



Tourisme durable et Union pour la Méditerranée



Les notes **21**

SOMMAIRE

En mémoire de Serge Antoine	3
Résumé « Pour un tourisme durable en Méditerranée »	4
I. Un contexte politique favorable	6
- Un partenariat euro-méditerranéen de plus de trente ans	6
- L'Union pour la Méditerranée, un projet qui se concrétise	6
II. Tourisme en Méditerranée : un secteur essentiel au développement de la région	8
- Une croissance disparate	7
- Un poids lourd de l'économie	9
- Le poids de la France	11
- Evolution à l'horizon 2025	13
III. Les enjeux du tourisme durable dans le bassin méditerranéen	14
- Un contexte favorable au tourisme durable	14
- Des écarts persistants entre le Nord et le Sud	14
- Une culture riche et fragile	16
- Une biodiversité menacée par une consommation mal maîtrisée	17
IV. Un Comité méditerranéen pour le développement durable et un Agenda 21 méditerranéen pour le tourisme durable	20
- Etat des lieux	20
- Des échanges à renforcer entre les parties prenantes	21
- Acteurs concernés	23
- Gouvernance du projet	23
- Eléments de financement	23
- Calendrier prévisionnel	23
Bibliographie	24

Cette étude a été réalisée par Stéphanie Comère, sous la direction d'Ugo Toselli, chef de projet "tourisme responsable" et Dorothee Briaumont, directrice générale du Comité 21, en juin 2008.

Le Comité 21 remercie le Plan Bleu, source d'inspiration essentielle sur ce sujet.

Certains chiffres ou statistiques pourraient paraître dépassés, mais on peut estimer que les grandes tendances qu'ils évoquent sont toujours d'actualité.



En mémoire de Serge Antoine

La Méditerranée est ancrée dans l'histoire du Comité 21. En effet, Serge Antoine avait mieux que quiconque compris les enjeux de durabilité de cette région.

Le 16 juillet 1999, Serge Antoine - Président d'honneur et père fondateur du Plan Bleu et du Comité 21, instigateur de la DATAR, des Parcs Naturels Régionaux, du Ministère de l'Environnement et du Conservatoire du littoral - écrivait dans une note intitulée *Méditerranée 21* :

« Malgré les conflits sanglants et les problèmes de survie dont la Méditerranée n'a pas été exemptée et que l'historien Fernand Braudel a toujours dû rappeler, l'évocation de cette région du monde est, le plus souvent, faite sur un fond bleu de sérénité marine. Le legs d'un passé plusieurs fois millénaire, le berceau de plusieurs civilisations et de grandes religions monothéistes, la marque des paysages tranquilles de pays faits de mesure et d'équilibre, comme les "cités" dont elle a donné au monde le modèle, ne prédisposent pas à parler de ruptures, de chocs ou de tempêtes. Les observateurs, comme les poètes de la Méditerranée, ne la décrivent pas volontiers dans l'instabilité ou le risque. Son climat est plus que tempéré et l'expression de pays en fort développement se décline, en général, en référence à l'Asie, à l'Afrique ou à l'Amérique Latine ; mais pas ici. La mémoire s'estompe vite des fureurs du Vésuve, de l'Etna ou de Santorin, et les plaies à vif des guerres fratricides se referment avec le temps.

Or la Méditerranée risque d'imploser et, en tout cas, elle est très fragile : population, urbanisation, écologie, sociétés et cultures sont interpellées.

Le service que l'on peut rendre à cette Méditerranée qui se déshabitude de s'affirmer et, cela, surtout auprès d'Européens insouciantes qui la vivent, il est vrai, souvent en vacances, est de mieux faire connaître les instabilités majeures qui sont les siennes ou seront celles de demain. Et d'inviter ainsi les Euroméditerranéens, largement unis par leur destin, depuis toujours et pour longtemps, de regarder mieux le futur, de construire ensemble un avenir choisi et de mesurer les marges étroites qu'ils ont pour choisir entre plusieurs avenir.

(...) Le Plan Bleu, vigie du Plan d'Action pour la Méditerranée a, depuis 1980, bâti plusieurs types de scénarios ; l'un, celui de la possible fracture entre la rive Nord et la rive Sud, plus dure que celle marquée hier par le mur de Berlin entre l'Est et l'Ouest ; l'autre, celui de la voie étroite d'un développement plus équilibré, plus respectueux de la fragilité de la région.

Cette voie c'est le "développement durable" depuis qu'à Rio, en 1992, au Sommet de la Terre, ce concept de "sustainability", mal traduit, il est vrai, chez les francophones, a pris sa place dans le monde ».

Cette étude - bien que modeste – s'inscrit dans l'action entreprise depuis tant d'années par Serge Antoine pour porter attention aux générations à qui l'on confiera un patrimoine. Ici, et dans le contexte d'une ambition européenne forte, c'est de la Méditerranée dont il s'agit.

POUR UN TOURISME DURABLE EN MEDITERRANEE

Le lancement de l'Union pour la Méditerranée (UpM) est un contexte formidable de coopération entre les pays du Nord et du Sud de la Méditerranée. Dans ce cadre, de nombreux projets vont être définis. Coordonnant depuis trois ans un programme "Tourisme responsable", le Comité 21 propose de fédérer les pays de l'UpM à travers un Agenda 21 méditerranéen du tourisme durable autour d'un développement touristique durable. Première destination touristique mondiale, la bassin méditerranéen accueille plus d'un tiers du tourisme international et concentre un quart des capacités mondiales d'hébergement. L'objet de cette note méthodologique est de présenter l'opportunité du tourisme durable dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée.

Un état des lieux propice

Dès 2005, la Stratégie méditerranéenne de développement durable (SMDD), adoptée par la Commission méditerranéenne du développement durable (organe consultatif du Plan d'action pour la Méditerranée - PAM) avait défini le tourisme comme l'un des domaines d'actions prioritaires. Il est vrai que le tourisme dans la région du sud de la Méditerranée représente l'une des sources principales de revenus, d'emploi, d'investissements étrangers. La part du tourisme dans le PIB des pays du Sud est importante (9,5% au Maroc, 8,8% en Turquie, 8,5% en Egypte en 2006) surtout lorsque l'on considère les comptes satellites du tourisme. Il est aussi générateur d'emploi et amène des investissements étrangers (en augmentation depuis 1995 dans cette zone). Le tourisme est au troisième rang des secteurs concentrant le plus d'investissements directs étrangers (IDE) et le premier secteur où les IDE sont créateurs d'emplois (plus de 53 000 emplois créés en 2006).

Un projet euro-méditerranéen concret sur le tourisme durable peut devenir un axe fort de l'UpM. A ce jour, il existe peu de coopération entre ces pays sur le tourisme, même si l'on sent un intérêt pour le sujet abordé dans le cadre de la SMDD, d'un groupe de travail sur tourisme et développement durable en Méditerranée (PNUE, OMT, UNESCO, Plan Bleu) en 2006 dans le cadre du PAM et, dernièrement, à travers la première conférence Euromed des ministres responsables du tourisme (avril 2008). Cette coopération ne peut réellement se développer que si elle intègre tous les acteurs grâce à une large concertation : les institutions internationales (PNUE, UNESCO), la CMDD, les Etats, les régions, les acteurs économiques (groupes hôteliers, tours opérateurs...), les acteurs du tourisme (OMT), les parties prenantes, etc.

Pourtant, il existe des obstacles à cette coopération. Alors que le nombre de touristes attendus d'ici à 2025 devrait doubler, la zone sud de la Méditerranée est loin d'être une zone homogène. S'il existe une réelle disparité de développement touristique entre régions, le tourisme méditerranéen se concentre quasi exclusivement sur le littoral. Les destinations n'ont pas toutes la même maturité de développement, même si la plupart sont fondées, à ce jour, sur un tourisme balnéaire. Ces pays ont aussi des politiques touristiques différentes. De plus, le climat concurrentiel entre les destinations, qui va s'accroître dans les années à venir, constitue un obstacle complémentaire. Pourtant, une coopération financière et technique est indispensable, entre le Nord et le Sud mais aussi entre les pays du Sud.

Un axe porteur pour l'Union pour la Méditerranée

Pour lever ces obstacles, il est nécessaire de trouver un intérêt commun à tous ces pays. La voie du tourisme durable pourrait fédérer les pays de la zone vers un objectif pour lequel chaque action est encore à inventer. Le tourisme durable devrait permettre à cette zone touristique de se différencier de destinations qui drainent, aujourd'hui, toujours plus de touristes comme les Caraïbes, l'Océan indien ou l'Asie.



Travailler en coopération sur le tourisme durable a un intérêt pour la majorité des pays de la zone, tout d'abord pour les pays riverains de la Méditerranée mais aussi pour les pays d'Europe occidentale (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne). L'Europe est le principal réservoir de clientèle, cumulant au total 84% des arrivées de touristes dans les pays riverains de la Méditerranée. La France émet 7% des arrivées et se situe derrière l'Allemagne (20,9%) et le Royaume-Uni (17%). En tant que principaux émetteurs, les pays européens ont une certaine emprise sur le développement touristique, notamment à travers les tour-opérateurs qui deviennent de véritables prescripteurs.

Une démarche cohérente : un Agenda 21 méditerranéen du tourisme durable

Un développement touristique durable en Méditerranée, comme dans d'autres régions du monde, ne peut se faire sans relever de nombreux défis économiques, sociaux et environnementaux. La coopération dans le cadre de l'UpM doit permettre d'atteindre ces objectifs. Pour y parvenir, le Comité 21 recommande la mise en place d'un Agenda 21 méditerranéen du tourisme durable. Projet politique ambitieux et concerté entre les différents pays de l'UpM pour le développement du tourisme durable, plan d'actions assorti d'objectifs clés et d'instruments d'évaluation, cet Agenda 21 mettrait en cohérence les actions dans les domaines économique, social et environnemental en associant les différents acteurs (institutions, Etats du nord et du sud de la Méditerranée, régions, entreprises, syndicats, ONG, citoyens-consommateurs...). Il engagerait la responsabilité des Etats, mais aussi de tous ses partenaires dans l'atteinte des objectifs fixés. En cohérence avec la SMDD, il pourrait venir étayer concrètement ses objectifs et la feuille de route pour faire de la Méditerranéenne la première destination durable au monde.

I. UN CONTEXTE POLITIQUE FAVORABLE

▪ Un partenariat euro-méditerranéen de plus de trente ans

Depuis une trentaine d'années, l'Europe a multiplié les initiatives vers les pays de la Méditerranée, surtout depuis 1995, année du lancement du partenariat euro-méditerranéen dit "Processus de Barcelone" et bientôt avec l'Union pour la Méditerranée. A ce jour, malgré les acquis positifs, les résultats escomptés en termes de paix, de développement économique et de dialogue des cultures, n'ont pas été obtenus. *"Alors que moins de 15 km séparent l'Europe de l'Afrique au détroit de Gibraltar, la mer Méditerranée marque le plus grand différentiel de niveaux de vie au monde entre deux régions contiguës, deux fois supérieur à celui entre les Etats-Unis et le Mexique"* observe Jean-Michel Severino, directeur général de l'Agence française de développement.

Convention et Processus de Barcelone : l'environnement en filigrane

Déjà en 1976, la convention de Barcelone vise à réduire la pollution dans la zone de la mer Méditerranée et à protéger et améliorer le milieu marin en vue de contribuer à son développement durable. Plus tard, le partenariat euro-méditerranéen, dit Processus de Barcelone, lancé en novembre 1995, avait pour objectifs de :

- contribuer à apporter la paix, la stabilité et la sécurité ;
- favoriser le développement économique et en particulier par la création d'une zone de libre échange et un programme d'aide d'ici à 2010 ;
- aider au dialogue des cultures et à la mobilisation de la société civile.

Les participants sont les Etats membres de l'Union européenne, la Commission européenne et les partenaires méditerranéens suivants (anciennement appelés les pays du MEDA) : Algérie, Autorité palestinienne, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie. La Libye est observatrice et la Mauritanie est candidate.

Bilan mitigé

La France est consciente des limites politiques (cf. situation au Proche-Orient), mais le dialogue n'a jamais été interrompu dans le cadre du processus. Le bilan du volet économique et financier est mitigé. Malgré l'engagement financier de l'Union européenne (UE) de 20 milliards d'euros sur dix ans, la création en 2004 d'un premier accord de libre-échange sous-régional (entre l'Egypte, la Jordanie, le Maroc et la Tunisie), l'ouverture de la vaste zone de libre échange méditerranéenne, prévue pour 2010, couvrant 700 millions de consommateurs, semble optimiste et pose certaines questions.

En effet, la différence de développement entre le Nord et le Sud et la coopération encore balbutiante entre les pays du Sud interrogent sur leur capacité à concevoir une zone de libre-échange à échéance 2010. Certains défis doivent être relevés :

- réussir une intégration sud-sud qui permettra de faire émerger un bloc du Sud et garantira un dialogue et des échanges commerciaux entre partenaires égaux ;
- intégrer les aspects sociaux et environnementaux pour permettre un réel développement des partenaires du Sud ;
- ne pas déstabiliser les économies du Sud par une libéralisation brutale des échanges dont certains secteurs clés seraient fragilisés (secteurs agricole, industriel et des services) ;
- mener une réflexion sur la libre circulation des personnes qui est indissociable dans une zone de libre-échange et qui n'a pas encore été éludée.

▪ L'Union pour la Méditerranée : un projet qui se concrétise

Nicolas Sarkozy, Romano Prodi et José Luis Zapatero ont lancé le 20 décembre 2007, "l'appel de Rome" en faveur de la création d'une Union pour la Méditerranée (UpM), projet qui suscite des interrogations et des critiques.



Selon l'Appel de Rome, "*l'Union méditerranéenne aura pour vocation à réunir Europe et Afrique autour des pays riverains de la Méditerranée et d'instituer un partenariat sur un pied d'égalité entre les pays du pourtour méditerranéen [...] fondée sur le principe de coopération et non de l'intégration*". Cette union donnera une nouvelle dynamique au Processus de Barcelone. A l'image des Etats-Unis avec le Mercosur¹, de l'Asie avec l'Asean², de l'Amérique avec l'Alena³, l'Union méditerranéenne valorisera la proximité et la complémentarité des économies du Nord et du Sud.

Il s'agit de créer des coopérations autour de projets concrets choisis de commun accord et fondés sur la participation volontaire des pays intéressés. Les projets cités comme prioritaires sont ceux liés au développement durable (énergie, eau, lutte contre la pollution de la Méditerranée, transports). Le projet doit se bâtir en parité entre les pays du Nord et du Sud de la Méditerranée, en cofinancement et en coresponsabilité.

La France ne souhaite pas créer d'appareil institutionnel, ni de structure permanente, mais plutôt un secrétariat léger, un GMed, calqué sur la formule des G8 ou sur l'Union de la Baltique. Elle souhaite aussi que la Commission européenne soit présente pour faire le lien entre l'EuroMed et l'UpM.

Pourtant, certaines réserves sont exprimées. L'Allemagne n'était pas pour cette nouvelle union, mais plutôt pour le renforcement du Processus de Barcelone, craignant que les pays non-riverains en soient exclus. Cependant, le 3 mars 2008, la France et l'Allemagne semblent avoir trouvé un terrain d'entente : les vingt-sept pays européens contribueront à cette union.

La Turquie, quant à elle, s'oppose à ce projet d'UpM, car elle y voit un dérivatif à son intégration dans l'UE. Enfin se pose la question du financement : qui va financer ce grand projet et quelle sera l'articulation avec les structures méditerranéennes déjà existantes ?

Le 13 juillet 2008, un premier sommet de l'Union pour la Méditerranée sera lancé et regroupera 42 pays. Sur les dix projets élaborés à ce jour par la France et soutenus dans le cadre de l'UpM, cinq sont en lien direct avec le développement durable : accélération du financement de la dépollution de la Méditerranée ; mise en place d'une stratégie méditerranéenne de l'eau ; mise en place d'un plan solaire méditerranéen ; développement des transports transnationaux en Méditerranée ; protection du littoral, développement des réserves marines et développement des aires marines protégées. Un projet fondé sur une coopération méditerranéenne pour un tourisme durable est en cours de finalisation. Devant l'importance des attentes sociales et économiques liées au tourisme en Méditerranée, il serait dommageable de ne pas intégrer ce secteur dans les projets de l'UpM.

¹ Marché commun du sud regroupant l'Argentine, le Brésil, le Paraguay, l'Uruguay.

² Association des nations de l'Asie du Sud-Est regroupant l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines, Singapour, la Thaïlande, Brunei, le Vietnam, le Laos, la Birmanie et le Cambodge

³ Accord de libre-échange nord-américain regroupant le Mexique, les Etats-Unis et le Canada

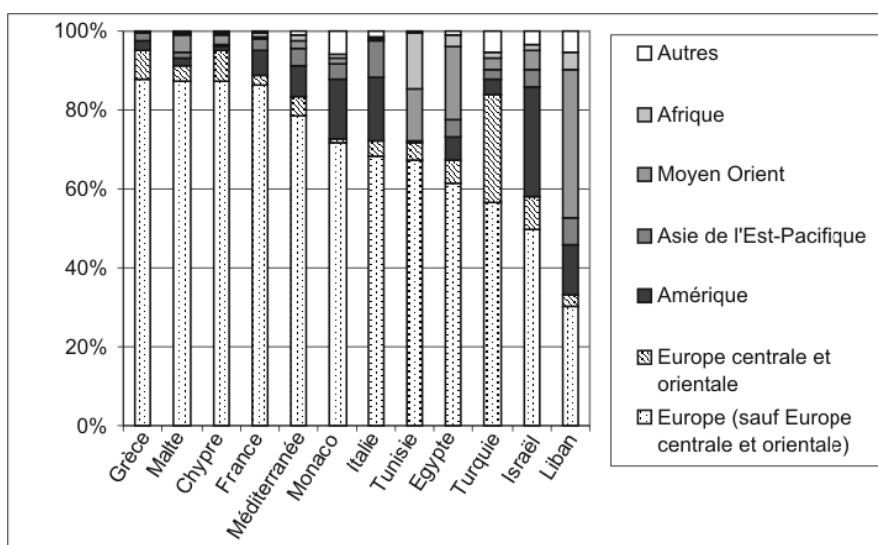
II. TOURISME EN MEDITERRANEE : UN SECTEUR ESSENTIEL AU DEVELOPPEMENT DE LA REGION

▪ Une croissance disparate

Le tourisme constitue un secteur d'activité de première importance en Méditerranée, tant par le nombre de touristes (internationaux et nationaux) et le poids économique du secteur que par ses impacts sur l'environnement et la société.

En effet, l'ensemble des pays riverains de la Méditerranée recevait déjà, en 1970, plus de 58 millions de touristes internationaux. Ils étaient 153 millions en 1990 et 228 millions en 2002. Ils pourraient être 396 millions en 2025, d'après les projections de l'OMT⁴ et du Plan Bleu. L'Europe est le principal réservoir de clientèle, avec plus de 84% du total des arrivées.

Origine des touristes internationaux en 1999



OMT/ WTO, Plan Bleu 2002

Le total pour la Méditerranée ne concerne que les pays pour lesquels l'ensemble des données relatives à l'origine des touristes était renseigné, soit les 11 pays représentés ici.

Le tourisme méditerranéen reposant en grande partie sur le littoral, la fréquentation touristique (internationale et domestique) a tendance à se concentrer dans les régions côtières méditerranéennes des pays riverains. Elle y a été estimée, en 1984, à 96 millions (51 millions d'étrangers et 45 millions de nationaux), à 132 millions en 1990, à 176 millions en 2000 et pourrait atteindre 312 millions en 2025. L'activité touristique renforce ainsi les pressions exercées sur le littoral. La fréquentation est aussi très saisonnière, concentrée sur cinq mois (mai à septembre, avec un pic en juillet et en août).

Si les flux touristiques sont sensibles aux crises, ils retrouvent leur fréquence une fois les crises passées. Ils demeurent mal répartis sur l'espace du bassin méditerranéen. On distingue quatre groupes⁵ :

- La France, l'Espagne et l'Italie ont reçu plus de 166 millions de touristes en 2000, soit 75% des touristes internationaux en Méditerranée et près du quart du tourisme mondial.
- Malte, Chypre, Grèce, Turquie, Tunisie, Maroc et Egypte, pays dans lesquels le développement du tourisme a été décalé dans le temps par rapport aux pays du

⁴ Organisation mondiale du tourisme

⁵ Plan Bleu/PNUE, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, Athènes, 2005



Nord-Ouest. Entre 1970 et 2000, les entrées de touristes internationaux ont été multipliées par cinq. Les taux de croissance sont souvent impressionnants. La part de ce groupe en Méditerranée est de 18% (2000).

- pays de tourisme « convalescent » (Slovénie, Croatie, Bosnie-Herzégovine, Serbie-Monténégro) ou ne pouvant se développer plus fortement en raison de tensions politiques et militaires persistantes (Liban, Israël, Territoires palestiniens). Leur part dans le marché méditerranéen est passée de 10 à 5% entre 1970 et 2000.
- pays qui n'ont jamais vraiment connu de développement important du tourisme international et sont restés assez fermés à la pénétration de ce secteur : l'Albanie et la Syrie (dont la fréquentation progresse cependant) rentrent dans ce schéma, mais aussi la Libye ou l'Algérie, bien en deçà de leurs potentialités. Leur part dans la fréquentation méditerranéenne reste proche des 1%.

▪ Un poids lourd de l'économie

Les recettes du tourisme international, passées de 5,5 milliards USD en 1970 à 134 milliards USD en 2002, représentent une part importante des apports en devises dans de nombreux pays⁶.

En 2006, le tourisme représentait 9,5% du PIB au Maroc, 8,8% en Turquie, 8,5% en Egypte, 6,3% en Jordanie.

Tableau 3.2 Importance économique du secteur touristique dans les pays bénéficiaires de la FEMIP

Pays	Pourcentage des exportations	Rang	Pourcentage du PIB	Rang
Algérie	9,3	8	1,8	9
Égypte	31,8	2	8,5	2
Israël	7,2	9	2,4	7
Jordanie	22,8	5	6,3	4
Liban	52,1 (1)	1	3,6	6
Cisjordanie et bande de Gaza	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Maroc	29,6	3	9,5	1
Syrie	24,1	4	2,1	8
Tunisie	22,1	6	5,0	5
Turquie	20,9	7	8,8	3

Source : Conseil mondial du tourisme et des voyages (WTTC)

(1) Chiffre faussé par la situation politique particulière du Liban (2006)

Selon le Plan Bleu, connaître l'impact du tourisme sur les économies nationales est difficile (dispersion des revenus, économie informelle, manque d'études à ce sujet). La main d'œuvre est caractérisée par un nombre important d'emplois indépendants, d'emplois non-déclarés, d'emplois saisonniers, d'emplois précaires, une main d'œuvre plutôt féminine et jeune.

Les effets économiques directs et indirects de la consommation touristique

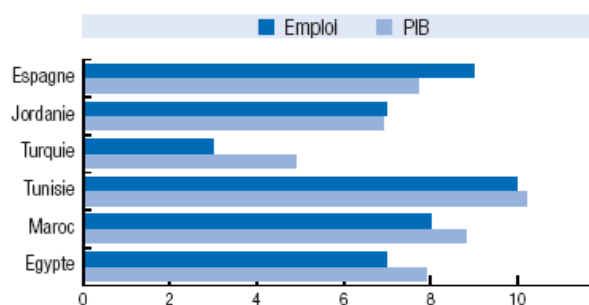
Pour mesurer la place du tourisme dans l'économie, on évalue la part de l'hôtellerie et de la restauration dans le PIB (voir ci-dessus). Mais le tourisme n'est pas un "produit homogène" : les touristes consomment plus que des nuits d'hôtels et des repas au restaurant. La demande du tourisme comprend les transports et d'autres biens et services. La méthodologie des comptes satellites du tourisme développée par l'OCDE et appliquée par le World Travel and Tourism Council (WTTC) se fonde "sur la distinction entre, d'une part, la consommation de produits et de services mesurée à travers les dépenses des touristes résidents et étrangers et, d'autre part, la demande à l'économie qui comprend la consommation des visiteurs mais également les dépenses publiques ou privées (dépenses

⁶ Plan Bleu/PNUE, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, Athènes, 2005

de promotion, investissement dans les infrastructures) destinées au tourisme. Une fois cette demande mesurée, l'utilisation de tableaux entrées-sorties permet d'apprécier la valeur ajoutée (VA) touristique, qui est la somme de la VA de l'industrie du tourisme stricto sensu et de la VA induite par les dépenses de tourisme. L'application de cette méthode conduit à des résultats différents de ceux obtenus à partir d'une approche réduite à l'offre⁷.

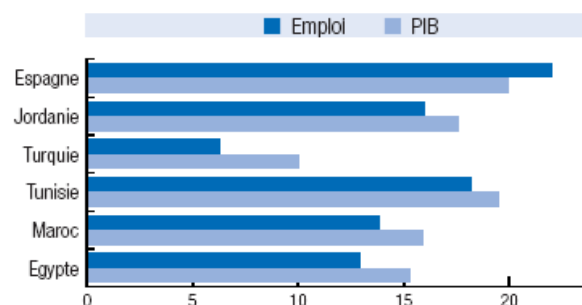
Par exemple, en 2004, en Tunisie, le tourisme représentait 10% du PIB et de l'emploi. En tenant compte des effets induits, il représentait alors 19% du PIB et 18% de l'emploi (274 000 personnes occupées contre 515 000, si l'on tient compte des effets induits).

Le tourisme dans l'emploi et le PIB (2004) : effets directs (en%)



Source : WTTC.

Le tourisme dans l'emploi et le PIB (2004) : effets directs + effets induits



Source : WTTC.

Accroissement de l'investissement étranger

Afin de cerner le dynamisme du secteur, il est important de tenir compte de l'investissement étranger dans le bassin méditerranéen. Les investissements directs étrangers (IDE) sont censés apporter une injection de capital productif, un savoir-faire technologique, des méthodes de management et la création d'emplois de bon niveau. Ils sont en augmentation depuis 1995 et représentent 200 milliards d'euros sur la période 2003-2007.

Pour l'entreprise, les pays du sud du bassin méditerranéen représentent une formidable opportunité pour les ressources humaines et naturelles et un taux de rentabilité des projets le plus élevé au monde. "Ces IDE représenteront vraiment un résultat quand les dividendes seront réinvestis localement", affirme Benedict de Saint-Laurent, délégué général d'ANIMA⁸. L'investissement étranger fera boule de neige, au bénéfice de la croissance. Actuellement, l'une des faiblesses des IDE est le taux de ré-investissement par les firmes étrangères. L'apport de ces IDE va jouer positivement sur la croissance de la zone mais la priorité doit être donnée aux investissements durables et socialement responsables, en particulier pour les projets touristiques, immobiliers et pétrochimiques, selon ANIMA.

On constate une forte concentration des flux d'IDE étrangers sur cinq secteurs, dont le tourisme au troisième rang.

⁷ AFD, *La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme*, septembre 2005

⁸ ANIMA Investment Network : organisme de promotion et de veille des investissements en Méditerranée.



Les investissements étrangers par secteur dans la région du MEDA⁹ en 2006

	Secteurs	Nb Projets 2006	% Projets	Flux MIPO 2006 (€m)	% Flux
1	Banque, assurance, médias	113	14,3%	12 495	19,2%
2	BTP, immobilier, logistique	105	13,3%	10 005	15,4%
3	Tourisme, restauration	75	9,5%	6 856	10,5%
4	Opérateurs télécoms & internet	31	3,9%	6 372	9,8%
5	Energie	76	9,6%	6 365	9,8%

Sources : ANIMA

75 projets représentant près de 6,9 milliards d'euros ont été mis en place dans le secteur du tourisme, en 2006. Ce chiffre est en croissance puisque le tourisme représentait 39 projets en 2004 et 68 en 2005. Le Maroc (33 projets – 2 milliards d'euros), l'Egypte (14 projets – 2,1 milliards d'euros) et la Jordanie (8 projets – 459 millions d'euros) arrivent en tête. Sur les 75 projets, la provenance des IDE vient de l'UE pour 34 projets (dont 9 de la France et 9 de l'Espagne) et des pays du Golfe (30 projets).

Les IDE sont créateurs d'emplois et surtout dans le secteur du tourisme, très demandeur de main-d'œuvre.

Créations d'emplois directs par secteur en 2006

	Secteur	Nb. de Projets 2006	Nb. d' emplois 2006
1	Tourisme, restauration	75	53 860
2	Opérateurs télécom & internet	31	10 000
3	Constructeurs automobiles & équipementiers	31	9 945
4	BTP, immobilier, transport, services délégués	104	8 600
5	Verre, ciment, minéraux, bois, papier	37	6 887

Source : ANIMA

53 860 emplois ont été créés dans le tourisme dans les pays du MEDA en 2006, avec une moyenne de 2020 créations d'emploi par projet entre 2003 et 2006.

L'investissement massif dans ces pays se fait souvent au détriment de l'environnement. Les pays ne disposent pas toujours d'expertise à ce sujet et ont besoin des ces investissements pour créer des emplois.

▪ Le poids de la France

La France est le premier pays du bassin méditerranéen émetteur de touristes dans cette région avec 7% des arrivées, devant l'Italie 6%. Mais l'Allemagne et le Royaume-Uni sont les premiers pays émetteurs avec respectivement 20,9% et 17% des arrivées dans les pays du bassin méditerranéen¹⁰.

Dans les destinations méditerranéennes préférées des Français, on notait en 2002, la Tunisie, le Maroc et la Turquie.

⁹ Pays du MEDA : Algérie, Autorité palestinienne Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie

¹⁰ Source : Origine/destination des touristes internationaux en Méditerranée – 2001, Plan-Bleu

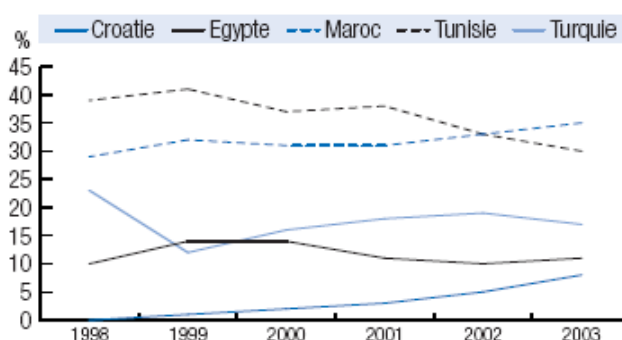
Les hiérarchies des destinations en Méditerranée (2002 ; en milliers d'entrées)

RANG	ALLEMANDS	BRITANNIQUES	FRANÇAIS	ESPAGNOLS	ITALIENS	RUSSES
1	Turquie (3421)	Turquie (918)	Tunisie (885)	Maroc (201)	Egypte (701)	Turquie (937)
2	Croatie (1480)	Egypte (357)	Maroc (877)	Egypte (92)	Croatie (459)	Egypte (382)
3	Egypte (730)	Tunisie (258)	Turquie (510)	Tunisie (74)	Tunisie (375)	Croatie (49)
4	Tunisie (613)	Croatie (132)	Egypte (280)	Turquie (73)	Turquie (194)	Tunisie (48)
5	Maroc (173)	Maroc (113)	Croatie (134)	Croatie (19)	Maroc (112)	Maroc (8)
6	Jordanie (24)	Jordanie (35)	Jordanie (23)	Jordanie (10)	Jordanie (11)	Jordanie (5)

Source : OMT et données nationales.

Cependant, depuis 2002, la part de marché de la Tunisie a fléchi alors que celle du Maroc, notamment, a augmenté¹¹.

Destination des Français en Méditerranée (hors UE)



Source : AFD

Poids des tours opérateurs

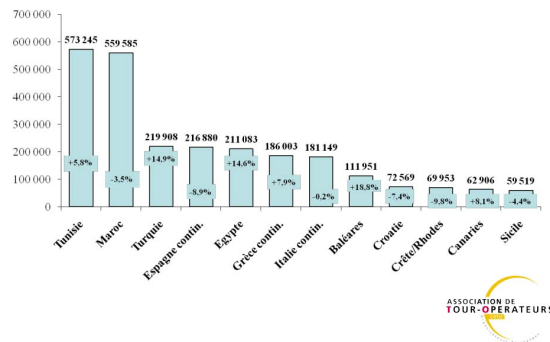
L'activité touristique dans la zone sud de la Méditerranée est notamment dépendante des TO. En effet, le tourisme de masse s'y est développé depuis les années soixante-dix et les TO en sont les premiers organisateurs. La stratégie des TO est d'attirer le plus de touristes possibles avec des prix bas. L'excès de capacité d'accueil accentue la vulnérabilité des destinations. Les TO connaissent bien les marchés et les contrôlent : ils peuvent faire baisser les prix pour accroître la concurrence entre destinations, provoquer une baisse des prix des prestataires locaux et construire même l'image d'une destination.

Entre 2006 et 2007, les voyages à forfait des TO dans l'Union méditerranéenne sont en augmentation en Tunisie (+5,8%), en Turquie (+14,9%), en Egypte (+14,6%). En revanche, au Maroc (-3,5%), ou en Crète (-9,8%), ils sont en baisse.

¹¹ AFD, *La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme*, septembre 2005



VOYAGES A FORFAIT – Du 1/11/2006 au 31/10/2007 L'ACTIVITE MOYEN COURRIER



■ Evolution à l'horizon 2025

Il est difficile de faire des projections sur l'évolution du tourisme à 2025 car elle dépend du type de régulation du système touristique choisi, des politiques environnementales, d'aménagement du territoire, de transport, etc. Pourtant, le Plan Bleu a imaginé un scénario tendanciel de base qui se fonde sur les projections 1995-2010-2020 de l'OMT, prolongées jusqu'à 2025.

396 millions de touristes internationaux seraient attendus dans la zone en 2020. La croissance des pays du Nord-Ouest risque de se ralentir au profit des pays de l'Est adriatique (Croatie et Slovénie). La Turquie (34 millions d'arrivées en 2025) et l'Égypte (24 millions de touristes en 2025) devraient devenir les "géants" touristiques en Méditerranée. La Maroc et la Tunisie devraient continuer à se développer. Des vides touristiques devraient probablement demeurer en Libye, Bosnie-Herzégovine, Serbie, Albanie et Algérie. Le Liban et la Syrie devraient émerger.

La croissance du tourisme domestique n'est pas non plus à négliger avec une augmentation de 95 millions de touristes en plus pour atteindre les 241 millions. C'est donc **637 millions de touristes** (internationaux et nationaux) qui sont attendus dans cette zone en 2025 de mandant plus d'infrastructures en matière de déplacements (routes, train, aéroport), de santé et de communication.

Le nombre de touristes internationaux dans les régions côtières s'élèverait, en 2025, à 206 millions et le nombre de touristes domestiques à 107 millions, soit au total 312 millions de touristes, c'est-à-dire plus du double en 35 ans¹².

Evolution marquée par une augmentation de la concurrence entre pays

Les différents pays méditerranéens ont fait du développement touristique une priorité et envisagent une augmentation du volume de leur offre. La concurrence entre pays devrait donc s'intensifier. Par exemple, la Turquie prévoit d'augmenter sa capacité d'accueil avec 600 000 à 1 million de lits supplémentaires pour doubler le nombre d'entrées (30 millions de visiteurs sont attendus à l'horizon 2010 pour 30 milliards de \$ de recettes)¹³. L'augmentation des capacités d'accueil risque d'être supérieure à la hausse de la demande et la concurrence en sera d'autant plus exacerbée. D'autant qu'avec la hausse du prix du baril, la question de la survie du low cost aérien est plus que jamais posée. Dit autrement, prendre l'avion ne deviendra-t-il pas un luxe ?

¹² 132 millions de touristes en 1990, dans les régions côtières

¹³ AFD, *La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme*, septembre 2005

III. LES ENJEUX DU TOURISME DURABLE DANS LE BASSIN MEDITERRANEEN

- Un contexte favorable au tourisme durable

La Stratégie méditerranéenne de développement durable (SMDD), initiée en 2001, invite à l'action pour engager la région vers un développement durable afin de renforcer la paix, la stabilité et la prospérité. Pour relever les défis économique, environnemental, démographique, social et culturel, de mondialisation, de gouvernance, la SMDD identifie quatre objectifs essentiels et un ensemble d'actions à réaliser dans sept domaines prioritaires. Le tourisme durable y a été défini comme un secteur porteur. Le 16 mai 2008, le Groupe 5+5¹⁴ formule des propositions concrètes pour développer le tourisme dans le bassin méditerranéen.

Compte-tenu de la place du bassin méditerranéen sur le marché mondial (30% du tourisme mondial et 637 millions de touristes attendus en 2025), il est indispensable d'anticiper les flux pour encourager une *"évolution vers un tourisme plus culturel, rural, et responsable, qui intégrerait les arrière-pays et les villes, les préoccupations environnementales et la protection des côtes, ainsi que le patrimoine culturel et les sites historiques"*¹⁵.

Dans un contexte de mondialisation, de concurrence entre les destinations, de domination des TO européens, de partage de la manne touristique, plusieurs défis seront à relever pour conjuguer croissance du tourisme et développement durable. Il s'agit, en particulier, des enjeux de développements humain et local, de gestion du patrimoine et de la culture, et de management environnemental.

- Des écarts persistants entre le Nord et le Sud

Le développement humain (calculé à partir de l'indice de développement humain IDH¹⁶) progresse dans chacun des pays de la Méditerranée depuis 1975, en particulier dans les Etats du Maghreb. Les écarts d'IDH persistent entre la rive nord et les pays de la rive sud. La France occupe la première place (0,942), Israël - pourtant sur la rive Sud - arrive en quatrième position (0,927), la Libye est le premier pays arabe de ce classement (0,798) et le Maroc reste le pays méditerranéen où l'IDH est le plus faible (0,640)¹⁷. Tous les pays arabes méditerranéens se situent en dessous de la barre symbolique de 0,8. La pauvreté reste donc souvent importante. Au Maroc par exemple, 14,3% de la population vit avec moins de 2\$ par jour et 19% n'a pas accès à l'eau potable¹⁸.

L'urgence de l'alphabétisation...

La croissance de la population est très rapide dans les pays de la rive sud. Les jeunes y occupent une place importante dans la pyramide des âges. En Turquie, 28,3% de la population a moins de 15 ans, au Maroc, 30,3% et en Mauritanie 40,3%, alors qu'en France par exemple, ce taux s'élève à 18,4%. Face à ce nombre de jeunes, l'éducation représente un enjeu déterminant. C'est une condition incontournable pour que les faire participer aux

¹⁴ Le groupe 5+5 est une enceinte de dialogue politique informel qui regroupe dix pays riverains du bassin occidental : les cinq pays de l'Union du Maghreb arabe (Algérie, Lybie, Maroc, Mauritanie, Tunisie) ainsi que cinq pays de l'UE (Espagne, France, Italie, Malte et Portugal)

¹⁵ SMDD, *Promouvoir un tourisme durable*, p.28

¹⁶ L'IDH mesure trois dimensions du bien-être humain : le niveau moyen de richesses (PIB/hab. en PPA), l'espérance de vie à la naissance (longévité et santé) et le niveau d'instruction (alphabétisation et instruction). La valeur de l'IDH s'échelonne entre 0 et 1 : la valeur maximale correspond à un indice excellent et la valeur minimale présente un indice exécrable. Les pays dont l'indice se situe entre 0,8 et 1 sont considérés comme les plus favorisés. Source : Les notes d'alerte du Centre international de hautes études agronomiques méditerranéenne (CIHEAM) – n°23 – 8 janvier 2007

¹⁷ En 2004

¹⁸ Fondation Robert Schuman, Questions d'Europe n°93, *Les défis politiques et économiques de l'Union pour la Méditerranée*



activités sociales et économiques futures de la région. Certains pays ont un taux d'analphabétisme très élevé, comme le Maroc (47,7% des adultes), l'Algérie (30,1%), la Tunisie (25,7%) ou l'Égypte (28,6%)¹⁹. De plus, le taux de scolarisation dans l'enseignement supérieur, l'utilisation d'Internet et les dépenses de recherche et développement restent faibles. L'accès des femmes à l'éducation est la base de l'égalité des sexes. Et le taux d'alphabétisation des femmes se trouve bien en-dessous de celui des hommes. Par exemple, au Maroc, le taux d'alphabétisation des femmes de 15 ans et plus n'est que de 38,3 % alors qu'il atteint 63,3 % chez les hommes²⁰. Cependant, ce taux est en progression chez les jeunes et globalement l'écart en défaveur des femmes se réduit.

...et de l'emploi

L'emploi représente un défi majeur dans cette région. Le taux de chômage y est souvent très élevé. Si l'on considère la croissance démographique, il sera nécessaire de créer un nombre considérable d'emplois d'ici à 2020. Par exemple, le taux de chômage est de 14,4 % en Algérie et il faudra augmenter de 29,9% le nombre d'emplois existants d'ici à 2020 (soit de plus de 2 millions), afin de maintenir le taux de chômage et le taux d'activité constants. Pour réduire le chômage et augmenter le taux d'activité, un effort encore plus important sera requis. La progression du taux d'activité des femmes est, en particulier, un enjeu pour les sociétés méditerranéennes : le taux d'activité des femmes est de seulement 31,9% en Tunisie, contre 63,4% dans l'UE²¹.

Face à ces défis, le tourisme, pourvoyeur d'emplois, peut jouer un rôle décisif dans le développement humain des pays de la rive sud de la Méditerranée. Il est entré dans une période de professionnalisation et de rationalisation. La formation et la création de nouvelles compétences au regard du développement durable sera déterminante, dans un secteur où traditionnellement les travailleurs sont peu qualifiés.

Plusieurs acteurs sont impliqués :

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)

L'UNESCO, en tant que principale institution coordinatrice pour l'éducation pour tous, s'efforce de mobiliser et d'harmoniser l'action internationale des gouvernements, des agences de développement, de la société civile, des organisations non gouvernementales et des médias en vue d'atteindre ces objectifs. Les États membres de l'UpM sont tous membres l'UNESCO.

► Contact : Hervé Barré, responsable du programme tourisme responsable, h.barre@unesco.org

Agence française de développement (AFD)

L'AFD est un établissement public qui a pour objectif le financement du développement humain. Dans chacune de ses activités, l'Agence s'engage à promouvoir les objectifs du millénaire, à la croisée des impératifs de croissance économique, de réduction de la pauvreté et de développement durable, priorités de l'aide française au développement. Concilier préservation du patrimoine et développement durable fait partie intégrante de sa mission : valoriser le patrimoine de manière économiquement rentable, tout en assurant sa préservation et sa promotion. La Méditerranée représente 27% de ses engagements. En Tunisie : un nouveau financement a été mis en place en vue de la mise à niveau des hôtels (51 millions d'euros) visant l'amélioration des performances du secteur au travers notamment la restauration matérielle et immatérielle d'une trentaine d'établissements hôteliers.

► Contact : Pierre Jacquet, directeur de la stratégie et économiste en chef - jacquetp@afd.fr

¹⁹ Fondation Robert Schuman, chiffres de 2005

²⁰ PNUD/UNESCO, *Rapport mondial sur le développement humain* (2004) – chiffres de 2002

²¹ Fondation Robert Schuman, Questions d'Europe n°93, *Les défis politiques et économiques de l'Union pour la Méditerranée*

- Une culture riche et fragile

Berceau de nombreuses civilisations, la Méditerranée porte en héritage tous les peuples de ses rives. Ce patrimoine historique et culturel a permis aussi que le tourisme se développe autour d'autres atouts que la mer et le soleil : patrimoine antique de la Grèce, pyramides en Egypte, sites culturels en Turquie, Meknès au Maroc, sites de Carthage en Tunisie, etc. Le patrimoine constitue une ressource économique non renouvelable qui doit être préservée. Il doit être protégé des flux du tourisme de masse ou d'une urbanisation mal planifiée pour garder toute son authenticité et toute sa valeur.

La commercialisation excessive du patrimoine et de la culture risquent de détruire ce patrimoine. Les aménagements touristiques autour des sites mettent rarement en valeur le patrimoine, participent à une certaine standardisation et à une détérioration du patrimoine. Par exemple, en Cappadoce (Turquie), en dépit des ressources générées par les visites des grands sites culturels, le patrimoine culturel exceptionnel de la région est en voie de dégradation : implantations d'hôtels au cœur de sites troglodytes, graffitis dans des églises du V^{ème} siècle, etc.²² La croissance prévue des flux touristiques est un risque pour le patrimoine si les pays ne s'organisent pas à la mesure de cette explosion.

Pourtant, le tourisme peut être un facteur de protection et de valorisation du patrimoine culturel. Dans de nombreux pays du bassin méditerranéen, le tourisme finance la restauration du patrimoine par les revenus générés, par les visites des sites ou par la transformation du patrimoine en hébergement touristique. Mais cette valorisation dépend de la capacité des Etats à trouver des partenaires (coopérations internationales, ONG, entreprises privées...) sur lesquels s'appuyer, car le patrimoine est parfois trop important pour les ressources de l'Etat. Ce fut le cas, par exemple, de la réhabilitation de la médina de Fès au Maroc par la Banque Mondiale. Le bassin méditerranéen possède un capital patrimonial et culturel dormant encore largement inexploité au sein de ses villes.

Un des objectifs du tourisme pratiqué de manière durable est d'éloigner les touristes du littoral, déjà saturé depuis des années par un tourisme de masse, et de les amener à l'intérieur des terres de la région. La mise en valeur du patrimoine des villes et des régions intérieures à travers les arts populaires, les traditions locales, l'artisanat, la création d'événements (en évitant toute "folklorisation") est un moyen de renouveler le tourisme, autrefois fondé sur l'attrait du soleil et de la mer. L'existence de ces nouveaux attraits permettra aussi atténuer le caractère saisonnier de l'offre touristique très concentrée dans le temps et dans l'espace.

Plusieurs acteurs sont impliqués :

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)

Le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO occupe une position de tout premier plan dans les efforts fournis par la communauté internationale en matière de protection et de préservation. De l'aide d'urgence à la sauvegarde des biens en péril, pour une conservation à long terme, un planning de gestion, une assistance technique, une formation professionnelle, une éducation et une sensibilisation du public, le Centre du patrimoine mondial et ses partenaires ont développé une série de programmes et sont activement impliqués dans la mise en oeuvre de projets, ateliers participatifs, séminaires et formations. Un programme thématique autour du tourisme durable a été créé : les actions entreprises visent à la préservation de la valeur universelle exceptionnelle des sites pour les générations futures ainsi qu'au développement durable et au dialogue entre les cultures. Des coopérations sont mises en oeuvre avec les organisations conseils que sont IUCN, ICOMOS et ICCROM, des Agences des Nations Unies telles que le PNUD, l'OMT et le PNUE ainsi qu'avec l'industrie touristique.

► Contact : Hervé Barré - h.barre@unesco.org

²² PNUE/Plan Bleu, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*



Euromed Heritage

Il s'agit d'un programme régional de partenariat euro-méditerranéen, basé à Bruxelles, qui aide les partenaires européens et méditerranéens à transformer leur capital culturel en richesse économique et sociale ainsi qu'à mettre en valeur leurs intérêts communs. Les pays partenaires qui participent à cette phase du programme sont : l'Algérie, l'Égypte, Israël, la Jordanie, le Liban, le Maroc, l'Autorité palestinienne, la Syrie, la Tunisie et la Turquie, mais aussi Chypre et Malte. Eurimed Heritage a développé différentes activités et notamment une autour du tourisme culturel.

www.euromedheritage.net

Tour operators initiative for sustainable tourism development (TOI)

C'est une association ouverte à tous les tour-opérateurs, conscients de leurs impacts, pour développer le tourisme durable dans leurs activités. Ils travaillent ensemble pour tenter de faire avancer toute la profession vers des bénéfices environnementaux, culturels, sociaux au sein des destinations. Cette initiative a été développée avec le support du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) et le World Tourism Organization (UNWTO).

TOI est à l'origine d'un rapport retraçant les solutions pour aller vers un tourisme durable pour la profession et regroupant de nombreux retours d'expérience.

http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/sustainable_tourism.pdf
www.toinitiative.org

- Une biodiversité menacée par une consommation mal maîtrisée

La Méditerranée fait partie des vingt-cinq régions du monde dans laquelle la biodiversité est la plus forte : 5 000 îles, 13 000 espèces de plantes endémiques, 42 000 km² d'aires protégées. Les 25 000 espèces connues de plantes méditerranéennes représentent 9,2% des espèces identifiées sur un territoire représentant seulement 1,5% de la surface de la terre²³. Pourtant cette biodiversité est menacée. La liste rouge de l'UICN²⁴ dénombre 16 119 espèces menacées d'extinction dans le monde, soit 1% des espèces connues. Mais surtout, 12% des oiseaux, 23% des mammifères et 32% des amphibiens sont identifiés comme menacés d'extinction. Dans les neuf pays MED²⁵, les menaces sont encore plus élevées, avec des moyennes de 14% pour les oiseaux, 39% pour les mammifères et 49% pour les amphibiens. Et c'est sans doute la région du monde dans laquelle l'empreinte du tourisme sur l'environnement est la plus importante, ce qui l'expose à un large éventail d'impacts d'origine anthropique. Les déplacements et les séjours sont à l'origine des impacts sur l'environnement. En effet, le tourisme implique une consommation de ressources importante, notamment en ce qui concerne l'eau et l'énergie, ainsi qu'une production de déchets souvent problématique.

La gestion de l'eau et des déchets

D'après l'Office international de l'eau, une majorité des pays du bassin méditerranéen connaîtront, en moins d'une génération, des problèmes graves de gestion de l'eau douce continentale, dont la disponibilité, en quantité et qualité suffisantes, risque de devenir, comme c'est déjà le cas dans plusieurs d'entre eux, un enjeu principal du développement économique et social. Les effets du réchauffement climatique ne feront que renforcer cette tendance. *"Dores et déjà, l'eau douce est très irrégulièrement répartie entre les pays et*

²³ Eurostat, *La région méditerranéenne : un haut lieu de biodiversité*, n°12/2008

²⁴ En 2006

²⁵ Algérie, Égypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Territoire palestinien, Syrie, Tunisie

*sujette à de très fortes irrégularités saisonnières et de grandes fluctuations inter annuelles*²⁶. Les besoins en eau augmentent très rapidement, notamment pour l'irrigation et la consommation urbaine et industrielle. En outre, les 637 millions de touristes nationaux et internationaux attendus en 2025 font de la région méditerranéenne la première destination touristique mondiale. Et le tourisme amplifie les demandes en eau potable : 500 à 800 litres/jour/tête pour les séjours en hôtel de luxe. Les golfs et les piscines sont très consommateurs d'eau, sur une période de fréquentations touristiques très concentrée (juillet et août). Les problèmes de disponibilité de l'eau sont très localisés (sur le littoral) et l'eau est transférée pour alimenter les régions les plus fréquentées depuis les arrière-pays. Il est donc nécessaire que les localités et les structures d'accueil soient formées et mettent en place un management environnemental pour rationaliser la consommation d'eau et éviter la mise en concurrence entre les locaux et les touristes quant à l'accès à la ressource. Le tourisme est consommateur de ressources naturelles mais aussi grand producteur de déchets. Si la moyenne française de production de déchets s'établit autour de 1 kg par personne et par jour²⁷, celle du touriste est bien plus importante. Dans l'ensemble du bassin méditerranéen, les déchets des touristes dépasseraient les deux millions de tonnes²⁸. Les déchets ternissent l'image des destinations et posent notamment problème sur le littoral. D'après le Plan Bleu, une étude, menée en 1995, concluait à des densités de déchets comprises entre 1g et 73g/m², dont l'origine provenait essentiellement des touristes. La gestion des déchets pose des difficultés de collectes et de traitements dans les collectivités d'accueil.

Hébergement et transport : les plus énergivores

L'énergie et la lutte contre l'effet de serre n'est certes pas un problème uniquement méditerranéen. Cependant, l'activité touristique contribue lourdement aux émissions de gaz à effets de serre et au changement climatique. Lors de la deuxième Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme de Davos, en octobre 2007, la profession a reconnu son impact sur le changement climatique, (5% des émissions globales de CO₂²⁹). Au niveau mondial, les contributions sont dues essentiellement au transport (75%) et au logement (21%)³⁰. Accueillant 30% du tourisme mondial, les pays méditerranéens ont donc une responsabilité dans la lutte contre le changement climatique.

Le tourisme dans le bassin méditerranéen s'est essentiellement développé avec l'arrivée du tourisme de masse dans les années soixante-dix. Des grands hôtels ou complexes ont été construits sur le littoral, sans plan d'urbanisme particulier. Ces bâtiments ont maintenant plus de trente ans et leur consommation énergétique pose problème. Des investissements doivent être réalisés pour avoir des bâtiments moins consommateurs d'énergie (grâce aux énergies renouvelables, ampoules basses consommation, système de climatisation à haute efficacité, systèmes d'arrêt automatique de la climatisation, coupe-circuits centraux...). Il est impératif que la construction de nouveaux bâtiments intègre une meilleure maîtrise de la consommation d'énergie pour faire taire l'adage voulant qu'un touriste consomme plus qu'un habitant local.

L'accessibilité des pays du bassin méditerranéen aux touristes est essentiellement due à l'essor du transport aérien dans les années quatre-vingts et maintenant des low-cost. Par exemple, en 1954 en Grèce, 31% des arrivées internationales s'effectuaient par avion, 30% en train, 31% par bateau, et 8% par la route. En 1999, cette répartition était de 76% pour l'avion, 0,2% pour le train, 11,8% pour le bateau et 12% pour la route³¹. S'ajoute, à ce

²⁶ Office international de l'eau, *Le bassin méditerranéen va connaître une crise de l'eau douce*, 23 octobre 2007

²⁷ ADEME

²⁸ PNUE/Plan Bleu, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*

²⁹ Déclaration de Davos, 3 octobre 2007

³⁰ Sources : rapport Omt, Pnue, Wmo sur le tourisme et le réchauffement climatique, octobre 2007

³¹ PNUE/Plan Bleu, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*



développement, le nombre de touristes internationaux qui va croissant. Le tourisme contribue donc à la construction d'infrastructures (routes, aéroports), permettant aux territoires une meilleure desserte, mais provoquant pollution, destruction de l'environnement, bruits et contribuant au réchauffement climatique. Le choix des infrastructures est dépendant des politiques environnementales des pays d'accueil.

Plusieurs acteurs sont impliqués :

Plan Bleu

Observatoire de l'environnement et du développement durable en Méditerranée et centre d'analyses et d'études prospectives, le Plan Bleu a été créé en 1975 dans le contexte du processus de Barcelone et assume les fonctions de **Centre d'Activités Régionales (CAR/PB)** du Plan d'Action pour la Méditerranée (PAM), lui-même placé sous l'égide du Programme des Nations Unies pour l'environnement. Cette association est vraiment incontournable sur le sujet.

Il poursuit quatre objectifs :

- identifier, collecter et traiter les informations environnementales mais aussi économiques et sociales, utiles aux acteurs et décideurs,
- évaluer les interactions entre environnement et développement économique et social pour mesurer les progrès vers le développement durable,
- réaliser des analyses et des études prospectives pour aider à construire des visions d'avenir et conforter la décision,
- diffuser et communiquer les produits et résultats selon une formulation adaptée aux publics visés.

► Contact : Elisabeth COUDERT, en charge du tourisme – ecoudert@planbleu.org

WWF

Le WWF a défini le bassin méditerranéen comme une éco-région prioritaire. Il protège l'environnement et promeut les bonnes pratiques dans cette région : protection des forêts, de l'eau et des écosystèmes marins. Il travaille sur la prévention du tourisme de masse, s'assure que les politiques de l'Union européenne sont respectueuses de l'environnement, améliore et développe les mesures de lutte contre la pollution de la Convention de Barcelone, etc. Le programme méditerranéen est coordonné par l'antenne italienne du WWF.

► En savoir plus :

http://www.panda.org/about_wwf/where_we_work/europe/what_we_do/mediterranean/about/tourism/index.cfm

Mediterranean Information Office for Environment Culture and Sustainable Development (MIO-ECSDE)

C'est un regroupement d'ONG environnementales méditerranéennes, basé à Athènes en Grèce. Cette fédération a développé un axe de travail sur le tourisme. La newsletter [Sustainable Mediterranean](#) est dédiée au tourisme durable en Méditerranée et présente différentes visions, politiques et actions des différents acteurs.

Par exemple, la "journée d'action méditerranéenne" est une initiative annuelle de MIOECSDE subventionnée en partie par la Commission européenne pour ses organisations membres. Pour l'année 2006, celle-ci a été dédiée à la campagne « Pour une Méditerranée sans déchets », organisée en commun par MIO-ECSDE, HELMEPA et Clean-Up Greece avec le soutien et le financement partiel du PNUE et du PNUE -PAM. Cette campagne est mise en oeuvre dans le cadre de l'activité régionale de sensibilisation et d'éducation du public sur la gestion des détritres marins des mers régionales du PNUE et de l'Unité de coordination du PAM. L'objectif est de renforcer la prise de conscience des décideurs et de la population, à la fois aux niveaux local et national, sur la nécessité de réduire les impacts environnementaux et socio-économiques.

► Contact : info@mio-ecsde.org

IV. UN AGENDA 21 MEDITERRANEEN DU TOURISME DURABLE ET UN COMITE MEDITERRANEEN DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Jusqu'à présent, le bassin méditerranéen a connu un développement touristique rapide avec deux types de logique : développement spontané (au rythme de la croissance) ou politiques nationales plus volontaristes.

Une meilleure connaissance du tourisme, le besoin de reconnaissance de ce secteur et d'une approche plus globale mènent à la nécessité d'une coopération au sein de l'UpM sur ce sujet. Le développement durable doit être pris en compte dès le début dans une approche complète et intégrée. Le tourisme dans le bassin méditerranéen, ancré dans une logique de marché, manque d'une vision à long terme. Une approche territoriale intégrée, avec l'implication des Etats, des collectivités locales, des acteurs économiques, publics, privés, est une nécessité. Le Comité 21 recommande donc la création d'un Agenda 21 méditerranéen du tourisme qui s'intégrerait dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée et serait en cohérence avec la Commission et la Stratégie méditerranéennes de développement durable. Sur la base d'une concertation des parties prenantes (acteurs publics, privés, institutionnels et associatifs), l'élaboration d'un Agenda 21 permettra d'identifier les conditions, d'asseoir une stratégie et de déterminer un plan d'actions et d'évaluation pour le développement d'un tourisme durable. L'appel aux États n'est pas contradictoire avec le renforcement des sociétés civiles des différents pays — entreprises, associations, collectivités territoriales, par exemple — qui peuvent avoir une part plus grande dans la préparation et la mise en œuvre des stratégies nationales.

Cet Agenda 21 méditerranéen pour le tourisme durable représenterait la feuille de route stratégique de la région et de ses acteurs pour assurer la durabilité de cette activité majeure. Pour devenir un véritable projet territorial porté par les populations des rives méditerranéennes, il serait idéalement porté par une structure apolitique – comme Baltic 21 regroupant les Etats limitrophes de la mer Baltique dans un projet de développement durable de cette région – que nous proposons de créer dans le cadre de l'Upm. Il s'agit d'un « Comité méditerranéen pour le développement durable ».

▪ **Etat des lieux**

> Des défis à relever

La Méditerranée est particulièrement confrontée à la problématique du développement durable en raison des défis multiples qu'elle doit relever.

- Des milieux à préserver

Des terres agricoles de grande valeur sont perdues par l'urbanisation et par la salinisation. Plus de 80% des zones arides et sèches sont affectées par la désertification avec leurs conséquences sur des populations rurales démunies. Les rares ressources en eau, trop sollicitées, sont menacées d'épuisement ou de dégradation. Le cadre de vie urbain et la santé sont dégradés par la congestion automobile (dont le coût est élevé dans les pays de la rive nord), par le bruit, par la mauvaise qualité de l'air et par la croissance rapide de la production de déchets. Le littoral et la mer sont victimes de ces pollutions, du bétonnage des côtes et de l'érosion. Avec une progression des pressions sur l'espace côtier au cours des vingt-cinq prochaines années, qu'il s'agisse du tourisme, des transports ou de la poussée urbaine, près de la moitié des côtes pourraient être artificialisées en 2025.

Par ailleurs, en raison du réchauffement climatique, la vulnérabilité du pourtour de la Méditerranée liée aux inondations, coulées de boues, séismes, tsunamis, sécheresses, incendies et déséquilibres écologiques s'accroît.



- Le développement humain

La rive nord, comme le reste de l'Europe, est confrontée au problème de son vieillissement. L'Italie et l'Espagne sont particulièrement concernées. Au Sud et à l'Est, c'est au contraire la croissance démographique qui demeure le fait majeur avec 90 millions d'habitants attendus en plus d'ici à vingt ans. Cependant, les taux de fécondité ont enregistré une chute spectaculaire depuis quinze ans dans ces pays, passant de 3-6 enfants par femme à 2-3, ce qui représente une opportunité pour le développement et un facteur majeur de convergence à terme entre les deux rives.

Le Sud et l'Est méditerranéens, malgré des progrès, enregistrent encore des retards en matière d'alphabétisation et d'égalité des sexes. Si la pauvreté extrême est faible, les taux sont élevés dès que l'on passe au seuil de 2\$ par jour et par habitant et la pauvreté ne se réduit pas en moyenne. C'est surtout le chômage des jeunes, élevé sur les deux rives, qui est un sujet d'inquiétude, notamment en Afrique du Nord où il s'élève à 29%.

- Une économie à diversifier

A quelques rares exceptions près, le tourisme est l'une des principales activités économiques et sources de revenu des collectivités locales sur le pourtour méditerranéen. Il contribue au développement local en créant de nombreux emplois directs et induits. Pour autant, l'implantation de complexes touristiques n'est que rarement assorties de plan d'actions en faveur de l'emploi local, de la formation professionnelle ou de la consolidation des filières agro-alimentaires, artisanales et culturelles. Pour les pays de la rive Sud, le risque de fonder leur modèle économique sur un secteur d'activité unique est important. Outre son potentiel d'emplois locaux, l'attractivité du tourisme réside aussi dans sa capacité à entraîner d'autres secteurs dans son sillage : transport, communication, santé, BTP, agroalimentaire, loisirs... On ne peut parler de stabilité ni de durabilité économique sans s'engager résolument dans une diversification des activités. C'est un enjeu majeur dont les pays de la rive Sud ont conscience.

> **Une stratégie méditerranéenne de développement durable**

Pour relever ces défis, les Etats riverains de la Méditerranée et la Communauté européenne, ont décidé en 2001 de préparer une Stratégie méditerranéenne de développement durable. Piloté par la Commission méditerranéenne du développement durable (CMDDD) et le Plan bleu, cette Stratégie engage la région méditerranéenne vers un développement durable, autour de quatre objectifs et sept domaines d'action prioritaires : la gestion intégrée des ressources et des demandes en eau ; la gestion plus rationnelle de l'énergie, l'utilisation accrue des sources d'énergie renouvelables et l'adaptation, en les atténuant, aux effets du changement climatique; la mobilité durable, grâce à une gestion appropriée des transports ; le tourisme durable, secteur économique porteur; le développement agricole rural durable ; le développement urbain durable ; la gestion durable de la mer, du littoral et des ressources marines.

▪ **Des échanges à renforcer entre les parties prenantes**

Pour que cette réforme soit un succès et « passer de la parole aux actes », les acteurs du terrain (collectivités locales, entreprises, associations, établissements publics, citoyens) doivent être mobilisés. Ils sont les premiers concernés, ils seront aussi les premiers à concrétiser à l'échelle des territoires, des entreprises et des familles, les décisions issues de la Stratégie méditerranéenne de développement durable.

Le Comité 21 propose la création du « Comité méditerranéen pour le développement durable ». Composé d'experts et de représentants de la société civile (collectivités, entreprises, associations, établissements publics...), sa mission consisterait à compléter et

à renforcer les travaux de la Commission méditerranéenne du développement durable, autour des axes suivants :

1. Assurer l'articulation et la cohérence des différentes actions menées par l'Union méditerranéenne sur le développement durable

De nombreux projets en cours de réalisation ou à venir abordent la question du développement durable en Méditerranée. Le « Comité méditerranéen pour le développement durable » pourrait alors veiller à la cohérence de ces actions, d'une part, vis-à-vis des attentes locales, d'autre part, sur la base des priorités formulées sur la scène internationale (travaux du GIEC, Objectifs du Millénaire, engagements de San Francisco...). Un représentant du Comité pourrait être nommé dans chacune des instances de décision de ces projets.

2. Contribuer au développement des Agenda 21 dans les pays de la Méditerranée

Aujourd'hui, encore trop peu de collectivités de la Méditerranée disposent de politiques intégrées de développement durable. On signale toutefois quelques initiatives volontaires dans les pays de la rive Nord, en particulier sur les Agenda 21 locaux. Cependant, ces expériences peinent encore à se structurer. Quant aux pays de la rive Sud, les démarches sont quasi inexistantes, même si quelques efforts se dessinent au Maroc, en Algérie et en Turquie.

L'Agenda 21 est également déclinable à l'échelle des établissements scolaires. Il mobilise les acteurs qui partagent un même lieu de vie et interagissent sur son devenir : élèves et parents, communauté éducative, collectivités territoriales, associations et entreprises qui interviennent sur les sites. Il permet d'alimenter l'action pédagogique de l'équipe enseignante en l'appuyant sur des réalisations concrètes au sein de l'établissement. L'Agenda 21 scolaire contribue ainsi à l'apprentissage de nouveaux modes de décisions et de relations aux autres et au monde, dans un esprit de découverte, de responsabilité et de solidarité.

Pour démultiplier ces actions, il faut aujourd'hui passer, en coordination et complémentarité avec les institutions pilotes sur ces démarches – PNUD, UN-HABITAT - à une étape d'appropriation du développement durable par les dirigeants publics et privés.

Le Comité méditerranéen pour le développement durable devra apporter un appui méthodologique et stratégique sur les points suivants :

- la formation-sensibilisation des élus, des dirigeants et des citoyens au développement durable ;
- la conception du pilotage de l'Agenda 21 : coordination Etat-élus-fonctionnaires territoriaux-partenaires et chargé de mission référent ;
- l'élaboration du dispositif de concertation locale : composition des ateliers, rythme et animation des réunions ; coordination et validation groupe de pilotage ;
- l'identification des axes prioritaires à investir ;
- le recensement des bonnes pratiques pour valoriser et mutualiser les initiatives réussies. Un Observatoire des pratiques de développement durable pourrait être mis en place. Il se traduirait notamment par un site Internet.

3. Renforcer les coopérations entre les acteurs de l'Union pour la Méditerranée et l'Union européenne

De nombreuses collectivités européennes ont instauré des liens de coopération avec leurs homologues de la Méditerranée, notamment sur la préservation des ressources naturelles, sur l'environnement urbain ou l'accès aux services, sur des projets d'aménagement.

L'action du Comité méditerranéen du développement durable pourrait se traduire par :

- la constitution d'un groupe de travail permanent composé de collectivités et d'entreprises ;
 - l'identification et le suivi de projets-pilote de partenariats bilatéraux, associant des organismes jumelés ;
 - l'organisation d'une rencontre annuelle de coordination et de bilans des actions menées, alternativement en Méditerranée et en Europe.
- ### 4. Mettre en synergie les partenariats publics privés (PPP)

Sachant que la question centrale de la durabilité de l'Union pour la Méditerranée est le financement, une importance toute particulière sera consacrée aux leviers des PPP. Il s'agira d'organiser des groupes de travail sur des secteurs clés - l'éducation, le tourisme durable, la gestion des déchets, l'énergie, l'eau et l'alimentation – afin de rendre compte des initiatives les plus efficaces et de leurs méthodologies.

▪ Acteurs concernés

Le Comité 21 méditerranéen du développement durable devrait être composé d'une équipe opérationnelle chargée d'animer les groupes de travail et de réaliser le benchmark des bonnes pratiques. Le Comité 21 propose que ce Comité soit structuré en cinq collèges :

- Un collège « collectivités » ;
- Un collège « entreprises » ;
- Un collège « associations » ;
- Un collège « établissements publics et médias » ;
- Un collège « citoyens ».

Plusieurs organismes en seraient membres de droit : les ministères de l'environnement et du développement durable des pays de l'Union pour la Méditerranée, les Programmes des Nations-Unies pour l'environnement et le développement, le Plan Bleu et le Comité 21.

▪ Gouvernance du projet

Préalablement à la création du Comité, un groupe de travail, avec toutes les parties concernées, pourrait être mis en place pour établir le(s) mode(s) de gestion du Comité et identifier les missions les plus urgentes. Une présidence alternée pourrait être proposée.

▪ Eléments de financement

Le PNUD, les Etats et les industriels pourraient financer la construction du Comité méditerranéen du développement durable. Pour assurer sa pérennité, un système d'adhésion pourrait être mis en place.

▪ Calendrier prévisionnel

Le groupe de travail préalable à la construction du Comité pourrait se réunir au troisième trimestre 2008.

Bibliographie

Agence française de développement, *Paroles d'acteurs, Patrimoine culturel et développement*, novembre 2007

Agence française de développement, *La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme*, septembre 2005

Anima, *Les investissements étrangers dans la région du MEDA en 2006*, Notes et documents n°23, mai 2007

Confrontations Europe, *UE-Méditerranée un futur à partager*, p.14 à p.35, janvier-mars 2008-06-25

Conseil économique et social, *Droits des femmes dans le partenariat euro-méditerranéen*, 2005

Eurostat, *La région méditerranéenne : un haut lieu de biodiversité*, n°12/2008

FEMIP, *Le tourisme dans les pays de la FEMIP*, octobre 2007

Fondation Robert Schuman, *Les défis politiques et économiques de l'Union pour la Méditerranée*, Questions d'Europe n°93

Institut de la Méditerranée, *L'économie du tourisme en Méditerranée, culture et patrimoine*, septembre 2000

Les notes d'alerte du Centre international de hautes études agronomiques méditerranéenne (CIHEAM) – n°23 – 8 janvier 2007

MOI-ECSDE, Sustainable Mediterranean, *Pour une Méditerranée sans déchets !*, n°46

Office international de l'eau, *Le bassin méditerranéen va connaître une crise de l'eau douce*, 23 octobre 2007

Plan Bleu/PNUJ, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, Athènes, 2005

Plan-Bleu, *Origine/destination des touristes internationaux en Méditerranée* – 2001

Les notes du Plan Bleu, *Environnement et développement durable en Méditerranée*, n°4 Octobre 2006

Plan d'action pour la Méditerranée, *tourisme et développement durable*, 1999

PNUD/UNESCO, *Rapport mondial sur le développement humain* (2004) – chiffres de 2002

SMDD, *Promouvoir un tourisme durable*, p.28

Tour operators' initiative (TOI), *Sustainable tourism : the tour operators' contribution*, 2003