

ESD/CTM03/SM

Original: Anglais

**PROBLEMES ET PERSPECTIVES CONCERNANT
LE DEVELOPPEMENT DURABLE DU
TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCI AVEC
UNE REFERENCE PARTICULIERE A
L'ECOTOURISME**

**TROISIEME CONFERENCE ISLAMIQUE DES
MINISTRES DU TOURISME**

6-9 Octobre 2002

Riyad, Royaume d'Arabie Saoudite

**CENTRE DE RECHERCHES STATISTIQUES, ECONOMIQUES ET
SOCIALES ET DE FORMATION POUR LES PAYS ISLAMIQUES
(SESRTCIC/CENTRE D'ANKARA)**

Attar Sokak No. 4, 06700 G.O.P., Ankara, Turquie

Tél. (90-312) 4686172-76, Fax (90-312) 4673458

E-mail: oicankara@sesrtcic.org, URL: <http://www.sesrtcic.org>

PROBLEMES ET PERSPECTIVES CONCERNANT LE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCI AVEC UNE REFERENCE PARTICULIERE A L'ECOTOURISME

1. INTRODUCTION

Le tourisme comprend les activités des personnes qui se rendent et séjournent dans des lieux autres que leurs lieux de résidence habituelle pour une année ou moins pour les loisirs, les affaires ou autres motifs¹. Sur la base de cette vaste définition, l'industrie du tourisme comprend toutes les activités socio-économiques engagées directement ou indirectement dans la prestation des services aux touristes. Plus de 185 activités dans le domaine de l'économie de l'offre qui ont des rapports significatifs au tourisme sont inscrites dans le Classement Standard des Activités du Tourisme de l'Organisation Mondiale du Tourisme. Ces activités comprennent, entre autres, les services des secteurs suivants: le transport, l'hôtellerie et l'hébergement, la restauration, la culture et les divertissements, les services bancaires et financiers, et la publicité.

Défini par ce réseau impressionnant des affaires et des services et par l'infrastructure nécessaire pour le soutenir, le tourisme est l'une des plus grandes industries du monde impliquant divers acteurs y compris les entreprises du secteur privé, les organisations gouvernementales et intergouvernementales, les organisations non gouvernementales (ONG), les consommateurs et les communautés hôtes.

Au cours des décennies récentes, l'industrie du tourisme a manifesté une croissance soutenue en ce qui concerne à la fois les recettes et le nombre de touristes et a laissé des traces économique, sociale, culturelle et environnementale importantes atteignant presque tous les coins du monde. Les activités touristiques offrent des bénéfices économiques significatifs aux pays d'accueil et pays des touristes. Surtout dans les pays en développement, l'une des principales motivations pour un pays à se promouvoir comme une destination touristique est l'amélioration économique attendue, qui se manifeste

¹ Voir "*Recommendations on Tourism Statistics and Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*", Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid, Espagne (<http://www.world-tourism.org>).

notamment par les recettes en devises étrangères, les contributions aux recettes publiques et la création d'emplois et de possibilités d'affaires.

Les tendances récentes du tourisme international indiquent que l'activité touristique est toujours concentrée dans les pays industrialisés de l'Europe et des Amériques. Néanmoins, il y a une prolifération considérable des marchés émetteurs et receveurs de touristes également dans les régions en développement. La physionomie de croissance de certaines destinations touristiques en Asie orientale et dans le Pacifique, en Asie méridionale, en Afrique, et au Moyen-Orient est généralement très dynamique, avec un certain nombre de pays dans ces régions enregistrant des taux de croissance élevés plusieurs années de suite.

Compte tenu de leurs patrimoines naturels, géographiques, historiques et culturels riches et divers, les pays de l'OCI possèdent un potentiel énorme pour le développement d'un secteur durable du tourisme. Comme toutes les régions du monde, la région de l'OCI a accueilli un plus grand nombre de touristes en l'an 2000; le total des arrivées de touristes a atteint le chiffre de 65,6 millions, soit une augmentation impressionnante de 20,6 pour cent, son taux de croissance le plus élevé jamais enregistré et presque trois fois celui atteint en 1999. Néanmoins, considérant la part modeste des pays de l'OCI dans le marché mondial du tourisme (9,4 pour cent), il semble que ce potentiel inhérent n'a pas encore trouvé son expression dans des niveaux de développement souhaités dans le domaine du tourisme dans beaucoup de pays de l'OCI et dans la région de l'OCI dans son ensemble. En outre, on observe que l'activité touristique dans la région de l'OCI est toujours concentrée dans un petit nombre de pays membres. La Malaisie, la Turquie, l'Égypte, l'Indonésie, la Tunisie et le Maroc sont des exemples typiques à cet égard.

En fait, le tourisme est un secteur très important qui pourrait jouer un rôle significatif dans le développement économique des pays de l'OCI non seulement grâce à leurs ressources touristiques existantes et potentielles, mais aussi parce que beaucoup de leurs citoyens voyagent dans le monde entier pour les loisirs, les affaires et autres motifs. Il n'est pas alors surprenant que le tourisme représente l'un des dix domaines prioritaires du Plan d'Action pour le Renforcement de la Coopération Economique et Commerciale entre les Etats membres de l'OCI. En effet, une plus grande importance a été récemment attachée aux activités de

coopération en matière de tourisme dans l'ordre du jour de l'OCI. Dans ce contexte, trois Conférences Islamiques des Ministres du Tourisme, y compris la conférence actuelle, se sont tenues au cours des trois dernières années.

Ce document tente d'étudier et d'évaluer la performance du secteur du tourisme dans les pays membres de l'OCI. Il a pour objet d'identifier les problèmes confrontant le tourisme dans ces pays et de proposer, dans le cadre du Plan d'Action de l'OCI, un certain nombre de recommandations pour le développement d'une industrie moderne et durable du tourisme dans les pays de l'OCI et pour le renforcement de leur coopération dans ce domaine important. En outre, il éclaire le thème de l'écotourisme comme un segment de marché important dans l'industrie du tourisme et présente une discussion brève à l'occasion de "l'Année Internationale de l'écotourisme 2002" et du Sommet mondial de l'écotourisme tenu dans la ville de Québec, au Canada, du 19 au 22 mai 2002.

2. TENDANCES RECENTES DES ACTIVITES TOURISTIQUES DANS LE MONDE

Le nombre d'arrivées de touristes internationaux a augmenté, passant de 457,2 millions en 1990 à 696,7 millions en l'an 2000, soit un taux de croissance annuelle moyenne de 4,3 pour cent. En l'an 2000, les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 7,2 pour cent, soit le taux de croissance le plus élevé enregistré au cours de la dernière décennie (Tableau 1). Cependant, pour la première fois depuis 1982, il y a eu une petite réduction en 2001 au cours de laquelle 692,7 millions d'arrivées de touristes internationaux ont été enregistrées, soit une diminution légère de 0,6 pour cent par rapport à l'année précédente. La croissance du tourisme a été affectée par la détérioration des conditions économiques des principales économies nord-américaines, européennes et asiatiques à la fin de 2000 et pendant 2001; la croissance économique mondiale a reculé, passant de 4,7 pour cent en 2000 à 2,5 pour cent en 2001.

L'Europe et les Amériques sont toujours les principales régions d'accueil touristiques. Au cours de la période 1990-2000, les arrivées de touristes internationaux dans ces deux régions ont enregistré un taux d'accroissement moyen de 3,6 et 3,3 pour cent respectivement. Dans l'absolu, en l'an 2000, ces régions ont enregistré 120 millions et 36 millions d'arrivées supplémentaires par rapport aux chiffres enregistrés

en 1990. Mais puisque les autres régions enregistrent une croissance plus rapide, la part de ces deux régions dans le total mondial s'est sensiblement réduite jusqu'en l'an 2001, passant de 61,8 pour cent à 57,8 pour cent pour l'Europe et de 20,3 pour cent à 17,4 pour cent pour les Amériques en 1990 (Tableau 1).

Cependant, comme le tourisme moderne est caractérisé par une tendance accrue des touristes à partir pour de nouvelles destinations, ainsi que par la diversification des produits touristiques et la concurrence croissante, les nouvelles destinations augmentent leur part de marché d'une manière régulière. A l'échelle régionale, cette dispersion croissante de touristes est illustrée par une augmentation supérieure à la moyenne du nombre d'arrivées de touristes internationaux en Asie orientale et dans le Pacifique, en Asie méridionale, en Afrique et dans le Moyen-Orient, et par une croissance inférieure à la moyenne dans les régions ayant de plus grandes traditions dans l'accueil des touristes, à savoir l'Europe et les Amériques (Tableau 1).

Comme on peut le voir dans le Tableau 1, toutes les régions du monde ont accueilli un plus grand nombre de touristes en l'an 2000. L'Asie orientale/Pacifique est la région qui a bénéficié le plus de cette transformation du marché mondial du tourisme. Les données montrent que cette région a enregistré le taux de croissance le plus élevé, tout en obtenant une part de 16,6 pour cent dans le marché mondial en l'an 2001. Le Moyen-Orient et l'Asie méridionale ont été les autres régions qui ont réalisé des progrès en l'an 2000, avec les arrivées de touristes enregistrant une hausse de 13,2 et 5,2 pour cent respectivement. L'Afrique a été relativement exclue du boom touristique en l'an 2000, avec une hausse de 3,4 pour cent seulement dans ses arrivées de touristes internationaux. Cependant, toutes les destinations n'ont pas été aussi affectées par la diminution dans les arrivées de touristes à l'échelle mondiale en 2001. La région la plus affectée était l'Asie méridionale (baisse de 6,3 pour cent) suivie des Amériques (-5,9 pour cent), du Moyen-Orient (-3,1 pour cent) et de l'Europe (-0,6 pour cent).

D'autre part, les recettes du tourisme international, à prix courants et compte non tenu des coûts du transport international, ont enregistré un taux de croissance annuelle moyenne de 6,1 pour cent au cours de la période 1990-2000. Les activités du tourisme international en l'an 2000 à l'échelle mondiale ont généré des recettes se montant à 474,4 milliards

de dollars des Etats-Unis, soit une augmentation de 4 pour cent par rapport à l'année précédente (Tableau 2). Cela signifie que les recettes générées par le tourisme international se montent à 1,3 milliard de dollars américains par jour. Cependant, les recettes du tourisme mondial ont baissé à 462,2 milliards de dollars des Etats-Unis en 2001, soit une réduction de 2,6 pour cent par rapport à l'année précédente. Il est alors évident que la baisse dans les recettes touristiques en 2001 a excédé la diminution dans le nombre d'arrivées de touristes. Cette situation est due au fait que quand il y a des troubles économiques et quand ils ont un petit budget, les touristes réagissent typiquement en s'abstenant non de voyager, mais de dépenser de l'argent, c'est-à-dire ils choisissent par exemple des séjours plus courts dans des destinations moins chères et le voyage et le logement dans des catégories inférieures.

Les tendances des taux de croissance moyenne des recettes du tourisme et les parts régionales de marché des recettes du tourisme à l'échelle mondiale diffèrent quelque peu des tendances des arrivées de touristes. Cette différence est principalement due au fait que les recettes par arrivée varient selon les caractéristiques du tourisme dans chaque région quant à la durée du séjour, l'objet de la visite, la distance géographique, etc. A cet égard, la moyenne mondiale des recettes touristiques par arrivée se monta à 667 dollars des Etats-Unis en 2001; elles étaient les plus élevées aux Amériques (1013 dollars) suivies de l'Asie méridionale (825 dollars) et de l'Asie orientale/Pacifique (712 dollars)(calculées à partir des données répertoriées dans les Tableaux 1 et 2.).

En 2001, l'Europe était le pays avec les recettes touristiques les plus élevées se montant à 230,1 milliards de dollars des Etats-Unis, soit une part de 49,8 pour cent des recettes mondiales, suivie des Amériques avec 122,4 milliards de dollars, soit 26,5 pour cent des recettes mondiales. La région d'Asie orientale/Pacifique est en troisième position avec 82 milliards de dollars, soit 17,7 pour cent, suivie de l'Afrique avec 11,7 milliards de dollars, soit 2,5 pour cent, du Moyen-Orient avec 11,2 milliards de dollars, soit 2,4 pour cent et de l'Asie méridionale avec 4,7 milliards de dollars, soit une part de 1 pour cent seulement. Cependant, lorsqu'on considère les taux de croissance moyenne des recettes touristiques au cours de la période 1990-2000, la situation s'avère complètement différente: l'Asie méridionale est en haut de la liste avec 9,8 pour cent, et l'Europe est en bas de la liste avec 4,9 pour cent (voir Tableau 2).

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, il est devenu évident que le redressement du tourisme international, influencé par la croissance économique mondiale accrue connue au cours de la première partie de l'an 2001, a déjà commencé. Les craintes disparaissent petit à petit et les affaires reprennent graduellement. Le redressement est le plus visible dans les voyages intra-régionales et dans les régions d'Asie orientale/Pacifique (sous l'influence de la Coupe du monde), d'Europe et d'Afrique. L'Organisation Mondiale du Tourisme prévoit, qu'à long terme, le nombre de personnes qui effectuent des voyages internationaux devra atteindre plus de 1,56 milliards en 2020 contre 697 millions en l'an 2000, soit une croissance annuelle moyenne de plus de 4 pour cent. Les recettes du tourisme international devront monter en flèche, passant de 474 milliards de dollars des Etats-Unis en 2000 à plus de 2 trillions de dollars en 2020. Le nombre total des arrivées de touristes par région montre qu'en 2020, les trois principales régions accueillant des touristes seront l'Europe, l'Asie orientale/Pacifique et les Amériques suivis de l'Afrique, du Moyen-Orient et de l'Asie méridionale.

3. INDICATEURS DE BASE DU TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCI

Compte tenu de la vue d'ensemble exposée plus haut sur les tendances du tourisme international à l'échelle mondiale, cette section tente d'examiner les indicateurs de base du tourisme dans les pays de l'OCI, et de les comparer avec les indicateurs mondiaux et ceux d'autres régions. Le document se concentre particulièrement sur le volume (c'est-à-dire le nombre d'arrivées de touristes) et la valeur (c'est-à-dire la valeur des recettes touristiques exprimée en dollars des Etats-Unis à prix courants) des activités de tourisme international dans les pays de l'OCI. En outre, on a tenté, à la fin de cette section, d'évaluer le rôle du secteur du tourisme dans les économies de ces pays. Cette évaluation a été faite en calculant la balance du tourisme international en dollars des Etats-Unis à prix courants (c'est-à-dire en déduisant les dépenses au titre du tourisme international des recettes au titre du tourisme international) pour les pays pris individuellement pour lesquels les données pertinentes sont disponibles. Cette balance a ensuite été rapportée au PNB de chaque pays. Les recettes du tourisme international ont été aussi rapportées, en pourcentages, aux exportations de chaque pays.

TABLEAU 1: ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX PAR REGION

	Arrivées de touristes (en millions)				Part de marché (%)				Taux de croissance (%)		
	1990	1999	2000	2001	1990	1999	2000	2001	90-00	99-00	00-01
Total mondial	457,2	652,2	696,7	692,7	100,0	100,0	100,0	100,0	4,3	7,2	-0,6
Europe	282,7	380,6	402,7	400,3	61,8	58,2	57,8	57,8	3,6	5,8	-0,6
Amériques	92,8	122,1	128,2	120,8	20,3	19,6	18,4	17,4	3,3	5,0	-5,9
Asie orient./Pacif.	54,6	96,8	109,1	115,1	11,9	15,5	15,7	16,6	7,2	12,7	5,5
Afrique	15,0	26,3	27,2	28,2	3,3	3,7	3,9	4,1	6,1	3,4	3,8
Moyen-Orient	9,0	20,5	23,2	22,5	2,0	2,3	3,3	3,2	10,0	13,2	-3,1
Asie méridionale	3,2	5,8	6,1	5,7	0,7	0,8	0,9	0,8	6,8	5,2	-6,3
Pays de l'OCI	34,3	54,4	65,6	-	7,5	8,3	9,4	-	6,7	20,6	-

Source: Organisation Mondiale du Tourisme.

TABLEAU 2: RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL PAR REGION

	Recettes du tourisme (en milliards de dollars des Etats Unis)				Part de marché (%)				Taux de croissance (%)		
	1990	1999	2000	2001	1990	1999	2000	2001	90-00	99-00	00-01
Total mondial	263,4	456,3	474,4	462,2	100,0	100,0	100,0	100,0	6,1	4,0	-2,6
Europe	143,2	232,8	233,0	230,1	54,4	50,9	49,1	49,8	4,9	0,1	-1,3
Amériques	69,2	122,4	132,8	122,4	26,3	25,1	28,0	26,5	7,1	8,5	-8,5
Asie orient./Pacif.	39,2	75,2	81,4	82,0	14,9	19,0	17,2	17,7	7,7	8,2	0,7
Afrique	5,3	10,3	10,9	11,7	2,0	2,1	2,3	2,5	7,8	5,8	6,8
Moyen-Orient	4,4	9,7	11,5	11,2	1,7	1,9	2,4	2,4	9,0	18,6	-2,7
Asie méridionale	2,0	4,6	4,9	4,7	0,8	0,9	1,0	1,0	9,8	6,5	-4,3
Pays de l'OCI	14,6	27,6	33,4	-	5,5	6,1	7,0	-	8,6	21,0	-

Source: Organisation Mondiale du Tourisme.

3.1. Arrivées de touristes

Selon les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme, 65,6 millions d'arrivées de touristes internationaux ont été enregistrées en l'an 2000 dans les pays de l'OCI pour lesquels les données sont disponibles (Tableau A.1 en annexe). Par conséquent, les arrivées de touristes dans les pays de l'OCI ont augmenté au taux impressionnant de 20,6 pour cent en l'an 2000, soit son taux de croissance le plus élevé jamais enregistré et presque trois fois celui atteint en 1999. Néanmoins, bien que ce taux soit nettement supérieur à celui du total mondial, la part respective des pays de l'OCI dans le marché mondial du tourisme international a justifié seulement de 9,4 pour cent en 2000, soit une hausse de 1,1 pour cent seulement contre leur part en 1999 (Tableau 3).

Cependant, en moyenne, le taux de croissance des arrivées de touristes internationaux dans les pays de l'OCI au cours des années 90 a été nettement supérieur à celui du total mondial et celui des régions traditionnelles accueillant des touristes de l'Europe et des Amériques et relativement comparable avec d'autres régions en développement du monde. Au niveau régional de l'OCI, à l'exception des pays de l'OCI situés en Afrique, le nombre d'arrivées de touristes dans d'autres régions de l'OCI a augmenté à un rythme supérieur à celui du taux de croissance de ces mêmes régions du monde au cours de la période 1990-2000 (Tableaux 1 et 3).

Quant aux parts des régions de l'OCI dans le total du marché des touristes internationaux en l'an 2000, la région OCI-Moyen-Orient est en tête avec 34,5 pour cent. Elle est suivie de la région OCI-Asie orientale/Pacifique avec 24,8 pour cent. Les pays de l'OCI en Afrique ont justifié de 18,3 pour cent dans le total des arrivées de touristes et les pays de l'OCI en Europe (y compris ceux situés en Asie centrale) ont justifié de 18 pour cent. Par contre, bien que les pays de l'OCI situés en Asie méridionale aient enregistré une part de 4,4 pour cent seulement dans le total du marché de l'OCI d'arrivées de touristes, leurs taux de croissance des arrivées de touristes internationaux ont été les plus élevés de toutes les autres régions de l'OCI au cours des années 90 (Tableau 3).

Au niveau des pays pris individuellement, les données répertoriées dans le Tableau 3 indiquent que les arrivées de touristes internationaux dans les pays de l'OCI se sont concentrées dans un petit nombre de pays. En termes de nombres absolus d'arrivées et de parts dans le marché total de

l'OCI, les principales destinations touristiques sont la Malaisie, la Turquie, l'Arabie Saoudite, l'Egypte, l'Indonésie, la Tunisie, le Maroc, les Emirats Arabes Unis, le Bahreïn et l'Iran. En l'an 2000, ce groupe de pays de l'OCI a enregistré 53,5 millions d'arrivées de touristes internationaux, soit 81,6 pour cent du total du marché touristique de l'OCI et une augmentation de 21,9 pour cent par rapport à l'an 1999. Au cours de la période 1990-2000, les arrivées de touristes dans ces pays en tant que groupe se sont accrues en moyenne de 6,5 pour cent, soit un taux presque égal à la moyenne de l'OCI au cours de la même période (Tableau 3).

3.2. Recettes du tourisme

D'autre part, les données répertoriées dans le Tableau 4 définissent la situation en termes de valeur des activités de tourisme international dans les pays de l'OCI, c'est-à-dire la valeur des recettes du tourisme en dollars des Etats-Unis à prix courants. A cet égard, les tendances des recettes du tourisme international dans les pays et régions de l'OCI ont suivi, en grande partie, les tendances des arrivées de touristes internationaux.

En l'an 2000, le tourisme international dans les pays de l'OCI pour lesquels les données sont disponibles a généré 33,4 milliards de dollars des Etats-Unis, soit un accroissement de 21,0 par rapport à l'année précédente. Ce taux était nettement supérieur au taux d'augmentation des recettes au titre du tourisme international à l'échelle mondiale (4 pour cent) au cours de la même année. En outre, au cours de la période 1990-2000, le total des recettes du tourisme de l'OCI s'est accru en moyenne de 8,6 pour cent par an contre une moyenne mondiale de 6,1 pour cent. Cependant, la part des recettes touristiques des pays de l'OCI dans le total mondial a justifié de 7 pour cent seulement en l'an 2000, soit une augmentation de 0,9 pour cent seulement par rapport à leur part en 1999 (Tableau 2).

Au niveau régional, les parts des recettes touristiques de l'OCI dans les recettes du tourisme à l'échelle mondiale sont quelque peu différentes des parts dans les arrivées de touristes. Cela est aussi valable pour les parts des régions et des pays de l'OCI dans le total des recettes touristiques de l'OCI. Tel qu'il a été mentionné plus haut, cette situation est due au fait que les recettes par arrivée varient d'une région à l'autre et d'un pays à l'autre selon les caractéristiques du tourisme quant à la durée du séjour, l'objet de la visite, les types d'achats, etc.

TABEAU 3: ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX DANS LES PAYS DE L'OCI PAR REGION ET PRINCIPALES DESTINATIONS TOURISTIQUES

	Arrivées de touristes (en millions)				Part de marché (%)				Taux de croissance (%)		
	1990	1995	1999	2000	1990	1995	1999	2000	99-00	95-00	90-00
Total mondial	457,2	550,3	652,2	696,7	100,0	100,0	100,0	100,0	7,2	4,8	4,3
Total de l'OCI	34,3	42,9	54,4	65,6	7,5	7,8	8,3	9,4	20,6	8,9	6,7
Régions de l'OCI:	Part dans le marché de l'OCI										
Moyen-Orient	8,8	12,1	18,9	22,6	25,7	28,2	34,7	34,5	19,6	13,4	9,9
Asie orient./Pacif.	10,0	12,3	13,6	16,3	29,2	28,7	25,0	24,8	19,9	5,8	5,0
Afrique	9,7	9,4	11,6	12,0	28,3	21,9	21,3	18,3	3,4	4,9	2,1
Europe et Asie cent.	4,8	7,8	7,9	11,8	14,0	18,2	14,5	18,0	49,4	17,5	9,3
Asie méridionale	0,9	1,3	2,4	2,9	2,6	3,0	4,4	4,4	26,1	15,9	12,6
Amériques	0,11	0,14	0,13	0,16	0,3	0,2	0,2	0,3	23,1	1,8	4,0
Principales Destinations:											
Malaisie	7,4	7,5	7,9	10,2	21,6	17,5	14,5	15,5	29,1	6,3	3,3
Turquie	4,8	7,1	6,9	9,6	14,0	16,6	12,7	14,6	39,1	6,2	7,2
Arabie Saoudite	2,2	3,3	4,6	6,3	6,4	7,7	8,5	9,6	37,0	13,8	11,1
Egypte	2,4	2,9	4,5	5,1	7,0	6,8	8,3	7,8	13,3	12,0	7,8
Indonésie	2,2	4,3	4,7	5,1	6,4	10,0	8,6	7,8	8,5	3,5	8,8
Tunisie	3,2	4,1	4,8	5,1	9,3	9,6	8,8	7,8	6,3	4,5	4,8
Maroc	4	2,6	3,8	4,1	11,7	6,1	7,0	6,3	7,9	9,5	0,2
E.A.U.	0,6	1,6	3,4	3,9	1,7	3,7	6,3	5,9	14,7	19,5	20,6
Bahreïn	1,4	1,4	2	2,4	4,1	3,3	3,7	3,7	20,0	11,4	5,5
Iran	0,2	0,5	1,3	1,7	0,6	1,2	2,4	2,6	30,8	27,7	23,9
Sous-total	28,4	35,3	43,9	53,5	82,8	82,3	80,7	81,6	21,9	8,7	6,5

Source: Etabli à partir des données répertoriées dans le Tableau A.1 en annexe.

Quant aux parts des régions de l'OCI dans le total des recettes touristiques de l'OCI, la région OCI-Asie orientale/Pacifique est en tête avec une part de marché de 32 pour cent suivie de la région OCI-Moyen-Orient avec 26,3 pour cent. Les pays de l'OCI en Europe (surtout la Turquie) ont justifié de 25,4 pour cent dans le total des recettes touristiques de l'OCI. Les pays de l'OCI en Afrique ont justifié de 12,3 pour cent du même total. Par contre, bien que les pays de l'OCI situés en Asie méridionale aient enregistré la part la moins élevée dans le total des recettes touristiques de l'OCI (3,9 pour cent), le taux de croissance de leurs recettes a été le plus élevé (15,8 pour cent) de toutes les autres régions de l'OCI au cours de la période 1990-2000 (Tableau 4).

Comme dans le cas des arrivées de touristes, les données répertoriées dans le Tableau 4 indiquent que les recettes du tourisme dans les pays de l'OCI se sont concentrées dans un petit nombre de pays qui sont plus ou moins les mêmes pays que ceux qui constituent les principales destinations touristiques de l'OCI. Par ordre décroissant de leurs recettes touristiques, les principaux pays de l'OCI sont la Turquie, l'Indonésie, la Malaisie, l'Égypte, le Maroc, la Tunisie, la Syrie, les Emirats Arabes Unis, l'Iran et le Liban. En l'an 2000, les recettes de ce groupe de pays de l'OCI ont atteint le chiffre de 29,7 milliards de dollars des États-Unis, soit 88,9 pour cent of du total des recettes touristiques de l'OCI et une augmentation de 23,2 pour cent par rapport à l'année précédente. Au cours de la période 1990-2000, les recettes du tourisme faites par ces pays en tant que groupe se sont accrues en moyenne de 10,5 pour cent par an contre le chiffre de 8,6 pour cent enregistré par le total des recettes touristiques de l'OCI.

3.3. Balance du tourisme international

Dans cette section, la balance du tourisme international exprimée en dollars des États-Unis à prix courants a été calculée pour les pays de l'OCI pris individuellement pour lesquels les données pertinentes sont disponibles (voir Tableau A.3 en annexe). Le calcul a été fait en déduisant les dépenses au titre du tourisme international de chaque pays de ses recettes au titre du tourisme international. Afin d'évaluer le rôle du secteur du tourisme dans les économies des pays membres de l'OCI, le résultat obtenu a été ensuite mis en corrélation au PNB de chaque pays. En outre, les recettes du tourisme international ont été aussi rapportées, en pourcentages, aux exportations de chaque pays. Le résultat de cet exercice est présenté dans les Tableaux A.4 et A.5, respectivement, en annexe.

TABLEAU 4: RECETTES DE L'OCI AU TITRE DU TOURISME INTERNATIONAL PAR REGION ET PRINCIPAUX PAYS EN FONCTION DE LEURS RECETTES TOURISTIQUES

	Recettes du tourisme (en milliards de dollars des E.-U.)				Part de marché (%)				Taux de croissance (%)		
	1990	1995	1999	2000	1990	1995	1999	2000	99-00	95-00	90-00
Total mondial	263,4	406,2	456,3	474,4	100,0	100,0	100,0	100,0	4,0	3,2	6,1
Total de l'OCI	14,6	26,2	27,6	33,4	5,5	6,5	6,1	7,0	21,0	4,9	8,6
<i>Régions de l'OCI:</i>	Part dans le marché de l'OCI										
Asie orient./Pacif.	3,8	9,2	8,3	10,7	26,0	35,1	30,1	32,0	28,9	3,1	10,9
Moyen-Orient	4,4	7,8	8,1	8,8	30,1	29,8	29,3	26,3	8,6	2,4	7,2
Europe et Asie cent.	3,2	5,3	5,9	8,5	21,9	20,2	21,4	25,4	44,1	9,9	10,3
Afrique	2,8	3,3	4,2	4,1	19,2	12,6	15,2	12,3	-2,4	4,4	3,9
Asie méridionale	0,3	0,5	1,1	1,3	2,1	1,9	4,0	3,9	18,2	21,1	15,8
Amériques	0,03	0,09	0,06	0,01	0,3	0,4	0,4	0,0	-83,3	-35,6	-10,4
<i>Principaux pays en fonction de leurs recettes:</i>											
Turquie	3,2	5,0	5,2	7,6	21,9	19,1	18,8	22,8	46,2	8,7	9,0
Indonésie	2,1	5,2	4,7	5,7	14,4	19,8	17,0	17,1	21,3	1,9	10,5
Malaisie	1,7	3,9	3,5	4,9	11,6	14,9	12,7	14,7	40,0	4,7	11,2
Egypte	1,1	2,7	3,9	4,3	7,5	10,3	14,1	12,9	10,3	9,8	14,6
Maroc	1,3	1,3	1,9	2,0	8,9	5,0	6,9	6,0	5,3	9,0	4,4
Tunisie	0,9	1,4	1,6	1,5	6,2	5,3	5,8	4,5	-6,3	1,4	5,2
Syrie	0,3	1,2	1,0	1,1	2,1	4,6	3,6	3,3	10,0	-1,7	13,9
E.A.U.	0,2	0,7	0,9	1,0	1,4	2,7	3,3	3,0	11,1	7,4	17,5
Iran	0,1	0,2	0,7	0,9	0,7	0,8	2,5	2,7	28,6	35,1	24,6
Liban	-	0,7	0,7	0,7	-	2,7	2,5	2,1	0,0	0,0	-
Sous-total	10,9	22,3	24,1	29,7	74,7	85,1	87,3	88,9	23,2	5,9	10,5

Source: Etabli à partir des données répertoriées dans le Tableau A.2 en annexe.

**TABLEAU 5: DIX PREMIERS PAYS DE L'OCI EN FONCTION DE
LEUR BALANCE DU TOURISME INTERNATIONAL
(en millions de dollars des Etats-Unis)**

	1996	1997	1998	1999	2000
Turquie	4697	6372	6055	3732	5925
Malaisie	1878	112	671	1567	4947
Egypte	1887	2380	1417	2825	3272
Indonésie	3908	2910	2229	2357	2552
Maroc	1374	1133	1288	1440	1610
Tunisie	1160	1126	1322	1321	1233
Syrie	652	468	437	401	442
Jordanie	362	376	420	440	335
Bahreïn	154	189	224	249	300
Maldives	228	247	261	280	298

Source: Tableau A.3 en annexe.

Le Tableau 5 montre, par ordre décroissant, les dix principaux pays de l'OCI en fonction de leur balance du tourisme international en millions de dollars des Etats-Unis. Lorsqu'on compare ces données avec celles répertoriées dans les Tableaux 3 et 4, il est clair que la plupart de ces pays sont les principales destinations touristiques de l'OCI et qu'ils sont en même temps les principaux pays en termes de leurs recettes touristiques. Néanmoins, lorsque nous examinons le rôle du secteur du tourisme dans les économies des pays de l'OCI en termes de la contribution de l'activité économique au PNB et aux exportations de chaque pays, le tableau reflète une situation extrêmement différente. Elle apparaît clairement dans les Tableaux 6 et 7 ci-dessous.

Quant à la contribution du tourisme au PNB des pays de l'OCI, le Tableau 6 dresse une liste des pays de l'OCI, par ordre décroissant, en fonction de leur balance du tourisme international en tant que pourcentage de leur PNB. Le tableau a été reparté en 5 rangées dont la plus haute comprend les pays dont la contribution atteint le taux de 50 pour cent et plus et la rangée la plus basse comprend ceux dont la contribution atteint des chiffres records inférieurs à zéro. De façon similaire, le Tableau 7, d'autre part, énumère les pays de l'OCI en fonction de leurs recettes au titre du tourisme international en tant que pourcentage de leurs exportations.

Les données répertoriées dans le Tableau 6 indiquent qu'en général le rôle du tourisme dans les pays de l'OCI n'est fonction ni de la taille ni de la

richesse de l'économie. A cet égard, le tourisme s'avère être la principale activité économique aux Maldives, le seul pays où le tourisme apporte une très large contribution à l'économie (78,2 pour cent du PNB). En outre, dans quelques pays, il s'avère que le tourisme joue un rôle important si l'on considère la taille de leurs économies. Ce groupe comprend les pays de l'OCI dans lesquels le tourisme a justifié de 5 à 10 pour cent de leur PNB (c'est-à-dire les Comores, le Guyana, la Tunisie et la Jordanie).

TABLEAU 6: BALANCE DU TOURISME INTERNATIONAL EN TANT QUE POURCENTAGE DU PNB (Moyenne 1996-2000)

(%)	Pays
50 ⁺	Maldives (78,2 %)
5 – 10 ⁺	Comores (10,1%), Guyana (9,3%), Tunisie (6,4%), Jordanie (5,2%)
1 - 4,9	Liban, Maroc, Gambie, Syrie, Bahreïn, Albanie, Egypte, Turquie, Malaisie, Sénégal, Indonésie, Bénin
0,1 - 0,9	Sierra Leone, Mali, Togo, Ouganda, Ouzbékistan, Rép. kirghize
(-) - 0,0	Iran, Niger, Bangladesh, Soudan, Pakistan, Libye, Guinée, Yémen, Cameroun, Turkménistan, Kazakhstan, Côte d'Ivoire, Azerbaïdjan, Mauritanie, Gabon, Nigeria, Koweït, Oman

Source: Tableau A.4 en annexe.

Plus intéressante est l'information donnée par le Tableau 6 selon laquelle le secteur du tourisme joue un rôle limité dans la plupart des économies des pays de l'OCI qui sont les principales destinations touristiques et dont les recettes touristiques sont les plus importantes. Ce groupe comprend les pays de l'OCI où le tourisme a justifié de 1 à 4,9 pour cent du PNB (tels que par exemple la Malaisie, la Turquie, l'Egypte, l'Indonésie, le Maroc, le Liban etc.). En outre, on constate que la balance du tourisme a un impact insignifiant ou même négatif sur les économies de la majorité des pays de l'OCI pour lesquels les données sont disponibles (c'est-à-dire les pays ayant une balance du tourisme nulle ou négative -déficitaire-).

D'autre part, les données répertoriées dans le Tableau 7 indiquent que le tourisme semble jouer un rôle plus significatif dans les économies des pays de l'OCI en tant que source de recettes en devises étrangères. Au cours de la période 1996-2000, l'activité touristique a généré, en moyenne, des recettes en devises étrangères plus de quatre fois celles générées par les exportations aux Maldives, et presque trois fois celle des exportations aux Comores et presque deux fois cette même valeur en Gambie. Au cours de la même période, les recettes du tourisme

international ont justifié, en moyenne, de 128,1 pour cent du total des exportations au Liban et de 94 pour cent en Egypte, de 76,9 pour cent en Sierra Leone et de 62,4 pour cent en Albanie. Elles ont aussi justifié de 25 à 49 pour cent de la valeur des exportations dans 5 pays et de 10 à 24 pour cent de la valeur des exportations dans 8 pays et de 5 à 9 pour cent dans 3 pays. Néanmoins, on a remarqué que le tourisme joue un rôle mineur dans la génération des recettes en devises étrangères dans un grand nombre de pays de l'OCI, c'est-à-dire les pays dans lesquels les recettes au titre du tourisme international ont justifié de moins de 5 pour cent de leurs exportations (voir Tableau 7).

TABLEAU 7: RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL EN TANT QUE POURCENTAGE DES EXPORTATIONS DANS LES PAYS DE L'OCI (Moyenne 1996-2000)

(%)	Pays
50 +	Maldives (442,5%), Comores (273,8%), Gambie (180,8%), Liban (128,1%), Egypte (94%), Sierra Leone (76,9%), Albanie (62,4%)
25 - 49	Jordanie (41,5%), Turquie (26,7%), Tunisie (25,9%), Ouganda (25,5%), Syrie (25,1%)
10 - 24	Maroc, Sénégal, Burkina Faso, Turkménistan, Azerbaïdjan, Mali, Guyana, Indonésie
5 - 9	Bahreïn, Bénin, Kazakhstan
0,1 - 4,9	Malaisie, Mauritanie, Niger, Yémen, Togo, Iran, Côte d'Ivoire, Oman, Koweït, Pakistan, Bangladesh, Rép. kirghize, Soudan, Nigeria, Guinée, Ouzbékistan, Gabon, Libye, Surinam, E.A.U.

Source: Tableau A.5 en annexe.

Compte tenu de ce qui précède, il semble que, jusqu'à présent, seuls les pays ayant un potentiel touristique inhérent (naturel, historique, culturel, etc.) tendent généralement à développer et élargir leurs secteurs du tourisme. Les résultats de l'exercice entrepris ci-dessus indiquent que le développement du tourisme est négligé dans certains pays riches en ressources naturelles ainsi que dans les pays les plus pauvres de l'OCI. Les principales raisons à cela sont l'inconscience dans les deux groupes du rôle économique du tourisme mais aussi le manque des ressources et l'insuffisance des infrastructures dans le second groupe. Ainsi, bien qu'elle soit un facteur essentiel, à elle seule la potentialité en ressources naturelles inhérentes n'est pas suffisante pour une industrie du tourisme réussie. Si l'on veut mettre cette potentialité à profit, elle doit être développée et gérée sur la base des critères stricts de durabilité et elle doit être accompagnée d'une planification perspicace, d'une sensibilisation publique et sociale et de stratégies et politiques prudentes.

4. PROBLEMES CONFRONTANT LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME DURABLE DANS LES PAYS DE L'OCI

Compte tenu de leurs patrimoines naturels, géographiques, historiques et culturels significatifs et divers, les pays de l'OCI possèdent un potentiel énorme pour le développement d'un secteur durable du tourisme. Cependant, considérant la part modeste des pays de l'OCI dans le marché mondial du tourisme, il semble que ce potentiel inhérent n'a pas encore trouvé son expression dans des niveaux de développement souhaités dans le domaine du tourisme dans beaucoup de ces pays et dans la région de l'OCI dans son ensemble.

Les problèmes confrontant le secteur du tourisme et le développement d'un secteur durable du tourisme dans les pays de l'OCI sont divers parce que chaque pays a ses propres traits touristiques, son niveau de développement, et ses priorités et projets nationaux de développement. Cependant, ces problèmes, *entre autres*, peuvent être résumés comme suit:

- ***Manque de potentiel touristique inhérent (naturel, historique, culturel, etc.)***. Dans certains pays, le développement du tourisme est entravé par le manque de ressources naturelles, historiques ou culturelles inhérentes au tourisme du pays. Néanmoins, tel qu'il a été mentionné plus haut, bien qu'elle soit un facteur essentiel, à elle seule la potentialité du patrimoine n'est pas suffisante pour une industrie du tourisme réussie.
- ***Manque de connaissance et de conscience***. Dans certains pays, il y a encore un manque fondamental de connaissances de base quant à l'importance économique du tourisme en tant qu'industrie et son impact positif en tant que source potentielle de devises étrangères et d'emplois.
- ***Manque de savoir-faire technique et insuffisance de l'activité publicitaire***. Même si cette conscience fondamentale existe, dans un grand nombre de cas il y a généralement un manque de connaissances et de professionnels dans le domaine du tourisme. En tant qu'industrie moderne, le tourisme est un fait nouveau dans le monde. Il est également une activité nouvelle et inconnue dans un grand nombre de pays de l'OCI. Un autre problème connexe est

l'absence ou l'insuffisance de la promotion publicitaire ou de la couverture par les mass média en raison, dans un grand nombre de cas, de la disponibilité limitée des services technologiques.

- ***Manque d'infrastructures liées au tourisme.*** Beaucoup de pays de l'OCI ne disposent pas des infrastructures nécessaires et suffisantes pour le développement d'un secteur touristique réussi, notamment pour ce qui est des hôtels et des services d'hébergement, des transports et des communications, et des services de sécurité et d'information touristiques. Ces pays éprouvent des difficultés à fournir les normes de qualité d'installations et de services que les touristes exigent.
- ***Manque d'investissements dans le domaine du tourisme.*** Tandis que l'investissement dans le secteur des services est une activité économique bien établie dans les pays développés, il est encore insuffisant dans les pays en développement. L'investissement dans des projets orientés vers les services, notamment dans le domaine du tourisme, est souvent considéré comme étant une tâche à haut risque. Par conséquent, bien qu'ils puissent disposer d'un potentiel touristique naturel, un grand nombre de pays pauvres et de pays moins avancés de l'OCI éprouvent des difficultés énormes à accéder à un financement raisonnable de leurs projets touristiques même s'ils arrivent à traiter les problèmes liés à l'identification et la planification des projets.
- ***Manque de stratégies et de politiques cohérentes en matière de tourisme.*** Beaucoup de pays de l'OCI éprouvent encore des difficultés à établir des politiques intégrées en matière de tourisme, généralement en raison des conflits de politique entre les départements des pouvoirs publics et les agences privées de tourisme. Viennent s'ajouter à cela l'absence d'une administration efficace et le manque de cadres réglementaires et institutionnels en ce qui concerne l'activité touristique.
- ***Manque de diversification touristique.*** Pendant de nombreuses années, le tourisme international a été caractérisé par sa concentration sur les littoraux ou autour des cours d'eau, et en été pour le repos, la détente et les loisirs. Cependant, l'activité touristique moderne a

manifesté une tendance croissante vers la diversification et le changement. A cause de cette tendance, un grand nombre de pays de l'OCI, y compris ceux qui ont un secteur du tourisme relativement développé, ont des difficultés à suivre le rythme des demandes complexes et en rapide changement des touristes. Dans un marché international extrêmement concurrentiel et compte tenu l'émergence de nouvelles destinations touristiques, l'amélioration des conditions favorables au développement d'un tourisme moderne n'est pas un processus facile.

- Manque de sécurité. La sécurité des touristes est parmi les facteurs essentiels pour toute industrie touristique réussie et devrait ainsi être l'un des objectifs principaux de la planification et des dispositions prises en matière de tourisme. Les problèmes liés à la sécurité dans le domaine du tourisme, qu'ils soient réels ou imaginaires, ont un impact négatif sur la réputation des pays hôtes. A cet égard, les perceptions négatives semblent nuire aux perspectives du tourisme dans un grand nombre de pays de l'OCI. Même des facteurs tels que les rumeurs peuvent porter préjudice à des saisons touristiques entières.

4. QUESTIONS DE DURABILITE ET DEVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DU TOURISME: ECOTOURISME

Les principes du tourisme durable ont été arrêtés par l'Organisation Mondiale du Tourisme en 1988; le tourisme durable se définit comme une façon de gérer "toutes les ressources permettant de satisfaire les besoins économiques, esthétiques et sociaux et de préserver l'intégrité culturelle, les écosystèmes, la biodiversité et les systèmes de soutien de la vie"².

L'industrie du tourisme vient de manifester une croissance soutenue et est enfin mondialement reconnue comme l'un des grands secteurs. Elle a une grande influence économique, sociale, culturelle et environnementale qui atteint presque tous les coins du monde. Cependant, l'industrie du tourisme va maintenant prendre un tournant décisif; elle lutte pour affronter les effets écologiques correspondants. La responsabilité environnementale et sociale n'est pas entièrement définie par un grand nombre d'acteurs de l'industrie, notamment ceux du secteur de l'écotourisme, le sujet de cette section spéciale.

² Organisation Mondiale du Tourisme, "*Sustainable Development of Tourism*", <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/WTO-UNEP-Concept-Paper.htm>.

5.1. Ecotourisme

Il s'écrit beaucoup de choses sur l'écotourisme et il y a eu beaucoup de tentatives pour le définir. Néanmoins, à cause des nombreuses formes que prennent les activités écotouristiques proposées par une grande variété d'opérateurs et pratiquées par un éventail de touristes encore plus large, peu de gens s'entendent sur sa signification. L'écotourisme a été commercialisé comme une forme de tourisme axé sur la nature, mais les experts de développement, les universitaires et les ONG l'ont aussi étudié comme un outil du développement durable depuis 1990.

En 1991, la Société internationale de l'écotourisme a fait l'une des premières définitions de l'écotourisme comme étant: "voyage responsable aux zones naturelles qui préserve l'environnement et soutient le bien-être des populations locales"³. L'Alliance mondiale pour la nature (IUCN) déclare en 1996 que l'écotourisme "...est le voyage et la visite écologiquement responsables à des zones naturelles relativement inchangées, pour apprécier la nature et toutes les particularités culturelles qui l'accompagnent, promouvant la préservation, ayant peu d'impact sur les visiteurs et assurant la participation socio-économique avantageuse et active des populations locales"⁴.

Egalement utile est la définition fournie par la Fédération européenne des parcs nationaux, qui définit le tourisme durable dans les zones naturelles comme étant: "toutes les formes de développement, de gestion et d'opérations dans le domaine du tourisme qui préservent l'intégrité environnementale, sociale et économique et le bien-être des ressources naturelles, construites et culturelles à perpétuité"⁵. L'Organisation Mondiale du Tourisme accepte que "l'écotourisme est le tourisme pratiqué dans des zones naturelles relativement inchangées, ayant pour objectif principal de les admirer et apprendre"⁶.

³ Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), "*About Ecotourism*", <http://www.uneptie.org/pc/tourism/ecotourism/home.htm>.

⁴ *ibid.*

⁵ http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/Regional_Activities/Mozambique/Speech.

⁶ Organisation Mondiale du Tourisme, "*Recommendations on Tourism Statistics and Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*", <http://www.world-tourism.org>.

Par conséquent, compte tenu de ces définitions, le terme “écotourisme” correspond, d’une part, à un segment spécifique du marché de tourisme et, d’autre part, à un concept basé sur un ensemble de principes. L’écotourisme est une activité touristique petite mais en rapide croissance. Les activités publicitaires annoncent que l’écotourisme est principalement une forme de tourisme axé sur la nature et qu’il a des liens étroits avec le tourisme rural et culturel. Ainsi, il constitue un marché de créneau dans le plus grand marché du tourisme.

Il y a des années que le concept a été défini et il est possible de résumer les caractéristiques générales de l’écotourisme comme suit⁷: Il (1) contribue à la préservation de la biodiversité, (2) supporte le bien-être des populations locales, (3) comporte une part d’éducation et d’interprétation, (4) implique une action responsable de la part des touristes et de l’industrie du tourisme, exige la consommation minimum possible des ressources non renouvelables, et (6) met l’accent sur la participation locale et les possibilités locales de propriété et d’affaires, notamment pour les populations rurales.

Si l’écotourisme est correctement planifié et géré, il peut être une source viable de bénéfices économiques pour les gouvernements, les entrepreneurs privés et les communautés locales. En outre, il peut servir d’outil efficace pour la préservation du patrimoine naturel et culturel. Par conséquent, l’écotourisme est un composant du domaine du tourisme durable. Il aspire dans tous les cas à réaliser des résultats durables en matière de développement. Cependant, il faut souligner que toutes les activités dans le domaine du tourisme, qu’elles soient axées sur les vacances, les affaires, les conférences ou les foires, la santé, l’aventure ou l’écotourisme, devraient viser la durabilité. Cela signifie que la planification et le développement de l’infrastructure du tourisme, et ensuite son fonctionnement et son marketing devraient se concentrer sur les critères de la durabilité environnementale, sociale, culturelle et économique.

5.2. 2002, Année internationale de l’écotourisme

Reconnaissant l’importance croissante de l’écotourisme à l’échelle mondiale et sur recommandation du Conseil économique et social en

⁷ Pour plus d’informations sur les directives, les systèmes d’accréditation et les critères de durabilité pour l’industrie de l’écotourisme, voir “*UNEP’s Ecotourism Principles, Practices and Policies for Sustainability*” à l’adresse suivante:
<http://www.uneptie.org/pc/tourism/ecotourism/home.htm>.

juillet 1998, l'Assemblée générale des Nations Unies a proclamé et déclaré 2002 Année internationale de l'écotourisme (AIE). Cette décision a été considérée comme étant un encouragement pour des efforts intensifiés de coopération de la part des gouvernements et des organisations internationales et régionales, ainsi que des organisations non gouvernementales, visant à réaliser les objectifs de l'Action 21 concernant la promotion du développement et la protection de l'environnement.⁸

Le Conseil économique et social des Nations unies a invité ses Etats membres, les membres des agences spécialisées et les organisations intergouvernementales et gouvernementales pertinentes à déployer tous les efforts possibles pour le succès de l'AIE, notamment en ce qui concerne l'écotourisme dans les pays en développement. Le Conseil a demandé à la Commission du développement durable et à d'autres organismes dans le système de Nations unies d'exécuter l'AIE. La Commission, à son tour, a chargé l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) de préparer et coordonner des activités de soutien pour et pendant l'AIE.

L'AIE a fourni l'occasion de revenir sur des expériences dans ce domaine sur toute la planète, pour se doter d'instruments et de cadres institutionnels plus solides qui garantissent un développement durable de l'écotourisme dans l'avenir. Cela signifie maximiser les avantages économiques, environnementaux et sociaux découlant de l'écotourisme, tout en limitant les incidences négatives. Dans cet esprit, l'OMT et le PNUE avaient l'intention de faire participer à l'AIE tous les acteurs du domaine, en ayant à l'esprit les objectifs suivants:

1. Mieux sensibiliser les pouvoirs publics, le secteur privé, la société civile et les consommateurs à la capacité de l'écotourisme de contribuer à la préservation du patrimoine naturel et culturel dans les zones naturelles et rurales, et à l'amélioration du niveau de vie dans lesdites zones.

⁸ Action 21 a été adoptée par 182 gouvernements lors de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (Sommet planète Terre), tenue du 3 au 14 juin 1992 à Rio de Janeiro. Ce plan d'action prévoit l'intégration totale du développement durable dans l'industrie du tourisme afin d'assurer, entre autres, que le voyage et le tourisme fournissent une source de revenu pour beaucoup de gens; que le voyage et le tourisme contribuent à la préservation, à la protection et à la restauration de l'écosystème de la planète; que le commerce international des services liés au voyage et au tourisme ont lieu sur une base durable; et que la protection de l'environnement est une partie intégrante du développement du tourisme.

2. Faire connaître les méthodes et techniques à employer pour planifier, gérer, réglementer et contrôler l'écotourisme afin d'en garantir la viabilité d'une manière durable.

3. Encourager les échanges d'expériences réussies dans le domaine de l'écotourisme.

4. Développer les possibilités d'une commercialisation et d'une promotion efficaces des destinations et produits écotouristiques sur les marchés internationaux.

Pour atteindre les objectifs susmentionnés, les deux organisations ont envisagé d'entreprendre ensemble principalement les activités suivantes:

1. Publier, de concert avec l'Alliance mondiale pour la nature (IUCN), un guide du développement durable et de la gestion du tourisme dans les parcs nationaux et les zones protégées, principales destinations de l'écotourisme.

2. Faciliter l'organisation des conférences et séminaires régionaux qui se tiendront en 2001 et au début 2002 dans le monde entier sur des aspects précis de l'écotourisme, et y participer.

3. Consacrer en 2002 la Journée mondiale du tourisme⁹ au thème de l'écotourisme.

4. Créer un site web pour permettre à divers organismes et représentants des parties intéressées de s'informer sur le programme d'activités et de manifestations, et de se communiquer les leçons retirées de projets écotouristiques.

⁹ C'est lors de sa troisième session en septembre 1979 que l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) décida, sur recommandation du Conseil exécutif de l'OMT, de célébrer la journée mondiale du tourisme le 27 septembre de chaque année par des manifestations adaptées au thème choisi par l'Assemblée générale. Le principal objectif de la journée mondiale du tourisme est de faire prendre davantage conscience à la communauté internationale de l'importance du tourisme et de ses valeurs sociale, culturelle, politique et économique. Lors de sa 14^{ème} session tenue en septembre 2001, l'Assemblée générale de l'OMT a décidé de sélectionner le thème ci-après pour la journée mondiale du tourisme de l'an 2002: "L'écotourisme, clé du développement durable". La célébration officielle de la journée mondiale du tourisme 2002 aura lieu le 27 septembre 2002 au Costa Rica.

5.3. Sommet mondial de l'écotourisme

Parmi les nombreuses activités entreprises au niveau international, régional, national et local à l'occasion de l'AIE, le Sommet mondial de l'écotourisme, tenu du 19 au 22 mai 2002 dans la ville de Québec, Canada, a constitué un événement marquant. Le Sommet était le premier et le plus grand rassemblement mondial jamais organisé entre tous les acteurs du secteur de l'écotourisme. Ont participé au sommet plus de 1100 délégués venus de 133 pays différents, y compris des ministres, des fonctionnaires, des entreprises touristiques et des associations professionnelles, des collectivités locales, des gestionnaires de parcs nationaux, des ONG s'intéressant à l'écotourisme, des enseignants, etc.

L'objectif global et l'esprit du Sommet étaient conformes à la philosophie des Nations unies dans le domaine du développement durable et, plus particulièrement, aux principes de la PNUE pour la mise en place d'un tourisme durable. Le Sommet s'est aussi inspiré du Code mondial d'éthique du tourisme ¹⁰, approuvé à l'unanimité par tous les Etats membres de l'OMT lors de la 13^{ème} Session de l'Assemblée générale de l'OMT tenue à Santiago, Chili, en octobre 1999. Les objectifs particuliers du Sommet étaient les suivants:

1. Engager une large réflexion sur la contribution que l'écotourisme peut apporter au développement durable;
2. Echanger des informations sur les bonnes pratiques et les leçons retenues pour une planification, un développement, une gestion et un marketing durables de l'écotourisme;
3. Progresser dans la connaissance des retombées sociales, économiques et environnementales de l'écotourisme et évaluer l'efficacité des mécanismes de réglementation pour contrôler et maîtriser ces retombées;

¹⁰ Le Code mondial d'éthique du tourisme constitue un cadre de référence pour le développement rationnel et durable du tourisme mondial à l'aube du nouveau millénaire. Ce code est nécessaire pour essayer de réduire au minimum les effets négatifs du tourisme sur l'environnement et le patrimoine culturel et, en même temps, d'en maximiser les avantages pour les habitants des destinations touristiques. Le texte intégral du Code mondial d'éthique du tourisme est disponible à l'adresse suivante: <http://world-tourism.org/projects/ethics/ethics.htm1>.

4. Renforcer la capacité des pouvoirs publics, du secteur privé et des ONG à utiliser efficacement l'écotourisme en tant que moyen de développement durable et de conservation des ressources naturelles et culturelles;
5. Trouver des façons d'encourager l'adoption de comportements plus responsables chez tous les acteurs de l'écotourisme, y compris chez les agents du secteur public, les entreprises privées et leurs employés, et les touristes eux-mêmes;
6. Définir de nouveaux axes de collaboration internationale et régionale en vue de contribuer à un développement et une gestion durables de l'écotourisme partout dans le monde.

Après avoir consulté d'autres organisations et d'autres acteurs de l'écotourisme, l'OMT et le PNUE ont défini les quatre grands thèmes de discussion suivants pour le sommet¹¹:

1. Politique et planification de l'écotourisme : Le défi de la durabilité.
2. Réglementation de l'écotourisme: Responsabilités et cadres institutionnels.
3. Développement des produits, marketing et promotion de l'écotourisme: L'encouragement des produits durables et des consommateurs soucieux de la durabilité.
4. Surveillance des coûts et des avantages de l'écotourisme: Leur répartition équitable entre tous les acteurs.

Tout au long des débats sur ces thèmes, l'accent a été mis sur deux grands sujets transversaux. *D'abord*, la durabilité de l'écotourisme des points de vue écologique, économique et socioculturel. *Deuxièmement*, l'association et la responsabilisation des communautés locales et des populations autochtones dans le processus de développement de l'écotourisme, dans la gestion et la surveillance des activités écotouristiques et dans le partage des avantages en résultant.

Les conclusions et les recommandations du Sommet ont été incluses dans la "Déclaration de Québec sur l'écotourisme"¹², qui présente un outil

¹¹ Voir <http://www.unepite.org/pc/tourism/ecotourism/wes-themes.htm>.

nouveau pour le développement international de cette forme de tourisme. Le document comprend une série de recommandations pour le développement durable, la planification et la gestion de l'écotourisme proposées à tous les acteurs impliqués dans ce type de tourisme afin de rendre toute l'industrie du tourisme plus durable en augmentant les avantages économiques et sociaux pour les communautés hôtes tout en contribuant à la préservation de leurs ressources naturelles et culturelles. Le document constitue déjà un point de référence pour tous les discussions et débats sur l'écotourisme. Il a été officiellement présenté pour une délibération plus détaillée au Sommet mondial sur le développement durable, tenu à Johannesburg, Afrique du Sud, en août et septembre 2002.

A cet égard, il y a lieu de mentionner que la région de l'OCI dispose des zones vastes d'habitat naturel divers avec des paysages attirants, de flore et de faune. Ces traits, étendus sur des zones protégées accueillant une grande variété d'écosystèmes et de cultures traditionnelles riches et uniques, sont une grande attraction pour le tourisme axé sur la nature et sont d'intérêt considérable aux touristes.

Dans beaucoup de pays de l'OCI, notamment dans les pays africains, il y a des vastes parcs nationaux et réserves naturelles, et diverses formes d'activités écotouristiques sont pratiquées dans les zones naturelles ayant des statuts et des structures différents, impliquant les acteurs de tous les secteurs de la société. La possibilité d'apprendre la culture locale et la vie sauvage dans certains pays africains de l'OCI peut être un moyen d'attirer les touristes pour diversifier leur expérience touristique. Cela, à son tour, fournit des avantages économiques aux communautés locales autour des parcs et des zones protégées dans ces pays.

Ces avantages découlant du patrimoine naturel et culturel sont significatifs au développement d'un secteur d'écotourisme durable dans la région de l'OCI. En fait, les pays de l'OCI peuvent apprendre beaucoup de choses du Sommet mondial de l'écotourisme, dans l'espoir d'une mise en œuvre entière des conclusions et des recommandations incluses dans la Déclaration de Québec sur l'écotourisme.

¹² Le document intégral est disponible à l'adresse suivante:
<http://www.unepite.org/tourism/documents/WESoutcomes/Quebec-Declar-eng.pdf>.

6. RECOMMANDATIONS ET ACTIONS EN FAVEUR D'UNE COOPERATION RENFORCEE

Malgré les divers problèmes confrontant le secteur du tourisme dans les pays de l'OCI et la part modeste de ces pays dans le marché mondial du tourisme, il y a toujours de nombreuses possibilités pour le développement d'une industrie moderne et durable du tourisme et de la coopération entre les pays de l'OCI dans ce domaine important. D'une manière générale, cela nécessite l'adoption de stratégies à long terme bien articulées et des plans et programmes à moyen et à court termes au niveau national, ainsi que la création d'un environnement favorable à la coopération régionale dans le cadre de l'OCI.

A cet égard, les divers objectifs et programmes d'action définis dans le chapitre sur le tourisme dans le Plan d'Action pour le Renforcement de la Coopération Economique et Commerciale entre les Etats membres de l'OCI pourraient constituer une source de diverses recommandations de politique qui peuvent être proposées au niveau national et au niveau de la coopération intra-OCI comme suit:

6.1. Au niveau national

- Les objectifs et programmes d'action destinés à promouvoir le développement durable de l'industrie du tourisme doivent être définis de façon précise dans les plans et stratégies nationaux de développement, et formulés en concert avec les acteurs locaux pertinents. Ceci doit être accompagné du développement de nouvelles ressources et installations ainsi que par la sensibilisation du public aux ressources naturelles et culturelles inhérentes.
- Le développement et la gestion durables du tourisme devraient porter principalement sur la promotion des avantages économiques et de l'éducation en matière d'environnement et sur le renforcement des capacités locales plutôt qu'uniquement sur l'établissement des lois et des règlements, ce qui s'est avéré généralement inefficace.
- Développer et promouvoir une formation orientée vers le tourisme. Cela permettra à changer les perceptions des gens en ce qui concerne le tourisme et à les sensibiliser davantage aux opportunités offertes par celui-ci et aux défis qu'il doit affronter. En même temps il

faudrait faire une utilisation efficace des mass média et des autres moyens publicitaires pour faire connaître et promouvoir les sites touristiques et les ressources disponibles.

- Fournir des programmes de formation et des programmes éducatifs sur les différents aspects du tourisme, notamment aux gens et au personnel qui sont engagés directement dans les activités du secteur. Ces programmes devraient porter sur un grand choix de sujets tels que les langues étrangères, les techniques en matière d'affaires et de tourisme, les impacts écologiques et socioculturels du tourisme, l'histoire, la culture, la flore et la faune locales et nationales, etc. Pour faciliter ces programmes, des dispositions doivent être prises pour fournir un soutien financier et technique aux communautés locales, un domaine dans lequel les gouvernements et les ONG ont un rôle central à jouer.
- Assurer la planification physique et le renforcement de la durabilité des destinations touristiques en général et des produits écotouristiques en particulier, afin de préserver la qualité écologique et culturelle de ces destinations. La planification du secteur du tourisme devrait être basée sur des normes et des règlements internationaux; ceux-ci devraient soutenir l'intégration des projets régionaux et des activités conjointes de marketing.
- Améliorer la qualité et l'efficacité des infrastructures et des services de base liés au tourisme tels que les hôtels, les routes, les équipements collectifs, les transports et les communications afin de fournir des services de classe internationale aux visiteurs et touristes. Ceux-ci comprennent aussi les services d'information touristique, les procédures d'immigration et de visa, et les services policiers. A cet égard, les lois et les règlements nécessaires doivent être mis en place pour contrôler la qualité des services fournis aux touristes.
- Le tourisme est un domaine d'affaires et principalement un domaine pour les activités du secteur privé. Ainsi, il faudrait encourager et promouvoir une participation élargie du secteur privé dans le développement du tourisme. A cet égard, des efforts devraient être déployés pour établir un climat de confiance susceptible d'encourager le secteur privé à investir dans des projets touristiques et des projets conjoints notamment dans les domaines du

renforcement des compétences et de l'amélioration de la qualité des services touristiques.

- Des efforts devraient être déployés pour trouver et accéder à un financement pour les projets du tourisme. Des dispositions devraient être prises pour améliorer et optimiser un grand choix de ressources de financement, y compris les secteurs public et privé et d'autres sources telles que les ONG, les institutions universitaires et les fondations internationales.
- Renforcer la coopération entre les secteurs public et privé en vue d'établir des politiques, des stratégies et des règlements relatifs au développement du tourisme durable et renforcer la gestion institutionnelle du tourisme.
- Diversifier les produits touristiques (l'offre) par l'inclusion des programmes socioculturels et activités traditionnelles avec l'engagement des communautés locales. A cet égard, des efforts devraient être déployés pour améliorer la planification, la gestion et le marketing de l'écotourisme, non seulement comme un secteur ayant une grande potentialité pour le développement économique — notamment pour les endroits isolés où peu d'autres possibilités existent— mais aussi comme un outil significatif pour la préservation de l'environnement naturel.
- Améliorer les services bancaires et financiers, notamment ceux facilitant les transferts monétaires. A cet égard, un système sûr et efficace de transfert monétaire est l'un des facteurs principaux d'une industrie touristique réussie.
- Renforcer la coopération et bénéficier des possibilités disponibles dans les pays de l'OCI et dans d'autres pays ainsi que dans les institutions internationales pertinentes. Dans ce contexte, des efforts devraient être déployés pour entreprendre des actions conjointes aux niveaux bilatéral et multilatéral pour renforcer et accroître les activités touristiques. A cet égard, la Société Financière Internationale (SFI) de la Banque Mondiale a élaboré un programme spécial pour le développement du tourisme. Les pays de l'OCI devraient mettre ces ressources à profit pour l'identification, la planification et le financement des activités touristiques.

6.2. Au niveau de la coopération intra-OCI

Dans le cadre de la coopération au niveau de l'OCI, le tourisme représente l'un des dix domaines prioritaires du Plan d'Action pour le Renforcement de la Coopération Economique et Commerciale entre les Etats membres de l'OCI. L'un des objectifs de la coopération au sein de l'OCI dans le domaine du tourisme est de: *“Soutenir et développer des actions communes aux niveaux bilatéral et multilatéral afin de renforcer, promouvoir et développer les activités touristiques entre les pays membres et dans le monde islamique en général”*. Le Plan a aussi pour objectif de: *“Formuler des actions coordonnées de l'OCI destinées à améliorer le tourisme dans les pays membres grâce à la création de nouvelles facilités et activités dans les zones touristiques de manière à atteindre des niveaux internationaux compétitifs pour ce qui est des facilités, de la qualité du service et de la diversité des activités touristiques”*¹³.

A cet égard, la Première Conférence Islamique des Ministres du Tourisme des Etats membres de l'OCI s'est tenue en octobre 2000 à Isfahan, République Islamique d'Iran. Au cours de cette Conférence, les ministres ont adopté la “Déclaration d'Isfahan” par laquelle ils ont décidé, entre autres, de renforcer la coopération entre les Etats membres dans le domaine du tourisme, grâce à la sensibilisation de l'opinion publique et la promotion de l'éducation, de la formation, des possibilités d'investissement et de la participation des secteurs privés.

Au cours de la Deuxième Conférence Islamique des Ministres du Tourisme, qui s'est tenue en octobre 2001 à Kuala Lumpur, Malaisie, une résolution sur le développement du Tourisme a été adoptée. Afin de réaliser les objectifs fixés dans la Déclaration d'Isfahan ainsi que dans la résolution sur le développement du tourisme, la Conférence a aussi adopté le Programme d'Action de Kuala Lumpur pour le développement et la promotion du tourisme entre les Etats membres de l'OCI. Le Programme a identifié trois domaines éventuels de coopération en matière de tourisme, à savoir *la Facilitation du Tourisme, le Marketing du Tourisme et la Recherche et la Formation*.

Compte tenu de leur importance et pertinence, des mesures spécifiques devraient être prises par les pays et les institutions de l'OCI pour

¹³ Stratégie et Plan d'Action de l'OCI, Publications du SESRTCIC, Ankara, 1997, p.17.

l'exécution et la mise en œuvre efficace des engagements, recommandations et résolutions pris au cours des conférences susmentionnées. Dans ce contexte, la dernière section du document tente d'étudier les trois domaines éventuels de coopération en matière de tourisme préconisés dans le Programme d'Action de Kuala Lumpur.

A. Facilitation du tourisme

Dans ce domaine, les efforts de coopération et les actions des Etats membres de l'OCI auront pour objectif de:

- Eliminer les obstacles au flux de touristes dans les Etats membres de l'OCI par l'établissement et la facilitation des liaisons de transport aérien, routier/ferroviaire et maritime en vue de faciliter les déplacements touristiques entre les destinations dans la région de l'OCI.

A cet égard, les actions de politique suivantes, qui seraient aussi en harmonie avec la Stratégie du Plan d'Action pour le Renforcement de la Coopération Economique et Commerciale entre les Etats membres de l'OCI, peuvent être suggérées:

1. L'une des conditions importantes et fondamentales pour faciliter l'entrée et le mouvement des touristes parmi les pays de l'OCI et pour augmenter le tourisme intra-OCI est la simplification ou même l'abolition des procédures de visa et des autres procédures de voyage. A cet égard, l'idée d'établir un accord-cadre sur les procédures de visa entre les pays membres de l'OCI devrait être considérée sérieusement. Dans ce contexte, la dérogation de la condition de visa, si possible, ou autrement l'accélération du processus de délivrance de visas, y compris la possibilité de délivrance d'un visa électronique ou commun peuvent aussi être suggérées.
2. Etablir des alliances entre les lignes aériennes des pays de l'OCI avec la possibilité d'avoir une politique de ciel ouvert et des vols directs entre leurs capitales et villes principales.
3. Augmenter les efforts de coopération des sociétés d'aviation dans les pays de l'OCI afin de tirer maximum profit du réseau aéronautique inter-OCI grâce à, entre autres, l'organisation de vols supplémentaires entre les pays de l'OCI à des prix encourageants pour les touristes pendant diverses saisons.

4. Equiper et mobiliser l'aéro-navigation des pays de l'OCI, établir des compagnies communes dans le domaine du transport aérien et offrir une réduction sur les taxes et services d'aéroport sur une base réciproque entre les pays islamiques.
5. Moderniser l'infrastructure du transport ferroviaire dans les pays de l'OCI et lier les réseaux de chemin de fer de ces pays les uns aux autres.
6. Renouveler et moderniser les véhicules et les réseaux du transport routier dans les pays de l'OCI et lier ces réseaux les uns aux autres dans la région de l'OCI.
7. Compte tenu du fait que la plupart des pays de l'OCI ont accès à la haute mer, établir des voies directes de transport maritime entre les principaux ports de ces pays contribuera davantage à l'accroissement des flux de touristes entre eux.
8. Encourager les efforts pour la signature et l'exécution des traités bilatéraux et multilatéraux de transport aérien, routier/ferroviaire et maritime de passagers entre les pays de l'OCI.
9. Accorder un traitement préférentiel et prendre des dispositions spéciales pour faciliter les formalités douanières et le contrôle d'immigration telles que les remises, la réduction de tarifs et d'autres impôts et charges imposés sur les touristes voyageant entre les pays de l'OCI.
10. Encourager les projets conjoints d'investissement public et privé en fournissant des moyens spéciaux et du traitement préférentiel aux investisseurs des pays de l'OCI et identifier les institutions financières internationales et régionales pour soutenir le financement et l'investissement en matière de développement du tourisme.

B. Marketing et Activité publicitaire dans le domaine du tourisme

L'un des éléments les plus importants pour le renforcement et la promotion de l'activité touristique intra-OCI est la conception et la mise en œuvre des programmes et des projets conjoints efficaces dans le domaine du marketing et de la publicité. A cet égard, les actions suivantes en matière de politique peuvent être suggérées:

1. Des dispositions devraient être prises pour promouvoir des alliances entre les acteurs du tourisme dans les pays de l'OCI, notamment les organismes officiels œuvrant pour la promotion du tourisme, en vue de renforcer le marketing du tourisme et promouvoir les efforts de coopération.
2. Développer et appliquer des méthodes scientifiques en ce qui concerne le marketing et la publicité du tourisme, soutenues par des outils qui ont un grand impact sur les consommateurs, par exemple l'Internet. Outre sa capacité pour la dissémination massive des informations, l'Internet facilite aussi les transactions directes entre les fournisseurs et les consommateurs.
3. Créer des sites web à l'intention des touristes pour la dissémination des informations sur le tourisme dans tous les pays de l'OCI pour faire connaître leurs patrimoines naturels, historiques et culturels.
4. Organiser des foires et des expositions islamiques touristiques et des festivals de culture et de cuisines traditionnelles sur une base régulière semblable à la tenue de la Foire islamique commerciale avec la publication des meilleures pratiques dans le domaine du tourisme dans les pays de l'OCI.
5. Produire conjointement des documentaires pour la télévision et sur CD-ROM, des communiqués de presse, des brochures etc., pour montrer et promouvoir le patrimoine culturel, la diversité et les principaux monuments des pays de l'OCI comme un monde culturel particulier.
6. Développer conjointement la dissémination et l'échange d'informations sur les possibilités d'investissement touristique dans les pays de l'OCI au moyen, par exemple, de la production conjointe de manuels ou de directives d'investissement sur les possibilités d'investissement dans les pays de l'OCI.

C. Recherche et Formation dans le domaine du tourisme

Dans ce domaine de coopération en matière de tourisme, les actions suivantes de politique peuvent être suggérées:

1. La tenue conjointe des stages de formation professionnelle, des ateliers, des séminaires et des conférences sur l'industrie du tourisme par les institutions de formation pertinentes dans les pays de l'OCI.
2. Développement conjoint ou échange des programmes et stages de formation en matière de développement des ressources humaines dans le domaine du tourisme et développement conjoint des normes de compétence professionnelle dans le domaine du tourisme entre les pays de l'OCI.
3. Etablir des liens ou des réseaux entre les instituts de formation dans le domaine du tourisme dans les pays de l'OCI et échanger les recherches sur le développement du tourisme et partager la méthodologie de l'évaluation des ressources, du marketing et de la promotion du tourisme.
4. Mener des études conjointes de capacité qui tiennent compte des impacts écologiques, sociaux et économiques du tourisme dans les pays de l'OCI.

ANNEXE

TABLEAU A.1: ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX PAR REGION DE L'OCI ET PAYS DE DESTINATION

	Arrivées de touristes (1000)					Taux de croissance (%)			
	1990	1995	1998	1999	2000	98/99	99/2000	1995/2000	90/2000
<u>OCI Afrique</u>	9747	9439	11302	11571	11969	2,4	3,4	4,9	2,1
Algérie	1137	520	678	749	866	10,5	15,6	10,7	-2,7
Bénin	110	138	152	-	-	-	-	-	-
Burkina Faso	74	124	160	218	-	36,3	-	-	-
Cameroun	89	100	135	-	-	-	-	-	-
Tchad	9	19	41	47	54	14,6	14,9	23,2	19,6
Comores	8	23	27	24	24	-11,1	0,0	0,9	11,6
Côte d'Ivoire	-	237	301	-	-	-	-	-	-
Djibouti	33	21	21	-	-	-	-	-	-
Gabon	109	125	195	175	155	-10,3	-11,4	4,4	3,6
Gambie	100	45	91	96	-	5,5	-	-	-
Guinée	-	-	23	27	33	17,4	22,2	-	-
Mali	44	42	83	82	86	-1,2	4,9	15,4	6,9
Mauritanie	-	-	-	24	30	-	25,0	-	-
Maroc	4024	2602	3242	3817	4113	17,7	7,8	9,6	0,2
Niger	21	35	42	43	50	2,4	16,3	7,4	9,1
Nigeria	190	656	739	776	813	5,0	4,8	4,4	15,6
Sénégal	246	280	352	369	389	4,8	5,4	6,8	4,7
Sierra Leone	98	38	6	6	10	0,0	66,7	-23,4	-20,4
Somalie	46	10	10	-	-	-	-	-	-
Togo	103	53	69	70	60	1,4	-14,3	2,5	-5,3
Soudan	33	63	25	29	38	16,0	31,0	-9,6	1,4
Tunisie	3204	4120	4718	4832	5057	2,4	4,7	4,2	4,7
Ouganda	69	188	192	187	191	-2,6	2,1	0,3	10,7

<u>OCI Amériques</u>	110	149	123	132	163	7,3	23,5	1,8	4,0
Guyana	64	106	68	75	105	10,3	40,0	-0,2	5,1
Surinam	46	43	55	57	58	3,6	1,8	6,2	2,3
<u>OCI Asie orient./Pacif.</u>	10001	12291	11121	13626	16269	22,5	19,4	5,8	5,0
Brunei	377	498	964	967	984	0,3	1,8	14,6	10,1
Indonésie	2178	4324	4606	4728	5064	2,6	7,1	3,2	8,8
Malaisie	7446	7469	5551	7931	10221	42,9	28,9	6,5	3,2
<u>OCI Europe/Asie cn.</u>	4829	7764	10359	7894	11778	-23,8	49,2	8,7	9,3
Albanie	30	40	28	26	39	-7,1	50,0	-0,5	2,7
Azerbaïdjan	-	93	483	602	681	24,6	13,1	48,9	-
Kazakhstan	-	202	257	304	1471	18,3	383,9	48,7	-
Rép. kirghize	-	36	59	69	-	16,9	-	-	-
Turquie	4799	7083	8960	6893	9587	-23,1	39,1	6,2	7,2
Turkménistan	-	218	300	-	-	-	-	-	-
Ouzbékistan	-	92	272	-	-	-	-	-	-
<u>OCI Moyen-Orient</u>	8823	12058	15570	18930	22629	21,6	19,5	13,4	9,9
Bahreïn	1376	1396	1640	2019	2420	23,1	19,9	11,6	5,8
Egypte	2411	2871	3213	4489	5116	39,7	14,0	12,2	7,8
Irak	748	61	51	30	78	-41,2	160,0	5,0	-20,2
Jordanie	572	1074	1256	1358	1427	8,1	5,1	5,8	9,6
Koweït	15	69	77	-	79	-	-	-	18,1
Liban	-	450	631	673	742	6,7	10,3	10,5	-
Libye	96	56	32	178	174	456,3	-2,2	25,5	6,1
Oman	149	279	423	503	571	18,9	13,5	15,4	14,4
Palestine	-	-	201	271	330	34,8	21,8	-	-
Arabie saoudite	2209	3325	3700	4572	6296	23,6	37,7	13,6	11,0
Syrie	562	815	1267	1386	1416	9,4	2,2	11,7	9,7
E.A.U.	633	1601	2991	3393	3907	13,4	15,1	19,5	20,0
Yémen	52	61	88	58	73	-34,1	25,9	3,7	3,5

<u>OCI Asie méridion.</u>	896	1305	2009	2356	2923	17,3	24,1	17,5	12,6
Afghanistan	8	4	4	-	-	-	-	-	-
Bangladesh	115	156	172	173	199	0,6	15,0	5,0	5,6
Iran	154	452	1008	1321	1700	31,1	28,7	30,3	27,1
Maldives	195	315	396	430	467	8,6	8,6	8,2	9,1
Pakistan	424	378	429	432	557	0,7	28,9	8,1	2,8
Total de l'OCI	34296	42857	50484	54377	65568	7,7	20,6	8,9	6,7
Total mondial	457200	550300	626700	650200	696700	3,7	7,2	4,8	4,3
OCI en % du monde	7,5	7,8	8,1	8,4	9,4				

Source: Organisation Mondiale du Tourisme.

Notes: Le terme "touriste" désigne un visiteur qui passe une nuit au moins en logement collectif ou privé dans le pays visité. Les arrivées ne se réfèrent pas au nombre de personnes qui voyagent mais plutôt au nombre d'arrivées (visites) à une destination.

(-) Données pertinentes non disponibles.

TABLEAU A.2: RECETTES AU TITRE DU TOURISME INTERNATIONAL PAR REGION DE L'OCI ET PAYS DE DESTINATION

	Recettes du tourisme (en millions de dollars des Etats-Unis)					Taux de croissance (%)			
	1990	1995	1998	1999	2000	98/99	99/2000	1995/2000	90/2000
<u>OCI Afrique</u>	2811	3342	4192	4211	4060	0,5	-3,6	4,0	3,7
Algérie	64	27	24	-	-	-	-	-	-
Bénin	28	27	33	-	-	-	-	-	-
Burkina Faso	11	25	42	-	-	-	-	-	-
Cameroun	53	36	40	-	-	-	-	-	-
Tchad	8	10	10	-	-	-	-	-	-
Comores	2	21	16	19	15	18,8	-21,1	-6,5	22,3
Côte d'Ivoire	-	93	98	100	57	2,0	-43,0	-9,3	-
Djibouti	6	4	4	-	-	-	-	-	-
Gabon	3	7	8	11	7	37,5	-36,4	0,0	8,8
Gambie	26	23	33	-	-	-	-	-	-
Guinée	30	1	1	7	12	600,0	71,4	64,4	-8,8
Mali	47	25	89	77	71	-13,5	-7,8	23,2	4,2
Mauritanie	9	11	20	28	-	40,0	-	-	-
Maroc	1259	1304	1712	1880	2040	9,8	8,5	9,4	4,9
Niger	17	15	18	24	-	33,3	-	-	-
Nigeria	25	54	142	171	200	20,4	17,0	29,9	23,1
Sénégal	167	161	178	166	140	-6,7	-15,7	-2,8	-1,7
Sierra Leone	19	6	8	8	12	0,0	50,0	14,9	-4,5
Togo	58	13	13	9	5	-30,8	-44,4	-17,4	-21,7
Soudan	21	8	2	2	5	0,0	150,0	-9,0	-13,4
Tunisie	948	1393	1557	1560	1496	0,2	-4,1	1,4	4,7
Ouganda	10	78	144	149	-	3,5	-	-	-

<u>OCI Amériques</u>	38	92	54	68	16	25,9	-76,5	-29,5	-8,3
Guyana	27	78	52	59	-	13,5	-	-	-
Surinam	11	14	2	9	16	350,0	77,8	2,7	3,8
<u>OCI Asie orient./Pacif.</u>	3807	9175	6824	8250	10696	20,9	29,6	3,1	10,9
Brunei	35	37	37	-	-	-	-	-	-
Indonésie	2105	5229	4331	4710	5749	8,8	22,1	1,9	10,6
Malaisie	1667	3909	2456	3540	4947	44,1	39,7	4,8	11,5
<u>OCI Europe/Asie cn.</u>	3229	5295	7984	5872	8459	-26,5	44,1	9,8	10,1
Albanie	4	65	54	211	389	290,7	84,4	43,0	58,0
Azerbaïdjan	-	70	125	81	63	-35,2	-22,2	-2,1	-
Kazakhstan	-	122	407	363	356	-10,8	-1,9	23,9	-
Rép. kirghize	-	5	8	14	15	75,0	7,1	24,6	-
Turquie	3225	4957	7177	5203	7636	-27,5	46,8	9,0	9,0
Turkménistan	-	63	192	-	-	-	-	-	-
Ouzbékistan	-	13	21	-	-	-	-	-	-
<u>OCI Moyen-Orient</u>	4402	7797	8811	8122	8821	-7,8	8,6	2,5	7,2
Bahreïn	135	247	366	408	469	11,5	15,0	13,7	13,3
Egypte	1100	2684	2565	3903	4345	52,2	11,3	10,1	14,7
Irak	55	13	13	-	-	-	-	-	-
Jordanie	512	652	773	795	722	2,8	-9,2	2,1	3,5
Koweït	132	121	207	92	98	-55,6	6,5	-4,1	-2,9
Liban	-	710	1221	673	742	-44,9	10,3	0,9	-
Libye	6	6	18	28	-	55,6	-	-	-
Oman	69	92	112	106	120	-5,4	13,2	5,5	5,7
Palestine	-	104	114	132	155	15,8	17,4	8,3	-
Arabie saoudite	1884	1210	1462	-	-	-	-	-	-
Syrie	320	1165	1017	1031	1082	1,4	4,9	-1,5	13,0
E.A.U.	169	743	859	893	1012	4,0	13,3	6,4	19,6
Yémen	20	50	84	61	76	-27,4	24,6	8,7	14,3

<u>OCI Asie méridion.</u>	317	537	929	1113	1330	19,8	19,5	19,9	15,4
Bangladesh	11	23	51	50	50	-2,0	0,0	16,8	16,3
Iran	61	190	477	662	850	38,8	28,4	34,9	30,1
Maldives	89	210	303	325	344	7,3	5,8	10,4	14,5
Pakistan	156	114	98	76	86	-22,4	13,2	-5,5	-5,8
Total de l'OCI	14604	26238	28794	27636	33382	-4,0	21,0	4,9	8,6
Total mondial	263400	406200	442400	456300	474400	3,1	4,0	3,2	6,1
OCI en % du monde	5,5	6,5	6,5	6,1	7,0				

Source: Organisation Mondiale du Tourisme.

(-) Données pertinentes non disponibles.

**TABLEAU A.3: BALANCE DU TOURISME INTERNATIONAL DANS LES
PAYS DE L'OCI (en millions de dollars des Etats-Unis)**

	1996	1997	1998	1999	2000
Albanie	65	22	49	199	117
Azerbaïdjan	-54	-24	-45	-58	-69
Bahreïn	154	189	224	249	300
Bangladesh	-168	-111	-147	-162	-251
Bénin	23	24	26	-	-
Côte d'Ivoire	-128	-110	-115	-122	-169
Egypte	1887	2380	1417	2825	3272
Gabon	-169	-171	-172	-172	-167
Gambie	16	16	-	-	-
Guinée	-21	-	-26	-24	-24
Indonésie	3908	2910	2229	2357	2552
Iran	-285	-350	-311	-256	-
Jordanie	362	376	420	440	335
Kazakhstan	-120	-156	-91	-31	-52
Koweït	-2308	-2189	-2310	-2178	-2353
Rép. kirghize	-2	3	5	3	-1
Libye	-209	-148	-125	-122	-
Malaisie	1878	112	671	1567	4947
Maldives	228	247	261	280	298
Mali	-17	-16	37	33	30
Mauritanie	-17	-27	-22	-27	-
Maroc	1374	1133	1288	1440	1610
Niger	-6	-6	-7	-2	-
Nigeria	-1219	-1698	-1425	-449	-530
Oman	-150	-141	-175	-217	-221
Pakistan	-754	-247	-254	-104	-166
Sénégal	96	100	124	112	-
Sierra Leone	8	-	4	4	-
Soudan	-20	-29	-27	-33	-50
Surinam	6	-2	-9	-4	-7
Syrie	652	468	437	401	442
Togo	8	7	10	6	-
Tunisie	1160	1126	1322	1321	1233
Turquie	4697	6372	6055	3732	5925
Turkménistan	-7	-51	-	-	-
Ouganda	-18	22	49	8	-
Yémen	-22	-54	-46	-75	-

Source: Calculé par le personnel du SESRTCIC sur la base des données disponibles dans le "Compendium of Tourism Statistics", Edition 2002, Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid 2002.

(-) Données pertinentes non disponibles.

**TABLEAU A.4: BALANCE DU TOURISME INTERNATIONAL EN TANT
QUE POURCENTAGE DU PNB DANS LES PAYS DE L'OCI (%)**

	1996	1997	1998	1999	2000	Moyenne 1996-2000
Albanie	2,4	0,9	1,8	6,3	3,1	2,9
Azerbaïdjan	-1,8	-0,7	-1,1	-1,3	-1,4	-1,3
Bahreïn	3,0	3,7	4,6	3,8	3,8	3,7
Bangladesh	-0,4	-0,3	-0,3	-0,3	-0,5	-0,4
Bénin	1,2	1,1	1,1	-	-	1,1
Comores	11,1	12,6	6,6	-	-	10,1
Côte d'Ivoire	-1,4	-1,1	-1,1	-1,2	-1,6	-1,3
Egypte	2,9	3,3	1,8	3,3	3,4	2,9
Gabon	-3,7	-3,4	-3,7	-4,3	-4,3	-3,9
Gambie	4,1	3,9	-	-	-	4,0
Guinée	-0,5	-	-0,7	-0,7	-0,7	-0,7
Guyana	11,1	8,8	7,9	-	-	9,3
Indonésie	1,8	1,3	1,7	2,0	2,1	1,8
Iran	-0,3	-0,3	-0,3	-0,3	-	-0,3
Jordanie	5,2	5,2	5,6	5,7	4,1	5,2
Kazakhstan	-0,6	-0,7	-0,4	-0,2	-0,3	-0,4
Koweït	-7,2	-7,3	-9,1	-7,3	-6,2	-7,4
Rép. kirghize	-0,1	0,1	0,3	0,2	-0,1	0,1
Liban	3,5	4,4	5,5	3,6	-	4,3
Libye	-0,6	-0,5	-0,4	-0,3	-	-0,4
Malaisie	2,0	0,1	0,8	2,0	6,3	2,3
Maldives	81,7	80,7	78,1	76,5	73,9	78,2
Mali	-0,7	-0,6	1,4	1,3	1,2	0,5
Mauritanie	-1,5	-2,5	-2,1	-2,7	-	-2,2
Maroc	3,9	3,3	3,7	4,3	4,8	4,0
Niger	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	-	-0,3
Nigeria	-4,3	-5,3	-4,5	-1,5	-1,6	-3,4
Oman	-0,9	-1,0	-1,1	-1,1	-1,1	-1,1
Pakistan	-1,2	-0,4	-0,4	-0,2	-0,3	-0,5
Sénégal	2,1	2,1	2,7	2,4	-	2,3
Sierra Leone	0,9	-	0,6	0,6	-	0,7
Soudan	-0,2	-0,3	-0,3	-0,4	-0,5	-0,3
Surinam	1,5	-0,4	-1,6	-0,6	-1,2	-0,5
Syrie	4,1	3,0	2,6	2,5	2,8	3,0
Togo	0,6	0,5	0,7	0,4	-	0,5
Tunisie	6,4	5,9	6,9	6,7	6,1	6,4
Turquie	2,7	3,2	3,0	2,0	2,9	2,8
Turkménistan	-0,2	-1,7	-	-	-	-1,0
Ouganda	-0,3	0,3	0,7	0,1	-	0,2
Ouzbékistan	0,1	0,1	-	-	-	0,1
Yémen	-0,5	-1,1	-0,8	-1,2	-	-0,9

Source: Calculé par le personnel du SESRTCIC sur la base des données disponibles dans le "Compendium of Tourism Statistics", Edition 2002, Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid 2002.

(-) Données pertinentes non disponibles.

**TABLEAU A.5: RECETTES AU TITRE DU TOURISME INTERNATIONAL
EN TANT QUE POURCENTAGE DES EXPORTATIONS DANS LES PAYS DE
L'OCI (%)**

	1996	1997	1998	1999	2000	Moyenne 1996-2000
Albanie	37,0	19,4	26,3	79,9	149,0	62,4
Azerbaïdjan	7,3	20,7	20,6	8,7	3,6	12,2
Bahreïn	5,6	7,1	11,2	9,9	8,2	8,4
Bangladesh	1,0	1,6	1,3	1,3	1,1	1,2
Bénin	4,4	4,6	8,0	-	-	5,7
Burkina Faso	13,2	16,8	13,2	-	-	14,4
Comores	383,3	650,0	133,3	118,8	83,3	273,8
Côte d'Ivoire	2,1	2,0	2,1	2,1	1,4	2,0
Egypte	90,5	95,1	81,9	109,7	92,6	94,0
Gabon	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3
Gambie	147,6	213,3	181,5	-	-	180,8
Guinée	1,0	-	0,1	0,9	1,4	0,9
Guyana	13,5	9,3	11,1	11,3	-	11,3
Indonésie	12,7	10,0	8,9	9,7	9,3	10,1
Iran	1,1	1,8	3,6	3,1	3,1	2,5
Jordanie	40,9	42,2	42,9	43,4	38,1	41,5
Kazakhstan	3,4	4,4	7,5	6,5	3,9	5,1
Koweït	1,2	1,3	2,2	0,8	0,5	1,2
Rép. kirghize	0,8	1,2	1,6	3,1	3,0	1,9
Liban	97,1	155,5	184,4	99,4	103,9	128,1
Libye	0,1	0,1	0,3	0,4	-	0,2
Malaisie	5,7	3,4	3,4	4,2	5,0	4,3
Maldives	450,8	391,8	409,5	507,8	452,6	442,5
Mali	6,7	4,6	16,0	13,5	18,8	11,9
Mauritanie	3,7	4,2	3,8	5,9	-	4,4
Maroc	24,3	20,6	23,9	25,5	27,5	24,4
Niger	5,2	6,6	5,4	0,8	-	4,5
Nigeria	0,5	0,8	1,4	1,2	1,0	1,0
Oman	1,4	1,5	2,1	1,5	1,1	1,5
Pakistan	1,6	1,3	1,2	0,9	0,9	1,2
Sénégal	15,1	16,9	18,4	16,2	14,0	16,1
Sierra Leone	21,3	-	114,3	133,3	38,7	76,9
Soudan	1,3	0,7	0,3	0,3	0,3	0,6
Surinam	3,2	1,3	0,5	1,5	3,1	1,9
Syrie	29,1	25,9	35,2	29,8	5,6	25,1
Togo	2,5	2,8	1,3	2,3	1,5	2,1
Tunisie	25,6	24,5	27,1	26,6	25,6	25,9
Turquie	25,7	30,8	29,0	19,6	28,7	26,7
Turkménistan	8,8	12,5	16,2	-	-	12,5
Ouganda	19,9	24,3	28,7	28,8	-	25,5
E.A.U.	2,6	2,1	2,0	2,1	2,5	2,2
Ouzbékistan	0,3	0,4	0,6	-	-	0,5
Yémen	1,7	2,8	5,6	2,5	1,9	2,9

Source: Calculé par le personnel du SESRTCIC sur la base des données disponibles dans le "Compendium of Tourism Statistics", Edition 2002, Organisation Mondiale du Tourisme, Madrid 2002.

(-) Données pertinentes non disponibles.