentation des "Routes de découvertes" et autres circuits	Montre le changement du modèle touristique en Méditerranée par rapport à la fréquentation balnéaire, facteur de perte de biodiversité littorale ; mise en valeur patrimoniale ; peut s'exprimer en nombre de touristes "Routes et circuits" / nombre total de touristes.
		Evolution de la fréquentation des espaces protégés	Indicateur de pression sur les espaces protégés par la fréquentation touristique (par rapport à la superficie, au linéaire côtier, etc.) ; problème de définition des sites.
	Protection des mers et des océans	Nombre de ports de plaisance et de places de bateau par kilomètre de côte	Elément de la capacité d'accueil ; artificialisation du littoral ;
		Proportion de lits non-balnéaires par rapport au nombre total de lits touristiques	Indicateur de la répartition de l'offre touristique dans l'espace national, sub-national et littoral. Définition du lit balnéaire : lit se trouvant dans une commune ou un district littoral.
		Saisonnalité du tourisme sur le littoral	Indicateur de pression saisonnière en nombre de nuitées par mois ; répartition du tourisme tout au long de l'année ; problème de la définition de la destination.
	Démarche Qualité	Part des entreprises touristiques ayant obtenu une certification ISO 14001, EMAS et HACCP dans une destination	Indicateur de démarche qualité ; la certification est une bonne pratique ; problème de la définition de la destination.
Nombre de ports de plaisance et/ou de destinations lauréats du Pavillon Bleu		Label de qualité, facteur de promotion de la Méditerranée.	
Economie	Croissance et répartition de la croissance	Salaires moyens dans le secteur du tourisme / salaires moyens	Mesure l'apport de richesse à la population dû au développement du tourisme ; problème de la définition du champ des emplois touristiques.
		Evolution du nombre de visiteurs dans les sites culturels	Mesure la valorisation du patrimoine culturel ; peut aussi servir d'indicateur de pression ; problème de la définition du site ; peut s'exprimer en nombre de visiteurs dans les sites culturels / nombre total de visiteurs.
		Recettes du tourisme international	Concerne le tourisme international et peut s'exprimer en % du PIB, par nuitée, par arrivée, etc.
	Création d'emplois	Emplois dans le secteur du tourisme / emploi total	Poids du tourisme dans l'emploi ; problème de la définition du champ des emplois touristiques.
		Emplois saisonniers touristiques / emplois dans le secteur du tourisme	Montre la précarité dans le temps de l'emploi dans le secteur touristique mais aussi la multi-activité ; problème de la définition de la destination et du champ des emplois touristiques.
	Régulation de la mondialisation	Part des touristes internationaux arrivant par le biais de Tours-Opérateurs	Poids des Tours-Opérateurs dans le secteur du tourisme international.
		Part des IDE dans le secteur du tourisme	Poids des IDE dans le secteur du tourisme par rapport à l'investissement total dans le secteur ou par rapport au total des IDE ; indicateur de l'ouverture et de l'attractivité d'un pays.
Programmes de formation des autorités locales à la thématique "Tourisme et Développement durable"	Renforcement de capacités par des modules de formations continues (par exemple, échanges de personnels entre destinations touristiques) ; problème de la définition de la destination ; mesure possible par le nombre de personnes ayant bénéficié d'une formation.		
Social	Accès de tous aux services essentiels	Part de la population raccordée à l'eau potable dans les zones touristiques / part de la population totale raccordée	Retombées positives du tourisme pour la population locale ; problème de la définition de la zone touristique ; source possible : agences de bassins.
	Renforcement des systèmes de santé et d'éducation	Nombre de lits d'hôpitaux (de médecins) par habitant dans les zones touristiques par rapport à la moyenne nationale	Retombées positives du tourisme pour la population locale ; problème de la définition de la zone touristique.
		Nombre d'étudiants dans la filière tourisme par niveau d'enseignement	Capacité de formation initiale par degré ; peut s'exprimer par rapport au nombre de lits touristiques.
	Lutte contre les discriminations	Part des entreprises touristiques répondant à des normes d'accessibilité	Prise en compte des personnes handicapées selon différents types de handicap (mobilité, mal-voyance, etc.) ; partie intégrante des programmes de réhabilitation ; problème de l'existence de normes.
Evolution de la répartition des touristes selon leur niveau de revenu		Tourisme social ; indicateur de la promotion de la Méditerranée.	

En gras : indicateurs prioritaires.

²⁷ Plan Bleu (2007), *Indicateurs de Développement Durable, Indicateurs prioritaires et complémentaires "Tourisme"*, document internet, octobre 2007.

Au-delà de la définition et la mesure de ces indicateurs, le concept de capacité d'accueil (ou capacité de charge, traduction littérale de "carrying capacity") en matière de tourisme peut être utile pour élaborer une stratégie portant sur le niveau de fréquentation. La capacité d'accueil touristique peut être définie comme "le nombre maximal de gens visitant en même temps une station touristique, sans qu'il n'y ait aucun préjudice porté à l'environnement physique, économique et socio-culturel, et sans baisse inacceptable dans la qualité de satisfaction des visiteurs"²⁸. En tenant compte les impacts connus de l'activité touristique sur l'environnement, l'économie et la société, il serait donc possible de déterminer cette capacité d'accueil et de mettre en œuvre les mesures nécessaires pour qu'elle soit respectée. Afin d'aider les praticiens, de nombreux guides pratiques ont été publiés²⁹. Une méthodologie modèle a été proposée pour l'Évaluation de la Capacité d'Accueil (ECA) en matière de tourisme, notamment par le PAP/CAR³⁰. Cependant, l'application de ce concept suscite de nombreuses critiques. Les facteurs influençant la capacité de charge sont nombreux, complexes et variables dans le temps ; il n'y a donc pas moyen clair et objectif de déterminer un niveau clair de fréquentation à ne pas dépasser. Malgré tout, il existe de nombreux cas où il peut être utile de déterminer un niveau maximum d'utilisation. Il convient donc dans ce cas d'adopter une approche réaliste, simple et facilement modifiable qui tient compte des limites de l'évaluation, fournit une estimation indispensable aux débats, évite l'utilisation de chiffres issus d'autres régions (non comparables) et indique des fourchettes plutôt que des valeurs précises.

Les difficultés d'application du concept de capacité d'accueil ont conduit à utiliser d'autres approches pour fixer des limites à l'activité touristique. La notion de limites de modification acceptable ("Limits of Acceptable Change") a été ainsi développée par certains auteurs qui reconnaissent que c'est le niveau d'impact qui doit être contrôlé (et limité) plutôt que la quantité d'activité en soi.

Instruments de commande et de contrôle

Ces instruments regroupent tout d'abord les mesures réglementaires, instruments non économiques qui concernent les régimes d'interdiction ou d'autorisations, de surveillance et de contrôle décidés par la puissance publique dans le domaine de la protection de l'environnement. Le non-respect de la réglementation en vigueur est alors sanctionné pénalement.

Le tourisme durable doit aussi s'inscrire dans un projet global d'aménagement du territoire et de contrôle du développement. Les plans d'urbanisme, la planification spatiale (gestion intégrée des zones côtières - GIZC - par exemple), le zonage des activités touristiques, la réglementation et les directives d'aménagement, les contrôles des aménagements et surtout l'usage des études d'impact sur l'environnement (EIE) peuvent ainsi servir à empêcher tout développement potentiellement préjudiciable.

Instruments économiques

Les instruments économiques ont pour objectif de modifier les comportements et les impacts en envoyant des signaux par l'intermédiaire du marché. Ils relèvent des deux modes d'internalisation des effets externes : l'approche "pigouvienne" ou l'approche "coasienne".

Dans la première catégorie, les instruments choisis visent à égaliser coût privé et coût social. Ils se basent sur la fiscalité (taxe de séjour, taxes sur les activités polluantes), la parafiscalité (redevances pour services rendus, exemple : collecte des déchets) ou sur les subventions (incitations aux pratiques propres). Les recettes récoltées servent ainsi que à financer un certain nombre d'action en faveur de l'environnement.

²⁸ OMT (1981), *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*. Madrid.

²⁹ Parmi les nombreuses références en la matière, citons : Konstandoglou M. (2003), *Définir, mesurer et évaluer la capacité de charge dans les destinations touristiques européennes*. Rapport final. UE DG environnement, Athènes, 52 p. ; Mexa, A. et Coccossis, H. (Eds), (2004), *The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment: Theory and Practice*, Ashgate, 293 p.

³⁰ Le Centre d'activités régionales pour le Programme d'actions prioritaires (PAP/CAR), créé en 1977, est un constituant clé du Plan d'action pour la Méditerranée (PAM) du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE). Parmi ses travaux sur la capacité d'accueil, citons : CAR/PAP (2003), *Guide des bonnes pratiques pour l'évaluation de la capacité d'accueil en matière de tourisme*. Split: CAR/PAP. 45 p. ; Satta, A. et Palmisani, F. (2003), *Evaluation de la Capacité d'Accueil pour le développement du tourisme dans les régions côtières méditerranéennes*. Split: PAP/RAC. 63 p.

Dans la deuxième catégorie, les instruments choisis consistent à l'établissement de droits de propriété sur les biens environnementaux, lorsqu'ils ne sont pas clairement définis et d'établir un marché pour ces biens (exemples : droits à polluer, quotas de pêche transférables, accords de concessions ou établissements de partenariat public-privé).

Instruments volontaires

Ces approches volontaires consistent à susciter l'adhésion volontaire des acteurs de l'activité touristiques et des touristes à des pratiques en faveur du développement durable. Ces instruments sont de plusieurs ordres :

- l'établissement de lignes directrices et de codes de conduite qui recensent les comportements acceptables et inacceptables afin d'influencer les touristes et les entreprises ;
- l'engagement des entreprises et des pouvoirs publics à fournir des rapports et des audits fournissant des informations sur leurs activités et résultats qui permet de renforcer les initiatives en faveur du développement durable du tourisme ;
- la certification volontaire qui consiste à octroyer un label aux entreprises qui respectent certains critères environnementaux ou sociaux ;
- les contributions volontaires qui encouragent les entreprises touristiques mais aussi les touristes à soutenir financièrement ou par des dons en nature des initiatives de protection et de conservation ou des projets sociaux.

Instruments de soutien

Les instruments de soutien permettent aux pouvoirs publics d'encourager les différents acteurs à agir d'une manière plus respectueuse vis-à-vis de l'environnement. Ces formes de soutien concernent la création et la gestion d'infrastructures (de transports et de communication, de traitement des eaux usées et des déchets, de sécurité et d'urgence), le développement des capacités (services de formation et de conseil en matière de tourisme, création de réseaux) et la promotion / information (mise en avant des entreprises respectueuses de l'environnement, information des touristes sur les bonnes pratiques, sensibilisation de la société au tourisme durable).

L'éventail des instruments est donc large et la combinaison d'entre eux accroît souvent l'efficacité de l'action. En référence à notre modèle, chaque instrument aura une influence plus ou moins significative sur les variables présentées dans les quatre quadrants (exemples : sur les prix et les dépenses pour les instruments économiques de taxation, sur les infrastructures pour les instruments de soutien, sur les impacts environnementaux pour les instruments de réglementation, sur le comportement pour les instruments d'information, sur la demande touristique pour les instruments de certification, etc.). La représentation graphique que nous avons adoptée permet donc d'envisager de manière théorique les conséquences possibles de différentes actions. Elle permet aussi d'expliquer et de mieux comprendre les évolutions des différentes variables observées à la suite de politiques déjà mises en application.

La mise en œuvre du tourisme durable dépend des caractéristiques de l'activité touristique pour le niveau d'application considéré (local, régional ou national). En raison de l'intérêt que présente pour les pays riverains de la Méditerranée le développement d'une forte coopération régionale dans le domaine touristique, les organisations internationales ont produit un ensemble de recommandations et de propositions d'actions afin d'impulser l'application du tourisme durable.

II.4. Recommandations et propositions d'actions pour un tourisme durable en Méditerranée

Au niveau international, de nombreuses initiatives (chartes, déclarations et codes de bonne conduite) en faveur du tourisme durable ont vu le jour. Elles proposent une synthèse des principes clés du développement durable appliqués au tourisme. On y retrouve généralement quatre grands fondements :

- la maîtrise des impacts du tourisme sur l'environnement, en se basant sur les principes de précaution et de prévention ;
- l'intégration du secteur touristique dans une planification à long terme du développement durable prenant en compte les défis globaux à relever, comme le changement climatique et la préservation de la biodiversité ;
- la définition et la mise en place de stratégies avec une participation au processus décisionnel de tous les acteurs concernés ; ce principe suppose en outre de s'appuyer sur des dispositifs d'informations (indicateurs, travaux de prospective) développés ;
- le développement de la coopération internationale en matière de tourisme durable, qui permet le partage des analyses et des expériences, le fonctionnement en réseau, la définition de stratégies communes.

En Méditerranée, des prises de positions favorables au tourisme durable se sont développées en parallèle des actions internationales (dont l'Agenda 21, la Charte Mondiale du tourisme, le Code mondial d'éthique du tourisme) ou les ont relayées :

- la Déclaration méditerranéenne sur le tourisme dans le développement durable, adoptée par les Ministres du Tourisme des pays méditerranéens, le 23 septembre 1993, à Hyères-Les-Palmiers (France) ;
- la Charte du tourisme Méditerranéen adoptée lors de la conférence ministérielle sur le tourisme Méditerranéen, le 22 septembre 1995 à Casablanca ;
- la Déclaration de Calvià sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée, adoptée le 19 avril 1997 aux Baléares.

Parmi les travaux les plus importants afin de développer le tourisme durable en Méditerranée, figurent les propositions de la Commission Méditerranéenne du Développement Durable (CMDD).

Dans le cadre du Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM) du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) régi par la Convention de Barcelone (1976), la Commission Méditerranéenne du Développement Durable (CMDD) a été créée en juillet 1996. Depuis cette date, le Plan Bleu agit en tant que centre d'appui de la CMDD sur le thème "Tourisme et Développement Durable en Méditerranée" (un des huit thèmes de travail de la CMDD).

A partir des travaux de la CMDD et des principaux acteurs du tourisme durable dans le bassin méditerranéen, lors de l'Atelier d'Antalya en Turquie (17-19 septembre 1998), des recommandations et des propositions d'actions ont été adoptées par les Parties contractantes à la Convention de Barcelone (Malte, 1999).

Ces recommandations et propositions, toujours d'actualité, concernent trois axes :

- la maîtrise des impacts sur l'environnement ;
- la promotion d'un tourisme mieux intégré au développement durable ;
- le développement de la coopération méditerranéenne.

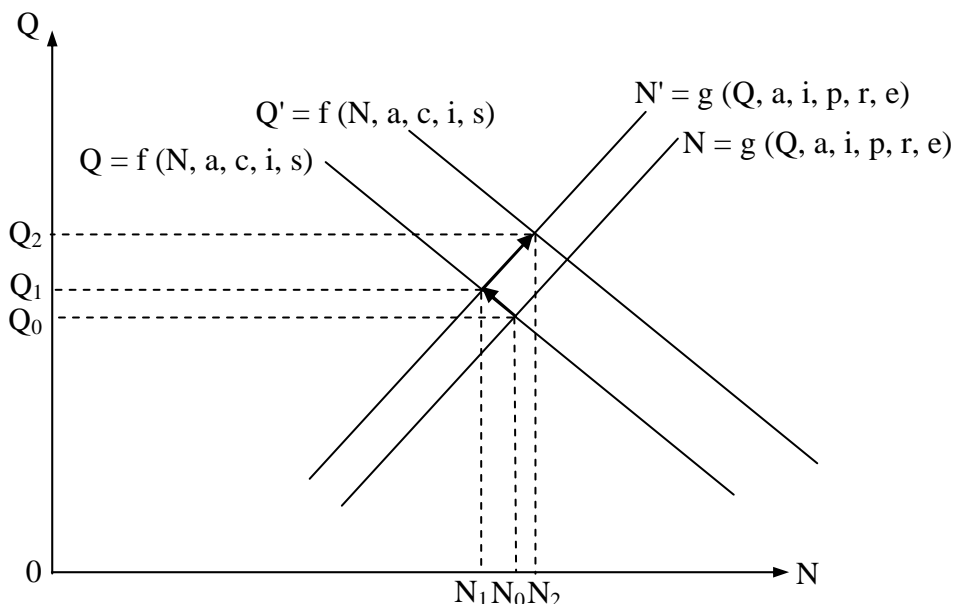
Ces objectifs et les instruments qui sont recommandés pour les atteindre correspondent essentiellement à des actions sur les courbes du premier quadrant de notre modèle. Ceci est particulièrement vrai pour le premier axe de propositions de la CMDD qui est décrit en détail dans le tableau ci-dessous.

Tableau n° 6 : premier axe de recommandations et de propositions de la CMDD (1999) : la maîtrise des impacts sur l'environnement

Objectifs	Exemples d'instruments recommandés
Prévenir et réduire les impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures touristiques sur la frange littorale	Se doter des instruments nécessaires à l'évaluation des impacts sur l'environnement des programmes et grands projets touristiques.
	Procéder à des évaluations des capacités d'accueil des destinations et prendre les mesures nécessaires pour s'assurer de la limitation de l'offre aux capacités d'accueil ainsi définies.
	Renforcer ou créer les outils législatifs, réglementaires et de gestion foncière permettant de maîtriser l'urbanisation touristique et de protéger les sites naturels les plus précieux (aménagement du territoire, plans d'occupation des sols, création d'espaces naturels protégés, etc.)
	Mettre en oeuvre des programmes permettant de réhabiliter les destinations matures, en faveur de l'environnement.
	Mettre en place des mécanismes permettant, lorsque c'est possible, une contribution financière du secteur du tourisme à la protection et à la gestion des sites naturels et culturels.
Réduire la consommation de ressources naturelles et les pollutions induites par les hébergements et activités touristiques	S'assurer de la bonne gestion environnementale des installations et des destinations touristiques.
	Encourager les démarches environnementales de qualité (certification, chartes...) avec l'appui éventuel de soutiens financiers régionaux.
	Développer tous moyens pouvant contribuer à étaler la saison touristique sur l'année.
	Encourager le secteur du tourisme à lutter contre les gaspillages et les pollutions dans les domaines de l'eau, de l'énergie et des déchets, promouvoir en ce sens les technologies propres et innovantes, promouvoir et mettre en oeuvre des démarches de certification (EMAS, ISO 14000...) des installations et des destinations et de développer les outils volontaires tels que les chartes environnementales.
Maîtriser l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier	Prendre les dispositions nécessaires pour que les bateaux de plaisance ne rejettent pas au mouillage et à plus forte raison dans les ports leurs eaux usées, les ports de plaisance soient dotés des équipements nécessaires de réception des déchets solides et liquides, les nouvelles formes de loisir susceptibles d'affecter l'environnement et notamment les espèces protégées, ne soient autorisées qu'après évaluation d'impact préalable et conformité de ces activités avec les stratégies touristiques des territoires concernés.
	Réglementer et gérer en tenant compte des enjeux environnementaux l'accès et l'utilisation des plages par le public ainsi que leur exploitation par des professionnels.

En examinant ces propositions à la lumière de notre modèle, il est possible d'imaginer l'évolution possible des variables cibles et des relations définies dans chacun des quadrants. Cette discussion des effets possibles peut être envisagée de deux façons qui ne s'excluent pas mutuellement : d'une manière théorique ou se référant à des études déjà réalisées sur l'efficacité de tel ou tel instrument. Il est bien sûr impossible dans le cadre de cet article de discuter des impacts de tous instruments sur les relations de notre modèle. Nous nous limiterons donc à en donner un exemple, illustré dans notre premier quadrant. Il concerne l'utilisation d'un instrument économique (l'instauration d'une taxe) dans une station balnéaire afin de freiner le tourisme de masse et réunir des fonds qui pourront servir à protéger l'environnement.

Graphique n° 13 : modèle du tourisme durable



Dans cet exemple, l'axe des abscisses représente la fréquentation de la station balnéaire et l'axe des ordonnées la qualité des eaux de baignade. N_0Q_0 représente la situation initiale. L'instauration ou l'augmentation d'une taxe pour tous les touristes (exemple : taxe de séjour) entraîne une croissance des prix touristiques (p). La demande touristique, si elle est sensible à cette variation de prix, se déplace alors vers N' . L'équilibre passe alors à N_1Q_1 , pour lequel la fréquentation est plus faible et la qualité de l'environnement améliorée. D'autre part, les recettes fiscales provenant de l'écotaxe vont permettre, si elles sont bien utilisées, de réduire les impacts de la fréquentation sur l'environnement. Des investissements dans des infrastructures (i) de traitement des eaux usées par exemple, vont permettre un déplacement de Q vers Q' . Le nouveau point d'équilibre se situera à un point pour lequel la fréquentation (N_2) dépasse le niveau d'origine en raison de l'attraction induite par un environnement mieux conservé (Q_2).

Les variations des courbes N et Q que nous venons de décrire restent cependant hypothétiques et un certain nombre de questions pourraient être examinées de manière empirique : quel est l'impact réel d'une taxe (surtout marginale) sur la demande touristique ? Est-ce que les recettes fiscales seront affectées à la protection de l'environnement ? Seront-elles suffisantes pour produire des effets notables ? Quel sera le degré de sensibilité des touristes aux améliorations de l'environnement ? Quelle influence ces améliorations produiront en retour sur la fréquentation ? D'une manière plus large, on peut aussi s'interroger sur les impacts de cette taxe pour l'ensemble de l'économie locale (quadrant 4 de notre modèle).

Une partie des réponses à ces questions se trouve dans la littérature économique relative aux effets d'une taxe sur l'activité touristique (voir par exemple : Blake, 2000 ; Gooroochurn et Milner, 2004 ; Gooroochurn et Sinclair, 2005 ; Wanhill, 1995). Dans une étude appliquée au cas de l'Espagne, Gago et al. (2009) ont par exemple discuté, à l'aide d'un modèle d'équilibre général, des effets de l'introduction ou d'une augmentation de la taxation touristique sur l'économie nationale. Les résultats montrent que cette taxation aurait des effets mineurs sur tous les secteurs (à l'exception du secteur hôtelier et de restauration).

Cet exemple parmi tant d'autres montre les possibilités qu'offre notre modèle graphique pour représenter de manière synthétique certains aspects du tourisme durable. D'autres cas pratiques inspirés de l'expérience des pays riverains de la Méditerranée demanderaient plus de temps pour être développés.

Conclusion

Le modèle graphique que nous avons développé apporte un éclairage théorique nouveau à la question du tourisme durable. En regroupant certains aspects du tourisme durable habituellement traités séparément dans la littérature, il réussit à fournir une vision d'ensemble du sujet. Mais cette réussite n'est que partielle. Ce modèle nécessite d'être consolidé par un ensemble de recherches complémentaires (essentiellement dans le domaine socio-économique) qui peuvent s'insérer dans un programme de travail pluridisciplinaire.

Les caractéristiques du tourisme dans les pays riverains de la Méditerranée (fréquentation, impacts environnementaux et économiques, etc.) ont servi d'illustration à la présentation du modèle. Nous avons vu que l'activité touristique, dominée par des séjours dans les zones côtières avec de fortes concentrations saisonnières, était souvent mal maîtrisée et génératrice d'impacts négatifs. Dans un contexte prévisible d'augmentation des flux touristiques à l'horizon 2025, les risques sont donc grands pour la Méditerranée soit bientôt confrontée à des situations encore plus préoccupantes sur le plan de l'environnement et de la qualité de vie.

La mise en œuvre d'un tourisme durable en Méditerranée est reconnue depuis longtemps comme une nécessité. Les initiatives dans ce sens sont nombreuses et impossibles à décrire de manière exhaustive. Nous en avons énoncé les principes, les objectifs et les instruments et nous avons vérifié que notre modèle pouvait les matérialiser, en même temps que les recommandations et propositions de la CMDD. Nous avons conclu qu'un grand nombre de scénarios pouvait être imaginés et revisités à l'aide de notre représentation, soit de manière théorique, soit par l'étude de cas concrets nécessitant l'utilisation d'indicateurs pertinents du tourisme durable.

Le prolongement naturel de notre travail serait alors de porter un jugement sur les résultats de l'application du tourisme durable en Méditerranée. Cet examen est impossible à mener au niveau de l'ensemble des pays méditerranéens en raison de la diversité des situations (destinations matures qui ont

déjà du faire face aux problèmes environnementaux, destinations en croissance qui doivent s'attacher à éviter les difficultés, destinations ayant des potentialités dans lesquelles de nouvelles formes de développement sont à créer). Mais il est tout à fait envisageable dans le cadre de notre modèle de retracer le bilan des initiatives prises à différentes échelles locales, régionales ou nationales en utilisant les nombreuses études déjà publiées.

Il est d'ailleurs communément admis que ces résultats sont bien insuffisants en regard des problèmes à venir. Une analyse des obstacles à la mise en œuvre du tourisme durable, nécessiterait en complément un examen attentif du rôle des multiples acteurs d'un secteur touristique mondialisé (engagement des Etats, pouvoir des entreprises privées - en particulier les tours-opérateurs qui privilégient une logique de court terme -, influence des organisations internationales, des ONG et des populations locales).

Références

- Archer, B.H. (1984), Economic Impact: misleading multiplier, *Annals of Tourism Research*, 11(3), p. 517-518.
- Balaguer, J. and Cantavell-Jorda, M. (2002), Tourism as a Long-run Growth Factor: The Spanish Case, *Applied Economics*, 34, No. 7, p. 877-884.
- Benard, J. (1985), *Economie Publique*, Paris, Economica, p. 33-40.
- Benoit G. et Comeau A. (Dir) (2005), *Méditerranée. Les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement*, Editions de l'Aube, 432 p.
- Billé, R., Kieken H. & Magnan A. (2008), *Tourisme et changement climatique en Méditerranée : enjeux et perspectives*, Etude régionale, Suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable, Plan Bleu, Centre d'Activités Régionales, Sophia Antipolis, 44 p.
- Blake, A. (2000), The economic effects of taxing tourism in Spain, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute Discussion Papers, 2000/2.
- Briquet-Laugier, J.-C. (2004a), Le rôle de l'Etat dans un modèle d'application du tourisme durable, dans: *La restauration du rôle de l'Etat dans la croissance et le développement économiques*, eds. C. Berthomieu, A. Chaabane and A. Ghorbel, Publisud, Paris, 2004, p. 193-229.
- Briquet-Laugier, J.-C. (2004b), *A graphical ecological-economic model for sustainable tourism in protected areas*, 2nd Young Scientific Conference "Interdisciplinary Mountain Research", Stelvio National Park, 29 septembre - 2 octobre 2004.
- Butler, R.W. (1980), The concept of a tourist area life cycle of evolution, *Canadian Geographer* 24, p. 5-12.
- Capó, J., Font, A. R. et Nadal, J. R. (2007), Dutch Disease in Tourism Economies: Evidence from the Balearics and the Canary Islands, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, n° 6, p. 615-627.
- CAR/PAP (2003), *Guide des bonnes pratiques pour l'évaluation de la capacité d'accueil en matière de tourisme*. Split: CAR/PAP. 45 p.
- Crouch, G. I. (1994), The study of international tourism demand: A review of practice. *Journal of Travel Research*, 33, p. 41-54.
- Dritsakis, N. (2004), Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece, *Tourism Economics*, 10 (3), p. 305-316.
- Faucheux, S. et Noël, J.-F. (1995), *Economie des ressources naturelles et de l'environnement*, Paris, Armand Colin, p. 226.
- Frechtling, D.C. (1994), Assessing the economic impacts of travel and tourism measuring economic costs, in *Travel, tourism and hospitality research*, Brent Richie, J.R. et Goeldner, C.R. (Eds), 2^e édition, New York, John Wiley & sons.
- Gago A., Labandeira X., Picos F. et Rodríguez M. (2009), Specific and general taxation of tourism activities. Evidence from Spain, *Tourism Management*, 30(3), p. 381-392.
- Gooroochurn, N. et Milner, C. (2004), Efficiency effects of tourism taxes: a computable general equilibrium analysis, Tourism and Travel Research Institute Discussion Papers, 2004/1.
- Gooroochurn, N. et Sinclair, T. (2005). Economics of tourism taxation. Evidence from Mauritius, *Annals of Tourism Research*, 32, p. 478-498.

- Gunduz, L. et Hatemi, J.A. (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters* 12, p. 499-504.
- Hicks, J. (1943), The four consumer's surplus, *Review of Economic Studies*, 11, p. 31-41.
- Konstandoglou, M. (2003), *Définir, mesurer et évaluer la capacité de charge dans les destinations touristiques européennes*. Rapport final. UE DG environnement, Athènes, 52 p.
- Li, G. et Song, H. (2008), Tourism demand modelling and forecasting - A review of recent research, *Tourism Management*, 29, p. 203-220.
- Lim, C. (1997), An econometric classification and review of international tourism demand models, *Tourism Economics*, 3, p. 69-81.
- Lim, C. (1999), A meta analysis review of international tourism demand, *Journal of Travel Research*, 37, 273-284.
- Mexa, A. et Coccossis, H. (Eds.) (2004), *The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment: Theory and Practice*, Ashgate, 293 p.
- Milhalic, T. (2000), Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness, *Tourism Management*, 21, p. 65-78.
- Nations Unies (2007), *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies*, Third Edition.
- Nowak, J-J. et Sahli, M. (2007), Coastal Tourism and Dutch Disease in a Small Island Economy, *Tourism Economics*, 13(1), p. 49-65.
- OMT (1981), *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*. Madrid.
- OMT (2001), *Tourism 2020 vision*
- OMT (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook*.
- OMT (2005), *Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs*, 238 p.
- OMT (2009), Baromètre OMT du tourisme mondial, volume 7, n° 1, janvier.
- PNUE/PAM/Plan Bleu (2005), *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP, Technical Report Series n° 159.
- PNUE/PAM/Plan Bleu (2007), *Indicateurs de Développement Durable, Indicateurs prioritaires et complémentaires "Tourisme"*.
- Satta, A. et Palmisani, F. (2003), *Évaluation de la Capacité d'Accueil pour le développement du tourisme dans les régions côtières méditerranéennes*. Split: PAP/RAC. 63 p.
- Wanhill, S. (1995), VAT rates and the UK tourism and leisure industry, *Tourism Economics*, 1, p. 211-224.
- Witt, S. F. et Witt, C. A. (1995), Forecasting tourism demand: A review of empirical research. *International Journal of Forecasting*, 11, p. 447-475.
- World Commission on Environment and Development, WCED (1987), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press, p. 43.