

# TOURISME

Activités économiques et développement durable



## TOURISME EN MEDITERRANÉE : un moteur du développement durable ?

Le tourisme de masse est une activité lucrative pour les grandes chaînes internationales (hôtellerie, tours opérateurs, compagnies de croisière). L'articulation entre croissance économique et transformations sociales des destinations demeure problématique. Rentabilité ne rime pas systématiquement avec viabilité économique et développement durable des territoires. Le tourisme terrestre de masse, essentiellement balnéaire, tout comme la croisière, en expansion, sont emblématiques des problèmes relatifs aux fuites économiques, à la capacité à créer de l'emploi et à la redistribution des retombées de l'activité touristique dans les territoires.

### Evolutions du marché de la croisière et du tourisme balnéaire en Méditerranée

Le tourisme méditerranéen est passé de 58 millions d'arrivées internationales en 1970 à 283 millions en 2011, soit une augmentation de 386 % sur 40 ans (source : Organisation mondiale du tourisme). La Méditerranée est un marché touristique majeur à l'échelle mondiale : elle représente environ 30 % des arrivées internationales depuis plus de 40 ans. En termes de recettes, le tourisme international générait 5,6 milliards de dollars à l'échelle du bassin méditerranéen en 1970. En 2011, le tourisme international a généré 224 milliards de dollars de recettes, soit une multiplication par près de 40 par rapport à 1970.

En dépit de ces chiffres spectaculaires, l'articulation entre recettes du tourisme et développement des territoires reste problématique. L'étude de la croisière, secteur du tourisme extrêmement performant économiquement et fortement dépendant de la dotation infrastructurale des ports, met en lumière les difficultés à articuler croissance économique et capacité à engendrer un développement à l'échelle des territoires.

### La croisière en Méditerranée : un secteur du tourisme encore minime

A l'échelle du bassin méditerranéen, la croisière ne constitue qu'une faible part du tourisme international puisqu'elle représentait 1,4 % des arrivées internationales en 1985 (1,7 millions) et 1,8 % en

LES NOTES  
DU PLAN BLEU

#24

NOVEMBRE 2012



Plan  
Bleu

2009 (5 millions), et un peu plus de 1 % des nuitées passées par les touristes internationaux en Méditerranée en 2009 (18 millions). L'offre, logiquement plus faible que celle du tourisme balnéaire, représentait en 2009 environ 2,5 % de la capacité d'hébergement totale en Méditerranée (en nombre de lits).

### La croisière plus résiliente que le tourisme balnéaire ?

Bien que les chiffres apparaissent faibles, la croisière constitue un secteur du tourisme ayant une forte potentialité de croissance. Au cours des 25 dernières années, elle a progressé de 3 % entre 1985 et 1990 pour baisser fortement, - 45 %, entre 1990 et 1995, avant de connaître une croissance élevée : 106 % entre 1995 et 2000, 55 % entre 2000 et 2005, 57 % entre 2005 et 2009. Si l'on compare ces résultats avec ceux du tourisme méditerranéen en général, la croisière semble plus sensible aux crises sectorielles, mais elle possède une forte capacité de résilience puisqu'elle connaît une croissance nettement supérieure à celle du tourisme méditerranéen, qui stagne autour de 10 % depuis les années 2000.

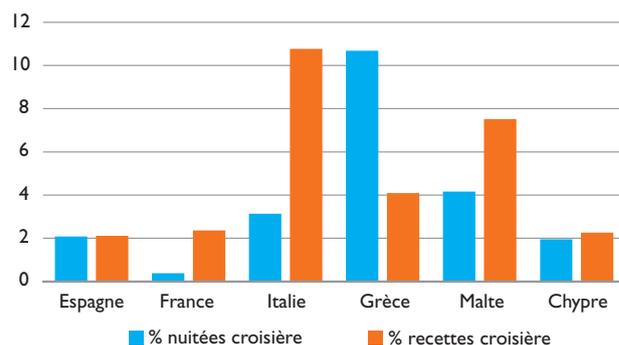
### Les résultats économiques de la croisière à l'échelle des pays

Quelles sont les répercussions économiques de la forte progression de l'offre et de la demande du secteur de la croisière ? La mesure des résultats économiques en termes de consommation de nuitées, de recettes et de performance économique à l'échelle des principaux pays récepteurs de la croisière méditerranéenne illustre la différence entre Chypre, l'Espagne, la France, la Grèce, l'Italie et Malte en fonction de la typologie de leurs ports et des activités industrielles et de services présentes sur leurs territoires.

### Une forte distinction entre accueil de passagers et génération de recettes

La comparaison entre le nombre de nuitées liées à la croisière et les recettes générées illustre la différence qui sépare la Grèce des autres pays (Figure 1). En Grèce, la croisière représente environ 10 % de la demande touristique totale, mais ses recettes ne constituent que 4 % des recettes touristiques du pays. A l'inverse, en Italie, la croisière représente environ 3 % des nuitées contre plus de 10 % des recettes. Cette approche

Figure 1. Comparaison entre la part des nuitées et la part des recettes générées par la croisière (2009)



Source : Données Med Cruise, Plan Bleu, 2012

révèle la capacité de la croisière à produire de la valeur ajoutée, mais questionne sur la différence de performances économiques entre la Grèce et l'Italie.

### Typologie des ports : un facteur discriminant dans la production de valeur ajoutée

La croisière est un secteur du tourisme à forte valeur ajoutée par rapport au tourisme en général. En Italie, la croisière génère, par nuitée, quatre fois plus de recettes que la moyenne touristique (800 € par nuitée pour la croisière contre environ 200 € pour le tourisme en général) ; en France, ce rapport est de un à six (environ 600 € contre 100 €). En revanche, en Grèce, la croisière produit trois fois moins de valeur ajoutée que le tourisme en général (100 € contre 300 €).

Ces différences ne s'expliquent pas par la part relative de ports accueillant des croisières en Méditerranée, quasiment identique en Italie (35 %) et en Grèce (34 %). En revanche, 63 % des ports de tête de ligne sont situés en Italie (la France arrive en seconde position avec 13 %) et 42 % des ports d'escale en Grèce (l'Italie est en seconde position avec 28 %). La différence entre la Grèce et l'Italie dans la production de valeur ajoutée se situe donc dans la distinction entre ports de tête de ligne et ports d'escale.

La dotation infrastructurelle des ports de tête de ligne joue un rôle majeur (nombre et longueur des quais, profondeur des bassins) : sur les dix ports les plus importants de la Méditerranée, réunissant l'ensemble des caractéristiques infrastructurelles nécessaires, cinq sont italiens.

### Les retombées économiques de la croisière pour les territoires

La valeur ajoutée induite par la dotation infrastructurelle revient-elle aux territoires ? La mesure en est extrêmement difficile, notamment pour le secteur de la croisière. En moyenne, chaque passager dépense 50 € par escale lorsqu'il consomme en dehors du navire et 70 % des passagers rentrent à bord pour déjeuner. Les compagnies de croisière organisent des excursions pour capter au maximum les dépenses de leurs passagers. Elles réalisent les marges les plus importantes sur les dépenses réalisées à bord des navires par le client et sur les excursions à terre qu'elles organisent directement. Les retombées pour les territoires, notamment pour les ports d'escale, sont limitées et difficilement mesurables.

En terme de résultats économiques, les ports de tête de ligne perçoivent les recettes les plus importantes, mais elles restent encore minimales en comparaison des investissements réalisés en matière d'infrastructures (dragage, quais, gare de passagers, etc.). Les compagnies de croisière monopolisent tout un pan de la commercialisation de services et de biens, engendrant ainsi des fuites économiques pour les territoires.

### La capacité motrice du tourisme pour le développement durable des territoires

Les indicateurs relatifs à l'emploi permettent de mesurer indirectement l'impact du tourisme sur le développement durable des territoires. Dans le cas de la croisière, les données disponibles se situent à l'échelle du bassin méditerranéen. La

# TOURISME

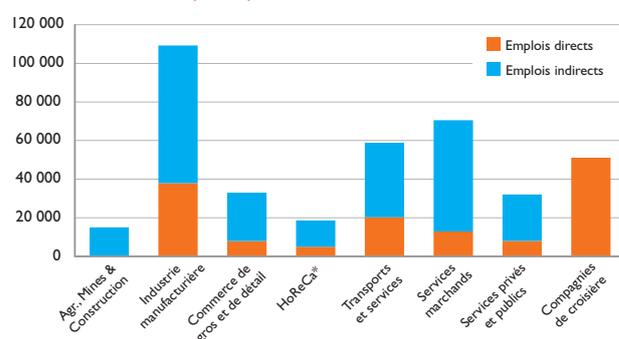
## Activités économiques et développement durable

capacité de création d'emploi du tourisme « terrestre » a quant à elle pu être abordée dans neuf destinations : Torremolinos (Espagne), Cabras et Castelsardo (Italie), Rovinj (Croatie), Alanya (Turquie), le Gouvernorat de Matrouh (Egypte), Djerba (Tunisie), Tipasa (Algérie) et le Littoral de Tétouan (Maroc).

### La croisière : créatrice d'emploi ?

A l'échelle du bassin méditerranéen, la croisière crée environ 0,7 emploi direct/lit et 1,5 emplois indirects/lit, soit 2,2 emplois/lit au total. 32 % de ces emplois (directs et indirects) sont situés en Italie, qui concentre la majeure partie des chantiers de construction navale des bateaux de croisière. Au total, la construction des bateaux de croisière représente en Méditerranée 18 % des emplois directs de la croisière. De plus, les ports de tête de ligne italiens rassemblent une large panoplie de services, dont les services de transport, représentant plus de 30 % des emplois indirects du secteur de la croisière. Pour que la croisière soit porteuse de retombées économiques pour le territoire, les pays doivent donc cumuler une production de navires de croisière, un nombre important de ports de tête de ligne par rapport aux ports d'escale, ainsi qu'un nombre de nuitées important. En Méditerranée, seule l'Italie arrive à cumuler ces différents facteurs.

Figure 2. Répartition sectorielle de l'emploi lié à la croisière en Méditerranée (2009)

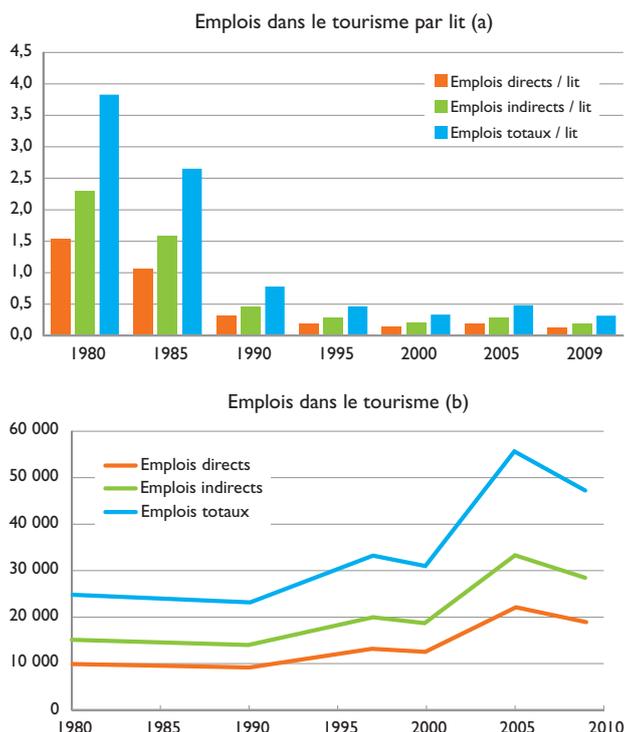


\* Hôtellerie-Restaurant-Café  
Source : Plan Bleu, 2012

### L'emploi dans le tourisme terrestre

A l'échelle des neuf destinations méditerranéennes étudiées, le tourisme terrestre représente en moyenne 0,4 emploi direct/lit. Dans le cas d'Alanya, en Turquie, qui représentait 14 millions de nuitées en 2008, soit l'équivalent à elle seule de 81 % des nuitées du secteur de la croisière en Méditerranée pour la même année, le tourisme constitue une part sans cesse croissante de l'emploi. L'emploi touristique est passé de 55 % des emplois du secteur tertiaire en 2000 à 80 % en 2009 ; il a représenté plus de 45 % de l'emploi total sur la période 2005-2009. Le nombre d'emplois par lit dans le secteur touristique était important au lancement de l'activité entre 1980 et 1985 (respectivement 3,83 emplois/lit et 2,65 emplois/lit), puis s'est stabilisé autour de 0,5 emploi par lit entre 1990 et 2005, pour enfin ne plus représenter que 0,32 emploi/lit en 2009 (dont 0,13 emploi direct/lit) (Figure 3 (a)). Cette baisse des emplois par lit se traduit directement par une baisse du

Figure 3. Evolutions de l'emploi touristique à Alanya (Turquie)



Source : Données fournies par Cevat Tosun et Caner Çaliskan, Plan Bleu, 2011

nombre d'emplois touristiques, signe d'une rationalisation des ressources humaines (Figure 3(b)).

La capacité du tourisme à générer de l'emploi influe sur l'attractivité du territoire pour une main d'œuvre en recherche d'emploi, transformant des territoires traditionnellement zones d'émigration en zones d'immigration, principalement dans les destinations dites 3S (*Sea, Sand and Sun*) internationales, par exemple à Djerba. Les effets de la saisonnalité orientent le type d'emploi (permanent vs. saisonnier) et le besoin en main d'œuvre. Lorsque les effets de la saisonnalité sont limités, par exemple dans le cas de Torremolinos, le taux mensuel d'emplois est mieux réparti dans le temps (autour de 10 % par mois) et le type de contrat des employés du tourisme moins précaire. Plus de 55 % des contrats de travail sont à durée indéterminée à Torremolinos alors que dans des destinations à très forte saisonnalité, comme Castelsardo en Sardaigne, environ 80 % des contrats sont à durée déterminée.

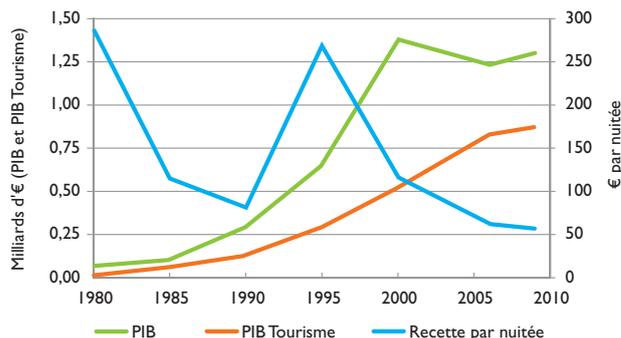
Par ailleurs, les inégalités de genre dans l'accès à l'emploi touristique demeurent. Cette inégalité d'accès à l'emploi touristique entre les femmes et les hommes existe dans la majorité des destinations étudiées. Dans les destinations du nord de la Méditerranée (Torremolinos, Rovinj et Cabras) le phénomène est atténué puisque environ 45 % des emplois sont occupés par des femmes, sauf dans le cas de Castelsardo où, tout comme sur les rives sud et est, la situation reste très inégalitaire.

### Quelle redistribution des fruits de la croissance à l'échelle d'une destination ?

A Alanya, le PIB du tourisme représentait respectivement 59 % du PIB local en 1985 et 67 % en 2006. Le poids du tourisme dans le PIB local et la part des emplois touristiques constituent

deux signes de dépendance de l'économie du territoire vis-à-vis des activités touristiques. Bien qu'il n'existe pas de données fiables sur les fuites économiques à Alanya, il est estimé, à l'échelle nationale, qu'environ 51 % à 60 % des revenus tirés des voyages à forfait organisés par les tour-opérateurs étrangers n'ont pas été injectés dans l'économie turque. Tosun et Çaliskan (2011) estiment que ces fuites peuvent atteindre 85 % des revenus touristiques d'Alanya.

**Figure 4 : Evolution en € du revenu lié à l'activité touristique à Alanya (Turquie)**



Source : Données fournies par Cevat Tosun et Caner Çaliskan, Plan Bleu 2011

À Alanya, le revenu par habitant est en nette progression ; le PIB/habitant croît de manière continue depuis les années 1980, passant d'environ 1 000 € par habitant en 1980 à environ 5 500 € en 2009. Cette augmentation du revenu moyen par habitant ne traduit pas nécessairement une distribution équilibrée des revenus du tourisme au sein de la population. La situation reste inégalitaire et les écarts se creusent. La part du PIB revenant à la population la plus riche d'Alanya est ainsi passée de 44,4 % du PIB en 1980 à plus de 56 % en 2009.

### Recommandations

Une des raisons des difficultés du modèle dominant de développement touristique méditerranéen à répondre aux objectifs de durabilité repose sur une déconnexion de l'activité touristique du territoire dans lequel elle s'exerce et de son contexte économique, social, environnemental et culturel.

Cette déconnexion résulte principalement :

- de l'amalgame entre croissance économique et développement du territoire ;
- de l'inscription des politiques publiques de développement des territoires dans le mythe du « cargo », c'est-à-dire dans la croyance selon laquelle l'investissement dans des infrastructures induira obligatoirement de la richesse pour le territoire ;
- d'une gouvernance du tourisme insuffisante aux échelles internationale, nationale et locale.

Il peut en résulter des germes d'instabilité sociopolitique et des formes de rejet populaire d'un développement trop « sélectif », accaparé par quelques-uns et offrant peu de perspectives aux populations locales vulnérables : population de bas niveau de qualification, femmes, jeunes.

Il convient de réinscrire les destinations touristiques dans des projets de territoire, c'est-à-dire de planifier de manière stratégique les activités touristiques en cohérence avec les autres activités et les potentialités économiques, sociales, environnementales et culturelles de ce territoire.

Deux pistes pourraient orienter des actions à entreprendre à l'échelle de **territoires touristiques pilotes** :

- La structuration, en étroite collaboration avec les acteurs locaux, d'espaces publics de participation et de scènes de gouvernance pour partager et valider des diagnostics sur l'état de durabilité de ces territoires touristiques et dessiner collégalement des futurs possibles, puis élaborer un plan d'actions territorialisé orienté vers une valorisation des potentialités, atouts et patrimoines locaux ;
- L'accompagnement, dans une dynamique d'aide à la décision, de dispositifs territorialisés d'observation et de suivi de la durabilité des activités touristiques ainsi que de leurs résultats et impacts économiques, sociaux et environnementaux.

## Bibliographie

- CAPPATO, Alberto. 2011. *Croisières et plaisance en Méditerranée*. Rapport final. Sophia Antipolis: Plan Bleu.
- GROSSETTI, Michel. 2003. « Le développement "techno-scientifique" urbain: quelques leçons des études empiriques ». In *Reconversion économique et développement territorial*, 161-182. Presses de l'Université du Québec. Montréal: Jean-Marc Fontan, Juan-Luis Klein et Benoît Lévesque.
- SPLANIS I., LETELLIER J., VAYANNI H. 2012. *Vers un observatoire et un « label qualité » de la durabilité du tourisme en Méditerranée*. Plan Bleu, Valbonne. (Les Cahiers du Plan Bleu 12).
- ÜNLUONEN, Kurban, Arzu KILICLAR, et Sedat YUKSEL. 2011. « The calculation approach for leakages of international tourism receipts: the Turkish case ». *Tourism Economics* 17 (4): 785-802. doi:10.5367/te.2011.0071. <http://www.planbleu.org/publications/tourisme.html>