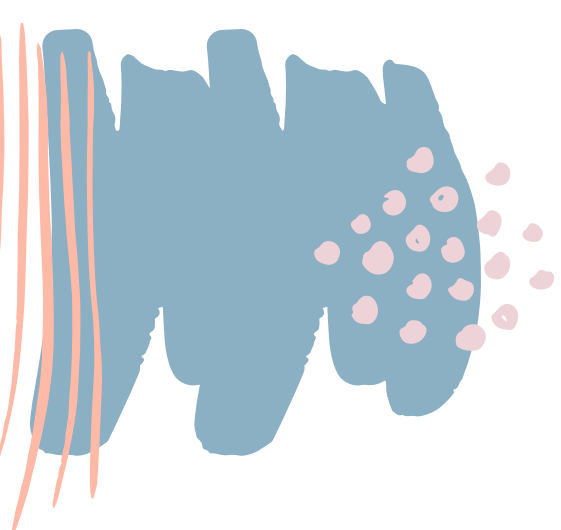


Tourisme Durable au Maghreb

L'affaire de tous,
pas simplement de
niche.



1

EN BREF.

2

ETAT DES LIEUX

4

TOURISME DURABLE ?

5

L'INADÉQUATION DU
TERME "NICHE"

7

PISTES

9

RECOS JMA.



Le mot du Lead, Mariah Coulibaly

Le tourisme est avant tout une manière de rencontrer d'autres cultures et avec sa massification vient une tendance à l'uniformisation de la découverte qui perd peu à peu tout son charme. Voyager c'est aussi une histoire de respect, celui des coutumes locales comme de l'environnement. Les pays du Maghreb sont connus pour leur aspect touristique et l'attrait de leurs cultures : le résultat de politiques publiques menées depuis des années. Accéléré par la crise sanitaire de 2020, les initiatives pour repenser le tourisme dans son rythme comme dans son contenu ont pris plus d'ampleur. Considérées comme des activités "de niche", elles gagneraient à être démocratisées.

Cette note apporte un regard croisé sur deux voisins aux stratégies bien différentes, mais avec le même objectif en ligne de mire : repenser le paradigme touristique..



EN BREF.

POURQUOI EN PARLER ?

Les différents plans tourisme horizon 2020 se sont vus déraillés par l'arrivée du COVID-19 mais tous continuent d'être réactualisés avec la "durabilité" en dénominateur commun. Seulement, quelle définition réelle du concept ? Quels enjeux porter dans les nouvelles feuilles de route ? Pourquoi le continent continue d'avancer à deux vitesses ? Quelles nouvelles formes de tourisme pour le continent ? Quelles formes de coopération entre l'Europe et l'Afrique pour créer des circuits touristiques vertueux, soucieux de l'environnement et des cultures, tout en garantissant croissance et rentabilité ?

JMA prend le parti d'une réflexion sur la stratégie et les perceptions du tourisme durable au Maghreb pour souligner deux points essentiels : Pour assurer sa durabilité, le tourisme de demain doit faire du tourisme de niche une généralité.

Pour assurer sa croissance, le tourisme de demain doit parier sur deux accélérateurs forts : la jeunesse qui se responsabilise, et les communautés locales qui s'engagent.

LA BIO DE L'EXPERT.



Amina est co-fondatrice et en charge de la ligne éditoriale de l'incubateur de politiques publiques de JMA. Consultante en développement international, elle s'intéresse tout particulièrement à la finance durable, et la stimulation de l'économie réelle. Le sujet du tourisme la touche particulièrement, native de Marrakech, cristallisant les dichotomies entre stratégies durables et réalités du tourisme de masse.

Etat des lieux des ambitions touristiques maghrébines : Maroc

LA STRATÉGIE MAROCAINE DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME « VISION 2020 » : TOURISME DE MASSE ET DURABILITÉ, QUELLE VOIE CHOISIR ?

La stratégie touristique initiée par le Maroc en 2006 qui ambitionne de "faire partie des 20 plus grandes destinations mondiales et (de) s'imposer comme une référence du pourtour méditerranéen en matière de développement durable" démontre bien que le Maroc est déterminé à s'imposer comme une destination touristique incontournable sur le continent : 160 000 nouveaux lits hôteliers et 40 000 nouveaux lits, doubler les arrivées de touristes en doublant la part de marché sur les principaux marchés européens et en attirant 1 million de touristes dans les marchés émergents, tripler le nombre de voyages domestiques, atteindre le million de marocains employés dans le secteur, générer 1 000 milliards de dirhams en recettes cumulées. Des indicateurs chiffrés forts, qui expliquent en partie l'agressivité de la stratégie d'attraction touristique marocaine. Cela dit, ces objectifs chiffrés sont également révélateurs d'un flou artistique autour des notions de tourisme durable, de protection de l'environnement et d'inclusion des communautés locales, bien que présentes dans la stratégie également. De fait, s'il est possible de lire le terme "tourisme durable" à peu près à chaque page de cette stratégie, force est de constater que les initiatives étatiques allant en ce sens ont été peu nombreuses. Le point culminant de la conversation autour du climat s'est cristallisé à la COP22, tenue à Marrakech. Si l'événement avait été hautement anticipé, il s'est aussi soldé d'actes manqués et de manque de concrétisation des promesses portées par les pouvoirs publics marocains.

LE CAS DE LA VILLE DE MARRAKECH EST TOPIQUE. LA VILLE BÉNÉFICIE D'UNE AURA TOURISTIQUE HORS PAIR, ET A RÉUSSI À SE HISSE AU RANG DES DESTINATIONS LES PLUS PRISEES DU CONTINENT, ET À L'ÉCHELLE MONDIALE. MAIS À QUEL PRIX ?

Le tourisme de masse a créé une double contrainte de dépendance des populations aux flux touristiques et d'épuisement psychologique d'une ville dont le marché immobilier continue d'orbiter autour d'une bulle spéculative excluant ses locaux du propriétaire. Au-delà même de cette question logistique, la question du stress hydrique dans lequel vit la ville en permanence devient de plus en plus critique. A quoi s'ajoute le casse-tête de la gestion des espaces de vie et de socialisation de la ville : les lieux de rencontres sont aujourd'hui happés par les flux touristiques, la mobilité au sein de la ville est de moins en moins gérable (elle était déjà peu propice aux transports en commun et aux mobilités douces), et l'extension urbaine déconstruit la ville un peu plus tous les jours. Plus encore, cette relation étriquée entre les touristes et la population locale, entre contact et interactions commerciales et manque de partage culturel, entre dépendance économique et "tourismophobie" continue de s'accroître, et voit d'ailleurs ses limites en période de crise, comme aujourd'hui, où la ville étouffe sous le poids des restrictions de voyage et de l'absence des touristes depuis le début de la crise de covid-19. Une situation qui n'est ni circonscrite ni exceptionnelle à la cité impériale.



Etat des lieux des ambitions touristiques maghrébines Algérie

DE L'AUTRE CÔTÉ DE LA FRONTIÈRE, L'ALGÉRIE A CHOISI UNE VOIE DIFFÉRENTE. LE POTENTIEL TOURISTIQUE DU PAYS EST AVÉRÉ MAIS PEU EXPLOITÉ. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE EST EN BERNE: BAISSSE DU BUDGET ALLOUÉ AU TOURISME, NOTAMMENT DU FAIT DE LA DÉPENDANCE DU PAYS AUX HYDROCARBURES.

De 4 289 735 000 dinars (soit 26 M€) en 2012, le budget du département est passé à 3 157 141 000 dinars (soit 19 M€) dans le cadre de la loi de finances pour 2018. Une tendance se confirmant en 2020, où le secteur a été l'objet de concessions fiscales importantes de la part du gouvernement, face à la crise sanitaire : réduction de la tva, passant de 19 à 9% des activités liées au tourisme et à l'hôtellerie.

La question de l'attractivité du pays comme destination touristique est en réalité liée à plusieurs points :

- Alors que le tourisme mondial connaissait une véritable recrudescence début années 2000, l'Algérie venait juste de **sortir d'une période politiquement difficile**. Le pays était alors plus concentré sur la sécurisation de son territoire. L'Algérie n'a pas du tout investi dans une stratégie de promotion de la destination ni d'attraction des touristes malgré une relative croissance économique.
- La croissance du pays était tirée par le secteur **minier et pétrolier**, faisant de l'Algérie un pays rentier avec peu de diversification de sources de revenus. L'État était d'ailleurs moins enclin à investir dans une stratégie de développement touristique à l'instar des autres pays du Maghreb qui ont réussi à récolter les fruits de cette industrie. Bien que le secteur privé tente d'assurer la promotion du pays, la stratégie nationale touristique peine à suivre la cadence de ses voisins maghrébins.
- A cela s'ajoute la **question de l'accès au pays et de la politique de réciprocité dans l'obtention et l'octroi des visa touristes**, plutôt décourageante pour les touristes européens souhaitant visiter le pays, mais n'étant pas accoutumé à demander des visas pour des destinations vues comme "similaires" (comme le Maroc, ou la Tunisie). Au niveau international, l'Algérie ne participe pas ou peu aux grands rendez-vous ou travaux internationaux sur le tourisme.
- Enfin, très **peu d'investissement ont été fait pour "soigner" l'image du pays** à l'échelle internationale, et aucun budget n'a été octroyé pour faire la promotion de l'Algérie comme destination touristique auprès du reste du monde.

Pourtant, **l'offre touristique locale est bien développée**, (les touristes nationaux étant la cible principale) et les opérateurs touristiques incluent systématiquement les populations locales dans leurs stratégies commerciales. Une évidence, vu la difficulté d'attirer des touristes étrangers, mais surtout une richesse, considérant les voisins maghrébins qui n'ont pas ou peu de stratégies sensibles aux budgets, besoins et considérations des populations locales et de la classe moyenne. Sur le plan de la préservation du patrimoine, des actions ont été entreprises, notamment la création de l'école nationale de conservation et de restauration des biens culturels et la mise en place d'instruments législatifs.

Il n'en reste pas moins qu'un véritable problème de médiation culturelle continue de persister, et que bon nombre des initiatives de préservation du patrimoine (Ghardaïa, la Casbah d'Alger) sont en réalité à l'initiative de citoyens, et non pas des pouvoirs publics.

LE TOURISME DURABLE ?

QU'EST CE QUE C'EST ?

Le **tourisme durable** et le **tourisme responsable**, c'est un peu le même combat.

Deux cas de figures bien différents font donc face au même choix cornélien : changer les moeurs et les méthodes pour aller vers une durabilité rentable à terme, ou continuer dans la voie empruntée au risque d'épuiser les ressources, épuiser les populations, et passer à côté d'opportunités de durabilité réelles. Les deux choisissent la voie d'un tourisme plus responsable, et font le pari d'un renouveau touristique au vert. Bien que louable, et essentielle, cette ambition n'est en revanche pas complète tant qu'elle ne repense pas son rapport au patrimoine.

Dans un contexte de prise en compte croissante de la menace du changement climatique, les objectifs de diminution des émissions de gaz à effet de serre obligent à repenser le tourisme et surtout les mobilités qu'il engendre. Un aller-retour en avion entre Paris et Casablanca émet 0,81 t de CO₂, soit 40% de l'objectif de 2t de CO₂ par an et par personne que s'est fixé la France pour 2050. Pour mettre au point une nouvelle stratégie de tourisme durable, il faut donc prendre en compte toute la chaîne touristique, du départ jusqu'à l'arrivée du touriste, et mettre la mobilité au centre des réflexions. La solution serait de favoriser un "tourisme lent", qui privilégie l'intermodalité, et qui profite par exemple de son voyage depuis Paris vers Casablanca pour découvrir le port de Marseille à pied, la mer Méditerranée en Ferry et le Maroc en train.

Ces routes ferroviaires et maritimes existent déjà et sont souvent utilisées par les Maghrébins et leur diaspora. Ces compagnies de transport pourraient facilement diversifier leur offre et augmenter leurs revenus en adressant un public plus large de touristes internationaux, de plus en plus sensibilisés aux enjeux climatiques.

L'argument écologique pourrait ainsi avoir des retombées économiques intéressantes pour les territoires de passage entre l'Europe, la France et le Maghreb. Pour les déplacements intra-maghrébins, au-delà de la problématique touristique et de loisirs, il est nécessaire que l'écomobilité et ces infrastructures soient pensées et développées en lien avec le potentiel du territoire, les réseaux existants et les besoins des habitants permanents.

Ce "tourisme lent" doit donc lancer une nouvelle dynamique touristique de rencontre et non plus de découverte uniquement. D'autre part, l'écotourisme doit prendre en compte d'autres enjeux environnementaux majeurs, comme celui de la biodiversité et de la protection des espaces naturels. Il s'agit de construire autour de zones de natures uniques des circuits touristiques soucieux de la préservation des écosystèmes qu'ils traversent.

L'écotourisme a une teinte environnementale avérée et une focalisation sur les **espaces naturels**.

C'est dans ce cadre que le Maroc a lancé une véritable stratégie de valorisation des parcs nationaux adossés à la stratégie "Forêts du Maroc 2020-2030" s'articulant autour de grandes réformes, telles que la mise en place d'un pôle de formation et de recherche, la création d'une agence spécialisée, la transformation numérique de la gestion du secteur et bien entendu, la conversion du domaine forestier en un territoire de développement, l'adoption d'une approche participative associant tous les intervenants, le renforcement des capacités productives des forêts, la protection de leur biodiversité et l'amélioration de leur durabilité. Certes, un beau premier pas, mais qui dénote aussi une tendance à lancer multiples chartes publiques, sans véritable qualification des actions menées, ou de projets concrets réalisés. L'Algérie, au même titre, a décidé une série de chartes publiques et d'inclinaisons stratégiques en faveur d'un tourisme responsable. Même combat.

Au micro de divers médias, les premiers concernés, tours opérateurs et organismes publics, s'y réfèrent souvent comme "tourisme de niche".

L'erreur est normative, mais pas que.

DE L'INADÉQUATION DU TERME DE "NICHE".

L'ÉTAT D'ESPRIT "TOURISME DE NICHE" EST BANCAL POUR DEUX RAISONS:

1

Le tourisme durable et l'écotourisme ne sont pas interchangeables, mais le dernier est bien partie intégrante du premier. De ce fait, loger le tourisme durable à la même enseigne de "niche" que l'écotourisme ne permet pas réellement aux acteurs de faire un effort de vulgarisation et de généralisation de ces initiatives pourtant positives.

2

Percevoir ce tourisme comme "de niche" ne permet pas vraiment de repenser les modèles touristiques actuels : la tendance sera à la valorisation des nouveaux projets, pas à la réforme des anciens. La superposition des deux circuits ira forcément en faveur du circuit dit "de masse", qui générera davantage de flux, aura davantage de visibilité, et, comme le serpent qui se mord la queue, finira par cannibaliser les initiatives durables, mais de niche.



CES DEUX CONSTATS SONT D'AUTANT PLUS ÉVIDENTS QUAND IL S'AGIT DE PARLER DU PATRIMOINE CULTUREL.

Si le volet protection du patrimoine culturel et intégration des populations locales est bien inclus dans les conceptions de tourisme durable, il n'en reste pas moins que sur le terrain, les initiatives citoyennes manquent de soutien, de financement, et de visibilité.

De plus, une partie des circuits de tourisme de masse sont aussi étroitement liées aux zones culturelles où elles attirent le plus de touristes au Maghreb : les médinas et vieilles villes (la Kasbah, la médina de Marrakech et de Fès), les espaces de socialisation (Jamaa el Fna), les monuments religieux (la Mosquée Hassan II, les zaouia, les mausolés), le patrimoine culturel impérial (riads, palais, forteresses) : autant d'artefacts culturels qui sont aussi lieux de vie quotidienne pour les populations locales. Ce sont ces dernières qui vivent un épuisement et une confiscation de leur souveraineté, sans véritable prise en compte de leurs positions dans la conception des circuits touristiques de masse.

LES INITIATIVES DURABLES, RESPONSABLES ET LOCALES VOIENT LE JOUR ET MÉRITENT D'ÊTRE SOUTENUES. ELLES SONT NOMBREUSES; MAIS CITONS-EN QUELQUES UNES :

C'est le cas des Ateliers d'Alger, qui repensent la Casbah algéroise par ses jeunes habitants, et invitent le public à penser à son aménagement autrement. C'est aussi le cas de Maghreb Expérience, première start-up française proposant notamment des e-voyages au Maghreb, des expériences uniques portées par les garants culturels des espaces où ils opèrent : le patrimoine architectural, gastronomique, musical, en proposant des rémunérations justes aux acteurs qui les élaborent. Côté éco-tourisme, ÉcoDôme se focalise sur la création d'infrastructures éco-responsables, conditions sine qua non à un circuit touristique efficient. L'ONG We Speak Citizen prend le parti de mieux réfléchir à l'impact sur les populations chez qui on s'invite le temps d'un voyage, et accompagne les acteurs locaux dans la conception et le développement de projets à dimension sociale, environnementale, économiquement durables. Chacunes à leurs façons répondent aux principes fondamentaux du tourisme durable, et gagneraient à être soutenues, répliquées et portées comme exemple vertueux auprès des pouvoirs publics concernés.



DES PISTES.

pour repenser le tourisme durable.

IMPÉRATIVEMENT IMPLIQUER LES JEUNES, PREMIERS CONSOMMATEURS DE VOYAGES RESPONSABLES :

Il s'agit là de se démarquer au-delà de la perception de niches pour attirer un nouveau type de touriste : jeune, responsable, soucieux de l'environnement, conscient des enjeux culturels. Capitaliser sur l'envie des jeunes d'expériences humaines responsables, plus simplement de "plage, montagne ou vallées" : les encourager à aller vers cette voie et créer des circuits financièrement abordables et facilement trouvables pour une génération d'européens et d'africains qui a soif de voyage, d'apprentissage, mais pas n'importe comment.

Nous pourrions ainsi construire une offre à l'image de l'interrail européen, alliant voyage, découverte et mobilité responsable permettrait de créer à la fois du lien entre les pays du Maghreb, de s'adresser à une cible spécifique, mais également de privilégier les mobilités plus éco-responsable : le train, le bateau, plutôt que l'avion. Ces infrastructures existent déjà, et sont déjà fortement déployées aux échelles nationales pour le réseau ferroviaire et à l'échelle internationale (notamment pour les diasporas) sur l'offre de ferry.

- Par ailleurs, au niveau collaboratif, deux types d'acteurs côté français et maghrébins pourraient être sollicités : Une action de coopération inter-ministérielle pour favoriser la découverte "durable" des patrimoines maghrébins et français, d'un "pass jeunesse 18-25" pour des voyages en France et/ou au Maghreb (et éventuellement des parcours croisés format "road trip to Timbuktu") pourraient être imaginés,
- Une coopération inter-régionale, entre régions françaises et maghrébines portées par des patrimoines similaires (agricole, viticole, saisons de ski...) pourrait voir le jour et bénéficier aux deux zones positivement.

CONNAÎTRE NOS ATOUTS, ET SAVOIR LES VENDRE.

L'enjeu de la professionnalisation et de la segmentation du secteur touristique en Algérie, au Maroc, mais aussi sur le reste du continent africain est une étape clé pour le succès de ce genre de changement de paradigme. Ici, le transfert de compétences serait fortement bénéfique. Une collaboration entre l'ensemble des pays du Maghreb sur comment engager les communautés locales et responsabiliser les touristes est essentielle, mais il y aurait des synergies particulièrement fortes avec les opérateurs publics français. Les best practice du pays en terme de gestion du patrimoine culturel, du patrimoine environnemental, des différentes "phases" et "propositions de valeurs" des régions, et l'identification claire des atouts de chaque espace est une véritable force que la France pourrait partager avec les pays du continent, à commencer par une collaboration forte avec Atout France sur de l'assistance technique et de l'expertise.

LES RECOS JMA.

pour repenser le tourisme durable.

Recommandation 1 : Le tourisme de demain doit être intimement lié à l'engagement des communautés locales.

Privilégier la voie du tourisme de la protection du patrimoine culturel, en encourageant les initiatives locales et en réduisant les circuits de tourisme de masse, voie vouée à l'échec et à l'épuisement des populations et des territoires. Militer pour la signature d'une charte à l'initiative des entreprises françaises opérant sur la zone Maghreb, notamment les complexes hôteliers sur le respect de dispositifs d'émissions de carbone réduites, de circuits responsables et d'approvisionnement en circuits courts et en commerce équitable. Des dispositifs d'évaluation, de suivi et de mesure d'impact devront être mis en place et suivis minutieusement par des équipes projet dédiées.

Recommandation 2 : Donner aux jeunes touristes les moyens de voyager responsable.

Créer un cercle vertueux d'engagement des jeunes vers un tourisme responsable et raisonné, grâce à un "pass 18-25 responsable" pour découvrir les régions et communautés grâce à des circuits choisis, responsables, collaboratifs et portés par les locaux. Mettre en place un "interrail Maghreb" en partance des côtes françaises et capitaliser sur la potentielle création de la ligne Casa-Alger-Tunis pour faire découvrir la zone tout en honorant les engagements bas carbone.

Recommandation 3 : Professionnaliser les filières éco-responsables et structurer l'approche par les pouvoirs publics est clé.

Professionnaliser les filières touristiques éco-responsables, en construisant une segmentation concrète et des positionnements différenciants, proposer l'expertise d'Atout France pour devenir conseiller des entreprises locales et opérateurs sur le continent. De fait, bon nombre des outils et contenus développés par Atout France à destination des opérateurs régionaux pourraient être adaptés, et présentés en expertise internationale, avec le soutien d'opérateurs d'assistance technique spécialisés (Expertise France par exemple).

LE MOT DE LA FIN.

Les populations, bien que cela semble aujourd'hui bien critique, continueront de voyager et d'aimer la rencontre avec d'autres espaces, cultures, et expériences. La nature même du tourisme est qu'il a cette capacité à créer des liens immédiats entre les pays, les régions, les continents, par les humains. Seulement, son impact jusqu'ici n'a pas été bénéfique à tous, et très peu à notre planète. Pour voyager de façon responsable, il faut s'en donner les moyens.

Pour créer un tourisme durable, il faut arrêter de le considérer comme une alternative, mais comme véritable voie à suivre demain, collectivement.



NOS SOURCES :

Hmoui Aziz, Leroux Erick, « La place du tourisme durable dans la stratégie de développement touristique du Maroc à l'horizon 2020 », Maghreb - Machrek, 2019/1 (N° 239)

Fatima Arib, « Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ? », Téoros, 24-1 | 2005, 37-41.

Rofia Abada, Sara Foura. Le tourisme en Algérie un choix ou une évidence?. International Journal of Human Settlements, Association Nationale des Enseignants Architectes Universitaires (A.N.E.A.U) (Algérie), 2019, 3 (2), pp.3-17. fffal-02424268f

Chaudier, Julie. "Tourisme Durable, Mégaprojets : Comment Le Maroc Veut Concilier Les Deux." Le Point, 28 Jan. 2016, www.lepoint.fr/economie/tourisme-durable-megaprojets-comment-le-maroc-veut-concilier-les-deux-28-01-2016-2013700_28.php.

Guenanfa, Hadjer. "Algérie : Mais Pourquoi Le Tourisme Ne Décolle-t-Il Pas ?" Le Point, 29 Oct. 2018, www.lepoint.fr/economie/algerie-mais-pourquoi-le-tourisme-ne-decolle-t-il-pas-28-10-2018-2266709_28.php.

"Le Tourisme Durable Et L'écotourisme Sont Des Outils Puissants De Développement Économique." El Watan, 30 Nov. -1, www.elwatan.com/pages-hebdo/magazine/le-tourisme-durable-et-lecotourisme-sont-des-outils-puissants-de-developpement-economique-23-02-2018.

Tomasella, Claire. "L'écotourisme, Qu'est-Ce Que C'est ?" Geo.fr, 18 June 2009, www.geo.fr/environnement/ecotourisme-41139.

"Q'est-Ce Que Le Tourisme Durable ?" Double Sens, www.doublesens.fr/blog/post/28-mag-inspirations-qu'est-ce-que-le-tourisme-durable.

"WORLD TOURISM ORGANIZATION." COVID-19: Guider La Relance Du Tourisme | OMT, www.unwto.org/fr/tourisme-covid-19.

ET MERCI AUX PRÉCIEUX CONTRIBUTEURS DE CETTE NOTE :

ANOUAR HACHEMANE, CO-FONDATEUR DE MAGHREB EXPERIENCE

MARIAH COULIBALY, LEAD CULTURE

CLEMENTINE GUILBAUD, LEAD TRANSITION ECOLOGIQUE ET SOLIDAIRE

NOTE DE POLITIQUES PUBLIQUES

TOURISME DURABLE. L'AFFAIRE DE TOUS,
PAS SIMPLEMENT DE NICHE.

Pour des futurs
souhaitables entre
l'Afrique et l'Europe



JMA.
Je m'engage pour l'Afrique.

JE M'ENGAGE POUR L'AFRIQUE
2021