

Le terme de tourisme durable (durable et responsable étant des notions très proches, nous le verrons par la suite) apparaît pour la première fois en 1993 dans un guide publié par l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) et en 1995, une Charte du tourisme durable donne une première définition. Le tourisme est dès lors perçu comme une activité économique qui doit contribuer au développement durable des territoires d'accueil.

Rappelons que le tourisme responsable se base sur les préceptes du développement durable définis par Mme Gro Harlem Brundtland (Premier Ministre norvégien) en 1987 comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ». Le Sommet de la Terre à Rio de Janeiro vulgarise au grand public la notion et officialise les trois piliers du développement durable : un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.

Dans son approche durable ou responsable, le tourisme doit s'inscrire dans cette logique. Il est vu comme un facteur de développement durable des territoires d'accueil. Cette vision relativement neuve a donc pour but de « moraliser » le tourisme en minimisant ces impacts négatifs et en maximisant ces impacts positifs. Lorsque l'on sait qu'il représente l'une des activités économiques les plus importantes de la planète (près d'un tiers du commerce de service) et que le nombre de touristes internationaux pourrait presque doubler dans les 20 prochaines années pour atteindre 1.8 milliard en 2030, nous comprenons pourquoi le défi est de taille et primordial pour l'avenir.

C'est pourquoi, au cours des années 2000, en même temps que le développement durable devient un enjeu politique et économique majeur, le tourisme responsable prend une place prépondérante. Le monde du tourisme d'aventure et alternatif est le déclencheur de ce mouvement avec la création en France en 2004 d'ATR (Agir pour un Tourisme Responsable) et en 2006 de l'ATES (Association pour un Tourisme Equitable et Solidaire). Les idées responsables mises en avant par ces associations vont trouver une résonance dans les aspirations d'une certaine clientèle de touristes en quête de sens, de plus en plus nombreuses au fil des années. Cet engouement va faire des émules et va avoir des répercussions bien au-delà de la sphère du tourisme d'aventure et alternatif. Très vite, au tournant des années 2010, des voyagistes aussi divers et variés que la SNCF (avec les Trophées du Tourisme Responsable) ou le Club Med (avec une Charte du Tourisme Responsable) « prennent le train en marche ».

Des questions s'imposent alors.

La notion de « responsable » est-elle utilisée avant tout comme un atout marketing ? Ou bien les pratiques des voyagistes sont-elles réellement « durables » ?

Les clients sont-ils eux-mêmes responsables ? Ont-ils vraiment conscience de ce qu'implique la durabilité ?

Quels sont les dangers de l'implantation de l'activité touristique sur un territoire ? Le tourisme est-il plutôt une opportunité ou une menace pour les populations ?

La notion de tourisme responsable visant une activité saine n'est-elle pas essentiellement une utopie ou une idée marketing ? Sinon, pourra-t-elle résister à l'augmentation du nombre de touristes mondiaux et à sa vulgarisation ?

L'industrie touristique peut-elle être intrinsèquement durable ? Sinon, quelles sont les

clefs pour favoriser un tourisme plus respectueux de son environnement ?

Quels sont les acteurs qui prennent part au développement durable sur un territoire et quelle place occupent-ils dans ce processus ?

Après avoir mis en évidence les raisons et les interrogations qui nous poussent à étudier la question du tourisme responsable, il nous est désormais possible de formuler une problématique centrale à notre réflexion.

**Comment favoriser le développement d'un tourisme responsable sur un territoire ? Autrement dit, par quels moyens peut-on concilier le développement touristique d'un territoire avec un tourisme responsable ?**

Tout d'abord, en première partie, nous présenterons de manière succincte le phénomène touristique.

Ensuite, en deuxième partie, nous chercherons à repérer les problématiques intrinsèques au tourisme afin de mieux cerner les impératifs d'un tourisme responsable.

Enfin, en conclusion, nous définirons quatre axes pour tendre vers la durabilité touristique.

## 1. Le phénomène touristique

Comme nous avons pu le remarquer précédemment, l'activité touristique est l'un des secteurs les plus importants de l'économie mondiale. A travers cette partie, nous allons définir ce qu'est le tourisme et quel est son ampleur au niveau mondial pour prendre la mesure du phénomène touristique et par conséquent cerner ses enjeux.

### 1.1 Définition du tourisme

Commençons par poser la définition proposée par l'OMT pour ensuite comprendre de quoi il s'agit.

**« Le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel ou un but sanitaire. »**

Remarquons tout d'abord que le tourisme va au-delà des représentations communes qui en sont souvent faites. En effet, le touriste est vu de manière générale comme une personne qui part en vacances pour une longue durée. Hors, est considéré comme touriste tout individu qui va avoir une activité de consommation touristique lorsqu'il est hors de chez lui pendant plus d'une journée. Un homme d'affaires parisien partant 2 jours pour rencontrer des clients en province sera donc considéré comme touriste puisqu'il consommera un billet de train ou d'avion, dormira à l'hôtel et mangera au restaurant. De même, un malade de province qui veut se faire opérer à Paris aura une activité touristique dès lors qu'il achètera un billet de transport quelconque, même s'il vient à dormir chez un ami.

Le phénomène touristique s'avère donc complexe car multidimensionnel. Le tourisme peut être de loisirs, d'affaires, médical. Mais au sein de ces catégories, de multiples déclinaisons s'opèrent : tourisme rural, balnéaire, d'aventure...pour les loisirs ; incentives, rencontres de partenaires...pour les affaires ; thalassothérapie, chirurgie...pour le tourisme médical. Il est par conséquent difficile d'avoir une vision exacte de ce que représente l'activité touristique. Ceci s'illustre parfaitement par les gouvernements français successifs qui ne consacrent généralement pas un ministère à cette activité parce qu'elle englobe des domaines trop variés.

La difficulté à chiffrer cette économie pose également problème. Les manières de comptabiliser le nombre de touristes ou leurs consommations sont diverses (arrivées aux frontières, consommation de produits touristiques, etc.) mais elles ont chacune leurs failles. Par exemple, au sein de l'espace Schengen, les passages aux frontières sont libres ; une famille se déplaçant en camping-car mais n'utilisant pas les aires de camping n'est pas comptabilisée touristiquement alors qu'elle consomme sur le territoire (produits locaux) ; un individu traversant 5 pays en Amérique du Sud lors du même voyage sera « 5 fois touriste »...

Les exemples peuvent être nombreux et illustrent la complexité du phénomène

touristique. Dans une logique de développement, il faut par conséquent bien connaître les types de touristes attirés ou que l'on souhaite attirer sur un territoire donné.

Au regard de cette définition, il convient également de relativiser les données sur le tourisme international qui seront exposées dans la partie suivante même si elles donnent une vue d'ensemble de l'ampleur du phénomène touristique.

## **1.2 Le tourisme international en quelques chiffres (source : OMT)**

Tout d'abord, les arrivées de touristes internationaux se chiffrent à 1.035 milliard pour l'année 2012 et l'OMT fait une estimation à 1.8 milliard à l'horizon 2030. En constante progression depuis les années 1950 (25 millions de touristes internationaux en 1950), ce chiffre devrait donc continuer à progresser de manière importante pour presque doubler lors des 20 prochaines années.

Ceci a généré 740 milliard d'euros de recettes en 2011, représentant 1/3 du commerce de service et près d'un emploi sur 10 dans le monde. L'activité touristique occupe donc une place très importante au sein de l'économie mondiale.

Par ailleurs, nous pouvons noter que la corrélation entre nombre de touristes et dépenses touristiques sur un territoire n'est pas évidente. La France est la 1ère destination mondiale avec 76.8 millions d'arrivées de touristes en 2010 alors que les Etats-Unis n'accueillent « que » 59.7 millions sur la même période. Cependant, les dépenses touristiques sur le territoire américain représentent plus du double des dépenses en France (103.1 milliard de dollars US contre 46.3 milliard en 2010). Cette remarque est primordiale car elle démontre toute la complexité de l'activité touristique : le nombre de touristes n'étant pas proportionnel aux consommations de produits touristiques, cela démontre qu'il ne suffit pas d'attirer des voyageurs pour qu'ils participent au développement local.

En 2012, l'industrie touristique a enregistré une croissance plus importante que celle de l'économie mondiale, ce qui signifie qu'elle résiste mieux à la crise planétaire que de nombreux autres secteurs. Nous pouvons avancer une explication principale à cela : le nombre de personnes à fort pouvoir d'achat ne cesse d'augmenter dans le monde. Remarquons que le tourisme international est avant tout l'affaire de personnes à fort pouvoir d'achat puisqu'il sous-entend une dépense minimale relativement élevée. Le développement de classes élevées ou moyennes dans les pays en voie de développement et notamment les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) explique donc en partie la vitalité de l'industrie touristique. En effet, la part des touristes provenant de ces pays émergents ne cesse de progresser. Par exemple, l'Asie-Pacifique a émis 20.1% des touristes internationaux en 2009 contre 16.7% en 2000 (+ 5%) alors que pendant la même période, la part de l'Europe a reculé de 57.8% à 54.7% (- 2.2%). Le nombre de voyageurs provenant de régions diversifiées augmente donc constamment et participe à la croissance continue du secteur touristique (même si la part des européens et des américains restent encore prédominante : 70.1% en 2009).

Nous avons pu remarquer que le tourisme est une activité pluridimensionnelle, difficile

à délimiter, au poids économique important et qui connaît une forte croissance au niveau mondial. Autrement dit, il semble qu'il est effectivement un rôle non négligeable à jouer dans une perspective de développement durable, mais que ce rôle peut être compliqué à définir devant la complexité du phénomène.

Nous allons par conséquent analyser les impacts du phénomène touristique pour opérer des liens entre cette activité et le développement durable.

## 2. Les impacts du tourisme

### 2.1 Les impacts positifs

Pour les pays dits « développés » comme pour ceux en « voie de développement » ou « émergents », le tourisme est souvent perçu comme une activité bénéfique, notamment parce qu'il stimulerait l'économie nationale. Ceci est d'autant plus vrai pour certains PMA (Pays les Moins Avancés) dont le tourisme représente une part cruciale des recettes.

Nous allons nous attacher dans cette partie à décrire et comprendre quels sont les véritables effets positifs de l'activité touristique sur un territoire.

**L'arrivée de voyageurs étrangers comme le déplacement de touristes internes (du pays-même) dans le pays sont des facteurs de développement économique.**

Le tourisme a des effets directs sur l'économie locale. En effet, l'implantation d'infrastructures touristiques et l'arrivée de touristes offre des emplois directs aux populations comme par exemple dans des hôtels, restaurants, bars, centre de remise en forme, centre de plongée, pour guider en montagne, en ville...en fait dans toute activité qui implique une consommation touristique.

La balance commerciale du pays (différence entre exportation et importation), indicateur très important et révélateur de la bonne santé d'une économie, est améliorée sous certaines conditions que nous décrirons plus tard et l'entrée de devises étrangères s'avère bénéfique pour les finances nationales.

Des effets indirects sont également repérables. Il s'agit surtout du développement d'infrastructures pour permettre l'implantation d'un tourisme de qualité. La construction de nouvelles routes, d'aéroports et de gares plus modernes ou plus grandes, de ponts, de systèmes d'égouts...est parfois motivée par les impératifs touristiques. Ceci est source de croissance pour de nombreux secteurs, d'emplois et d'amélioration du niveau de vie global.

En fait, le tourisme permet des retombées économiques si l'argent généré par cette activité a des effets d'entraînement positifs sur l'économie du territoire donné. Autrement dit, est-ce que les revenus du tourisme profitent à la destination ? Pour que ce soit le cas, les produits consommés, les emplois créés, le développement des infrastructures...doivent être ancrés localement et non importés. Ainsi, ils participent à une balance commerciale positive.

L'économiste John Maynard Keynes parlait à ce sujet de multiplicateur car les profits

réalisés viennent dynamiser l'économie locale.

L'exemple de la région des Annapurna au Népal illustre parfaitement ceci. Autour des sentiers de randonnées de ce bijou naturel s'est développée une véritable économie qui était inexistante avant l'arrivée des trekkers. Les lodges, le guidage, le portage sont de nouvelles sources d'emploi, les consommations des randonneurs vitalise l'économie locale et les recettes pour l'Etat, l'implantation de nouvelles infrastructures (routes, électricité, etc.) pour doper le tourisme facilite la vie quotidienne des locaux.

**Nous pouvons noter une meilleure visibilité au niveau international pour les pays jouissant d'un tourisme florissant.**

Les pays dont les touristes étrangers affluent en masse ont de manière générale plus de poids sur la scène internationale, notamment au côté des nations émettrices de voyageurs pour ces pays.

L'épisode du tsunami dévastateur de décembre 2004 est un bon révélateur. En effet, des nombreux pays touchés par cette catastrophe, la Thaïlande et l'Indonésie sont ceux qui ont retenus le plus l'attention de la communauté internationale car lors des faits, de nombreux ressortissants étrangers se trouvaient dans les stations balnéaires de ces 2 pays.

De même, les troubles politiques ou militaires des pays touristiquement forts ont souvent plus de retentissement au niveau international, comme par exemple lors des événements du printemps 2010 en Thaïlande.

**La préservation du patrimoine, qu'il soit naturel, culturel ou immobilier, est accrue par le phénomène touristique.**

Dans certains cas, avant la venue d'étrangers ou la classification (notamment par l'intermédiaire de l'UNESCO), des sites ou des cultures (musicales, culinaires, etc.), pourtant patrimonieusement riches, sont laissés à l'abandon car les autochtones n'ont pas ou peu conscience de leur importance, ou bien ont un manque de moyens pour tenir les patrimoines en état. Dès lors que des voyageurs se déplacent pour visiter ou connaître un patrimoine, celui-ci peut devenir une source de revenus pour le territoire sur lequel il est implanté. Il se transforme alors en une richesse qu'il est primordial de préserver, voir de restaurer, d'aménager, pour qu'il soit en mesure d'attirer et d'accueillir les touristes et de générer des revenus pour l'économie locale.

Le site archéologique d'Angkor au Cambodge est par exemple sauvé du déclin depuis 1 siècle par des archéologues étrangers et a été retiré de la liste du patrimoine mondial en péril grâce notamment aux réhabilitations encouragées par l'UNESCO et l'afflux de touristes venant admirer ses temples millénaires. Dans ce cas, 2.5 millions de visiteurs par an engendrent une prise de conscience accrue du potentiel du site, des recettes fiscales et des recettes directes (40\$ l'entrée pour 3 jours) qui servent en partie à la rénovation du patrimoine.

**Les déplacements supposés par le tourisme sont sources d'échanges et de partages.**

Sous certains aspects, l'activité touristique amène une ouverture sur le monde, une

compréhension de l'Autre. Les échanges interculturels, sur les modes de vie, les cultures littéraires, musicales, culinaires et autres, sont favorisés par l'accueil de population étrangère. Ceci est d'autant plus vrai pour des communautés plus ou moins isolées, qui par l'activité touristique, vont apprendre à connaître d'autres manières de vivre, de se comporter et par la même enrichir leur vision du monde. Cet enrichissement amène certaines personnes à « se lancer dans une nouvelle vie », parfois loin de chez eux, pour poursuivre cette ouverture sur l' « Ailleurs ».

De plus, les flux de voyageurs peuvent être un facteur de paix entre les Etats ou interne à l'Etat. En effet, deux pays entreront plus difficilement en guerre s'ils accueillent de nombreux touristes car la réaction de la communauté internationale pourrait dans certains cas être hostile. Les conflits internes ou externes seraient d'autant plus néfastes pour un pays très touristique qui perdrait de précieuses devises étrangères et mettrait par conséquent à mal son économie.

Comme nous avons pu le voir, le phénomène touristique engendre de nombreux impacts bénéfiques pour les territoires sur lesquels ils s'installent. Les effets économiques, sociaux et culturels peuvent être décrits principalement comme le développement d'infrastructures, une hausse de la consommation, une amélioration du niveau de vie, une situation financière plus pérenne, une augmentation du niveau de formation et bien d'autres encore.

Cependant, si le tourisme est si souvent décrié et que de nombreux acteurs réclament une approche plus responsable, c'est que cette activité pourrait aussi être néfaste au territoire qu'il l'accueille. Par conséquent, il convient de repérer quels aspects peuvent être nuisibles pour ensuite situer la barrière entre impacts positifs et négatifs du tourisme.

## **2.2 Les impacts négatifs**

Nous allons dresser un tableau des éventuels effets néfastes du tourisme. A la fin de cette partie, nous illustrerons ces problématiques par l'exemple très révélateur de la palmeraie de Tozeur en Tunisie en nous appuyant sur un texte de Claude Llena, enseignant-chercheur en sciences sociales à Montpellier.

**Dans certains cas, l'activité touristique amène certains déséquilibres économiques comme la hausse des inégalités, la dépendance au tourisme et la saisonnalité.**

La hausse des inégalités en est une, notamment dans les territoires pauvres. L'implantation du tourisme engendre des revenus importants, revenus qui de manière générale ne profitent qu'à une petite partie de la population ayant trouvée une place dans ce système. Les inégalités se situent donc entre ceux qui profitent de la manne touristique et les autres, entre ceux qui ont un emploi très rémunérateur et stable et ceux qui dispose d'un travail précaire dans le système, entre les territoires accueillant des touristes et les autres, etc. Les inégalités économiques sont monnaie courante dans la plupart des sociétés ; néanmoins, le tourisme accentue celles-ci et dans certains cas en est la source.

Le déséquilibre le plus dangereux est sûrement la dépendance au tourisme. Des régions choisissent d'axer leur développement sur le tourisme en donnant la priorité à cette activité, parfois en négligeant les autres secteurs de l'économie. D'autres régions aussi, face aux difficultés économiques auxquelles elles font face, trouvent dans le tourisme une source de croissance importante. Dès lors, ce pan de l'économie prend une place prépondérante ; on parle alors de mono activité, cette situation n'étant pas sans danger. Effectivement, le tourisme est une activité volatile, soumise aux aléas politiques et sociaux (grèves, révolutions, guerres, etc.), économiques (crise, variations de la monnaie, etc.) et environnementaux (catastrophes naturelles, mauvais temps, etc.) et donc sujette à des variations importantes. D'une année sur l'autre, les arrivées de touristes peuvent chuter brutalement et engendrer une baisse d'activité dramatique pour le secteur touristique et les individus qui y sont dépendants ; voir pour un territoire entier dans un contexte de mono activité.

De plus, le tourisme est une activité saisonnière, ce qui signifie que son activité fluctue au cours de l'année en raison des périodes de vacances, des saisons climatiques et autres. Les périodes de haute saison comme celles de basse saison s'avèrent parfois difficiles à gérer et amènent certains problèmes comme la « floraison » d'emplois précaires (à courte durée et/ou mal payés), une « hibernation » du territoire, la difficulté de vivre pour certaines personnes pendant plusieurs mois, etc.

**Des problèmes sociaux, souvent liés aux déséquilibres économiques décrits ci-dessus, peuvent également voir le jour comme la mendicité, le terrorisme et les tensions communautaires.**

Les inégalités économiques dues au tourisme sont sources de bouleversements sociaux. « L'équilibre » d'une communauté et ses liens peuvent alors être perturbés et être le point de départ de tensions voire de conflits entre membres de cette communauté, notamment entre ceux bénéficiant du développement touristique et les autres qui sont à la marge de ce développement. Ceci est d'autant plus vrai pour des communautés considérées comme « traditionnelles » (reposant sur la famille, le travail de la terre et/ou le commerce) dont le tissu social sera éclaté par l'arrivée brutale du tourisme, à cause de la mutation des secteurs de l'économie, l'abandon des activités traditionnelles, les changements culturels supposés par l'accueil de touristes, etc.

Les déséquilibres sociaux mentionnés ci-dessus sont susceptibles d'accentuer d'autres problèmes tels que la mendicité, le vol, la violence. En effet, la hausse de ces manifestations est souvent repérable dans les places touristiques. Le « contact entre une population pauvre et des voyageurs riches » a régulièrement pour conséquence ce type de dérive, l'argent des touristes étant perçu comme une porte de sortie à la pauvreté par certaines personnes ne profitant pas des retombées du secteur. Des cas de délinquance, de déscolarisation, de violences faites aux voyageurs comme aux enfants mendiants sont là pour rappeler que le touriste sert parfois de prétexte à des pratiques condamnables, par nécessité ou appât du gain.

Le terrorisme est aussi un danger auxquels doivent faire face les territoires touristiques. L'attaque du secteur touristique vise deux objectifs principaux : la déstabilisation économique et la revendication politique. En effet, la diminution de l'arrivée d'étrangers consécutive à un attentat ou à l'enlèvement de touristes freine la croissance du pays et avive les tensions de toutes sortes, ce qui profite aux organisations terroristes. De plus, s'en prendre aux touristes est hautement symbolique pour certaines d'entre elles puisqu'à leurs yeux ils représentent l'impérialisme occidental.

Les exemples à travers l'Histoire sont nombreux (enlèvements de touristes par les Khmers rouges au Cambodge, attentat de Bali en 2002, de la Place Jemâa El Fna au Maroc en 2011, etc.) et montrent que le tourisme peut là aussi être instrumentalisé ; une attention toute particulière à ces problèmes doit donc être prise si possible lors du développement de l'activité.

**Les dangers peuvent également être culturels : déculturation, folklorisation, mondialisation de la culture apparaissent comme autant de phénomènes accentués par le tourisme international.**

Depuis les années 1950, le processus de mondialisation prend de l'ampleur, que ce soit au niveau économique, financier ou culturel. La mondialisation de la culture est un fait que de nombreux sociologues reconnaissent. Elle décrit principalement la diffusion de la culture occidentale à travers le monde, vue comme hégémonique par certains. Il suffit de voyager pour se rendre compte de ce phénomène : les marques et le cinéma occidental, la langue anglaise...sont désormais présents dans la majorité des territoires de la planète. Mais il convient aussi de noter la diffusion d'autres cultures au niveau planétaire, comme en attestent par exemple les cuisines (asiatique, méditerranéenne, etc.) ou les pratiques de bien être (yoga, massages, etc.).

L'attrait pour la culture occidentale est donc bien un fait et ceci est renforcé par le phénomène touristique. Effectivement, les voyageurs amènent avec eux, à de différents degrés, leur culture et leur représentation du monde (vêtements, confort, nourriture occidentale...). Dans certains cas, il en découle un processus d'acculturation ou de déculturation des populations locales.

L'acculturation décrit les modifications dans des cultures qui sont en contact continu, alors que la déculturation est la perte de tout ou partie de la culture d'origine au profit d'une autre culture. L'acculturation est plutôt perçue comme un phénomène positif d'enrichissement des cultures respectives et cette vision rejoint les effets bénéfiques mentionnés précédemment concernant l'ouverture sur le monde.

Par contre, la déculturation d'individus et de leur culture relevée dans certaines zones touristiques peut inquiéter. Cet abandon de la culture traditionnelle peut être la source de nombreux maux. La distension du lien entre individus d'une même communauté est possible car leurs pratiques culturelles deviennent trop différentes ; ainsi que la perte de repères d'une communauté qui abandonne brutalement ses valeurs pour se conformer aux exigences touristiques.

Le tourisme est également susceptible d'engendrer une folklorisation de la culture.

Une culture « folklorisée » s'avère être une culture dont les signes sont dépourvus de signification. La culture est transformée, réduite à un « spectacle » dans le but de satisfaire les touristes. Les manifestations sont multiples et diverses : transformation de l'artisanat, des pratiques culturelles comme les danses, la cuisine, etc.

Cette dérive rejoint la mondialisation et la déculturation dans le fait qu'elle transforme les cultures d'origine des populations locales sans le processus d'acculturation nécessaire à la pérennisation des cultures en question. Une culture qui perd sa signification originelle devient une culture vide de sens qui ne crée plus assez de liens entre les individus et par conséquent peut être à l'origine de déséquilibres sociaux importants. Lorsque ce phénomène ne touche que la bulle touristique, l'impact est en général restreint ; mais les dangers peuvent devenir importants si les nouvelles manifestations culturelles pénètrent la société en profondeur.

**Le développement du secteur touristique augmente la pression sur le territoire d'accueil, cette pression pouvant être de nature immobilière, financière ou environnementale.**

Les infrastructures et la consommation touristique peuvent être à l'origine d'une inflation. En effet, un ensemble de produits et de services peut connaître une inflation avec l'arrivée en masse de touristes car la demande augmente alors que l'offre n'a pas toujours les moyens de se mettre à niveau. Il y a alors des conflits d'usage entre les besoins de l'industrie touristique et les besoins des populations locales. C'est le cas notamment des matières premières (comme le bois pour construire des gîtes et chauffer les randonneurs en montagne), des énergies (augmentation du prix du gaz ou du pétrole en réaction à la consommation touristique), de l'eau (consommation excessive des infrastructures touristiques comparée à la disponibilité en zone désertique), des terrains habitables (main mise des promoteurs touristiques sur toute la zone du front de mer ou en centre-ville comme à Agadir ou Venise)...

Nous avons pu remarquer que les bouleversements que supposent l'implantation du tourisme sont susceptibles d'être à l'origine de maux diverses pour le territoire d'accueil.

Nous allons maintenant illustrer ceci par l'exemple de Tozeur qui symbolise parfaitement les dérives citées ci-dessus.

### **Tozeur, un symbole des dangers potentiels du tourisme**

Tozeur est une petite ville du sud-est tunisien célèbre pour sa palmeraie, une des plus grande et verdoyante du monde saharien. Cette oasis fonctionnait sur un modèle autosuffisant, notamment grâce à la gestion communautaire de l'eau, qui permettait une consommation gratuite et équitable de ce bien si précieux entre les habitants de la région.

Cet équilibre, qui trouvait ses racines dans un modèle très ancien, a été perturbé par l'implantation du tourisme de masse au début des années 90. Les déséquilibres furent multiples et font écho aux impacts négatifs que nous avons pu décrire précédemment. Le plus flagrant et certainement le plus dévastateur est la pression exercée sur le territoire et

notamment sur l'eau, la ressource sur laquelle repose l'équilibre de la communauté. Pour satisfaire les énormes besoins que supposent l'accueil d'un tourisme de masse (piscines, douches, arrosages, golf), les ressources en eau, déjà faibles à cause des sécheresses successives, sont ponctionnées de manière dramatique pour les populations locales. S'en suit une inflation inévitable et la ressource devient désormais payante. Par conséquent, de nombreux paysans se voient contraint de stopper leur activité et le chômage augmente dramatiquement dans la zone.

Le développement de la zone est donc désormais axé prioritairement sur le tourisme. Des grands groupes mondiaux, quelques investisseurs et gérants locaux se partagent le marché dans un souci de rentabilité financière. Des emplois sont créés mais précaires, temporaires pour la plupart pour s'adapter aux fluctuations de la demande touristique (année plus ou moins bonne, saisonnalité) et une grande partie des profits réalisés sont réexpédiés au Nord. La jeunesse, attirée inexorablement par l'Occident, par l'industrie touristique et le contact avec de riches touristes, abandonne progressivement la culture de leur parent (islam, cultures des champs) et participe à la déculturation de la palmeraie ; tout comme les spectacles proposés aux occidentaux folklorisent toujours un peu plus les cultures locales. Effectivement, les contacts avec les voyageurs sont avant tout de nature commercial ; on ne parle donc pas ici d'enrichissement culturel mutuel.

La mono activité cause beaucoup de dommages. Face à la diminution du nombre d'arrivées de touristes à la suite des attentats du World Trade Center en 2001 ou à cause de la révolution de 2011, l'oasis se retrouve dans une situation complexe car dépendante financièrement du secteur touristique. Le tableau se révèle donc bien noir : pression sur l'eau, dépendance au tourisme, chômage, bénéfices pour une petite partie de la population, déculturation au profit d'une culture unique occidentale, distension des liens communautaires... Tozeur peut être considéré comme un contre exemple de développement durable du tourisme.

Cette précédente partie sur les impacts du tourisme nous a permis de comprendre que la barrière est fine entre effets positifs et négatifs ; ce qui pourrait être bénéfique à un territoire peut rapidement devenir néfaste et aller à l'encontre du développement durable.

Le tourisme responsable est né de la prise de conscience de cette problématique. Nous allons désormais définir plus précisément cette notion et tenter de comprendre quels en sont les enjeux, les faiblesses ou les contradictions éventuelles.

## **2.3 Le tourisme responsable et ses problématiques**

### **2.3.1 Définition**

Nous allons tout d'abord exposer une définition pour mieux comprendre de quoi il s'agit lorsque l'on se réfère au tourisme responsable. Cette définition est tirée du site internet d'EVEIL-Tourisme, une démarche collective regroupant des associations, des

professionnels et des collectivités dont l'objectif est de développer et promouvoir le tourisme responsable et solidaire en Provence.

**« C'est une activité de tourisme et de loisir qui met en place des pratiques respectueuses de l'environnement naturel et culturel et qui participe de manière éthique au développement local. Elle favorise ainsi la prise de conscience du touriste vis-à-vis des impacts qu'il peut avoir sur le territoire et le rend acteur de sa consommation »**

(Source : Charte EVEIL – Tourisme Responsable et Solidaire)

L'objectif est bien de maximiser les effets positifs de l'activité touristique pour qu'elle participe activement au développement durable d'un territoire. Cette définition explicite fait parfaitement écho à la précédente partie sur les impacts du tourisme. Il ne me semble donc pas nécessaire d'expliquer beaucoup plus en détail les enjeux de l'approche responsable.

En effet, « les pratiques respectueuses de l'environnement naturel et culturel » font plus particulièrement référence à la nécessité de réduire les différentes pressions sur le territoire et de conserver une logique et une dynamique culturelle bénéfique pour les communautés locales.

« Participe de manière éthique au développement local » se réfère notamment à la répartition plus large (dans le temps et dans l'espace) et plus égalitaire des recettes du tourisme dans un souci de cohésion sociale.

De plus, l'accent est mis sur « la prise de conscience du touriste » (en fait tous les acteurs du secteur touristique) au sujet de son « empreinte » sur la destination d'accueil. Autrement dit, le monde du tourisme ne doit pas se comporter en une entité seulement économique dont l'objectif unique est le profit financier ou la satisfaction du client. De par sa multiplicité de dimensions, il s'inscrit pleinement dans le territoire d'accueil.

Par conséquent, il ne doit donc pas se comporter tel un « agent étranger » qui tire exclusivement profit de son activité mais plutôt comme une entité intégrée qui revêt un rôle essentiel dans le développement et le bien être du territoire en question.

Dès lors, l'acteur du tourisme devient « acteur de sa consommation » en choisissant de participer, par l'intermédiaire de bonnes pratiques, au développement durable.

Les terminologies actuelles du tourisme responsable sont nombreuses (solidaire, écotourisme, tourisme communautaire, équitable, durable...) et vont finalement toutes dans le même sens : faire du tourisme un facteur de développement durable. C'est pourquoi, dans cette analyse, les mentions de tourisme responsable ou de tourisme durable sont parfois inter-changées, considérant que les notions s'avèrent extrêmement proches.

### 2.3.2 Le tourisme responsable, une notion complexe

Comment ne pas adhérer aux objectifs d'un tourisme plus responsable ? Cela paraît compliqué tellement les valeurs mises en avant semblent « dans l'air du temps ». Effectivement, respect de l'environnement et des populations locales, préservation des ressources, aide au développement...comme nous l'avons remarqué en introduction,

l'optique responsable s'inscrit plus largement dans le mouvement désormais planétaire de développement durable. Depuis une dizaine d'année, cette approche fait consensus dans le monde du tourisme et la majorité des opérateurs mettent en avant leur éthique responsable.

Mais ce consensus peut paraître trop « lisse », « sans relief » puisque les valeurs annoncées par les opérateurs sont souvent identiques. Autrement dit, une certaine frange du monde du tourisme semble adhérer à ces valeurs sans réellement se les approprier. A ce propos, Jeanne Brette (Dirigeante de la société S-E Tourisme, l'ingénierie de la mise en oeuvre du Développement Durable par le Suivi-Evaluation) parle « des discours préfabriqués, des éléments de langage en bois – aggloméré, des non-sens, des incohérences, des imprécisions, des erreurs involontaires voire volontaires qui, répétées, deviennent fautives... ».

La communication autour du tourisme responsable manque donc de cohérence générale et ceci provient certainement de l'application complexe de ce principe, notamment à cause des multiples dimensions qu'englobe l'approche responsable : économiques, sociales, culturelles, environnementales, commerciales, etc.

Nous ne nous étendrons pas plus précisément sur la communication mais nous allons illustrer les contradictions pratiques dans l'application des valeurs responsables. Pour cela, nous nous appuierons sur mes observations effectuées lors d'un trek dans la vallée du Drâa comme assistant-guide avec un groupe de 29 personnes dans le cadre de mon stage ; et sur l'article « Quand le tourisme disneylandise la planète... » de Sylvie Brunel, professeur de géographie à l'université Paul-Valéry de Montpellier (article paru dans le mensuel n° 174 – août 2006).

Ce sont notamment les observations que j'ai effectué lors de ce séjour dans le désert marocain qui m'ont amené à m'interroger plus précisément sur le tourisme durable. De nombreuses pratiques ou comportements m'ont interrogé sur les possibilités réelles d'être responsable dans son activité touristique.

En effet, le territoire visité, en l'occurrence la vallée du Drâa ici, est apparu comme un immense terrain de jeu au service de la satisfaction des clients. Cette satisfaction est élevée au rang de priorité par le tour opérateur dans une logique commerciale ; logique compréhensible et indispensable dans un contexte de concurrence. Cela se traduit par des pratiques qui vont occasionnellement à l'encontre d'un tourisme responsable, malgré les valeurs mises en avant par le tour opérateur dans sa communication. Les exemples sont nombreux : mise en position assise douloureuse des dromadaires sur des sols caillouteux pour changer de cavaliers, gestion « approximative » des déchets par les clients, dons de bonbons directement aux enfants des villages qui encourage la mendicité, tenue vestimentaire parfois très légère sur un territoire musulman traditionnel, nuit dans un hôtel avec piscine dans une région souffrant de la sécheresse, soirée dans un grand restaurant proposant des spectacles folklorisés, etc.

Malgré un certain nombre de bonnes pratiques (emploi de chameliers locaux, propreté des camps au moment du départ, etc.), nous pouvons donc en conclure que ce produit touristique ne correspond pas aux exigences durables en terme de gestion des ressources

naturelles (eau), d'équilibre social (dons), de respect du contexte local (tenue vestimentaire, traitement des dromadaires), de préservation culturelle (folklorisation).

Le produit touristique prend ici la forme d'un produit commercial comme les autres. Tout devient objet de consommation (dromadaires, paysages, populations locales, etc.), raisons pour laquelle le touriste voyage, qui doit être conforme aux attentes (belles dunes, population accueillante, dromadaires serviles, etc.) mais que l'activité touristique ne respecte que partiellement par manque de vision responsable et/ou par égoïsme.

L'article publié par Sylvie Brunel vient étayer les précédents constats. Selon son analyse, « la mise en tourisme du monde le transforme ainsi en un immense Disneyland, où tout est conçu et contrôlé pour vendre de la nature « sauvage » et de la « peuplade authentique » à de riches visiteurs soigneusement encadrés ». Comme dans un parc d'attraction, le produit touristique doit être entièrement cadré et contrôlé et répondre aux représentations que les touristes se font de leur voyage.

Comme à Disneyland où « tous les pays et toutes les civilisations sont synthétisés les uns après les autres en des archétypes immédiatement identifiables tant ils collent aux représentations mentales collectives », le trek dans la vallée du Drâa doit sacrifier au mythe du désert tout en répondant aux souhaits des touristes même si ces souhaits sont parfois contraires aux logiques internes du territoire en question. C'est ainsi que les dromadaires, bien qu'allègrement pris en photo, sont maltraités ; que l'on « aide » les populations contre leurs intérêts ; que l'on consomme énormément d'eau pour son bien-être en précipitant un peu plus le territoire dans la sécheresse ; que l'on cautionne la mise en scène d'un folklore local pour son attractivité au détriment d'une culture authentique...

Pour Sylvie Brunel, les causes de ces dérives sont partagées par tous les acteurs. Touristes, opérateurs, autochtones : tous participent, plus ou moins consciemment, au développement d'un tourisme peu durable pour le territoire.

Les exemples de la palmeraie de Tozeur et de la vallée du Drâa ne sont que des illustrations et elles sont à prendre comme telle, sans généralisation ni jugement. Cependant, ces deux cas, mis en relief avec l'analyse des impacts négatifs du tourisme et de la Disneylandisation du monde, démontrent bien les difficultés à mettre en place un tourisme durable. Un produit touristique responsable doit jongler entre satisfaction du client et prise en compte d'un contexte local complexe et multidimensionnel. La multiplicité des dimensions touchées par cette problématique pourrait laisser à penser que le développement d'un tourisme réellement responsable est utopique. Par exemple, comment concilier, en temps de crise économique, une offre plus équitable avec les impératifs commerciaux des agences de voyages ? Le concept de durabilité se retrouve ainsi mis à mal par la nature du monde du tourisme ; c'est-à-dire un marché très concurrentiel dans lequel les agents sont soumis, comme sur tous les autres marchés, à des devoirs de rentabilité pour exister.

Il apparaît par conséquent que seules une prise de conscience et une implication généralisée des acteurs du secteur touristique (touristes, agences, administrations, population d'accueil des territoires concernés) pourra conduire à une systématisation de l'application des principes responsables.

### **3. Conclusion**

Au regard des réflexions menées précédemment, je définirais 4 axes prioritaires pour le développement d'un tourisme responsable sur un territoire.

#### **Un aménagement optimal du territoire**

Il s'agit tout d'abord de mettre en valeur les potentialités touristiques dans une optique de gestion durable. La préservation, la rénovation, la valorisation, la signalisation, les informations pédagogiques, l'accès...autant d'aménagements qui mettent en lumière les potentialités d'une région, mais aussi permettre de gérer sur le long terme leur exploitation. Une attention toute particulière doit être portée sur la capacité de charge des sites et du territoire dans son ensemble. Des études, des observations, doivent se focaliser sur la pression qu'exerce l'activité touristique sur le territoire pour déterminer un plan d'aménagement, voir certains quotas et éviter par conséquent un tourisme que l'on pourrait qualifier de « colonisateur ».

#### **Une offre touristique équitable**

Ici, la notion d'équitable recouvre deux réalités : économique et géographique.

Le tourisme est dans le devoir de se montrer plus équitable économiquement avec les populations d'accueil, sur le modèle du commerce équitable. L'activité touristique se doit d'être ancrée localement en favorisant la consommation de produits locaux, l'artisanat local, l'emploi de la population locale, etc. L'emploi des ressources naturelles ou humaines a par conséquent vocation à soutenir le développement local et non pas à tirer le maximum du territoire au moindre coût dans une logique purement commerciale.

Le tourisme peut également favoriser une équité géographique. En effet, que ce soit de manière intraterritoriale ou extraterritoriale, le fait d'éparpiller et de diversifier l'offre engendre des retombées pour davantage de secteurs et de personnes.

#### **Une sensibilisation aux thèmes du tourisme solidaire**

Etre solidaire signifie ici aider le territoire d'accueil par l'intermédiaire de son activité touristique, en favorisant notamment l'équité par ses choix de consommation ou géographiques et en adoptant des pratiques et comportements soucieux de leurs impacts. Cette sensibilisation, qui peut prendre diverses formes (réunions, événements, communication, éducation, etc.), s'avère primordiale pour relayer l'idée responsable et surtout permettre son appropriation par tous les acteurs du secteur touristique (touristes, tour opérateurs, associations, populations locales, administrations).

#### **Une synergie entre les acteurs du développement durable**

L'implication de tous les acteurs concernés par le développement du territoire et le tourisme autour d'objectifs communs concernant la durabilité peut être considérée comme la clé voûte de l'instauration d'un tourisme responsable. Cette fédération doit permettre

de prendre en compte collectivement toutes les dimensions du développement durable sans faire l'impasse sur les intérêts plus spécifiques des intervenants ; dans le cas où ceux-ci sont en accord avec la logique responsable.