

C O M P T E - R E N D U

Les enjeux géopolitiques du tourisme

COMPTE-RENDU DU COLLOQUE «LES ENJEUX GÉOPOLITIQUES DU TOURISME»
ORGANISÉ LE 29 SEPTEMBRE 2012 PAR L'IRIS ET LA VILLE D'ENGHIEEN-LES-BAINS.



LES ENJEUX GÉOPOLITIQUES DU TOURISME

Enjeux économiques | Anticipation des risques

Développement durable | Inscription sur : www.iris-france.org

Enghien-les-Bains
Samedi
29 septembre
2012



PERGOLA-NOVA - Rives d'Enghien Lucien Barrière - 87, rue du Général-de-Gaulle

ORGANISÉ PAR



AVEC LE SOUTIEN DE



Lucien Barrière
Hôtels & Casinos - Enghien-les-Bains



EN COLLABORATION AVEC



OFFICE DE TOUROSME
ET DES CONGRES
ENGHIEN-LES-BAINS

ALLOCUTIONS DE BIENVENUE

Philippe Sueur, maire d'Enghien-les-Bains, a ouvert cette conférence en rappelant les enjeux liés au tourisme. Sa ville, station touristique classée, est le siège d'un tourisme multiforme, tourisme médical, tourisme d'affaires mais aussi tourisme ludique lié au casino. Si le tourisme possède de manière évidente des enjeux économiques, il s'inscrit également dans une perspective plus large, géopolitique. C'est en cela que le tourisme devrait se situer au cœur de l'action publique. Malheureusement, l'impression selon laquelle le tourisme fonctionne tout seul est largement répandue. Cela fait d'ailleurs dix ans environ que la France n'a pas eu de comité interministériel consacré au tourisme. Il s'agirait donc d'appuyer sur des points en apparence marginaux, mais qui sont en fait centraux tant en termes d'économie que d'image.

Pascal Boniface a rappelé que le tourisme, par la circulation des hommes et des idées, incarne une ouverture des peuples et un facteur de démocratisation des sociétés. Le tourisme représente aussi un enjeu géopolitique : les millions de personnes qui visitent la France chaque année deviennent autant de « mini-ambassadeurs » du pays. Mais le tourisme est aussi géopolitique en tant que facteur de danger, de fragilité. Il a été notamment fortement impacté par le terrorisme. Le tourisme distille enfin, à travers les enjeux économiques qui l'accompagnent, au plus profond de la société.

Table-ronde : LES ENJEUX ECONOMIQUES DU TOURISME

Les enjeux économiques du tourisme sont majeurs : l'activité génère 900 milliards de dollars de recettes par an environ et représente 8% de l'emploi dans le monde. Ce secteur, très dynamique, est en constante évolution, le choix des destinations notamment ne cessant de se diversifier.

Isabel Babou, consultante Babou Conseil et vice-présidente de l'Association française des experts scientifiques du tourisme (AFEST), est la première intervenante de cette table ronde. Coauteur avec Philippe Callot du récent ouvrage *Que serait le tourisme sans pétrole ?*, Isabel Babou interroge l'avenir du tourisme. Dans un contexte de raréfaction des ressources pétrolières, deux questions se posent : continuera-t-on à partir loin et comment ? Le tourisme a-t-il un avenir sans pétrole ? Une grande majorité des personnes interrogées par les deux auteurs souhaite continuer à partir et manifeste une confiance



extraordinaire dans ce que la science pourra trouver, notamment dans le domaine des nouvelles énergies. Irons-nous loin ou pas ? Les personnes interrogées mettent en avant la proximité, affirmant leur souhait de se déplacer à deux heures et à moins de cent kilomètres de l'endroit où elles habitent. Isabel Babou, quant à elle, imagine pour l'avenir une alternance de voyages de formats différents : d'une part, des voyages lointains et de longue durée et, d'autre part, des voyages proches s'assimilant à des escapades. Dans ce cadre, l'Europe, traversée par de multiples voies de chemin de fer, semble être bien placée. Isabel Babou a affiché dans sa conclusion un optimisme quant à l'évolution des recherches scientifiques : cela fait vingt à trente ans que les voitures consomment moins de pétrole.

Jean-Louis Balandraud, secrétaire général du Conseil national du Tourisme, s'est livré à une réflexion prospective sur le devenir du tourisme : la France pourra-t-elle encore prétendre être une puissance touristique en 2030 ? Des défis doivent être selon lui relevés afin d'améliorer les retombées économiques du secteur et conserver une place honorable.

Il s'agit d'abord de prendre conscience de la puissance économique de l'activité touristique dans le pays. M. Balandraud a souligné que certains politiques font une association entre hausse du nombre de touristes et baisse du développement industriel. Bon nombre d'entre eux craignent que la France devienne un pays visité uniquement pour ses charmes : le pays serait alors aux antipodes du statut de grande puissance économique. Nous avons en France, a souligné l'intervenant, le tourisme « honteux ». Il s'agit en fait de considérer le tourisme pour ce qu'il est, non pas comme un sous-produit, mais comme un secteur économique en soi, générant 6,5% du PIB.

Cependant, malgré ces défis, les professionnels considèrent qu'il y a un mieux dans la prise en compte du secteur. Sur le plan international, pour la première fois en 2011, la France a réussi à convaincre le G20 que le tourisme était un moteur de la croissance économique, de par la création d'emplois qu'il représente, mais également grâce à sa contribution au développement, et à la réduction de la pauvreté dans les pays émergents.

Face enfin à la montée d'autres grands pays dans le secteur touristique, la France devra fournir d'importants efforts afin de se maintenir en tant que grande puissance : animer le patrimoine, poursuivre la distinction par l'excellence, améliorer la qualité de l'accueil et conforter le tourisme haut de gamme. Il s'agit pour le pays de se distinguer et de se renouveler.

Sylvie Matelly, directrice de recherche à l'IRIS et modérateur de cette table ronde, a insisté à l'issue de cette intervention sur le caractère non naturel de l'activité touristique. Elle a en outre ajouté que le tourisme pouvait avoir un effet d'entraînement sur l'économie. L'Espagne, dans les années 1980, a réussi à se développer non seulement grâce aux activités touristiques mais aussi grâce à l'arrivée de cadres européens qui avaient au préalable visité le pays.

Jean-Pierre Blat, directeur général du Comité régional du tourisme d'Île de France, s'est dit

plus sévère que les précédents intervenants. Il déplore le manque d'intérêt des politiques publiques pour le secteur touristique ajoutant qu'en France, a toujours été consacré davantage d'importance à ceux qui font partir qu'à ceux qui font venir. Or l'attractivité d'un pays favorise l'accumulation de devises et enclenche la croissance.

Les enjeux économiques du tourisme posent la question du comportement des visiteurs. La définition et la mise en œuvre de politiques ne sont pas complexes dans le sens où le constat est fait : ceux qui voyagent sont issus du monde urbain, on s'achemine vers un allongement de la durée de vie et vers une réduction du temps consacré au travail. En outre, du fait de la raréfaction des ressources pétrolières, il y aura une explosion des déplacements intracontinentaux et une diminution des voyages intercontinentaux. Il y a quelques années encore, un touriste était forcément international. Cela est aujourd'hui faux et nous nous trouvons dans une transformation complète des espaces.

Il s'agit, au regard de ces données, de redéfinir l'action publique dans ce secteur en France mais surtout d'intégrer la question du tourisme comme facteur de développement économique. Le pays doit donc mieux s'adapter en s'occupant des investissements, et en accompagnant les acteurs privés et les professionnels.

Christian Delom, directeur de la Stratégie, de l'Observation et des Nouvelles Technologies à Atout France, a affirmé que développement touristique et développement économique ne sont nullement antinomiques : les puissances économiques du monde et les puissances touristiques d'ailleurs se confondent. Mais M. Delom a souligné, comme les autres intervenants, que notre population n'est pas convaincue des bienfaits du tourisme. Le problème de fond est là : il s'agit d'une affaire de mobilisation. Et l'enjeu est extrêmement important : le poids du tourisme est fort en France, et l'effet d'entraînement l'est encore plus. Le développement touristique n'est pas marginal mais principal. Car le tourisme est en plus de cela un outil du *smart power* : on arrive à révéler le potentiel culturel d'un pays que l'on n'aurait pas sans cette activité. Quand Obama a dit que les Etats-Unis devaient devenir la première puissance touristique devant la France, il a donné le ton. Activité touristique et influence internationale sont étroitement liées.

Xavier Louy, président de XLco et ancien directeur du Tour de France, a tenu à mettre en avant deux enjeux majeurs pour la France, le tourisme et la mer, soulignant que ce pays avait le premier et le dernier fuseau horaire du monde. Le tourisme est en outre un réel enjeu pour le développement local et l'aménagement territorial. M. Louy a émis le souhait de la création d'une activité interne ministérielle sous l'autorité du Premier ministre. Il a en outre souligné l'importance de travailler sur les niches : tourisme d'affaires, thalasso, tourisme culturel et gourmand.

Table ronde : TOURISME ET INSECURITE, PEUT-ON ANTICIPER LES RISQUES?



Xavier Carn, directeur sécurité régional CEMA, International SOS & Control Risks, s'est penché sur la manière dont peuvent être traités les risques auxquels sont confrontés les touristes.

L'intervenant est parti d'un constat : les risques du voyageur, prévisibles ou non, sont protéiformes (terrorisme, santé, changement de régime politique, tsunamis...). Or, nous avons tendance à

surdimensionner certains risques et à en minimiser d'autres. Quand nous parlons des risques, nous pensons par exemple immédiatement aux attentats ou enlèvements et avons tendance à négliger les risques liés à la maladie, aux pertes de repères culturels, moraux, juridiques ou encore aux accidents de la route. Or, pour ne donner qu'un chiffre, 26% des décès qui interviennent à l'étranger sont liés à la route, un risque donc bien plus fréquent que les actes terroristes.

Il n'existe pas de solutions parfaites pour maîtriser ces risques. Mais il est possible de faire des choses simples pour prévenir les dangers : se rendre sur le site du MAEE et ne pas négliger les aspects culturels de la préparation par exemple. Dans le domaine des risques, la responsabilité incombe autant à l'individu qu'à l'organisation.

Jean Heinrich est président du Directoire au groupe GEOS, entreprise qui accompagne les entreprises française dans les zones à risques. Il est revenu sur le risque d'enlèvement précédemment cité afin d'en souligner son caractère limité, pour les touristes.

Comment anticiper les risques ? Jean Heinrich a lui aussi souligné l'absence de recette miracle. Néanmoins, la recherche d'informations est, dans le domaine des risques, primordiale. Plusieurs sources sont disponibles : les agences de voyage qui ont des personnels sur le terrain, des entreprises privées, le Ministère des Affaires étrangères et européennes (MAEE). Il existe d'autres pistes pour endiguer les risques : on peut par exemple imaginer que lorsque des entreprises de voyages créent des sites ou lieux de séjour, les promoteurs puissent inclure un expert spécialiste de l'ingénierie de sûreté.

Serge Mostura a brièvement expliqué le rôle du Centre de crise du MAEE qu'il dirige : ce centre est une direction du Quai d'Orsay veillant à la sécurité des Français à l'étranger à travers un travail d'analyse et de planification. L'intervenant a souligné la forte corrélation entre le tourisme et la sécurité pour deux raisons : le touriste est une cible privilégiée mais constitue aussi un facteur de risque, en tant que vecteur de maladies par exemple. M. Mostura s'est lui aussi penché sur la manière dont on peut anticiper les risques. Selon lui, la nature des menaces est presque toujours prévisible, le problème réside dans le moment où elles se déclarent.

Si l'anticipation ne fonctionne pas dans tous les cas, il est important de s'informer, a souligné, comme les deux précédents intervenants, Serge Mostura. Il a mis en avant les conseils aux voyageurs du Quai d'Orsay composés de fiches pays indiquant les zones à risques. D'aucuns, a rapporté l'intervenant, estiment que ces fiches reflètent uniquement le point de vue français. Il n'en est rien : tous les conseils sont basés sur des éléments objectifs. Seuls trois pays dans le monde produisent des conseils aux voyageurs : la France, les Etats-Unis et le Royaume Uni. La raison est simple : ces pays disposent de réseaux diplomatiques couvrant la quasi-totalité de la planète.

Depuis le Traité de Lisbonne, un Etat européen doit secourir tout ressortissant européen dans les mêmes conditions que l'un de ses propres citoyens. La France a le deuxième réseau diplomatique et consulaire au monde et jouera donc un rôle très important dans la bonne application du Traité de Lisbonne. C'est une forme de risque auquel il s'agit de se préparer.

Table ronde : TOURISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE, MYTHE OU REALITE ?

La question du développement durable est évoquée maintenant depuis plusieurs années. Sur le fond, de véritables défis se posent, non seulement pour comprendre ce que l'on place derrière cette expression mais aussi pour saisir les dynamiques de mise en œuvre de partenariats de développement durable. Le tourisme peut-il être ou non un facteur de développement durable ? Si oui, dans quelle mesure et dans quelles limites ?

Bernard Duterme, le premier intervenant de cette table ronde, est le directeur du CETRI.

M. Duterme a, dans un premier temps, situé l'émergence du concept de « durable » dans les discours de promotion du tourisme. Dans les années 60 et 70, c'est davantage l'argument économique qui est mis en avant : il s'agit d'accueillir un secteur générateur de devises.



Dans les années qui suivent, on ajoute à ce discours un argument politico-culturel : le tourisme, faiseur de paix, génère des richesses mais participe aussi au rapprochement des peuples. Ce n'est que dans les années 1990 que l'on greffe l'argumentaire environnemental, dans la foulée du rapport Brundtland. La promotion d'un tourisme plus durable constitue un engagement sincère de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et consacre une volonté de transformer le tourisme mondial.

Dans la deuxième partie de son exposé, Bernard Duterme s'est attaché à répondre à une question : à quoi le tourisme durable renvoie-t-il aujourd'hui ? Il s'agit tout d'abord de la promotion volontariste de la part de l'OMT d'une série de bonnes pratiques comme une gouvernance adéquate et des créations d'emplois. Le tourisme durable, c'est aussi la prolifération d'offres en matière de destinations durables ainsi que celle de labels. Cependant, les exemples abondent où, au nom du tourisme durable, l'essentiel de la logique dominante a été reconduite. Le CETRI a ainsi mené des évaluations de projets de tourisme durable : à chaque fois, les chercheurs ont trouvé des soucis de pression sur les terres, l'eau ou le logement.

L'intervenant a relevé dans une troisième partie les contradictions dans les discours de promotion du tourisme durable, entre appel au libéralisme et à davantage de régulations. Ainsi, le code mondial d'éthique du tourisme invite au respect d'un certain nombre de principes en même temps qu'il se prononce en faveur d'une libéralisation accrue des services et d'un minimum de restrictions légales.

M. Duterme a conclu son intervention en rappelant qu'il n'y aura pas vraiment de tourisme durable sans remise en cause de la logique de développement touristique reposant sur la dérégulation.

Pascale Quivy, responsable du service Méditerranée-Europe-Migrants, CCFD Terre Solidaire, a tout d'abord expliqué les objectifs de son association. Il s'agit de soutenir des projets de développement dans les pays du Sud et de réaliser un travail de sensibilisation à la solidarité internationale.

L'intervenante a souligné ensuite l'inégale répartition des retombées économiques du tourisme : les trois quarts des recettes reviennent aux acteurs des pays du Nord. Il s'agit donc de promouvoir une autre forme de tourisme, plus équitable, le tourisme solidaire : les offres touristiques doivent être portées par et pour les populations locales. Cette forme de tourisme se trouve évidemment à la marge du secteur touristique mais devrait être amenée à se développer. Pascale Quivy insiste sur les concepts de citoyenneté et de responsabilité. Dans un contexte de repli identitaire, il s'agit de rapprocher les peuples. Pour l'intervenante, le tourisme solidaire n'est pas un mythe, c'est une réalité, mais une réalité limitée. Pour que cette forme de tourisme soit « durable », c'est un changement des mentalités qu'il faut viser.

Axel Frick, le troisième intervenant de cette table ronde, est chef de projet et formateur au sein de l'association Citoyens de la Terre, une association de développement local et de solidarité internationale. Il a mis en avant la création, en 2007, du réseau AREMDT, réseau d'acteurs autour de la Méditerranée ayant pour objectif de contribuer au développement local à travers le tourisme responsable et solidaire. Il s'agit de faire participer tous les acteurs afin de faire fonctionner les projets sur le terrain : pouvoirs publics, associations militantes, structures privées et administrations locales.

Le tourisme durable, tout du moins sur le plan environnemental, ne semble pas être une priorité pour les pays du Sud. Néanmoins de nombreuses initiatives ont été menées au travers de réseaux de tourisme équitable et solidaire. On constate en fait une intégration assez progressive des questions de développement durable dans les politiques publiques. L'enjeu est important car cette forme de tourisme est l'une des composantes stimulant le développement d'un territoire et permettant de valoriser ses richesses locales.

Gérard Ruiz est le président du Partenariat Mondial pour un Tourisme Durable. Si ce partenariat existe, a-t-il souligné, c'est que le tourisme durable n'est plus une utopie. Il ne constitue pas nécessairement non plus une réalité mais va le devenir très vite. L'intervenant s'est attaché à développer et justifier son point de vue.

Le tourisme est une activité transversale touchant à tous les secteurs : agriculture, consommation d'énergie ou encore patrimoine culturel. Derrière le tourisme durable, ne se cache pas seulement une question écologique, mais aussi des aspects économiques et sociaux. Il est donc difficile à l'heure actuelle d'obtenir des résultats satisfaisants en termes de durabilité sur tous ces objets.

En termes de logique des marchés, on constate aujourd'hui la prédominance du système de réseaux, internet et sociaux. Il devient donc facile de se procurer des données sur notre environnement et de faire circuler des informations sur une meilleure compatibilité du

tourisme avec le développement durable.

Les pays intègrent de plus en plus cette notion de tourisme durable. L'Afrique du Sud a par exemple mis en place un passeport vert, rempli de conseils pour un séjour plus durable, à l'occasion de la dernière Coupe du Monde.

En outre, les populations ne veulent plus désormais de la forme de tourisme qui a jusqu'à présent prévalu : l'installation d'opérateurs internationaux n'engendrant que de faibles retombées locales. De plus en plus de responsables insistent aujourd'hui sur le fait que le tourisme doit bénéficier aux populations locales. Le Partenariat mondial pour un tourisme durable soutient les démarches de ces pays en leur demandant de mettre en œuvre des stratégies de développement durable.

On constate enfin une prise de conscience des grandes organisations internationales : pour la première fois, à Rio+20, un paragraphe de la déclaration finale fait référence au tourisme durable. Selon Gérard Ruiz, on voit apparaître une série d'instruments qui vont pousser les producteurs à aller vers des logiques de tourisme durable.

Nous ne sommes donc plus dans l'utopie, a conclu l'intervenant, nous basculons dans la réalité. ■

*Compte-rendu rédigé par
Alexandra Duperray et Charlotte Radvanyi,
Assistantes de recherche à l'IRIS.*



© IRIS

TOUS DROITS RESERVES

Ce compte-rendu n'est pas une reprise in extenso des propos.

Seuls comptent les propos effectivement tenus par les différents intervenants.

INSTITUT DE RELATIONS INTERNATIONALES ET STRATEGIQUES

2 bis rue Mercoeur

75011 PARIS / France

T. + 33 (0) 1 53 27 60 60

F. + 33 (0) 1 53 27 60 70

contact@iris-france.org

www.iris-france.org

www.affaires-strategiques.info