

TOURISME INTERNATIONAL DANS LES PAYS DE L'OCI 2022

Perspectives et défis dans le cadre de la
pandémie de COVID-19



Organisation de la coopération islamique
Centre de recherches statistiques, économiques et
sociales et de formation pour les pays islamiques
(SESRIC)



© juin 2022 | Centre de recherches statistiques, économiques et sociales et de formation pour les pays islamiques (SESRIC)

Adresse	Kudüs Cad. No: 9, Diplomatic Site, 06450 Oran, Ankara - Türkiye
Téléphone	+90-312-468 6172
Internet	www.sesric.org
E-mail	pubs@sesric.org

Tous droits réservés

Le matériel présenté dans cette publication est protégé par les droits d'auteur. Les auteurs accordent la permission de visionner, copier, télécharger et imprimer les données fournies par ce rapport tant que ces matériaux ne seront réutilisés, sous aucune condition, à des fins commerciales. Pour obtenir l'autorisation de copier ou réimprimer toute partie de ce document, veuillez adresser votre demande, en fournissant tous les renseignements nécessaires, au Département des publications du SESRIC.

Toutes les demandes relatives aux droits et licences doivent être adressées au Département des publications du SESRIC à l'adresse susmentionnée.

ISBN: 978-625-7162-22-7

La traduction de ce rapport a été faite par M. Denis Rmouch et la conception de couverture a été faite par M. Savaş Pehlivan, Département des publications, SESRIC.

Pour plus d'informations, veuillez contacter le Département des recherches, SESRIC via:
research@sesric.org

Table des matières

Acronymes	ii
Avant-propos	iii
Remerciements	v
Résumé analytique.....	vi
1. Introduction	1
2. Tourisme international dans le monde : Vue d'ensemble.....	5
3. Tourisme international dans les pays de l'OCI	12
3.1 Arrivées de touristes et recettes du tourisme	13
3.2 Le Rôle Économique du Tourisme International.....	15
3.3 Activités touristiques intra-OCI	21
3.4 Tourisme international dans les pays de l'OCI	24
4. Réponses politiques et reprise dans le secteur du tourisme	33
4.1 Réponses politiques de certains pays de l'OCI pendant la pandémie de COVID-19	34
4.2 Prévisions de reprise des activités touristiques internationales	40
4.3 Tendances clés émergentes dans le secteur du tourisme	44
5. Remarques finales et recommandations politiques	50
Annexes	57
Références	59



Acronymes

BAD	Banque asiatique de développement
ASEAN	Association des nations du Sud-Est asiatique
ATTA	Association professionnelle du voyage d'aventure
COMCEC	Comité permanent pour la coopération économique et commerciale
EAC	Europe et Asie centrale
EASAL	Asie de l'Est et du Sud et Amérique Latine
UE	Union européenne
IDE	Investissements directs étrangers
PIB	Produit intérieur brut
GMTI	Indice mondial des voyages musulmans
HTS	Services du tourisme Halal
IATA	Association internationale du transport aérien
CIDC	Centre islamique pour le développement du commerce
CIMT	Conférence islamique des ministres du Tourisme
OIT	Organisation internationale du travail
IMTI	Indice de voyage des musulmans d'Indonésie
ISO	Organisation internationale de normalisation
ITC	Centre islamique du tourisme
MENA	Moyen-orient et Afrique du nord
MOTAC	Ministère du tourisme, des arts et de la culture
NTCB	Conseil national de coordination du tourisme
NTDC	Société nationale de développement du tourisme
OCI	Organisation de la coopération islamique
PCR	Réaction en chaîne par polymérase
RM	Ringgit malaisien
SESRIC	Centre des recherches statistiques, économiques et sociales et de formation pour les pays islamiques
PME	Petites et moyennes entreprises
SMIIC	Institut de normalisation et de métrologie des pays islamiques
ASS	Afrique subsaharienne
TRAC	Comité d'action pour la relance du tourisme
Tr-CaB	Programme du SESRIC de renforcement des capacités du tourisme de l'OCI
OMT	Organisation mondiale du Tourisme
USD	Dollar américain
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
OMS	Organisation mondiale de la santé
WTTC	Conseil mondial du voyage et du tourisme



Avant-propos

Avec une croissance substantielle et soutenue des arrivées de touristes internationaux et des recettes touristiques, le secteur du tourisme international est devenu, au cours des quatre dernières décennies, un important catalyseur de croissance économique et de création d'emplois dans le monde entier. Toutefois, ces tendances à la hausse ont été inversées par l'émergence de la pandémie de COVID-19 et l'imposition de restrictions sur les voyages et les activités touristiques afin de freiner la propagation du coronavirus dans le monde. Dans ce contexte, le rapport du SESRIC sur "Le tourisme international dans les pays de l'OCI 2022 : Perspectives et défis face à la pandémie de COVID-19" fournit une évaluation complète du secteur du tourisme dans les pays de l'OCI en examinant les dernières données disponibles en mettant l'accent sur les impacts de la pandémie de COVID-19. Le rapport examine également les impacts de la pandémie sur le tourisme islamique, qui est un marché touristique de niche important pour le groupe de pays de l'OCI, et s'étend sur ses répercussions sur la coopération touristique intra-OCI.

Le rapport révèle que la pandémie de COVID-19 a entraîné une perturbation importante des activités touristiques internationales dans le monde entier, y compris dans les pays de l'OCI. Les arrivées de touristes dans le monde ont diminué de 72,7%, passant de 1464 millions en 2019 à 400 millions en 2020, tandis que les recettes touristiques sont passées de 1 466 milliards de dollars en 2019 à 533 milliards de dollars en 2020, ce qui correspond à une baisse de 63,8% en prix constants. Conformément aux tendances mondiales, les pays de l'OCI ont également connu une baisse significative des arrivées de touristes et n'ont accueilli que 70,4 millions de touristes internationaux en 2020, contre 258 millions en 2019, ce qui correspond à une baisse de 78,7%. Parallèlement, les recettes touristiques des pays de l'OCI ont diminué de 62,9%, passant de 216 milliards en 2019 à 77,8 milliards en 2019. Dans l'ensemble, les perturbations causées par la pandémie dans les pays membres de l'OCI ont entraîné des pertes estimées de 293 milliards de dollars de PIB et de 8,6 millions d'emplois dans les pays de l'OCI.

Pendant la pandémie, les chiffres du tourisme intra-OCI ont aussi sévèrement régressé. Une perte de recettes touristiques estimée à 56,6 milliards de dollars a été enregistrée en raison d'une baisse de 89 millions de touristes dans les arrivées de touristes intra-OCI en 2020. Bien qu'il ait enregistré une formidable expansion de 37% sur la période 2014-2019, le marché du tourisme islamique s'est également contracté de 70%, passant de 153 milliards de dollars en 2019 à 46 milliards de dollars en 2020, en raison de la pandémie. Cet état de choses montre que les pays de l'OCI doivent exercer des politiques plus proactives et mettre en œuvre des mesures globales afin de capitaliser sur leur avantage comparatif existant dans cet important marché de niche et atteindre progressivement les niveaux pré-pandémiques.



Il est important de souligner que de nombreux pays de l'OCI ont déployé des efforts considérables pendant la pandémie afin d'atténuer les effets négatifs multidimensionnels sur le secteur du tourisme. Les politiques et mesures correctives vont de la mise en place d'un mécanisme interne de gestion de crise à l'offre de mesures de relance monétaires et fiscales qui ont facilité les efforts de reprise dans le secteur. Avec le début du déploiement de la vaccination en 2021 et la levée progressive des restrictions sur les voyages internationaux en 2022, les acteurs du tourisme dans les pays de l'OCI sont devenus plus optimistes quant à la reprise en 2022. Pourtant, les projections révèlent que la reprise devrait prendre plusieurs années, et certaines politiques sont susceptibles d'accélérer le rythme de la reprise, comme l'investissement dans le déploiement de la vaccination, le développement de nouveaux produits touristiques et le renforcement de la coopération intra-OCI.

Cette situation nécessite que les pays de l'OCI utilisent efficacement la plateforme de la Conférence islamique des ministres du tourisme (CIMT), qui a tenu dix sessions entre 2000 et 2018, pour renforcer le dialogue politique et être le fer de lance de la coopération intra-OCI dans ce domaine. En outre, certains programmes et initiatives dans le cadre de l'OCI peuvent également offrir une excellente occasion de renforcer la coopération Sud-Sud et de promouvoir le partage des connaissances entre les pays de l'OCI sur des questions relatives à la manière d'atténuer les effets négatifs de la pandémie, d'accélérer les efforts de récupération et d'accroître la résilience du secteur du tourisme. Ces programmes et initiatives incluent le Groupe de Travail du COMCEC sur le Tourisme, le Programme de Renforcement de la Capacité du Tourisme de l'OCI (Tr-CaB), et la Feuille de Route Stratégique de l'OCI pour le Développement du Tourisme Islamique.

Par ailleurs, il convient de mentionner que le secteur mondial du tourisme est aujourd'hui à la croisée des chemins en raison de diverses dynamiques telles que le changement climatique, la numérisation rapide, les épidémies et les conflits. Ces tendances émergentes apportent un ensemble de nouvelles opportunités ainsi que des défis pour le développement du secteur du tourisme durable dans les pays de l'OCI et ailleurs. J'espère que les conclusions de ce rapport contribueront aux efforts conjoints de l'OCI pour promouvoir et renforcer la coopération intra-OCI pour le développement d'un secteur touristique résilient dans les pays de l'OCI.

Nebil DABUR
Directeur général
SESRIC



Remerciements

Ce rapport a été préparé par une équipe de recherche au SESRIC comprenant Cem Tintin et Tazeen Qureshi sous la supervision de Mazhar Hussain, Directeur du Département de la Recherche Économique et Sociale, et les directives de S. E. Nebil Dabur, Directeur Général du SESRIC.

Tazeen Qureshi a rédigé les encadrés et la section 4.1 sur les réponses politiques des pays sélectionnés de l'OCI pendant la pandémie de COVID-19. Cem Tintin a préparé toutes les autres sections du rapport.



Résumé analytique

Le tourisme international est devenu l'une des principales activités économiques et une source importante de revenus de devises étrangères et d'emploi, et un moteur de croissance économique dans beaucoup de pays. Plus de 10 % du PIB mondial était généré dans ce secteur juste avant le déclenchement de la pandémie. Pourtant, la pandémie de COVID-19 a durement touché les activités touristiques dans le monde entier, y compris dans les pays de l'OCI. Dans ce contexte, le rapport fournit une vue d'ensemble de l'état du tourisme international dans les pays de l'OCI, avec un accent particulier sur la période de la pandémie du COVID-19, et identifie les principaux défis et perspectives apportés par la pandémie. En outre, le rapport fournit une liste d'implications politiques sur la manière de surmonter ces défis et de tirer parti des perspectives de reprise effective des activités touristiques.

Tourisme international dans le monde : Vue d'ensemble

Avant le déclenchement de la pandémie de COVID-19, 10,4 % du PIB mondial et 10 % de tous les emplois ont été générés dans le secteur du tourisme en 2019. La déclaration de la pandémie de COVID-19 le 11 mars 2020 par l'Organisation mondiale de la santé a déclenché une vague de restrictions de voyage sous différentes formes et intensités qui ont mis le secteur du tourisme dans une position difficile. En raison de la pandémie, les arrivées de touristes internationaux ont diminué de 72,7 % pour atteindre 400 millions en 2020 et ont légèrement augmenté en 2021, pour atteindre 415 millions. Les plus fortes baisses d'arrivées ont été enregistrées dans les régions de l'Asie et du Pacifique (83,5%) et de l'Afrique (76,8%) en 2020. Dans le même ordre d'idées, les recettes touristiques mondiales sont passées de 1 466 milliards de dollars en 2019 à 533 milliards de dollars en 2020, soit une baisse de 63,8 % en prix constants. Au niveau régional, la plus forte baisse a été enregistrée au Moyen-Orient (73%), suivi par la région de l'Asie et du Pacifique (70,4%).

Tourisme international dans les pays de l'OCI

Comme dans de nombreux pays à travers le monde, le secteur du tourisme dans les pays de l'OCI a été affecté négativement par la pandémie. Les estimations montrent que les pays de l'OCI ont accueilli 70,4 millions de touristes internationaux en 2020 au lieu d'une projection de base de 277,8 millions. En outre, la pandémie a empêché les pays de l'OCI de générer des recettes touristiques potentielles de 233,3 milliards de dollars, et les conditions actuelles ne leur ont permis de collecter que des recettes touristiques de 77,8 milliards de dollars en 2020. Cela signifie une perte potentielle de 155,5 milliards de dollars de recettes touristiques dans le groupe de l'OCI en raison des mesures de confinement et du large éventail de restrictions imposées par les pays à travers le monde. En 2021, sur la base des données provisoires de l'OMT, la moyenne des arrivées de touristes dans le groupe de l'OCI s'est contractée de 78,7% et les recettes ont baissé de 62,9% par rapport à 2019. En raison de la



pandémie, la contribution moyenne du tourisme à l'emploi dans les pays de l'OCI a diminué de 7,5 % en 2019 à 6,2 % en 2020, ce qui correspond à une perte estimée de 8,6 millions d'emplois. L'ampleur estimée de la perte de PIB générée par le secteur des voyages et du tourisme a été mesurée à 293 milliards de dollars en 2020 dans les pays de l'OCI. En termes de recettes touristiques intra-OCI, on estime que 56,6 milliards de dollars ont été perdus à cause d'une baisse potentielle de 89 millions d'arrivées de touristes intra-OCI en 2020. De même, la pandémie a entraîné une contraction de 70,1 % de la taille du marché du tourisme islamique en 2020 dans le groupe de l'OCI.

Réponses politiques et reprise dans le secteur du tourisme

Pour atténuer les effets négatifs de la pandémie sur le tourisme, les pays de l'OCI ont mis en œuvre un large éventail de politiques et de mesures depuis l'apparition de la pandémie, allant de la mise en place de mécanismes internes de gestion de crise à l'offre de mesures de relance monétaire et fiscale. Par conséquent, les effets de la pandémie sur le secteur du tourisme des pays de l'OCI ne sont pas homogènes, et de grandes disparités existent au niveau de chaque pays en fonction de la rigueur des mesures d'endiguement et de redressement mises en œuvre. Pourtant, les projections révèlent que la reprise devrait prendre quelques années. Néanmoins, un certain nombre de tendances émergentes telles que la numérisation, les médias sociaux, le rôle de la population jeune (génération Z) et l'intérêt croissant pour le tourisme islamique pendant la pandémie pourraient faciliter la reprise du secteur du tourisme et l'aider à retrouver sa trajectoire de croissance positive observée avant la pandémie.

Remarques finales et recommandations politiques

Selon l'OMT, la pandémie de COVID-19 est la plus grande crise qui ait frappé le secteur du tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale. Pourtant, le début du déploiement de la vaccination en 2021 a renforcé les espoirs de redémarrage et de reprise du secteur du tourisme dans les pays de l'OCI et ailleurs. Les projections révèlent que la reprise sera progressive. Néanmoins, les responsables politiques pourraient influencer le rythme de la reprise dans leurs pays respectifs. En particulier, en investissant dans le déploiement de la vaccination, en développant de nouveaux produits touristiques et en renforçant la coopération intra-OCI, les pays de l'OCI sont susceptibles d'accélérer le rythme de la reprise. Comme les pays de l'OCI sont riches en termes de politiques et de mesures pour traiter les impacts négatifs sur le secteur du tourisme, le partage des connaissances et des meilleures pratiques pourrait jouer un rôle critique dans ces moments difficiles de la pandémie.



Le tourisme international comporte l'ensemble des activités des personnes voyageant et séjournant dans des lieux en-dehors de leur environnement habituel pendant une période ininterrompue ne dépassant pas une année, pour des motifs de loisirs, d'affaires ou autres. Il ressort de cette définition générale que l'industrie du tourisme correspond à toute activité socio-économique relative, directement ou non, à la fourniture de produits et services destinés aux touristes. À cet égard, l'OMT identifie 185 activités au niveau de l'offre étroitement liées au secteur du tourisme. Celles-ci regroupent les services de différents secteurs, à savoir: le secteur de transport et de la communication, l'hôtellerie et les services d'hébergement, le secteur des produits alimentaires et des boissons, les services culture et divertissement, le secteur bancaire et financier, ainsi que les services de la promotion et de la publicité.

Au cours des dernières décennies, l'activité touristique internationale a connu une croissance importante et soutenue en termes de revenus et de nombre de touristes, et a eu un large impact économique, social, culturel et environnemental s'étendant à presque chaque partie du monde. L'activité touristique internationale génère d'importantes retombées économiques tant dans les pays d'accueil que dans les pays d'origine des touristes. Il est devenu l'un des plus grands secteurs au monde ainsi qu'une catégorie importante du commerce international. Le secteur du tourisme a créé 1 nouvel emploi sur 4 dans le monde avant l'apparition de la pandémie de COVID-19.

Les pays de l'OCI, en tant que groupe, ont de plus en plus reconnu l'importance du secteur étant donné ses liens directs et indirects avec diverses activités économiques. Le secteur du tourisme apporte également un large éventail d'avantages sociaux en favorisant la paix, l'harmonie et le dialogue culturel et en créant des opportunités pour les groupes vulnérables. À cette fin, le tourisme figure parmi les six domaines prioritaires de coopération dans la stratégie adoptée par le Comité permanent pour la coopération économique et commerciale de l'OCI (COMCEC), avec l'objectif stratégique de développer un secteur touristique durable et compétitif dans la région de l'OCI. Dans ce contexte, il convient également de noter que les activités de coopération en matière de tourisme ont pris une plus grande importance dans l'agenda de l'OCI au cours des deux dernières décennies. En effet, dix conférences islamiques des ministres du tourisme (CIMT) et un certain nombre de réunions de groupes d'experts et de séminaires sur le développement du tourisme ont été organisés au cours de la période qui s'est écoulée depuis la première CIMT, qui s'est tenue à Ispahan, en République islamique d'Iran, en octobre 2000. Un large éventail de résolutions a été adopté lors de ces conférences et réunions visant à développer le secteur du tourisme dans les pays de l'OCI et à renforcer leur coopération dans ce domaine vital et multidimensionnel de l'activité économique, sociale et culturelle. Plus récemment, le Programme d'action de l'OCI 2025, qui a été adopté en 2016 à Istanbul, identifie cinq objectifs spécifiques liés au développement touristique dans les pays de l'OCI.



Jouissant d'un ensemble riche et divers d'attraits naturels, géographiques, historiques et culturels, les pays de l'OCI, en tant que groupe, disposent d'un fort potentiel de développement du secteur de tourisme international durable. En outre, les pays de l'OCI, en tant que groupe, ont enregistré une croissance significative au cours de la dernière décennie dans certains marchés de niche de l'industrie du tourisme, tel que le tourisme islamique. Cependant, les niveaux de développement du tourisme souhaitables dans plusieurs pays de l'OCI, et dans la région de l'OCI dans son ensemble, n'ont pas été atteints.

En raison de la transmission rapide du virus COVID-19, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a déclaré la situation de pandémie le 11 mars 2020. À la suite de cette décision, presque toutes les destinations du monde ont commencé à mettre en œuvre des mesures strictes, y compris la fermeture des frontières, afin de contenir la propagation du virus qui a entraîné la plus grande crise de l'histoire du tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale. Par conséquent, les arrivées de touristes dans le monde ont diminué de 72,7 % en 2020 par rapport à 2019, tandis que les recettes touristiques ont diminué de 63,8 % (UNWTO, 2022a). Le choc a frappé les pays de l'OCI de la même manière, si bien que l'on estime que le groupe de l'OCI a perdu environ 294 milliards de dollars de son PIB total. De nombreux acteurs du tourisme ont connu des moments difficiles pour maintenir leurs opérations, entraînant finalement une perte estimée à 8,6 millions d'emplois dans le groupe de l'OCI en 2020. Les activités touristiques intra-OCI ont remarquablement ralenti, et on estime que les arrivées ont diminué d'environ 89 millions en 2020. En d'autres termes, la pandémie du COVID-19 a fait reculer une partie des progrès réalisés par le groupe de l'OCI dans le domaine de la coopération touristique.

Néanmoins, en réponse à la pandémie, de nombreux pays de l'OCI ont également élaboré et mis en œuvre un ensemble de politiques visant à atténuer les effets négatifs sur le secteur du tourisme, à soutenir les acteurs du tourisme et à relancer les activités touristiques. Ces politiques comprenaient la mise en place d'un mécanisme interne de gestion de crise, l'élaboration de protocoles sanitaires, l'extension des programmes de soutien fiscal et monétaire et l'investissement dans des marchés touristiques de niche alternatifs. Les mesures prises par les pays de l'OCI ont non seulement reflété leurs capacités à développer des réponses politiques rapides contre les chocs externes, mais ont également contribué aux efforts de redressement des acteurs du tourisme dans leurs pays respectifs. La pandémie a également mis en évidence l'importance de renforcer la coopération touristique intra-OCI par des moyens tels que le partage d'expériences et le transfert de connaissances dans le renforcement des capacités qui ont facilité les efforts de redressement dans le secteur du tourisme.



Dans ce contexte, le présent rapport fournit tout d'abord une évaluation des impacts de la pandémie de COVID-19 sur le secteur du tourisme au niveau mondial dans la section 2. Ensuite, dans la section 3, elle se concentre spécifiquement sur les impacts de la pandémie sur le secteur du tourisme des pays de l'OCI en examinant ses effets sur les indicateurs traditionnels du tourisme (par exemple, les arrivées de touristes et les recettes touristiques) et un certain nombre de variables économiques (par exemple, le PIB et l'emploi). La section 4 du rapport passe en revue les politiques et mesures de certains pays de l'OCI qui visent à atténuer les impacts de la pandémie, tout en fournissant une discussion sur les perspectives du secteur du tourisme et les tendances récentes qui pourraient potentiellement stimuler la reprise du secteur. Enfin, la section 5 présente des remarques finales et un certain nombre de recommandations politiques qui serviront de lignes directrices générales pour relever les défis posés par la pandémie et préparer le secteur du tourisme à l'ère post-pandémique.



2. Tourisme international dans le monde : Vue d'ensemble



Le marché du tourisme international était en expansion, tant en termes d'arrivées de touristes que de recettes touristiques, au cours des dernières années, avant le déclenchement de la pandémie de COVID-19. Tant le nombre d'arrivées de touristes internationaux que les recettes touristiques ont augmenté, et le secteur du tourisme est donc devenu une importante source de revenus pour de nombreuses économies dans le monde. Le secteur a créé des millions d'emplois pour des personnes partout dans le monde, y compris pour certains segments vulnérables comme les personnes handicapées, les femmes et les jeunes. En outre, dans de nombreux pays, le secteur a contribué de manière significative aux efforts de conservation et de durabilité de plusieurs parcs nationaux, zones protégées, zones humides et plages.

Pour mettre en perspective, juste avant l'apparition de la pandémie de COVID-19, 10,4 % du PIB mondial (9,2 trillions de dollars) et 10 % de tous les emplois (334 millions) étaient générés dans le secteur du tourisme en 2019 (WTTC, 2021)¹. En d'autres termes, le secteur a créé un nouvel emploi sur quatre dans le monde avant la pandémie. Comme le secteur du tourisme a des liens directs et indirects avec 185 activités de l'offre dans l'économie, un choc tel qu'une pandémie pourrait avoir le potentiel d'affecter une chaîne d'activités économiques allant des transports aux hôteliers (OECD, 2020). Par exemple, la CNUCED (2021) a estimé qu'en raison des liens avec des secteurs en amont comme l'agriculture, une baisse des ventes touristiques entraîne une perte de PIB réel multipliée par 2,5, en moyenne, en l'absence de tout plan de relance.

La déclaration de la pandémie de COVID-19 le 11 mars 2020 par l'Organisation mondiale de la santé a déclenché une vague de restrictions de voyage sous différentes formes et intensités qui ont mis le secteur du tourisme dans une position difficile. En raison de l'intensité du choc, l'OMT a défini la pandémie comme la pire crise du tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale.

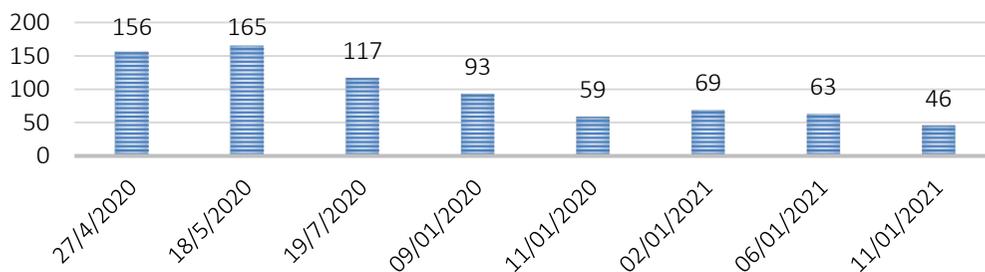
Selon l'OMT (2020a), 217 destinations dans le monde ont commencé à mettre en œuvre une forme de restriction des voyages (totale ou partielle) qui limitait les activités touristiques internationales ou les arrêtaient complètement le 27 avril 2020. Les restrictions les plus extrêmes observées pendant la pandémie ont pris la forme de fermetures de frontières. Le 27 avril 2020, 156 destinations ont totalement fermé leurs frontières et ce nombre a encore augmenté pour atteindre 165 le 18 mai 2020 (graphique 2.1). Ces restrictions et mesures se sont poursuivies en 2020 et 2021, avec une intensité et une portée variables, car la propagation du virus n'a pas encore pu être totalement maîtrisée. Néanmoins, les fermetures totales des frontières ont progressivement diminué au fil du temps, notamment en raison de l'introduction de nouvelles réglementations en matière d'hygiène et de sécurité pour relancer les voyages internationaux. La disponibilité et l'inoculation des vaccins COVID-19 ont également joué un rôle dans la réduction de ces

¹ Une discussion détaillée concernant les impacts économiques de la pandémie sur les pays de l'OCI est présentée dans la section 3.2.



restrictions. Par conséquent, le nombre de destinations avec des fermetures complètes des frontières a diminué à 46 au 1er novembre 2021.² Avec la poursuite des efforts de vaccination et la réduction du nombre de nouveaux cas, à partir de 2022, le nombre de ces destinations a continué à diminuer, ce qui est prometteur pour une reprise progressive des activités touristiques internationales.

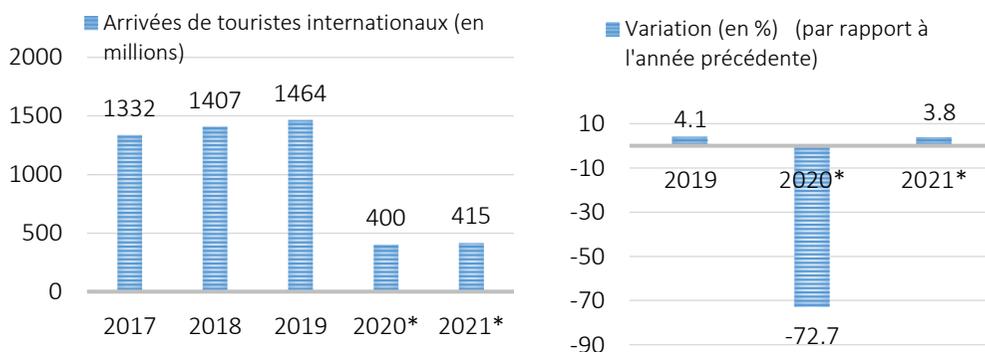
Graphique 2.1: Nombre de destinations avec fermeture complète des frontières en raison du COVID-19



Source: OMT à partir du 1er novembre 2021

Un examen plus approfondi de l'impact de la pandémie sur les arrivées de touristes internationaux dans le monde révèle qu'avec l'apparition de la pandémie de COVID-19, les arrivées ont diminué de 72,7 % pour atteindre 400 millions en 2020 (graphique 2.2, à gauche). Avec la disponibilité des vaccins contre le COVID-19, les politiques de relance des activités touristiques et les efforts d'inoculation, les arrivées de touristes internationaux dans le monde ont connu une légère amélioration et sont estimées à 415 millions d'ici à la fin de 2021, ce qui correspond à une augmentation annuelle de 3,8 % par rapport à 2020 (graphique 2.2, à droite).

Graphique 2.2: Arrivées de touristes internationaux dans le monde entier



Source: UNWTO.* Données provisoires

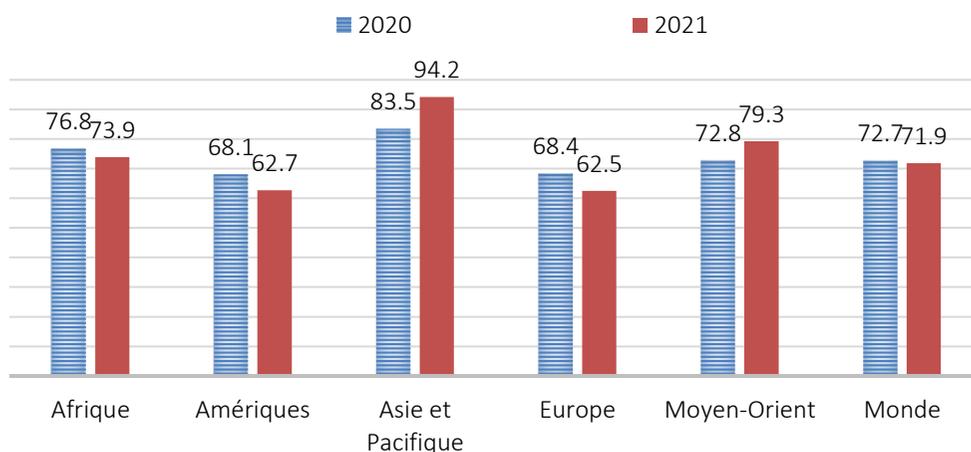
² Une discussion détaillée sur les types de restrictions et leurs implications futures sur les pays de l'OCI est présentée dans la section 4.2.



Pourtant, le chiffre estimé des arrivées mondiales pour l'année 2021 était inférieur de 71,6 % au niveau pré-pandémique, ce qui reflète l'intensité du choc sur le marché mondial du tourisme. L'OMT (2020b) a indiqué qu'en raison de la pandémie de COVID-19, le secteur mondial du tourisme a perdu entre cinq et sept ans de croissance, et qu'il faudra plusieurs années pour retrouver les niveaux pré-pandémiques.

En ce qui concerne l'impact régional de la pandémie de COVID-19, l'Asie et le Pacifique (83,5 %) et l'Afrique (76,8 %) ont enregistré les plus fortes baisses proportionnelles des arrivées de touristes en 2020 (graphique 2.3). Les restrictions générales mises en œuvre, notamment par les pays d'Asie et du Pacifique, ont joué un rôle important à cet égard. En outre, les premiers cas de COVID-19 signalés en Chine et dans de nombreux pays d'Asie ont déclenché la mise en œuvre de restrictions de voyage un peu plus tôt dans cette région que dans les autres régions en 2020 (UNWTO, 2020a; UNWTO et ADB, 2022). En 2021, l'Asie et le Pacifique (94,2%) et le Moyen-Orient (79,3%) ont enregistré les plus fortes baisses d'arrivées de touristes au niveau régional. En 2021, l'Europe (62,5 %) a connu une contraction relativement limitée, notamment en raison du niveau élevé de compréhension commune en termes de restrictions régionales et de la mise en œuvre d'un passeport (certificat) de vaccination standardisé à l'échelle de l'UE qui a facilité les flux de touristes sur le continent (UNWTO, 2022a; European Commission, 2022).

Graphique 2.3: Impact de la pandémie de COVID-19 sur les arrivées de touristes internationaux par région (baisse en % par rapport à 2019)



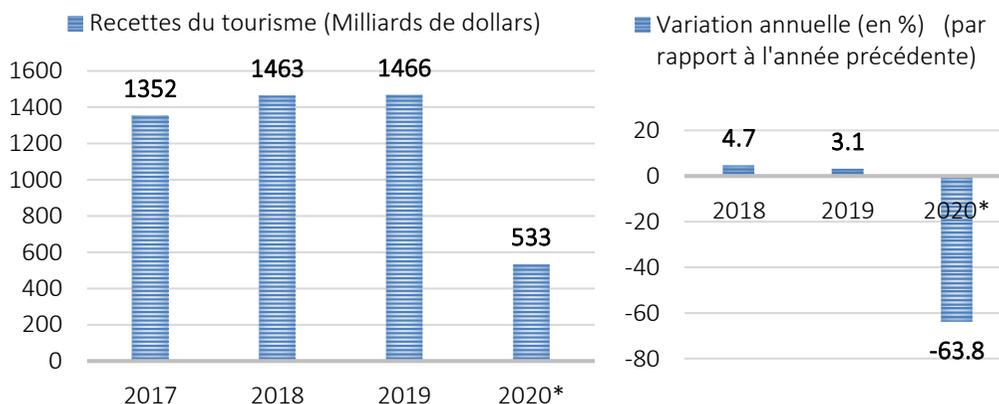
Source: OMT, Baromètre 2022

La baisse des arrivées de touristes internationaux a également entraîné une contraction significative des recettes du tourisme international à l'échelle mondiale, principalement en raison des restrictions de voyage et autres mesures généralisées visant à contenir la



propagation du virus COVID-19. Les recettes touristiques mondiales sont passées de 1 466 milliards de dollars en 2019 à 533 milliards de dollars en 2020, ce qui correspond à une baisse de 63,8 % en prix constants (graphique 2.4).

Graphique 2.4: Recettes du tourisme international dans le monde

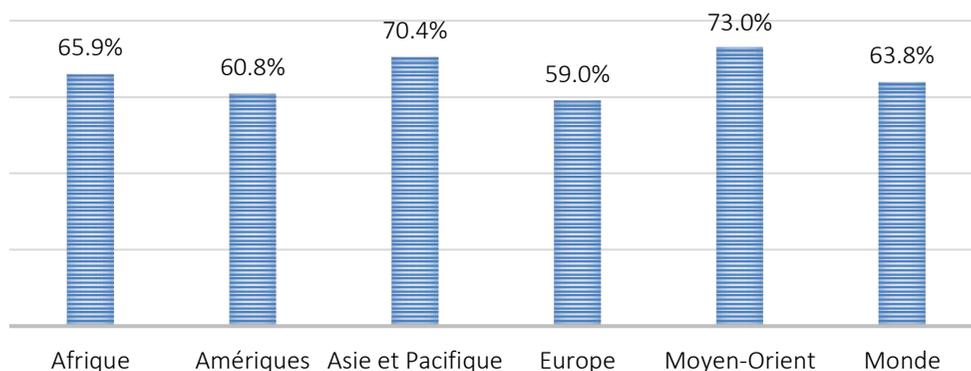


Source: UNWTO. * Données provisoires

Note: Le panneau de droite utilise les monnaies locales en prix constants pour refléter la variation annuelle.

Au niveau régional, le Moyen-Orient (73 %) a enregistré la plus forte baisse des recettes du tourisme international en 2020 par rapport à 2019 (période pré-pandémique), suivi par l'Asie et le Pacifique (70,4 %) et l'Afrique (65,9 %) (graphique 2.5). Dans l'ensemble, toutes les régions du monde ont été touchées brutalement par la pandémie et ont enregistré des pertes importantes en 2020 par rapport à 2019.

Graphique 2.5: Impact de la pandémie de COVID-19 sur les recettes du tourisme international par région (baisse en % par rapport à 2019)

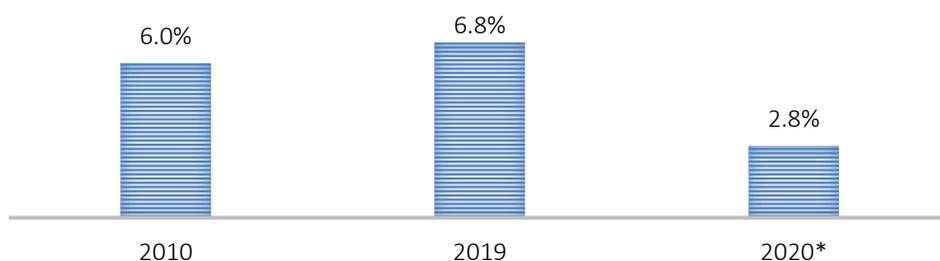


Source: OMT, Baromètre 2022



Les pertes importantes de recettes du tourisme international se traduisent par une baisse de la part du tourisme international dans les exportations totales de biens et de services du monde. Avant le début de la pandémie en 2019, cette part était mesurée à environ 6,8 % (graphique 2.6). En 2020, il a diminué à 2,8 % en raison d'une réduction globale des recettes en devises des pays du monde entier et d'une baisse des recettes touristiques. En d'autres termes, l'importance relative du tourisme international dans l'économie mondiale s'est effondrée à cause de la pandémie si l'on considère sa contribution aux exportations.

Graphique 2.6. Part (%) du tourisme international dans le total des exportations mondiales de biens et services



Source: Baromètre de l'OMT, novembre 2021. * Données provisoires

Note: Basé sur les statistiques de la balance des paiements (BOP), la catégorie Voyages et transport de passagers sous les exportations de services.

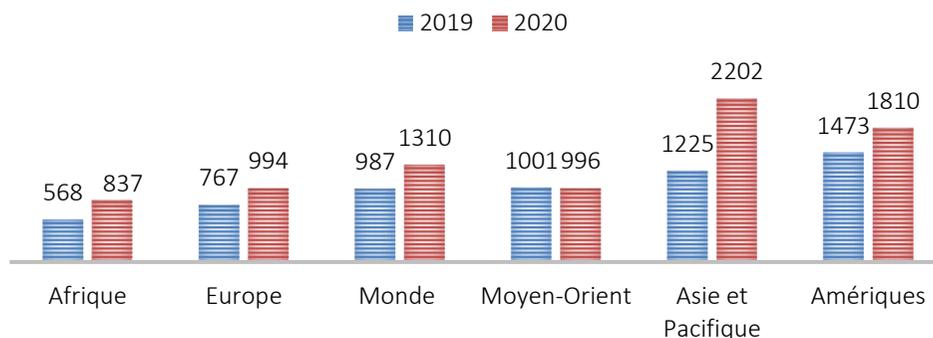
La pandémie a non seulement affecté la confiance des voyageurs, mais aussi celle des investisseurs étrangers dans le secteur du tourisme. Le secteur a entamé l'année 2020 après avoir enregistré de bonnes performances en matière d'investissements directs étrangers (IDE) en 2019, avec 710 projets Greenfield annoncés - soit une augmentation de 9 % par rapport à 2018. En 2020, les annonces d'investissements transfrontaliers mondiaux dans le secteur du tourisme ont diminué de 63 % par rapport à 2019, avec seulement 261 nouveaux projets d'investissement. Au cours de la même période, les investissements en capital dans le secteur ont diminué de 74% pour atteindre 15,7 milliards de dollars et la création d'emplois a également chuté de 72% pour atteindre près de 37 000 nouveaux emplois (FDI Intelligence, 2021).

Bien que les arrivées et les recettes touristiques aient suivi une tendance négative sur la période 2019-2020, les recettes touristiques mondiales par arrivée ont augmenté, passant de 987 dollars en 2019 à 1 310 dollars en 2020. Au niveau régional, en moyenne, les pays d'Asie et du Pacifique ont réussi à générer plus de recettes par touriste international qui sont passées de 1 225 dollars en 2019 à 2 202 dollars en 2020. Les Amériques ont également connu une augmentation significative entre 2019 et 2020 des recettes touristiques par arrivée qui ont augmenté de 337 dollars. En 2020, les recettes



du tourisme international par arrivée sont restées inférieures à la moyenne mondiale de 1 310 dollars au Moyen-Orient (996 dollars), en Europe (994 dollars) et en Afrique (837 dollars) (graphique 2.7).

Graphique 2.7: Recettes du tourisme international par arrivée en 2019 vs. 2020 (Dollars des États-Unis)



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme (UNWTO).

Un certain nombre de facteurs influent sur les recettes touristiques par arrivée, tels que le taux de change du dollar, la durée du séjour et la situation géographique du pays. Entre autres, l'éventail des produits et services touristiques à valeur ajoutée est un déterminant important des habitudes de dépenses des touristes. En particulier, les activités touristiques internationales sont devenues plus coûteuses pendant la pandémie en raison des procédures supplémentaires qui augmentent le coût du voyage et du séjour, comme les tests PCR obligatoires, les kits d'hygiène, les périodes d'isolement dans les hôtels et les mesures de distanciation sociale dans les espaces publics. En outre, la pression inflationniste mondiale a augmenté les prix mondiaux de plusieurs produits de base et les prix de l'énergie (SESRIC, 2021). Cela a entraîné une augmentation des dépenses (recettes) touristiques. Dans ce contexte, l'augmentation observée des recettes touristiques par arrivée en 2020 doit être interprétée avec une certaine prudence. Dans l'ensemble, les pays doivent s'attacher à concevoir des politiques efficaces pour offrir des services touristiques à plus forte valeur ajoutée et à diversifier leurs services existants afin d'augmenter les recettes touristiques internationales par arrivée à long terme.



3. Tourisme international dans les pays de l'OCI

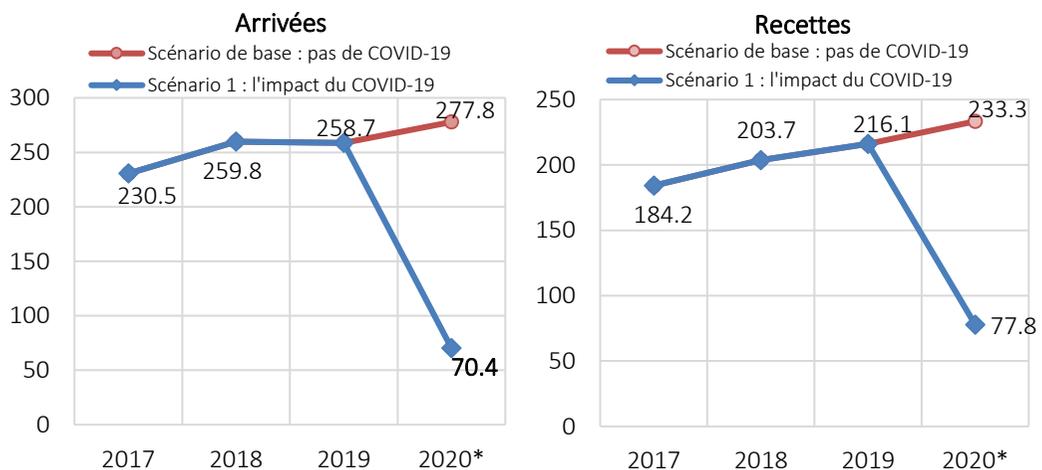


Cette section évalue la performance touristique des pays de l'OCI au cours des dernières années, sur la base des données disponibles, dans quatre dimensions principales. Tout d'abord, elle examine l'évolution du nombre d'arrivées de touristes et des recettes touristiques, avec un accent particulier sur la période de la pandémie de COVID-19. Deuxièmement, il donne un aperçu du rôle économique du tourisme international dans les pays de l'OCI et examine comment la pandémie a affecté l'importance économique du secteur dans le groupe de l'OCI. Troisièmement, il fournit une vue d'ensemble des activités touristiques intra-OCI et présente quelques estimations sur les impacts de la pandémie sur les arrivées de touristes intra-OCI et les recettes touristiques. Enfin, la section se termine par une discussion sur l'état du tourisme islamique dans les pays de l'OCI et les implications de la pandémie sur le développement de ce secteur de niche.

3.1 Arrivées de touristes et recettes du tourisme

Comme dans de nombreux pays du monde, le secteur du tourisme des pays de l'OCI a été gravement frappé par la pandémie. Les effets dévastateurs de la pandémie (tels que l'érosion de la confiance dans les voyages internationaux et les mesures de confinement strictes mises en place, comme les couvre-feux, les fermetures de magasins, les fermetures de frontières et l'annulation de vols internationaux) ont entraîné des pertes importantes en termes d'arrivées de touristes et de recettes touristiques.

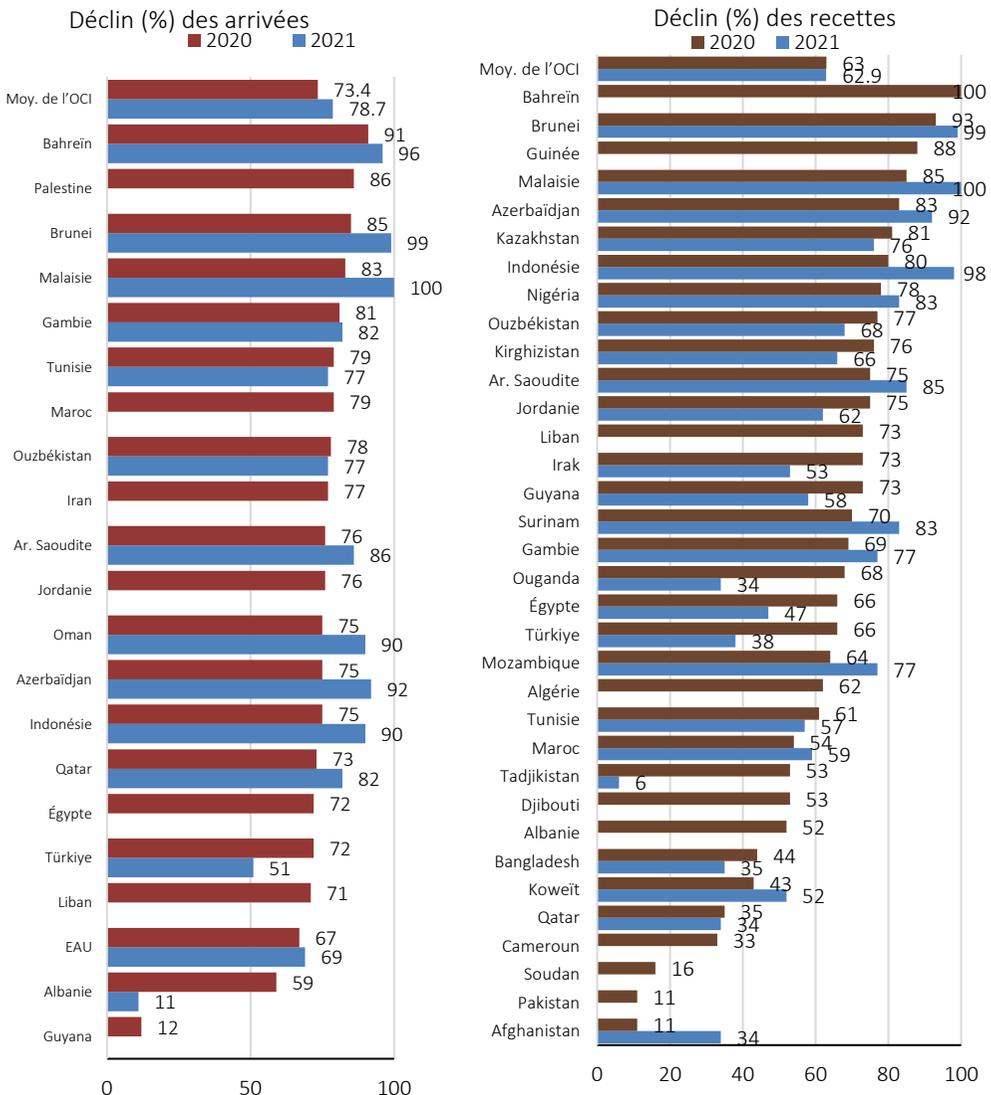
Graphique 3.1: Arrivées de touristes internationaux (en millions, à gauche) et recettes (en milliards de dollars américains, à droite) dans les pays de l'OCI



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur les données de l'OMT couvrant 45 pays de l'OCI. Le scénario de base utilise les valeurs tendanciennes de la période 2017-2019 pour estimer 2020. L'estimation du scénario 1 utilise les moyennes mondiales de l'OMT de 73% de baisse des arrivées et de 64 % de baisse des recettes.

Pour mettre les choses en perspective, le graphique 3.1 présente les estimations faites pour les pays de l'OCI sur les arrivées de touristes internationaux et les recettes touristiques en fonction de deux scénarios. Le scénario de base suppose qu'il n'y a pas d'épidémie de COVID-19, de sorte qu'en 2020, les pays de l'OCI ont suivi la tendance positive observée sur la période 2017-2019, tant en termes d'arrivées de touristes que de recettes touristiques.

Graphique 3.2: Baisse (%) des arrivées de touristes internationaux et des recettes touristiques dans les pays de l'OCI (sur 2019).



Source: Tableau de bord du tourisme mondial de l'OMT, janvier 2022

Note: L'ensemble de données de 2021 couvre la période janvier-septembre. Tous les pays de l'OCI dont les données sont disponibles sont déclarés. Les valeurs manquantes ne sont pas reflétées sur les graphiques.



Arrivées des touristes et recettes du tourisme. Le scénario 1 suppose que le COVID-19 a frappé le secteur du tourisme des pays de l'OCI dans la même mesure que dans le monde. En conséquence, les estimations montrent que les pays de l'OCI ont accueilli 70,4 millions de touristes internationaux en 2020 au lieu d'une projection de base de 277,8 millions. Cela se traduit par une perte potentielle de 155,5 milliards dollars de recettes touristiques dans le groupe de l'OCI. En d'autres termes, la pandémie a empêché les pays de l'OCI de générer des recettes touristiques potentielles de 233,3 milliards de dollars, et les conditions actuelles ne leur ont permis de collecter que des recettes touristiques de 77,8 milliards de dollars en 2020.

Les estimations montrent que, par rapport à 2019, les pays de l'OCI, en tant que groupe, ont accueilli 73 % de moins de touristes internationaux et gagné 64 % de moins de recettes touristiques en 2020, selon le scénario 1 (graphique 3.1). Ces estimations semblent être réalistes. Les données provisoires rapportées par l'OMT (2021) pour un certain groupe de pays de l'OCI ont révélé que les arrivées de touristes, en moyenne, ont diminué de 73,4% et que les recettes ont baissé, en moyenne, de 63% en 2020 par rapport à 2019 (graphique 3.2). En 2021, sur la base des données provisoires de l'OMT, la moyenne des arrivées de touristes dans le groupe de l'OCI s'est contractée de 78,7% et les recettes ont baissé de 62,9% par rapport à 2019. Néanmoins, de grandes disparités existent au niveau de chaque pays. En termes d'arrivées, l'ampleur de la baisse a dépassé 85 % à Bahreïn, en Palestine et au Brunei Darussalam en 2020 par rapport à 2019. En 2021, les baisses estimées étaient supérieures à 95 % en Malaisie, au Brunei Darussalam et au Bahreïn. Dans le même ordre d'idées, la chute des recettes touristiques en 2020 a été de plus de 85 % à Bahreïn, au Brunei Darussalam, en Guinée et en Malaisie. En 2021, les plus fortes baisses relatives des recettes touristiques ont été enregistrées en Malaisie, en Indonésie, au Brunei Darussalam et en Azerbaïdjan, où l'ampleur de la réduction a dépassé 90 % par rapport au niveau des recettes touristiques déclaré en 2019 (avant la pandémie).

3.2 Le Rôle Économique du Tourisme International

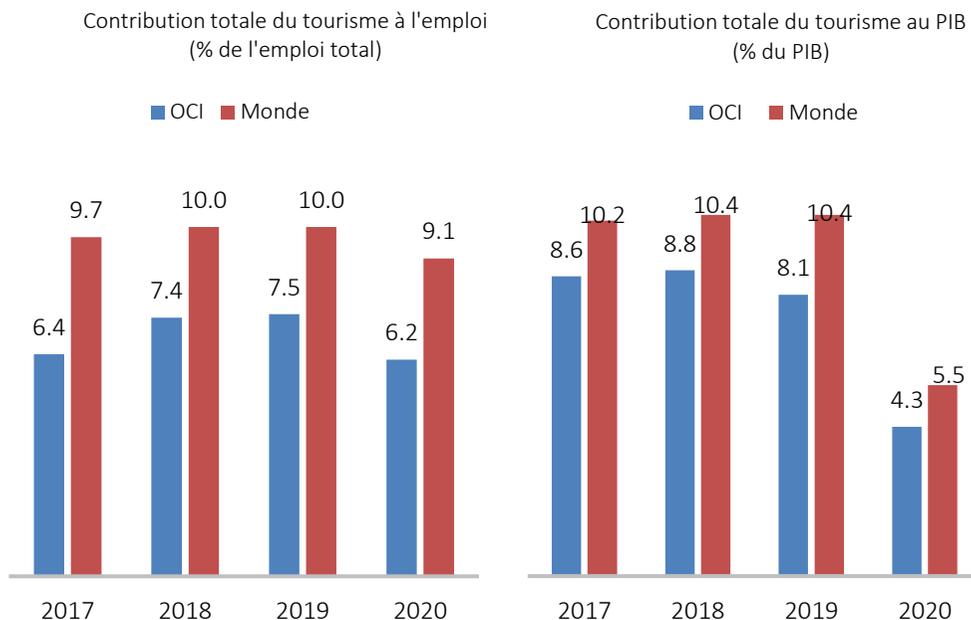
Les données rapportées par le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC, 2021a) apportent un éclairage supplémentaire sur la quantification des impacts économiques de la pandémie dans les pays de l'OCI. En particulier, étant donné les liens directs et indirects du secteur du tourisme avec l'ensemble de l'économie et avec plus de 185 activités liées à l'offre, une contraction du secteur pourrait avoir des répercussions négatives importantes sur l'emploi et le PIB.

La contribution totale du tourisme international à l'emploi dans les pays de l'OCI, en moyenne, est passée de 6,4 % en 2017 à 7,5 % en 2019 (graphique 3.3, à gauche). Au niveau mondial, elle a également augmenté, passant de 9,7% en 2017 à 10,0% en 2019.



La contribution totale du tourisme au PIB des pays de l'OCI, en moyenne, a grimpé de 8,6% en 2017 à 8,8% en 2018. En 2019, la moyenne du groupe de l'OCI a connu une légère baisse et a été enregistrée à 8,1%. La moyenne mondiale a également connu une augmentation, passant de 10,2% en 2017 à 10,4% en 2019. En d'autres termes, les contributions du secteur du tourisme à l'emploi et au PIB sont restées sous-potentielles dans le groupe de l'OCI par rapport à la moyenne mondiale, même avant la pandémie.

Graphique 3.3: Contribution du tourisme international à l'économie



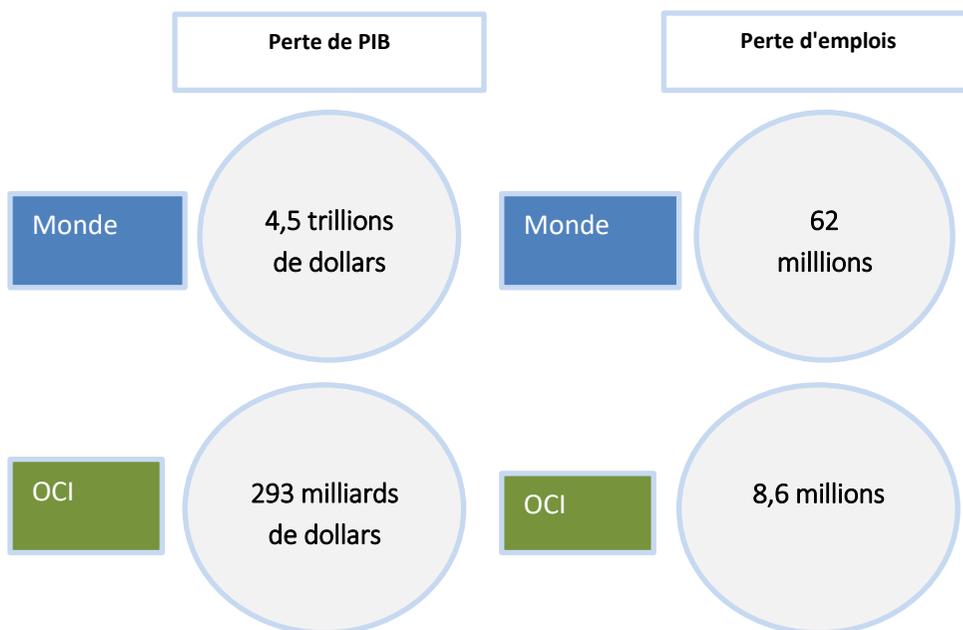
Source: Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC)

En 2020, avec le déclenchement de la pandémie, en raison d'une réduction significative des arrivées de touristes et des recettes touristiques, la contribution moyenne du tourisme à l'emploi dans les pays de l'OCI est passée de 7,5 % en 2019 à 6,2 % en 2020, ce qui correspond à une perte estimée de 8,6 millions d'emplois. Dans la même veine, la contribution des activités de voyage et de tourisme au PIB du groupe de l'OCI a diminué de 8,1 % en 2019 à 4,3 % en 2020 (graphique 3.3, à droite). L'ampleur estimée de la perte de PIB découlant de la contraction du secteur des voyages et du tourisme a été évaluée à 293 milliards de dollars en 2020 dans les pays de l'OCI, principalement en raison des diverses mesures prises pour contenir la propagation du virus (graphique 3.4). Dans le monde entier, la contraction du secteur a entraîné une perte d'environ 4 500 milliards de dollars dans le PIB de 2020. La même année, la contraction a entraîné 62 millions de pertes d'emplois dans le monde, dont 8,6 millions dans les pays de l'OCI (graphique 3.4).



Avec ces pertes, 272 millions de personnes sont restées employées dans le secteur au niveau mondial. La menace de pertes d'emplois persiste car de nombreux emplois sont actuellement soutenus par des programmes gouvernementaux de maintien et des heures réduites (WTTC, 2021).

Graphique 3.4: Impacts de la pandémie de COVID-19 sur le PIB et les emplois du secteur des voyages et du tourisme en 2020 (par rapport à 2019)



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur les données du WTTC

Selon l'OMT (2020a), à l'échelle mondiale, environ 80% des entreprises de tourisme sont des petites et moyennes entreprises (PME) qui ont des sources limitées pour survivre en cas de choc économique comme celui qui se produit actuellement en raison de l'épidémie de COVID-19. Le secteur du tourisme crée non seulement des millions d'emplois, mais offre également des opportunités à certains groupes vulnérables comme les femmes, les jeunes et les communautés rurales dans de nombreux pays développés et en développement (UNWTO, 2020c; UN, 2020). À cet égard, une récession ou une crise dans le secteur pourrait se traduire par la perte de millions d'emplois et d'heures travaillées. En particulier, dans de nombreux pays en développement et dans plusieurs pays de l'OCI, la pandémie a touché un large éventail d'acteurs du tourisme, y compris les groupes vulnérables travaillant dans les secteurs liés au tourisme, ce qui a entraîné une augmentation des taux de chômage et de pauvreté (UN, 2020) (voir encadré 3.1). Certains éléments vont dans ce sens. Les données de cinq pays - Brunei Darussalam, Mongolie, Philippines, Thaïlande et Viet Nam - révèlent que les pertes d'emplois dans les secteurs



liés au tourisme en 2020 étaient quatre fois plus importantes que dans les secteurs non touristiques (OIT, 2021). En outre, sur la base des données d'un groupe de pays de la région Asie-Pacifique, les emplois formels dans le secteur du tourisme ayant diminué en raison de la pandémie, les travailleurs sont passés dans le secteur informel. Cela a exacerbé les activités économiques informelles, entraîné des pertes de revenus pour les gouvernements et accru la vulnérabilité de ces travailleurs (ILO, 2021).

Encadré 3.1: La pandémie de COVID-19, le tourisme et les groupes vulnérables

La pandémie de COVID-19 a eu un effet dévastateur et disproportionné sur les groupes vulnérables qui dépendent des secteurs du voyage et du tourisme pour leur survie, comme les femmes, les jeunes, les personnes âgées, les personnes handicapées et les communautés indigènes. Une étude réalisée en Indonésie, par exemple, montre que la vulnérabilité de l'emploi des femmes, des jeunes et des travailleurs peu instruits dans le secteur du tourisme était plus de cinq fois supérieure à la moyenne nationale pendant la pandémie (Sun et al., 2021).

Au niveau mondial, les femmes représentent environ 54 % de la main-d'œuvre du secteur du tourisme, souvent employées dans des emplois peu qualifiés ou informels (ILO, 2020). Les femmes employées dans le secteur informel, peu qualifié ou dans le secteur des services sont moins résistantes à la crise car elles gagnent moins, épargnent moins et ont des emplois plus précaires.

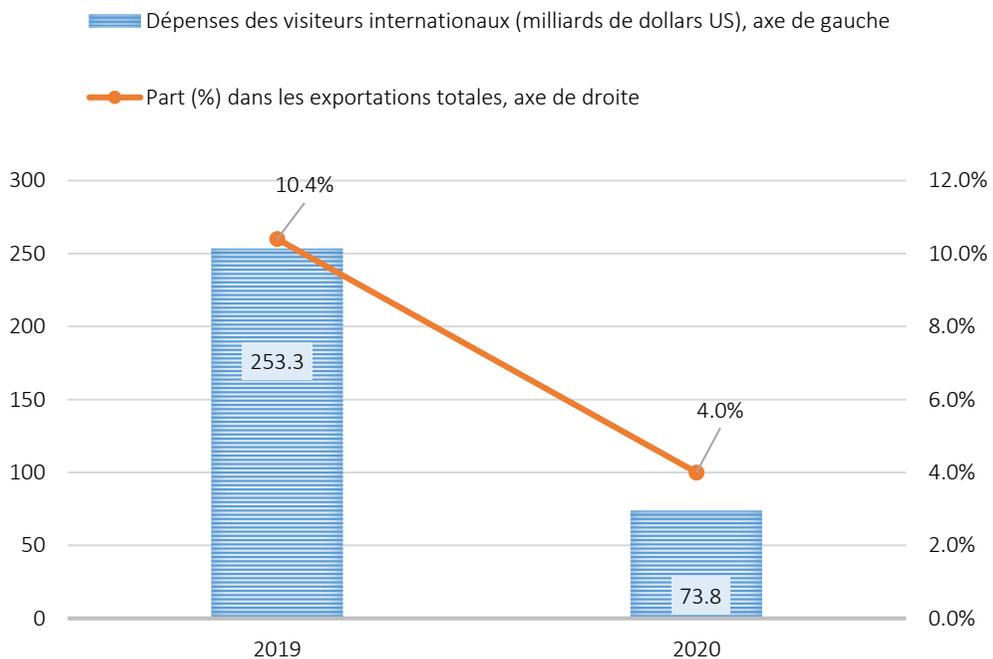
La jeune main-d'œuvre du secteur du tourisme fait partie des personnes fortement touchées par la pandémie. Selon l'OIT (2020), à l'échelle mondiale, environ 178 millions de jeunes (15 - 24 ans) étaient employés dans le secteur du tourisme en 2020 et plus de 40 % d'entre eux étaient employés dans les secteurs les plus touchés par la pandémie (dont le tourisme). Les groupes indigènes, en particulier ceux qui sont impliqués dans l'industrie du tourisme ou ceux qui dépendent fortement du tourisme, sont souvent marginalisés et font face à plusieurs désavantages. Par exemple, des études montrent que la pandémie a considérablement réduit les revenus des femmes autochtones qui vendent des objets artisanaux et d'autres biens (UN, 2020a).

Pour les groupes vulnérables, le tourisme est souvent un moyen de s'intégrer et de participer à la société, de s'émanciper économiquement et de générer des revenus. Les communautés vulnérables s'appuient souvent sur le tourisme pour faciliter "la prestation de services dans les régions éloignées ou rurales, la croissance économique des zones rurales, l'accès à la formation et à l'emploi, la transformation des communautés, ainsi que la promotion et la préservation du patrimoine historique, culturel et naturel" (UN, 2020). La pandémie de COVID-19 a mis en péril ces réalisations.



La forte baisse des arrivées de touristes internationaux a entraîné une réduction significative des dépenses touristiques dans les pays de l'OCI comme ailleurs. Les dépenses estimées des visiteurs internationaux dans les pays de l'OCI sont tombées de 253,3 milliards de dollars en 2019 à 73,8 milliards de dollars en 2020 (graphique 3.5). En conséquence, les recettes en devises des pays de l'OCI provenant de ces visiteurs se sont érodées et ne pourraient constituer que 4 % des exportations totales du groupe de l'OCI en 2020, contre 10,4 % en 2019. En particulier, cela constitue un facteur de risque relativement plus élevé pour les pays de l'OCI qui dépendent fortement des recettes en devises du secteur du tourisme, comme les Maldives et la Gambie (SESRIC, 2020a).

Graphique 3.5: L'impact des dépenses des visiteurs internationaux sur les exportations totales des pays de l'OCI



Source: Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC)

La pandémie de COVID-19 a réduit les activités de voyages internationaux dans le monde, y compris dans les pays de l'OCI. Cette réduction des déplacements aériens, maritimes, routiers et ferroviaires entraîne des pertes importantes, notamment en termes de revenus, de recettes fiscales et d'emplois (voir encadré 3.2).



Encadré 3.2: La pandémie de COVID-19 et l'industrie du voyage

Les mesures de réponse de COVID-19 ont provoqué des perturbations dans presque tous les segments de l'industrie du voyage (SESRIC, 2021). Les mesures de quarantaine prohibitives, les restrictions en matière de déplacement et de mobilité et les mesures de distanciation sociale, entre autres, ont entraîné une réduction importante des voyages nationaux et internationaux. Cette situation a eu un impact négatif sur la demande d'un certain nombre de services dans les secteurs du transport, du tourisme et de l'hôtellerie.

La réduction de la demande de voyages aériens, par exemple, n'a pas seulement affecté les revenus des transporteurs aériens, mais a également réduit la nécessité pour les transporteurs d'investir dans des avions plus récents et a diminué les capacités opérationnelles des aéroports, affectant environ 65 millions de personnes employées dans l'industrie de l'aviation dans le monde (SESRIC, 2021).

Par rapport à 2019, le volume du trafic aérien (mesuré en passagers-kilomètres payants) a diminué de 65,9 % en 2020. En 2021, le trafic de passagers n'a progressé que de 6,2% par rapport à 2020 (IATA, 2021a). Comparativement à 2019, on constate une perte de 56,1 % des recettes des compagnies aériennes en 2020. Le secteur s'est redressé avec une amélioration de 26,5 % des recettes en 2021. L'Association internationale du transport aérien (IATA) prévoit que le nombre de passagers aériens devrait se remettre complètement des perturbations liées à la pandémie d'ici 2024 (IATA, 2021b). Le marché des croisières/passagers, qui a affiché une baisse comprise entre 50 % et 90 % en 2020, a également été affecté par la contagion de COVID-19 (SESRIC, 2021).

Dans les transports ferroviaires et routiers, les restrictions des services et des déplacements des personnes, combinées aux conseils des autorités de ne pas voyager, ont entraîné une diminution du nombre de passagers d'environ 80 % pour tous les services ferroviaires nationaux pendant les périodes de fermeture. Pour les services ferroviaires internationaux de voyageurs, les volumes de passagers ont chuté de près de 100 % pour tous les opérateurs, conformément aux fermetures des frontières internationales de voyageurs. La perte estimée était comprise entre 78 et 125 milliards de dollars en 2020 à cause de la pandémie (SESRIC, 2021).

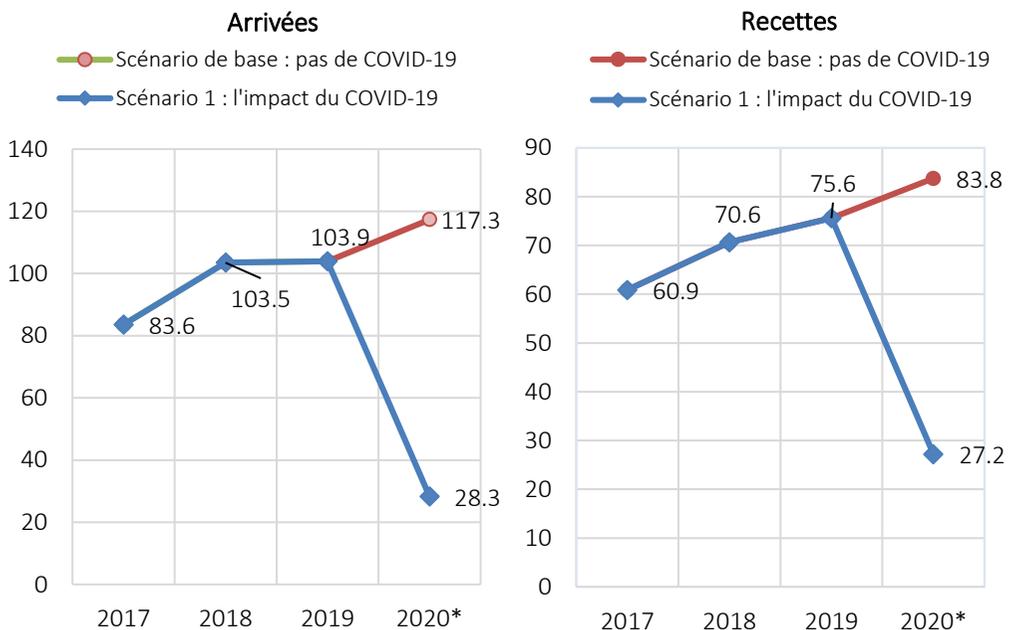
Dans l'ensemble, la pandémie a durement touché l'industrie mondiale du voyage, et les baisses importantes du nombre de passagers ont entraîné des pertes de plusieurs milliards de dollars. On s'attend à ce que la reprise prenne quelques années, parallèlement au redémarrage des activités touristiques.



3.3 Activités touristiques intra-OCI

La pandémie a affecté négativement la tendance positive observée dans les activités touristiques intra-OCI au cours des dernières années (SESRIC, 2020b). Comme l'indiquent les chiffres relatifs aux arrivées de touristes internationaux et aux recettes touristiques, les activités touristiques intra-OCI en 2020 se caractérisent par un tableau sombre en raison de l'apparition de la pandémie.

Graphique 3.6: Arrivées de touristes intra-OCI (en millions, à gauche) et recettes touristiques intra-OCI (en milliards de dollars, à droite)



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur les données de l'OMT couvrant 39 pays de l'OCI. Le scénario de base utilise les valeurs tendanciennes de la période 2017-2019 pour estimer 2020. L'estimation du scénario 1 utilise les moyennes mondiales de l'OMT de 73% de baisse des arrivées et de 64 % de baisse des recettes.

Le graphique 3.6 présente les estimations des arrivées et des recettes des touristes intra-OCI pour l'année 2020. Le scénario de base reflète la trajectoire de croissance habituelle du secteur du tourisme dans les pays de l'OCI sur la base de leurs performances au cours de la période 2017-2019, avec l'hypothèse qu'il n'y a pas d'épidémie de COVID-19 en 2020. Le scénario 1 considère l'impact de la pandémie. En conséquence, les arrivées de touristes intra-OCI devraient être enregistrées à 117,3 millions dans le scénario de base et à 28,3 millions dans le scénario 1 (graphique 3.6). Dans le même ordre d'idées, les recettes du tourisme intra-OCI devraient passer de 75,6 milliards de dollars en 2019 à 83,8 milliards de dollars en 2020 dans le scénario de base. Pourtant, dans le scénario 1, les

activités touristiques intra-OCI n'ont généré que 27,2 milliards de dollars de recettes touristiques intra-OCI, ce qui indique une perte potentielle de 56,6 milliards de dollars en 2020 (par rapport au scénario de base). La suspension du Hajj (pèlerinage), l'un des éléments clés des activités touristiques intra-OCI, et la réduction du nombre de visiteurs de l'Umrah ont été parmi les principales raisons du déclin des arrivées et des recettes touristiques intra-OCI (voir encadré 3.3). En outre, le ralentissement de la croissance économique, les restrictions sur les voyages internationaux et l'érosion de la confiance dans les voyages internationaux sont d'autres raisons qui pourraient expliquer le déclin des activités touristiques intra-OCI en 2020.

Malgré le report de plusieurs événements internationaux et régionaux, certains pays de l'OCI ont commencé à relancer les activités touristiques pendant la pandémie, en respectant des règles d'hygiène et des réglementations strictes en matière de vaccins. Par exemple, les EAU ont accueilli l'EXPO 2020 à Dubaï entre le 1er octobre 2021 et le 31 mars 2022. Au 31 mars 2022, l'événement a attiré plus de 24,1 millions de visiteurs (Gulf News, 2022). Un tiers de tous les visiteurs de l'EXPO 2020 étaient des visiteurs internationaux. Environ 20 % de tous les visiteurs internationaux sont originaires d'Inde (10 %) et d'Arabie Saoudite (10 %) (The National News, 2022a et 2022b). L'Arabie saoudite a également ouvert progressivement ses frontières et levé les interdictions de voyage pour les visiteurs de l'Umrah en provenance de l'étranger (à condition qu'ils répondent aux règles d'hygiène et de vaccination) à partir du 01 novembre 2020 (AA, 2020). Au milieu de la pandémie en cours, le Qatar a accueilli avec succès la Coupe arabe en 2021 et est prêt à accueillir la Coupe du monde de la FIFA en 2022, qui devrait attirer 1,2 million de visiteurs de partout dans le monde. Ces méga-événements internationaux (par exemple, les tournois, les foires et les expositions) ont tendance à augmenter non seulement les arrivées de touristes internationaux dans les pays hôtes, mais ont également le potentiel de stimuler les activités touristiques intra-OCI (Daily Sabah, 2021).



Encadré 3.3: La pandémie de COVID-19 et le pèlerinage islamique (Hajj/Umrah)

Le Hajj est l'un des plus grands rassemblements religieux annuels au monde. Entre 2016 et 2019, 2,3 millions de musulmans en moyenne ont effectué le Hajj chaque année, dont 1,7 million de pèlerins provenant de l'extérieur de l'Arabie saoudite (Autorité générale des statistiques, 2019). De même, une moyenne de 18,8 millions de musulmans a effectué l'Umrah chaque année entre 2017 et 2019 (Autorité générale des statistiques, 2020). Les pèlerinages du Hajj et de l'Umrah ont généré plus de 12 milliards de dollars US et ces pèlerinages représentent environ 30 % des revenus du secteur privé dans les villes de La Mecque et de Médine avant la pandémie (Raj et Bozonelos, 2020).

À la lumière des risques sanitaires associés au COVID-19, le Royaume d'Arabie saoudite " a imposé des restrictions sur l'accomplissement du Hajj et de l'Umrah pour la première fois en huit décennies " en réponse à la pandémie à partir de mars 2020 (Ebrahim et Memish, 2020). Par rapport à la période précédant la pandémie, en 2020, seuls 5,8 millions de musulmans ont accompli l'Umrah et le Hajj n'a été ouvert qu'à environ 1 000 pèlerins (Autorité générale des statistiques, 2020 ; Karadshah et Qiblawi, 2020). Pour prévenir la propagation du COVID-19 pendant le Hajj 2020, par exemple, le ministère de la Santé d'Arabie saoudite a conçu cinq critères d'éligibilité pour les pèlerins du Hajj (Hashim et al., 2021). En outre, les pèlerins étaient limités à une "bulle de sécurité" de 20 pèlerins avec des voies désignées ; ils étaient accompagnés par des agents de santé qualifiés qui recevaient une formation spécialisée ; les pèlerins devaient porter des masques faciaux à tout moment, ils n'étaient pas autorisés à partager des objets personnels et à maintenir une distance de 1,5 m entre eux ; les pèlerins recevaient des galets et des tapis de prière stériles et n'étaient pas autorisés à toucher la sainte Ka'ba ; et les pèlerins devaient rester en quarantaine pendant 14 jours après avoir accompli le Hajj. Grâce à ces mesures, aucun cas confirmé de COVID-19 n'a été enregistré pendant ou après le Hajj en 2020 (Hashim et al., 2021).

En 2021, l'Arabie saoudite a limité le pèlerinage du Hajj à 60 000 citoyens et résidents âgés de 18 à 65 ans, interdisant à tous les musulmans hors d'Arabie saoudite d'effectuer le pèlerinage (Hussain, 2021). La limitation du nombre de visiteurs du Hajj et de l'Umrah en 2020-2021 a entraîné de longues files d'attente pour les personnes devant effectuer le Hajj dans le cadre des systèmes de quotas nationaux, des retards dans les quotas de Hajj et de l'Umrah, des problèmes de remboursement des paiements aux personnes qui n'ont pas pu effectuer les pèlerinages (Muneeza et Mustapha, 2021). Par conséquent, l'interruption des pèlerinages, l'imposition de restrictions en matière de déplacement et de mobilité, et les mesures d'isolement social sont susceptibles d'affecter la reprise économique des industries de l'accueil et du voyage à La Mecque et à Médine, exacerbée par les incertitudes socio-économiques à long terme causées par la pandémie.

L'Arabie saoudite a confirmé la participation de pèlerins étrangers et s'apprête à publier des quotas révisés de pèlerins pour les pays participants pour le Hajj 2022 (Mussa, 2022). Alors que les autorités saoudiennes n'ont pas encore communiqué de détails supplémentaires sur le Hajj 2022, la déclaration officielle a précisé que les pèlerins devaient remplir l'exigence de base d'être vaccinés contre le COVID-19. Le gouvernement du Royaume d'Arabie Saoudite a également levé plusieurs mesures de précaution contre le COVID-19 avant le début du Ramadan en avril 2022 pour les pèlerins souhaitant effectuer l'Umrah.



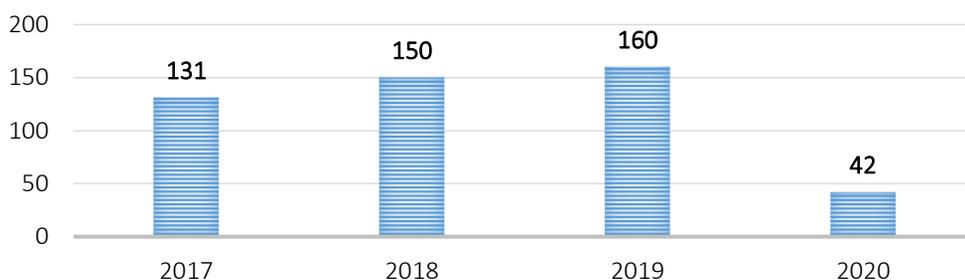
3.4 Tourisme international dans les pays de l'OCI

Le marché du tourisme islamique a connu une expansion rapide ces dernières années et s'est imposé comme l'un des segments du marché mondial du tourisme qui connaît la croissance la plus rapide en termes d'arrivées et de recettes touristiques (SESRIC, 2020b). Le nombre de touristes sur le marché a augmenté de 43 % sur la période 2010-2018 (Mastercard et Crescent Rating, 2019). Cependant, il n'existe pas d'ensembles de données standardisées au niveau mondial sur le tourisme islamique qui permettent aux chercheurs de suivre avec précision l'évolution du secteur, notamment dans un contexte transnational. Certaines variables de substitution basées sur des estimations et des indices développés par certaines institutions comme Crescent Rating et Dinar Standard sont généralement utilisées pour comprendre et suivre les performances du secteur.

Malgré les difficultés liées à la disponibilité de données de qualité, certains ensembles de données disponibles apportent une perspective sur les performances du secteur. À cet égard, le graphique 3.7 présente un aperçu des performances du marché du tourisme islamique au niveau mondial, sur la base des estimations de Dinar Standard (2020) et de Mastercard & Crescent Rating (2021). Le nombre de touristes dans le marché est passé de 131 millions en 2017 à 160 millions en 2019, correspondant à une augmentation de 22% (Master Card et Crescent Rating, 2019). Néanmoins, la pandémie a durement frappé la dynamique de croissance du secteur et les restrictions de voyage en vigueur n'ont permis d'accueillir que 42 millions de visiteurs internationaux en 2020 sur le marché, ce qui reflète une baisse de 74 % des arrivées de touristes dans le secteur par rapport à 2019.

L'augmentation des activités touristiques dans les pays de l'OCI a permis aux touristes originaires de ces pays d'explorer diverses attractions touristiques. À cette fin, le renforcement des activités touristiques intra-OCI a été l'un des facteurs de croissance du tourisme islamique, en particulier dans la période pré-pandémique (SESRIC, 2020b). Cependant, étant donné les perspectives de croissance de ce marché touristique de niche, les pays de l'OCI doivent encore déployer davantage d'efforts pour libérer tout son potentiel et accueillir davantage de touristes, qu'ils viennent de pays de l'OCI ou non.

Graphique 3.7: Tourisme islamique mondial, arrivées (millions)

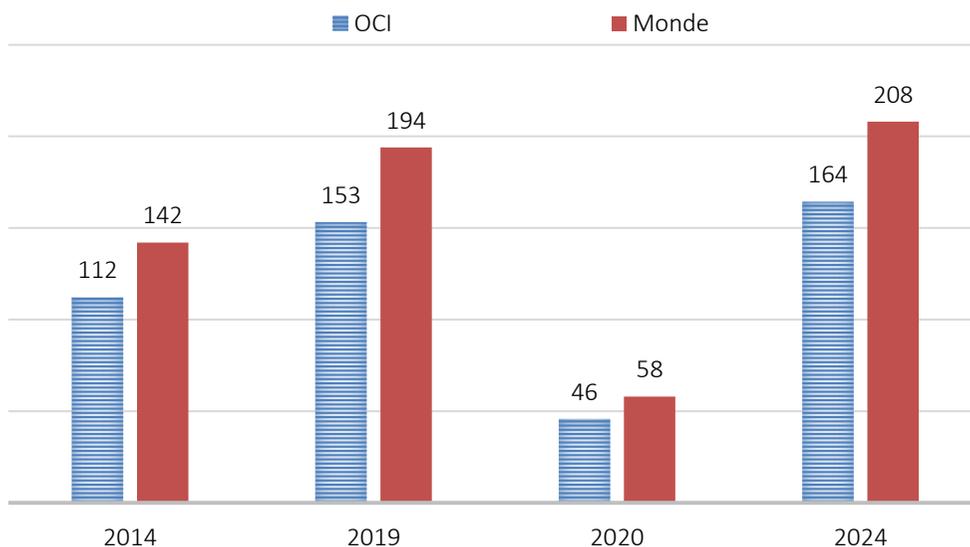


Source: Dinar Standard (2020) et Mastercard et CrescentRating (2021)



Comme pour les arrivées de touristes, une tendance positive a été observée en termes de recettes touristiques avant l'apparition de la pandémie sur le marché du tourisme islamique. La taille du marché mondial du tourisme islamique est passée de 142 milliards de dollars en 2014 à 194 milliards de dollars en 2019 (graphique 3.8). Pourtant, en raison de la pandémie et des restrictions généralisées des voyages dans le monde, sa taille devrait diminuer de 70 %, pour atteindre 58 milliards de dollars en 2020. Avec l'assouplissement progressif des restrictions, le marché devrait se redresser et atteindre 208 milliards de dollars en 2024 (Dinar Standard, 2020). Dans la région de l'OCI, la taille du marché du tourisme islamique a augmenté de 37 % sur la période 2014-2019 et a atteint 153 milliards de dollars US en 2019 (graphique 3.8). Après avoir connu le point le plus bas en 2020 (mesuré à 46 milliards de dollars), la taille du marché dans le groupe OCI devrait atteindre 164 milliards de dollars en 2024.

Graphique 3.8: Estimation de la taille du marché du tourisme islamique (milliards de dollars américains)

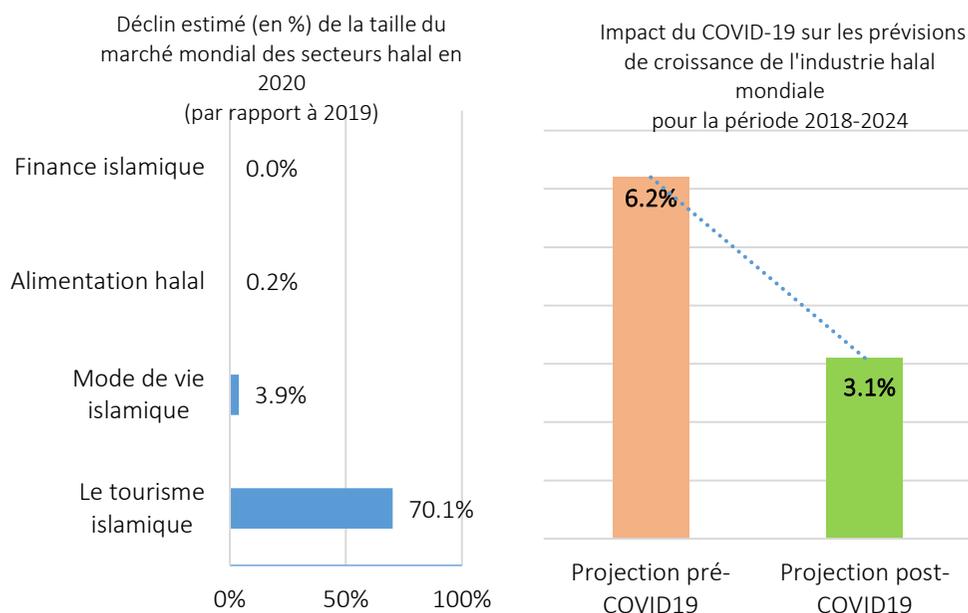


Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur Dinar Standard (2020) et Thomson Reuters et Dinar Standard (2015).

Au sein de l'industrie halal, la plus forte baisse a été observée sur le marché du tourisme islamique (graphique 3.9, à gauche) en raison des restrictions généralisées des voyages et des autres mesures de confinement mises en œuvre pour contenir la propagation du virus COVID-19 (SESRIC, 2022). Dans l'ensemble, à court et moyen terme, la pandémie de COVID-19 a provoqué un changement dans le cours du développement de l'industrie halal, y compris le tourisme islamique. La projection de croissance de l'industrie halal a été ramenée de 6,2 % à 3,1 % pour la période 2018-2024 (graphique 3.9, à droite).



Graphique 3.9: Impacts de COVID-19 sur l'industrie halal



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur Dinar Standard (2020)

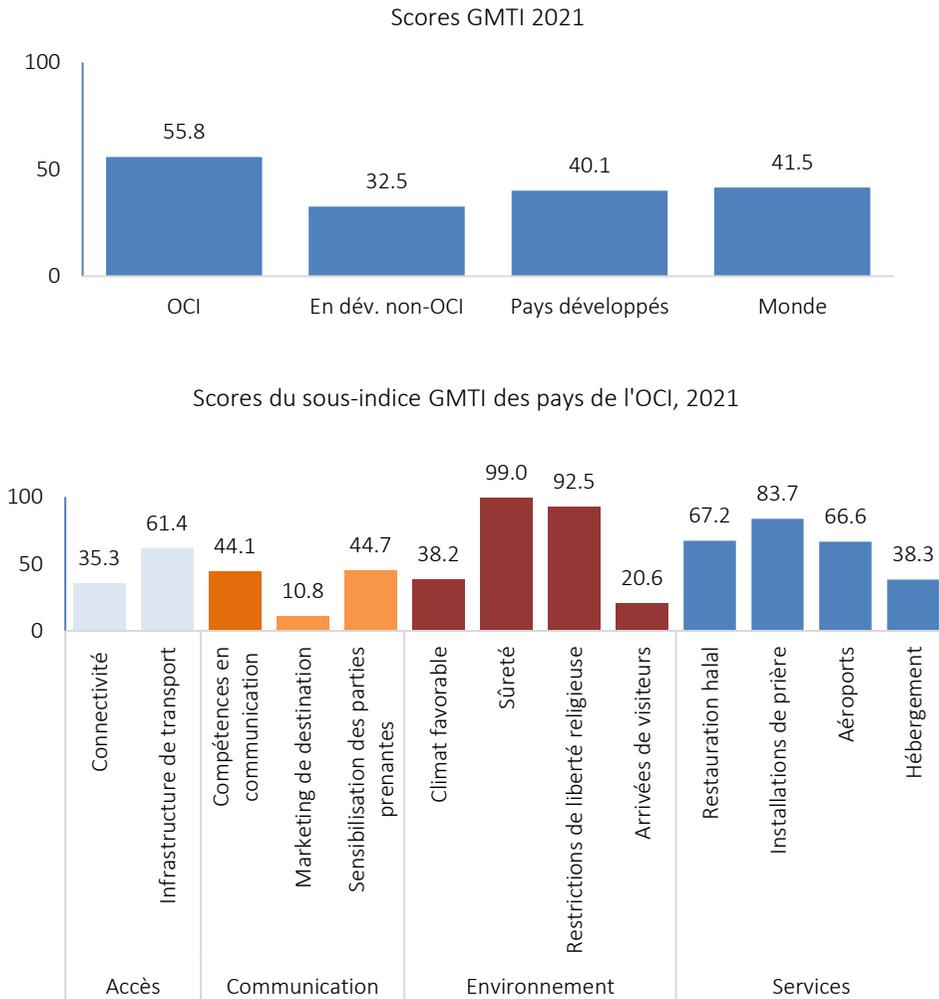
Performance des pays de l'OCI en matière de tourisme islamique

Les pays de l'OCI, en tant que groupe, sont des acteurs majeurs du marché mondial du tourisme islamique grâce à leur écosystème favorable aux musulmans déjà existant. À cet égard, les pays de l'OCI ont obtenu les meilleurs scores dans les différents indices développés dans ce domaine, comme l'Indice mondial du tourisme musulman (GMTI).³ Dans l'édition 2021 du GMTI, les pays de l'OCI, en tant que groupe, ont obtenu le score moyen le plus élevé (55,8) par rapport aux autres groupes de pays. La même année, la moyenne mondiale était de 41,5 (graphique 3.10, en haut). Les pays de l'OCI ont obtenu des scores particulièrement élevés en ce qui concerne le sous-indice de l'environnement. Dans certaines dimensions comme la sécurité (99) et les restrictions religieuses (92,5), leurs scores moyens dépassent 90. Les pays de l'OCI, en moyenne, ont obtenu le score le plus bas en matière de marketing de destination (10,8) sous le sous-indice de la communication. En moyenne, le groupe de l'OCI a également obtenu des scores relativement faibles en ce qui concerne les arrivées de visiteurs (20,6) et la connectivité (35,3), qui sont apparus comme des domaines dans lesquels il faut investir davantage pour développer le tourisme islamique (graphique 3.10, en bas).

³ Le GMTI a été élaboré en tenant compte des quatre facteurs clés permettant aux destinations d'attirer plus de voyageurs musulmans : Facilité d'accès à la destination ; communication interne et externe de la destination ; environnement de la destination ; services fournis par la destination. Plus de 40 ensembles de données ont été utilisés pour calculer le GMTI.



Graphique 3.10: Scores de l'indice mondial du voyage des musulmans (en haut) et scores du sous-indice GMTI des pays de l'OCI (en bas), 2021



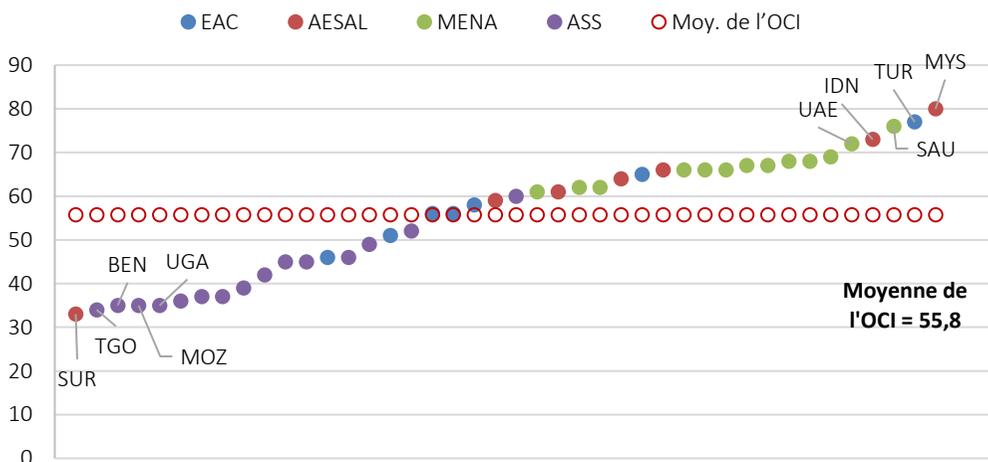
Source: Mastercard-CrescentRating (2021)

Note: Un score plus élevé implique un meilleur environnement de voyage favorable aux musulmans.

Au niveau des pays individuels de l'OCI, 17 pays de l'OCI ont obtenu des scores GMTI inférieurs à la moyenne de l'OCI de 55,8 en 2021 (graphique 3.11). La plupart de ces pays étaient situés dans l'Afrique subsaharienne, où la moyenne régionale était de 41,8. Le Suriname (33), le Togo (34) et le Bénin (35) ont obtenu les scores GMTI les plus faibles en 2021. Les pays de l'OCI les plus performants étaient concentrés dans les régions MENA et AESAL de l'OCI. En particulier, la Malaisie (80), la Turquie (77) et l'Arabie saoudite (76) sont les pays de l'OCI qui ont obtenu les meilleurs résultats, suivis de l'Indonésie (73) et des Émirats arabes unis (72).



Graphique 3.11: Performance des pays de l'OCI par les scores de l'indice mondial du voyage des musulmans, 2021

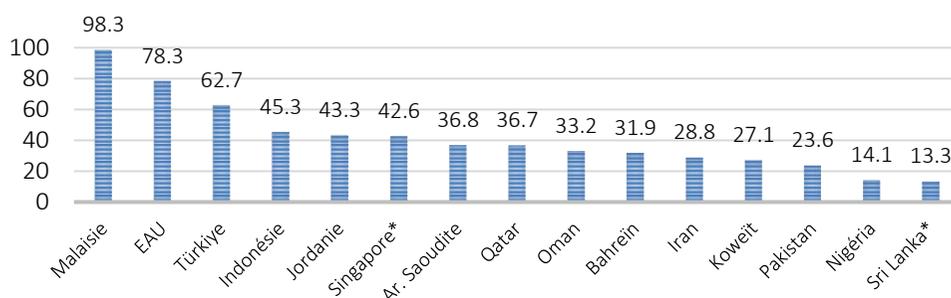


Source: Mastercard-CrescentRating (2021)

Note: Un score plus élevé implique un meilleur environnement de voyage favorable aux musulmans. L'EAC, l'AESAL, le MENA et l'ASS représentent des groupes sous régionaux des pays de l'OCI, voir les annexes I et II pour plus de détails.

Dans le même ordre d'idées, le sous-indice du tourisme islamique de l'indicateur mondial de l'économie islamique (GIEI) classe les pays en fonction de l'état et du développement de l'écosystème du tourisme islamique en prenant en compte les quatre dimensions suivantes : financière, gouvernance, sensibilisation et sociale. Selon les scores 2020, qui excluent l'impact de la pandémie, la Malaisie (98,3), les Émirats arabes unis (78,3) et la Turquie (62,7) ont obtenu les meilleurs scores (graphique 3.12).

Graphique 3.12: Les 15 premiers pays par les scores du sous-indice du tourisme islamique dans l'IMEI, 2020



Source: Dinar Standard (2020)

Note: Un score plus élevé est associé à un secteur du tourisme islamique plus amélioré. * désigne les pays non membres de l'OCI

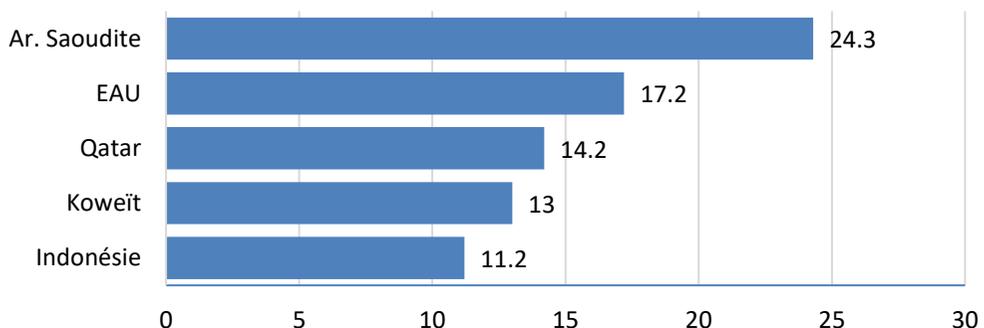


Parmi les 15 premiers pays du classement mondial du sous-indice, deux pays non membres de l'OCI, à savoir Singapour (42,6) et le Sri Lanka (13,3), ont été placés, ce qui reflète l'intérêt et les investissements croissants des pays non membres de l'OCI pour le tourisme islamique, compte tenu de son fort potentiel économique. Certains pays non membres de l'OCI figurent également parmi les destinations populaires auprès des voyageurs musulmans. La Russie a accueilli 5,6 millions de voyageurs musulmans en 2019 et, la même année, environ 5 millions de voyageurs musulmans ont visité la France (Dinar Standard, 2020). À cet égard, de nombreux acteurs du tourisme dans ces pays non membres de l'OCI ont commencé à manifester un intérêt croissant pour le tourisme islamique et ont développé des services personnalisés pour les voyageurs musulmans, comme la mise à disposition d'un tapis de prière dans la chambre ou l'offre de buffets spéciaux pendant le mois sacré du Ramadan.

Si les pays de l'OCI sont des acteurs importants en termes de création d'un environnement propice au développement des activités touristiques islamiques, certains d'entre eux font partie des principaux marchés sources compte tenu de leurs habitudes de dépenses dans ce marché de niche. MENA, tels que l'Arabie saoudite (24,3 milliards de dollars), les Émirats arabes unis (17,2 milliards de dollars), le Qatar (14,2 milliards de dollars) et le Koweït (13 milliards de dollars), ont été placés parmi les pays les plus performants au monde en 2019 en termes de dépenses pour le tourisme islamique (graphique 3.13). Ces pays membres étaient suivis par l'Indonésie, en Asie du Sud, qui a dépensé 11,2 milliards de dollars dans le tourisme islamique au cours de la même année. Ces chiffres reflètent également un niveau élevé de concentration, notamment en termes de marchés sources (d'origine) dans le tourisme islamique.

Graphique 3.13: Les cinq principaux pays de tourisme islamique émetteur, 2019

(milliards de dollars, dépensés pour le tourisme émetteur)



Source: Dinar Standard (2020)

Note: Les chiffres sont des valeurs estimées basées sur les calculs de Thomson Reuters.



Efforts des pays de l'OCI et des institutions de l'OCI pour le développement du tourisme islamique

Un certain nombre de pays de l'OCI, à savoir la Malaisie, l'Indonésie et les Émirats arabes unis, ont mis au point un ensemble d'initiatives et de politiques pour devenir plus compétitifs sur le marché mondial du tourisme islamique. Par exemple, le gouvernement malaisien a pris les mesures suivantes pour le développement et la promotion du tourisme islamique dans le pays :

- a) la création du Centre du tourisme islamique (ITC) pour assister le ministère du tourisme et de la culture ;
- b) l'élaboration d'un "plan stratégique pour le développement du tourisme islamique" qui trace la voie à suivre pour le tourisme islamique en Malaisie et joue le rôle de guide en mettant en évidence les facteurs et les critères critiques pour la mise en œuvre d'activités touristiques islamiques en Malaisie ;
- c) la création d'un fonds d'infrastructure pour le développement du tourisme sous l'égide du ministère du Tourisme et de la Culture, afin de soutenir le développement de l'industrie du tourisme
- d) la création d'une société de développement de l'industrie halal pour coordonner le développement global de l'industrie halal en Malaisie (COMCEC, 2016a ; 2016b).

Des actions politiques et des cadres réglementaires similaires peuvent également être observés dans d'autres pays de l'OCI, comme l'Indonésie et les Émirats arabes unis, où les gouvernements ont créé des comités spécialisés chargés de préparer des stratégies de développement du tourisme islamique, de travailler en étroite collaboration avec les prestataires de services touristiques afin de sensibiliser au potentiel du marché du tourisme islamique, de répondre aux besoins et aux demandes spécifiques des voyageurs musulmans, d'aider les prestataires de services à développer et à obtenir la certification des produits et services du tourisme islamique et d'améliorer le marketing des destinations. Par exemple, le ministère du Tourisme et de l'Économie créative de l'Indonésie a mis en place un comité pour développer et promouvoir le tourisme islamique/halal en Indonésie. Le comité s'appelle "l'équipe pour un développement accéléré du tourisme halal". L'Indonésie a également lancé en fin 2018 l'Indice de voyage des musulmans d'Indonésie (IMTI) qui classe ses provinces en fonction de convivialité à l'égard des musulmans. L'IMTI vise à créer une concurrence saine parmi les provinces indonésiennes en matière d'accueil des voyageurs musulmans et d'accès à l'information (Dinar Standard, 2019).

Grâce à de nombreux efforts politiques, les principaux acteurs du tourisme dans ces pays de l'OCI ont commencé à développer et à proposer des produits et services aux voyageurs musulmans, notamment de la nourriture certifiée halal, des zones de prière et des installations de divertissement séparées pour les hommes et les femmes. De nombreux hôtels ont équipé leurs chambres de façon à signaler l'orientation vers la Qibla, des tapis



de prière et des exemplaires du Saint Coran dans les chambres. Dans le domaine de l'alimentation et boissons, des grands restaurants et chaînes de restauration rapide ont commencé à offrir des options d'aliments halal tandis que beaucoup des prestataires spécialisés ont totalement des cuisines halals et certains ont obtenus des certifications halals pour leurs opérations (COMCEC, 2016 b).

Il existe également un certain nombre d'initiatives au niveau de l'OCI visant à soutenir les efforts des pays de l'OCI pour développer leur marché du tourisme islamique. Dans ce contexte, la "Feuille de route stratégique pour le développement du tourisme islamique dans les pays membres de l'OCI" a été adoptée au cours de la 10ème Conférence islamique des ministres du Tourisme (CIMT) en 2018 à Dhaka, au Bangladesh. Elle ouvre la voie de la coopération parmi les pays de l'OCI, les institutions de l'OCI et les organisations internationales pertinentes dans le domaine du tourisme islamique dans cinq domaines thématiques spécifiques à savoir les données et la surveillance, l'élaboration de politiques et de règlements, le marketing et la promotion, le développement des destinations et de l'industrie, et le développement des capacités.

L'Institut de normalisation et de métrologie des pays islamiques (INMPI) a élaboré Les normes des services du tourisme halal (STH) qui ont été adoptées en décembre 2019. Le document est désormais à la disposition des acteurs intéressés du secteur du tourisme islamique. Ces normes visent à garantir que les produits et services fournis aux voyageurs musulmans sont normalisés conformément aux règles islamiques.

Au cours des dernières années, plusieurs pays de l'OCI tels que la Gambie et le Suriname ainsi qu'un nombre d'institutions de l'OCI comme le SESRIC et le Centre islamique pour le développement du commerce (CIDC) ont bénéficié du Mécanisme de financement de projets du COMCEC pour le renforcement des capacités des institutions et des parties prenantes nationales des pays de l'OCI dans le domaine de l'industrie du tourisme islamique. À cet égard, des dizaines d'agents publics et d'acteurs de l'industrie ont bénéficié d'une série de programmes de formation complets financés par le COMCEC pour améliorer leurs compétences et apprendre plus sur l'industrie du tourisme islamique. Le COMCEC s'est également concentré sur le marché du tourisme islamique lors de trois réunions du groupe de travail sur le tourisme ces dernières années afin d'identifier les défis et de proposer des recommandations politiques pour le développement du secteur dans les pays de l'OCI.

Le prix de la ville touristique de l'OCI a été lancé en 2015 dans le but de galvaniser les activités intra-OCI dans la ville récompensée, développant ainsi le potentiel socio-économique de la ville tout en intensifiant le commerce intra-OCI de biens et de services. Le prix devrait également accroître la sensibilisation et l'intérêt pour le tourisme islamique dans les pays de l'OCI, entre autres objectifs. Al-Quds Al-Sherif a été sélectionnée comme la première "Ville de tourisme de l'OCI" pour 2015.



Le SESRIC a organisé plusieurs programmes de renforcement des capacités et des séminaires sur le tourisme islamique au Bangladesh, en Türkiye, et en Ouzbékistan pour améliorer les compétences et la connaissance des acteurs du tourisme et des décideurs dans les pays de l'OCI. Le CIDC a également organisé plusieurs programmes dans le domaine du tourisme islamique au profit de divers pays de l'OCI comme le Suriname et la Guyane. En outre, le CIDC a préparé et publié une étude technique sur l'image de marque du tourisme favorable aux musulmans sur le marché mondial en 2018.

Dans l'ensemble, les efforts déployés et en cours par les pays de l'OCI et les institutions concernées de l'OCI dans le domaine du tourisme islamique sont susceptibles de contribuer aux efforts de redressement du secteur pendant la pandémie et d'améliorer leurs capacités de concurrence dans la période post-pandémique, notamment en améliorant et en renouvelant les compétences de divers acteurs tels que les hôteliers, les voyagistes et les organismes de réglementation. Ainsi, les pays de l'OCI seront probablement témoins d'une coopération intra-OCI accrue dans ce marché de niche.



4. Réponses politiques et reprise dans le secteur du tourisme



Cette section présente tout d'abord les réponses politiques de certains pays de l'OCI pendant la pandémie de COVID-19 pour atténuer les effets négatifs et soutenir les efforts de récupération dans le secteur du tourisme. Ensuite, il propose une discussion sur les attentes de reprise et les principales tendances émergentes qui pourraient affecter la trajectoire de croissance du secteur du tourisme dans les pays de l'OCI.

4.1 Réponses politiques de certains pays de l'OCI pendant la pandémie de COVID-19

Les pays de l'OCI disposent d'un large éventail de réponses politiques qui visent à renforcer le secteur du tourisme, à soutenir les acteurs de ce secteur et à relancer les activités touristiques. Les réponses politiques réussies dans le secteur du tourisme comprennent, entre autres, "la mise en place d'un mécanisme interne de gestion de crise, des mesures d'endiguement des virus et des protocoles sanitaires, des mesures de politique fiscale et monétaire, le soutien à l'emploi, le redémarrage du tourisme, la relance du tourisme intérieur et le développement de bulles de voyage" (SESRIC, 2021).

Conformément aux évolutions mondiales, de nombreux pays de l'OCI ont intégré leur réponse à la pandémie de COVID-19 dans le cadre de leurs politiques et systèmes nationaux de gestion des catastrophes. Dans des pays comme l'Algérie, le Bangladesh et l'Arabie saoudite, les politiques du secteur du tourisme ont été élaborées dans le cadre de la mise en place d'un mécanisme de crise interne au niveau ministériel. Par exemple, l'autorité du tourisme et des expositions de Bahreïn a élaboré un "plan d'action de gestion de crise" comprenant une stratégie de communication et des solutions pour les engagements médiatiques avec les parties prenantes du secteur du tourisme. Les mécanismes de gestion de crise dans plusieurs pays de l'OCI ont été directement responsables de la relance du secteur du tourisme. Le ministère palestinien du tourisme et des antiquités, par exemple, a créé un groupe de travail sur la relance du tourisme en Palestine, chargé de lutter contre la pandémie et composé de membres du ministère et d'organisations du secteur privé. Au Pakistan, le comité d'action pour la reprise du tourisme (TRAC), sous la direction du conseil national de coordination du tourisme (NTCB), a été chargé d'élaborer des recommandations pour une reprise durable après la pandémie.

Étant donné que la pandémie de COVID-19 est une crise de santé publique mondiale, les réponses politiques dans le secteur du tourisme d'un certain nombre de pays de l'OCI comprennent des mesures visant à contenir le virus en instituant des protocoles sanitaires stricts, en assurant le respect des procédures standard et en garantissant un tourisme sûr pour les visiteurs et les travailleurs (voir encadré 4.1). Par exemple, le ministère algérien du Tourisme, de l'Artisanat et du Travail familial a élaboré un ensemble de " protocoles sanitaires de COVID-19 " pour guider la réouverture du secteur du tourisme dans des conditions de sécurité, en exigeant des hôteliers qu'ils mettent en place des cellules de surveillance et de crise pour faire face aux situations urgentes, qu'ils mobilisent du



personnel médical pour les soins aux touristes et aux employés, qu'ils établissent des protocoles spéciaux concernant le fonctionnement des piscines et des plages, et des protocoles pour l'accueil et l'enregistrement des clients.

Encadré 4.1: La pandémie de COVID-19 et les nouvelles réglementations en matière d'hygiène et de sécurité

Les institutions mondiales, les parties prenantes industrielles et régionales et les autorités nationales de tous les secteurs ont déployé des efforts sans précédent pour élaborer des réglementations, des protocoles et des procédures opérationnelles standard (POS) en matière d'hygiène et de sécurité afin de répondre à la pandémie de COVID-19 et de gérer ses implications. Dans l'industrie du tourisme, diverses agences internationales ont établi des critères, en coopération avec les gouvernements, les experts de la santé et les parties prenantes de l'industrie, afin de minimiser les impacts négatifs de la pandémie sur le secteur du tourisme et de guider un rétablissement durable après la pandémie.

Le timbre "Safe Travels" du Conseil mondial du tourisme et des voyages (WTTC) est l'un de ces protocoles qui établit des procédures opérationnelles standardisées pour assurer la sécurité des voyageurs et du personnel du secteur des voyages et du tourisme. Pour les touristes, le cachet "Safe Travels" indique qu'une entreprise ou un opérateur a adopté les normes et protocoles mondiaux de santé et d'hygiène du WTTC. Actuellement, le timbre "Safe Travels" du WTTC a été apposé dans les pays suivants de l'OCI : Égypte, Gambie, Indonésie, Jordanie, Kazakhstan, Maldives, Oman, Arabie saoudite, Tunisie, Türkiye, EAU (sous-régions du pays), Ouganda et Ouzbékistan (WTTC, n.d.).

Un autre exemple est la norme mondiale ISO/PAS 5643 de l'Organisation internationale de normalisation (ISO), qui définit des exigences et des lignes directrices pour réduire la propagation du COVID-19 dans l'industrie du tourisme. Cette directive vise à aider les prestataires de services touristiques à mettre en œuvre des mesures qui privilégient la sécurité et à rassurer les touristes quant à l'efficacité des procédures opérationnelles standard mises en place (Naden, 2021).

Au niveau régional, les lignes directrices de l'ASEAN sur l'hygiène et la sécurité pour les professionnels et les communautés du tourisme " consolident, adaptent et harmonisent les diverses normes, meilleures pratiques et lignes directrices internationales et nationales existantes, ainsi que les protocoles nationaux de santé et de sécurité des États membres de l'ASEAN, afin de refléter des paramètres régionaux communs " (Australian Aid, 2021).

Outre les réglementations et directives mondiales et régionales, plusieurs pays de l'OCI ont également introduit leurs propres réglementations nationales pour le secteur du tourisme. En Türkiye, par exemple, le " Programme de certification de la sécurité du tourisme " définit des directives spécifiques pour garantir la santé et la sécurité des passagers et des employés du secteur du tourisme, les mesures à prendre dans les installations touristiques et les mesures à prendre dans les véhicules de transport (TGA, 2020). Parmi les exemples similaires de réglementations nationales en matière d'hygiène et de sécurité des voyages et du tourisme, citons la certification "Go Safe" d'Abu Dhabi, la certification "Clean & Safe Malaysia" de la Malaisie et la campagne "Safe Travels Guaranteed" de l'Ouzbékistan.



En Azerbaïdjan, le programme SAHMAN, géré conjointement avec une société d'audit internationale privée chargée d'auditer et de certifier les acteurs du tourisme, a introduit des normes de santé, d'hygiène et de sécurité à l'échelle nationale et, en avril 2021, environ 12 000 sessions de contrôle des établissements touristiques avaient été menées (Azerbaijan Tourism Board & Skift, 2021). De même, les " Protocoles préventifs pour les établissements d'hébergement touristique " de l'Arabie saoudite, le " Programme de certification pour un tourisme sûr " de la Turquie, le " Manuel d'exploitation touristique sur le COVID-19 " de la Palestine et le " Programme Qatar propre " du Qatar sont autant d'initiatives qui établissent une liste exhaustive de protocoles et de mesures à prendre par les établissements touristiques pour contenir le COVID-19 et garantir un tourisme sûr.

Plus récemment, le ministère du tourisme, des arts et de la culture (MOTAC) de Malaisie, en consultation avec les organisations du secteur, a élaboré le plan de relance du tourisme (TRP) dans le cadre de la politique nationale du tourisme de 2020-2030. Parmi une liste d'objectifs, le TRP se concentre sur la revitalisation du tourisme intérieur en proposant des forfaits de voyage attrayants par voie numérique ; en offrant des incitations et des promotions par le biais de bons de réduction, de bons électroniques et de remises en espèces aux touristes ; en promouvant les destinations touristiques rurales moins visitées ; en encourageant l'utilisation de la technologie pour le tourisme sans contact ; et en assouplissant les réglementations pour assurer la reprise de l'industrie du tourisme en simplifiant ou en supprimant les frais de licence, en assouplissant les frais pour les voyagistes et les guides touristiques agréés, en supprimant les frais d'examen de la licence touristique et en assouplissant les exigences de licence de certains voyagistes (MOTAC, 2021). Le TRP vise également à rétablir la confiance dans le secteur du tourisme en Malaisie en donnant la priorité aux mesures de santé publique telles que les normes d'hygiène, les protocoles de santé et de sécurité et le respect des procédures opérationnelles standard (MOTAC, 2021).

En fait, plusieurs pays de l'OCI se sont tournés vers les ressources numériques pour soutenir le secteur du tourisme de diverses manières pendant la pandémie. L'Azerbaïdjan, par exemple, a adopté une stratégie axée sur le développement de nouveaux itinéraires et produits touristiques (tels que Azerbaïdjan 101) afin d'éduquer les voyageurs et de mettre en valeur les sites touristiques naturels et la formation de l'Azerbaïdjan. L'Office du tourisme d'Azerbaïdjan a également créé le "Tourism Training and Certification Center" pour renforcer les compétences et les capacités des travailleurs du secteur du tourisme, qui sont essentielles pour assurer le fonctionnement des entreprises, protéger les emplois et préparer des professionnels du tourisme qualifiés (Azerbaijan Tourism Board & Skift, 2021).

Les conséquences de la pandémie de COVID-19 ont été principalement de nature économique. Avec les fermetures de frontières, les blocages et les perturbations de la



chaîne d'approvisionnement et de la prestation de services, les impacts économiques négatifs de la pandémie ont été ressentis de manière aiguë dans le secteur du tourisme. Afin d'atténuer ces impacts, les pays de l'OCI ont introduit et mis en œuvre une grande variété de mesures de stimulation économique pour les acteurs du tourisme. Par exemple, pendant le pic de la pandémie, le ministère malaisien du tourisme, des arts et de la culture (MOTAC) a offert un soutien économique aux entreprises touristiques dans le cadre des programmes de relance PEMULIH, PEMERKASA et PEMERKASA Plus qui incluent les éléments suivants : (i) des réductions sur les factures d'électricité pour les hôtels, les parcs à thème, les centres de convention, les centres commerciaux et les voyageurs, (ii) une aide unique de 3 000 RM pour 5 335 agences de voyage, 500 RM pour 5 877 guides touristiques, 1 000 RM pour 1 063 guides touristiques et 600 RM pour 2 861 opérateurs d'hébergement chez l'habitant enregistrés sous l'égide du ministère, et (iii) des versements mensuels différés de l'impôt sur le revenu pour les entreprises touristiques et une exemption du paiement de la taxe touristique et de la taxe sur les services jusqu'au 31 décembre 2021 (MOTAC, 2021).

Dans le même ordre d'idées, la Palestine a exempté les établissements touristiques des frais de licence pour l'année 2020 et a remboursé 50 % de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) à tous les établissements touristiques. Des exemples similaires peuvent également être observés en Turquie, en Jordanie, en Ouzbékistan, en Égypte, au Burkina Faso, en Guinée, en Indonésie, en Jordanie, au Kazakhstan et au Bahreïn, y compris des mesures fiscales telles que des allègements ou des reports d'impôts, des subventions, le report ou l'abandon du paiement des services publics, la couverture des cotisations de sécurité sociale des travailleurs de l'industrie et la mise à disposition de lignes de crédit sans intérêt ou à faible taux d'intérêt pour soutenir les établissements (SESRIC, 2020a). En Égypte, la Banque centrale a accordé des lignes de crédit aux organisations touristiques et le gouvernement a autorisé les hôtels à rouvrir pour les touristes nationaux à 50 % de leur capacité dès mai 2020 - à condition qu'ils se conforment aux protocoles d'hygiène et de sécurité, y compris le test des travailleurs, l'installation d'équipements de désinfection, l'affectation d'un étage dédié aux exigences de quarantaine et la mise en œuvre de mesures de distanciation sociale (Reuters, 2020).

Dans le cadre du soutien économique apporté aux établissements touristiques, les pays de l'OCI ont également mis en place des politiques visant à garantir l'emploi des salariés du secteur du tourisme et à protéger les travailleurs vulnérables en proposant une série de mesures de relance pour créer des emplois et minimiser les pertes d'emploi. En Malaisie, par exemple, le plan de relance du gouvernement (également applicable au secteur du tourisme) comprenait un régime de subventions salariales pour un maximum de 500 travailleurs par employeur d'une valeur de 600 RM par travailleur pendant 4 mois (MOTAC, 2021). De même, en Arabie saoudite, les travailleurs du secteur privé touchés



par la pandémie ont reçu 60 % de leur salaire et un filet de sécurité sociale de 4,5 milliards de dollars a été mis en place pour soutenir l'emploi.

En Albanie, un plan de relance adopté en avril 2020 prévoyait un transfert unique de 40 000 Lk aux employés des PME, aux employés des grandes entreprises licenciées en raison de la pandémie et aux employés du secteur du tourisme. De même, le Comité d'action pour la relance du tourisme (TRAC) et le Conseil national de coordination du tourisme (NTCB) au Pakistan ont mis en place des programmes de formation spéciaux pour les guides touristiques, les chauffeurs, les interprètes, etc. afin d'améliorer leurs compétences et leurs capacités et de leur permettre de gagner un revenu pendant la pandémie. Le TRAC et le NTCB ont également organisé des programmes de formation en ligne et des webinaires de sensibilisation à l'intention des voyageurs, des hôteliers et des restaurateurs sur l'application des protocoles d'hygiène et des procédures opérationnelles standard du COVID-19, ainsi que des séminaires de sensibilisation et des formations sur la manière d'intégrer les principes du tourisme et de l'accueil durables (NTCB, n.d.).

Deux ans après, la pandémie de COVID-19 a redéfini ce que signifie "normal" pour les touristes, les établissements touristiques et la main-d'œuvre du secteur du tourisme. Dans le secteur du tourisme, l'adaptation à une "nouvelle normalité" implique le redémarrage des activités touristiques qui peuvent aider les entreprises du secteur à générer et à récupérer des revenus, les travailleurs du tourisme à gagner un revenu et les touristes à retrouver leur confiance. Dans cette phase de la pandémie, et dans un avenir proche, les politiques visent à encourager la reprise du tourisme et certains pays de l'OCI ont pris des mesures dans ce sens. L'Ouzbékistan, par exemple, offre une prime de 15 dollars aux tour-opérateurs et aux agents de voyage pour attirer les touristes étrangers. En Türkiye, les travailleurs du secteur du tourisme ont été inclus dans une liste de priorité nationale pour recevoir le vaccin afin qu'ils puissent commencer à accueillir les visiteurs le plus tôt possible. Les compagnies aériennes des pays de l'OCI, comme Etihad et Emirates, ont conclu des accords avec l'Association internationale du transport aérien pour assouplir les restrictions de voyage, notamment en supprimant les mesures de quarantaine à l'arrivée, et ont intégré l'utilisation de l'application IATA Travel Pass considérée comme un passeport numérique COVID-19.

En fait, le "tourisme de vaccination" est apparu comme l'un des nouveaux moyens par lesquels les pays tentent de stimuler leur secteur touristique pendant la pandémie. Par exemple, les Émirats arabes unis, par le biais de leur site officiel Visit Dubai, ont été l'un des premiers pays à faire de la publicité pour des forfaits touristiques incluant des options de vaccination pendant le séjour (Sengel, 2021). De même, les Maldives ont mis en œuvre une stratégie des 3 V qui encourage les touristes à "visiter", "vacciner" et "passer des vacances" aux Maldives. L'intégration de l'élément de vaccination dans la stratégie



permet aux touristes de se rendre aux Maldives sans restrictions vaccinales préalables et de recevoir leur vaccin de COVID-19 pendant leur séjour aux Maldives.

Il existe également des exemples réussis de la façon dont les "bulles de voyage" ont aidé les pays à ouvrir leurs frontières aux touristes sans imposer de mesures de quarantaine strictes. La Malaisie et Singapour, par exemple, ont rouvert leurs frontières dans le cadre d'un accord de ce type, appelé "voie verte réciproque" et "accord de navette périodique". Le Brunei Darussalam avec Singapour, les EAU avec les Maldives, l'Italie, le Bahreïn, la Grèce, les Seychelles et la Serbie, le Qatar avec les Maldives et l'Indonésie avec Singapour ont également des " bulles de voyage " similaires en vigueur (Wego, 2022 ; Muthia, 2022).

Si certains pays de l'OCI ont pris des mesures pour faciliter les voyages internationaux, d'autres se sont attachés à stimuler le tourisme intérieur pour se remettre de la pandémie. La Malaisie, par exemple, a lancé le programme "Cuti-Cuti Malaysia", l'Ouganda a lancé la campagne "Take on the Pearl", l'Azerbaïdjan a lancé la campagne "Macəra Yaxındadır" (l'aventure est proche) et la Jordanie a accordé un soutien financier de 6,5 millions de dinars jordaniens au secteur du tourisme intérieur. Au Nigeria, la National Tourism Development Corporation (NTDC) a lancé la campagne "Tour Nigeria" pour stimuler le tourisme intérieur, commercialiser le tourisme et créer des emplois (Premium Times, 2021).

Un autre développement politique notable qui a eu lieu dans certains pays de l'OCI est la promotion de segments touristiques de niche. Par exemple, en Asie centrale, les offices du tourisme du Kazakhstan, du Kirghizstan, du Tadjikistan, du Turkménistan et de l'Ouzbékistan se sont réunis pour promouvoir le tourisme actif/aventure au niveau national avec l'aide de l'Adventure Travel Trade Association (ATTA) et de l'USAID. Dans le cadre de cette initiative, les cinq pays de l'OCI se concentreront sur le tourisme actif responsable, participeront à trois webinaires de formation en ligne sur la stratégie de rétablissement du COVID-19, élaboreront, examineront et mettront en œuvre des directives de tourisme sûr pour les voyages d'aventure, et envisageront de nouvelles offres pour les familles, les petits groupes et les programmes autoguidés (Kelly et Nikolova, 2020). De même, en Indonésie, l'OIT s'est associée à la Fondation indonésienne pour l'écotourisme (Indecon) et aux Nations Unies pour promouvoir l'écotourisme local dans les régions de Nusa Tenggara Ouest (NTB) et de Nusa Tenggara Est (NTT) dans le cadre d'un programme conjoint sur le fonds fiduciaire multipartenaire COVID-19 pour la réponse et le redressement. Grâce à une formation de cinq jours sur le développement du tourisme, les résidents des zones NTB et NTT qui dépendaient du tourisme pour leur subsistance ont appris à améliorer la qualité des produits touristiques, à s'adapter à l'évolution des marchés en adaptant les forfaits de visites virtuelles et en utilisant la numérisation, et à gérer les attractions touristiques de manière durable (ILO, 2022).

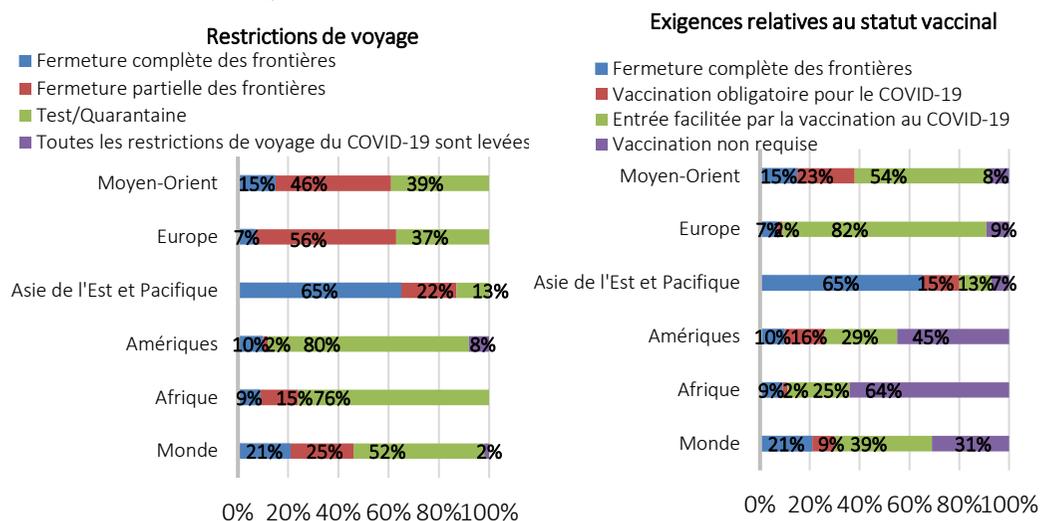


4.2 Prévisions de reprise des activités touristiques internationales

En mars 2022, deux années complètes après la déclaration de COVID-19 comme pandémie mondiale par l'OMS, la propagation de la pandémie n'a pas pu être complètement arrêtée et de nouvelles variantes du virus comme Delta, Delta plus et Omicron ont détérioré les attentes de récupération rapide en 2021 et début 2022.

Même si de nombreux pays à travers le monde ont progressivement commencé à supprimer les restrictions aux voyages et à assouplir d'autres obstacles au tourisme international (par exemple, cartes de vaccination obligatoires, tests PCR, etc.), de telles mesures sont toujours en place à des degrés divers dans 98 % de toutes les destinations. Selon le 11e rapport de l'OMT sur les restrictions COVID-19 publié le 1er novembre 2021, la fermeture complète des frontières existe toujours dans 21 % de toutes les destinations dans le monde. Les destinations d'Asie et du Pacifique (65%) et du Moyen-Orient (15%) ont une prévalence relativement plus élevée de cette mesure. La fermeture partielle des frontières est possible dans 25 % des destinations. Les destinations d'Europe (56%) et du Moyen-Orient (46%) choisissent majoritairement de mettre en œuvre cette option de confinement pour les voyageurs internationaux. Dans le monde entier, environ 52 % des destinations ont encore des exigences en matière de "tests/quarantaine" pour les voyageurs internationaux qui découragent de nombreux touristes de s'y rendre. Cette mesure a été principalement mise en œuvre par les destinations des Amériques (80%) et de l'Afrique (76%) où le déploiement de la vaccination est relativement plus lent. Au 1er novembre 2021, seules 2 % des destinations ont levé toutes les restrictions de voyage liées au COVID-19 dans le monde (graphique 4.1, à gauche).

Graphique 4.1: Répartition régionale des restrictions et exigences en matière de voyage liées au statut vaccinal (part en % de toutes les destinations)



Source: OMT au 1er novembre 2021, 11ème rapport sur les restrictions de COVID-19

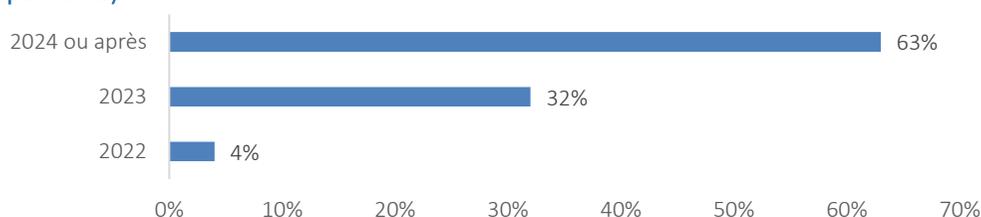


En ce qui concerne les exigences spécifiques liées au statut vaccinal, 31% des destinations dans le monde ne demandent pas de "carte/certificat de vaccination" aux visiteurs internationaux. Pourtant, 9 % des destinations l'ont rendu obligatoire pour tous les visiteurs. Environ 39 % des destinations appliquent une mesure légère qui facilite l'entrée des visiteurs vaccinés, par exemple sans demander le résultat d'un test PCR ou en appliquant une quarantaine à l'arrivée. Au niveau régional, la majorité des destinations en Europe (82 %) et au Moyen-Orient (54 %) ont mis en place le programme "entrée facilitée par la vaccination COVID-19" (graphique 4.1, à droite). Les destinations d'Asie et du Pacifique restent celles où les mesures sont les plus strictes, 65% d'entre elles ayant une fermeture complète des frontières. Environ 64% des destinations en Afrique ne demandent pas de vaccination du COVID-19 à l'entrée, ce qui est le chiffre le plus élevé par rapport aux autres régions. La "vaccination obligatoire contre le COVID-19" est exigée principalement dans les destinations situées au Moyen-Orient (23 %), aux Amériques (16 %) et en Asie-Pacifique (15 %), alors que la moyenne mondiale n'est que de 9 %.

Malgré toutes les restrictions existantes sur les voyages et le tourisme à partir de 2022, la plupart des professionnels du tourisme (61%) voient de meilleures perspectives pour 2022 par rapport à 2021, selon le groupe d'experts de l'OMT (2022). En particulier, un déploiement généralisé de la vaccination, suivi d'une levée importante des restrictions de voyage, ainsi qu'une coordination accrue et des informations plus claires sur les protocoles de voyage sont les principaux facteurs qui améliorent les attentes des experts quant à la reprise effective du tourisme international en 2022.

Plus précisément, 63 % des experts s'attendent désormais à ce que les arrivées internationales ne retrouvent leur niveau de 2019 qu'en 2024 ou plus tard, compte tenu des nombreuses restrictions de voyage existantes et des mesures mises en place pour contenir la propagation du virus (graphique 4.2). Environ 32% de ces experts pensent que cet objectif pourra être atteint d'ici 2023. Seuls 4% d'entre eux prévoient que le redressement pourra être réalisé d'ici à la fin de 2022.

Graphique 4.2: Retour prévu du tourisme aux niveaux d'avant la pandémie de 2019 (% des répondants)

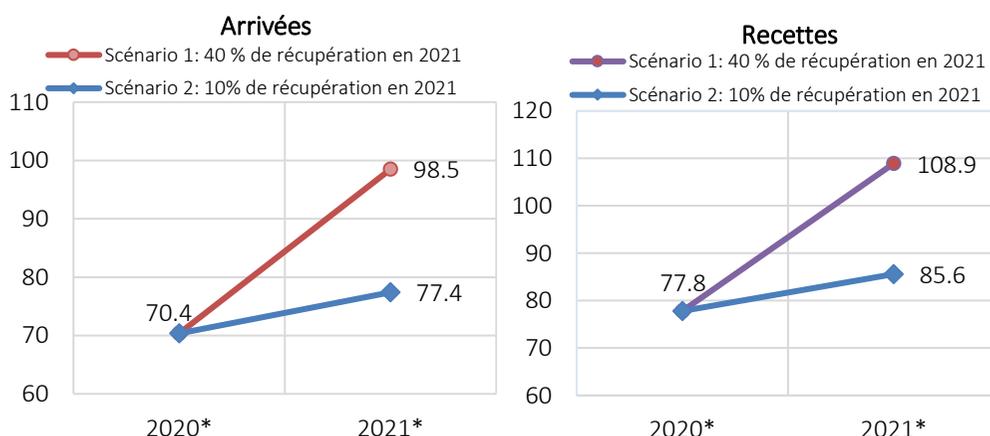


Source: OMT, Baromètre mondial du tourisme, janvier 2022, basé sur le panel de l'OMT des experts en tourisme.



Dans ces conditions, l'OMT (2021) a publié deux scénarios pour 2021 en termes d'arrivées de touristes et de recettes touristiques. Les deux scénarios prévoient une certaine reprise en 2021, mais à des vitesses différentes (40 % contre 10 %). En utilisant ces deux scénarios de l'OMT, le graphique 4.3 présente les projections faites pour les pays de l'OCI pour l'année 2021. Dans le groupe de l'OCI, les arrivées de touristes internationaux devraient connaître une hausse en 2021 par rapport à 2020 et devraient se situer entre 77,4 millions et 98,5 millions. Cela se traduira par des recettes touristiques internationales comprises entre 85,6 et 108,9 milliards de dollars. Bien que les perspectives soient meilleures en 2021 qu'en 2020, ces chiffres sont trop éloignés de leurs valeurs enregistrées en 2019, ce qui implique que le rétablissement complet et le retour aux niveaux antérieurs à la pandémie prendront quelques années.⁴

Graphique 4.3: Perspectives pour le tourisme dans les pays de l'OCI: Arrivées de touristes internationaux (en millions, à gauche) et recettes (en milliards de dollars américains, à droite), 2021



Source: Calculs du personnel du SESRIC basés sur les données du Baromètre de l'OMT de mai 2021 couvrant 45 pays de l'OCI. * Chiffres prévisionnels.

L'année 2022 a commencé avec de grandes attentes dans le secteur du tourisme. Cependant, la recrudescence des cas de COVID-19 et l'émergence de la variante Omicron ont perturbé la trajectoire de reprise et réduit la confiance jusqu'au début de 2022, certains pays ayant commencé à réintroduire des interdictions et des restrictions de voyage pour certains marchés. Dans le même temps, le déploiement de la vaccination reste inégal et de nombreux pays continuent d'imposer des mesures restrictives telles que la fermeture des frontières, comme indiqué plus haut. Par exemple, selon les données de l'IATA, en janvier 2022, les voyages aériens représentaient encore la moitié des niveaux enregistrés au cours de l'année pré-pandémique 2019. Les données de ForwardKeys montrent une chute de 50 % des réservations aériennes internationales effectuées entre

⁴ Les statistiques officielles du tourisme des pays de l'OCI ne sont pas encore publiées par l'OMT pour 2020, 2021 et 2022 en raison de la pandémie.



le 1er janvier et le 12 mars 2022 (par rapport à 2019) pour tout voyage futur, notamment en raison de l'émergence de la variante Omicron et de l'érosion de la confiance dans les voyages internationaux (UNWTO, 2022b). Afin de rétablir la confiance dans le secteur, les acteurs du tourisme ont commencé à prendre un large éventail de mesures (voir encadré 4.2).

Encadré 4.2: La pandémie de COVID-19 et la confiance dans les voyages et le tourisme

Les secteurs du voyage et du tourisme exigent la présence de la confiance. En cas de manque de confiance ou de baisse de confiance, les gens ont tendance à reporter leurs décisions et à choisir de rester dans leur lieu de résidence habituel. La pandémie de COVID-19 a érodé la confiance dans les voyages et le tourisme (Pangestu, 2021 ; Soni, 2020). Alors que les pays reviennent à une "nouvelle normalité", le renforcement de la confiance dans les voyages et le tourisme est un facteur clé qui alimentera la reprise dans ce secteur. Dans le monde entier, les parties prenantes des secteurs public et privé se sont réunies pour identifier les facteurs essentiels qui peuvent aider à rétablir la confiance des consommateurs dans les voyages et le tourisme, notamment :

- ✓ Mettre en œuvre de solides protocoles de santé, d'hygiène, d'assainissement et de sécurité.
- ✓ Veiller à ce que les consommateurs soient informés des plans et politiques globaux des gouvernements en matière de préparation et de gestion des crises.
- ✓ Encourager les campagnes de communication destinées non seulement aux consommateurs mais aussi à la main-d'œuvre touristique, aux investisseurs, aux parties prenantes et aux partenaires.
- ✓ Utiliser des sources en ligne pour garantir l'accès des consommateurs à l'information.
- ✓ Adopter l'innovation et la numérisation dans le secteur des voyages et du tourisme pour permettre une "nouvelle normalité".

En 2022, l'OMT (2022a) prévoit une croissance de 30 à 78 % des arrivées de touristes internationaux dans le monde, en fonction de divers facteurs. Pourtant, ces scénarios indiquent que le total des arrivées de touristes internationaux en fin d'année serait encore inférieur de 50 % à 63 % aux niveaux de 2019 avant la pandémie. Selon les estimations de l'OMT, les pays de l'OCI connaîtraient en moyenne une augmentation de 30 à 78 % des arrivées de touristes internationaux en 2022. Néanmoins, ces scénarios sont élaborés sur la base de certaines hypothèses. Tout nouveau développement concernant la pandémie et tout choc supplémentaire pourraient modifier les résultats.

En termes d'environnement économique, les déséquilibres macroéconomiques mondiaux existants découlant, par exemple, de la flambée des prix de l'énergie, de l'augmentation de l'inflation, de la hausse attendue des taux d'intérêt, du volume élevé de la dette et de



la perturbation continue des chaînes d'approvisionnement exercent une pression supplémentaire sur la reprise effective du tourisme international en 2022 et cet environnement économique défavorable devrait se maintenir en 2023 (IMF, 2022).

En particulier, plus récemment, une crise entre la Russie et l'Ukraine est apparue le 24 février 2022- avec le lancement d'une opération militaire en Ukraine. Cela a créé un nouveau défi sur le marché du tourisme qui pourrait avoir des effets dévastateurs non seulement en Europe mais aussi dans d'autres régions du monde en raison de l'augmentation des prix de l'énergie, des incertitudes alimentées, ainsi que des diverses restrictions de voyage et des sanctions économiques imposées par un ensemble de pays. À cet effet, les projections de l'OMT faites en janvier 2022 ne sont pas susceptibles de se maintenir d'ici la fin de l'année. Il est certain que, si le marché mondial du tourisme s'efforce de se remettre de la pandémie, l'impact final de cette crise émergente dépend d'un certain nombre de facteurs tels que la durée des opérations militaires en Ukraine et l'ampleur et l'efficacité des diverses mesures de réponse mises en place par un certain nombre de pays européens et nord-américains (voir encadré 4.3).

4.3 Tendances clés émergentes dans le secteur du tourisme

Bien que la pandémie de COVID-19 ait posé un certain nombre de problèmes au secteur du tourisme, ces problèmes pourraient être atténués grâce à certaines interventions et politiques de soutien. En particulier, certaines tendances majeures qui prévalent dans les pays de l'OCI faciliteront la reprise du secteur du tourisme et aideront le secteur à retrouver sa trajectoire de croissance positive d'avant la pandémie. Parmi ces tendances résumées dans le graphique 4.4, l'influence de la jeune population (génération Z) aura un impact considérable puisque les pays de l'OCI comptent plus de 338 millions de jeunes âgés de 15 à 24 ans. Ils accueillent ainsi 28 % de la jeunesse mondiale totale, et ce chiffre devrait atteindre 30,7 % en 2030 (SESRIC, 2020c). Cette fenêtre d'opportunité démographique ainsi que les habitudes de dépenses élevées de ces jeunes, notamment par le biais des plateformes numériques, joueront un rôle clé dans le développement du secteur du tourisme dans de nombreux pays de l'OCI.

Un nombre croissant de musulmans sont influencés par les médias sociaux et les influenceurs vivant dans les pays de l'OCI et les pays non membres de l'OCI. On constate également un intérêt croissant pour le halal dans les pays développés en raison de préoccupations éthiques et/ou morales. Pour servir ce marché de niche, un ensemble de marques mondiales ont non seulement commencé à fournir des produits ou des services halals, mais aussi à utiliser des outils en ligne ou des influenceurs de médias sociaux dans leurs campagnes pour toucher un plus grand nombre de personnes. Le développement des nouvelles technologies, l'innovation et la numérisation devraient tous jouer un rôle important en réduisant, entre autres, le coût en temps et en énergie de la certification halal, de l'audit et du transfert d'argent (SESRIC, 2022).



Encadré 4.3: Implications de la crise russo-ukrainienne sur le secteur du tourisme

Il est évident que le secteur du tourisme de certains pays de l'OCI sera davantage affecté par la crise actuelle entre la Russie et l'Ukraine. C'est parce que certains pays de l'OCI génèrent d'importants revenus touristiques par le biais des deux pays. En 2021, la Turquie a accueilli 30 millions de touristes internationaux, dont 2,06 millions en provenance d'Ukraine et 4,7 millions de Russie (Shenoy, 2022). Au total, les voyageurs des deux pays ont représenté 22,5% de toutes les arrivées en 2021 sur le marché touristique turc. De même, certains autres pays de l'OCI comme le Kazakhstan (1,06 million), les Émirats arabes unis (773 000) et l'Azerbaïdjan (665 000) ont accueilli un nombre important de touristes russes en 2021 (Karadima, 2022). Pour les touristes internationaux originaires des pays de l'OCI situés en Asie centrale, la Russie figurait parmi les principales destinations en 2019 et 2020. En 2019, la Russie a accueilli 3,5 millions de visiteurs du Kazakhstan, 911 mille visiteurs d'Azerbaïdjan, 324 mille visiteurs d'Ouzbékistan et 331 mille visiteurs du Tadjikistan.

D'après les chiffres détaillés du Service national des statistiques de l'Ukraine, les Ukrainiens qui ont voyagé à l'étranger en 2017 étaient au nombre de 26,4 millions. La Turquie (1,2 million de visiteurs), l'Égypte (733 mille visiteurs), les Émirats arabes unis (166 mille visiteurs) et le Kazakhstan (39 mille visiteurs) étaient les quatre pays de l'OCI les plus préférés des Ukrainiens en 2017. En 2019, l'Ukraine a accueilli un nombre important de touristes en provenance de quelques pays de l'OCI, à savoir la Turquie (267 mille), l'Azerbaïdjan (91 mille), le Kazakhstan (42 mille), l'Ouzbékistan (28 mille) et l'Égypte (14 mille), ce qui représente environ 3,3 % de toutes les arrivées de touristes dans le pays, selon les données de l'OMT.

Dans ce contexte, la crise actuelle entre la Russie et l'Ukraine pourrait avoir un impact négatif sur certaines destinations touristiques majeures de l'OCI, notamment la Turquie, l'Égypte et les Émirats arabes unis, en raison d'une baisse substantielle probable du nombre de touristes originaires de Russie et d'Ukraine en 2022. Néanmoins, si la crise actuelle se prolonge et que davantage de pays sont concernés, la "confiance dans les voyages internationaux" pourrait également connaître une forte baisse au deuxième trimestre 2022. Si l'on ajoute à cela les restrictions liées au COVID-19, les impacts de la crise actuelle entre la Russie et l'Ukraine seront plus importants dans certaines régions du monde et dans un certain nombre de pays de l'OCI. Si la crise se termine pacifiquement dans un court laps de temps et que les États-Unis et leurs alliés commencent à alléger certaines sanctions imposées à la Russie, les impacts de la crise resteront probablement relativement modestes.

Pendant la pandémie, de nombreuses personnes, y compris les consommateurs soucieux du respect de la législation halal, ont reporté leurs décisions, par exemple acheter une voiture ou visiter un autre pays. Avec l'allègement des restrictions liées à la pandémie, les consommateurs sont susceptibles de commencer à dépenser davantage afin de reprendre une vie normale et de réaliser leurs rêves. À cet effet, les perspectives de croissance du marché du tourisme des pays de l'OCI sont optimistes pour 2022 et 2023.



Graphique 4.4: Tendances majeures affectant le secteur du tourisme dans les pays de l'OCI



Source: Analyse du personnel du SESRIC

Pendant la pandémie, en raison des restrictions imposées aux voyages internationaux, de nombreux pays du monde entier ont accordé une attention particulière aux activités touristiques intérieures comme moyen alternatif de soutenir et de relancer l'industrie du tourisme (UNCTAD, 2021). Plusieurs pays de l'OCI, comme l'Ouganda, la Malaisie et la Jordanie, ont également suivi cet exemple et organisé plusieurs campagnes pour stimuler le tourisme intérieur afin de soutenir l'industrie du tourisme et la croissance économique en général.

La part moyenne des dépenses consacrées au tourisme intérieur dans l'ensemble des dépenses touristiques a bondi de 46 % en 2019 à 63 % en 2020, tandis que la part du tourisme international a régressé de 54 % à 37 % dans les pays de l'OCI (graphique 4.5). Selon le WTTC (2021a), le tourisme domestique et les voyages à proximité du domicile, ainsi que les activités en plein air, les produits basés sur la nature et le tourisme rural font partie des grandes tendances de voyage qui continueront à façonner le tourisme en 2022. À cet égard, dans les efforts de redressement des pays de l'OCI, le rôle positif et la contribution potentielle des activités touristiques intérieures ne doivent pas être sous-estimés et des mesures supplémentaires doivent être développées pour libérer tout son potentiel.

Graphique 4.5: Dépenses du tourisme national vs international dans les pays de l'OCI (% part dans les dépenses totales du tourisme)



Source: Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC)



Outre les tendances clés résumées dans le graphique 4.4, l'OMT et la BAD (2022) ont identifié un ensemble d'opportunités et de défis dans les principaux segments du tourisme pour la période 2021-2022 (tableau 4.1).

Tableau 4.1: Résumé des opportunités de croissance et des défis pour les principaux segments du tourisme, 2021- 2022.

Segment	Opportunités de croissance	Défis
Soleil et sable	Seront toujours en demande , même si elles sont limitées.	Le changement climatique peut affecter de manière disproportionnée les destinations côtières, et COVID-19 peut forcer des fermetures à l'échelle de la destination.
Des expériences culturelles, religieuses et communautaires authentiques	Forte si elle est limitée à des rassemblements en petits groupes.	Les grands événements seront limités par les réglementations, les protocoles, et/ou le seuil de risque bas parmi les visiteurs.
Amélioration personnelle, voyages transformationnels, voyages éducatifs et bien-être.	Très forte attraction pour les visiteurs si les protocoles peuvent être maintenus. Un fort désir d'options saines.	Augmentation rapide des offres en raison de la demande du marché, mais la faible application des normes pourrait diluer les offres.
Les grands espaces	Très fort développement de la demande avant et pendant la période de la maladie à coronavirus (COVID-19).	Risque de voir la demande excessive prendre le dessus sur les destinations naturelles.
Parcs à thèmes	La demande des visiteurs est forte , mais les protocoles limiteront la capacité à 2022.	Plus de deux ans peuvent être nécessaires pour garantir les meilleures normes possibles dans les parcs.
Luxe, voyages exclusifs	Déjà active pendant COVID-19 et appelée à se développer .	Nécessite un investissement important pour garantir un produit compétitif. L'isolement et l'intimité sont difficiles à réaliser à l'échelle.
Voyages d'affaires, réunions, incitations, conventions et expositions (MICE)	Malgré la demande refoulée, la reprise ne devrait pas atteindre les niveaux d'avant COVID-19 car les habitudes de travail à distance se maintiennent .	Garantir des conditions sûres et saines pour les groupes. Les entreprises peuvent être moins disposées à investir aussi lourdement dans les voyages liés au MICE. Il est difficile de surmonter les inquiétudes des délégués concernant la mixité dans les grands groupes internationaux.

Source: Adopté de l'OMT et de la BAD (2022)



Ces facteurs pourraient également affecter la performance des principaux segments du tourisme à des degrés divers dans les pays de l'OCI. Par exemple, en plus des impacts de la pandémie, les conditions climatiques extrêmes (dues au changement climatique) pourraient constituer un défi pour la croissance du tourisme de soleil et de sable qui aurait des implications sur le rythme de la reprise dans ce segment. En fait, l'essor du tourisme responsable pourrait être l'une des principales tendances à suivre lors de la reprise après la pandémie (voir encadré 4.4). Un autre exemple peut être fourni par le segment des expériences culturelles, religieuses et communautaires authentiques : les rassemblements se poursuivront en petit nombre en raison des habitudes qui ont émergé pendant la pandémie. Pourtant, il existe une demande croissante d'activités touristiques dans ce segment en raison des événements reportés depuis mars 2020.

Encadré 4.4: La pandémie de COVID-19 et l'essor du tourisme responsable

Le tourisme responsable consiste à "créer de meilleurs endroits où vivre et de meilleurs endroits à visiter" et a été conçu par Responsible Tourism Partnership et Western Cape Tourism dans la "Déclaration du Cap sur le tourisme responsable" en 2002, en marge du Sommet mondial sur le développement durable à Johannesburg, en Afrique du Sud (Goodwin, 2014).

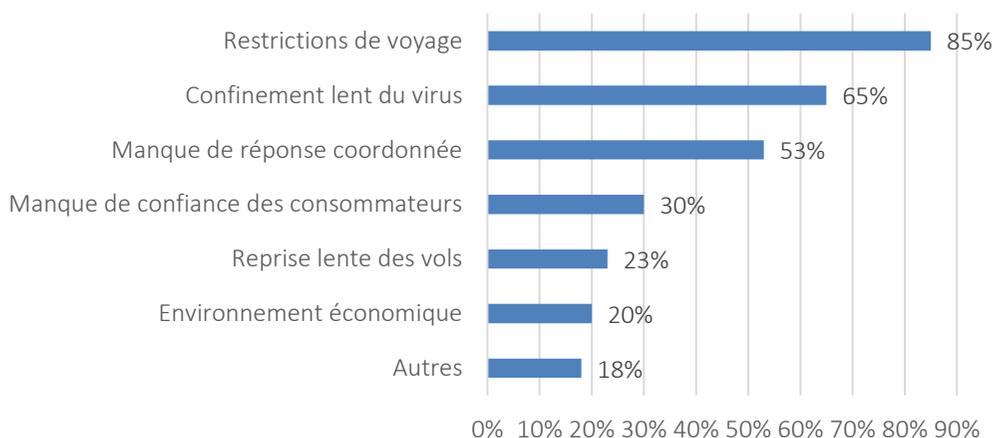
Si la pandémie a mis en péril le secteur du tourisme et révélé la fragilité de " l'intersection entre l'économie du tourisme, la société et l'environnement ", elle a également suscité une demande croissante de relance durable du secteur (Schlagwein, 2021 ; One Planet, 2020). Au cours de la pandémie, les voyageurs ont été mieux informés de la manière dont leurs choix de voyage peuvent contribuer à "sauvegarder la nature, les cultures et les traditions" (Preferred by Nature, 2021). Selon une étude d'Eichelberger et al. (2021), depuis le début de la pandémie, les touristes se sont montrés sensibles à la durabilité et ont adopté un comportement responsable dans le choix de leur mode de déplacement et sur place, à leur destination. Toutefois, les touristes ne se comportent de manière responsable que lorsque les opérateurs ont établi des règles et des règlements, ont diffusé des informations pertinentes aux touristes et leur ont présenté des opportunités de tourisme responsable.

C'est pourquoi, en s'attaquant aux problèmes existants tels que les charges qui pèsent sur la capacité des destinations, la surconsommation des ressources naturelles et l'impact du tourisme sur le changement climatique, le secteur du tourisme peut non seulement entreprendre un redressement responsable après la pandémie, mais aussi renforcer les capacités pour équilibrer les besoins des voyageurs, des opérateurs et de l'environnement à l'avenir (One Planet, 2020).



Dans l'ensemble, le secteur du tourisme a commencé à se rétablir en 2021 et certains effets négatifs de la pandémie ont commencé à diminuer progressivement. Pourtant, un certain nombre de facteurs influencent le rythme de la reprise du secteur du tourisme dans le monde. L'enquête de l'OMT (2021) fournit des informations détaillées sur le rôle de ces facteurs. Ainsi, 85 % des experts internationaux interrogés ont désigné les restrictions de voyage en vigueur comme le principal facteur d'entrave au décollage du secteur du tourisme (graphique 4.6). La lenteur de l'endiguement des virus est le deuxième facteur important mentionné par 65 % des répondants. L'absence d'une réponse coordonnée (53%) et la faible confiance des consommateurs (30%) figurent parmi les principaux facteurs qui affectent la reprise. Dans ce contexte, il est recommandé aux pays de l'OCI d'accorder plus d'attention à ces facteurs afin d'atténuer les impacts négatifs de la pandémie pendant la phase de récupération. La prise en compte de ces facteurs dans l'élaboration des politiques touristiques permettrait aux pays de l'OCI de renforcer leur résilience et d'accélérer le rythme de croissance du secteur.

Graphique 4.6: Facteurs qui affectent la reprise du tourisme international (% des répondants)



Source: OMT, Baromètre mondial du tourisme, mai 2021, basé sur le panel de l'OMT des experts en tourisme.



5. Remarques finales et recommandations politiques



Le secteur du tourisme international s'est développé et est devenu une source importante de croissance économique et de développement dans de nombreux pays de l'OCI au cours de la dernière décennie. Pourtant, la pandémie de COVID-19 a commencé à affecter gravement le tourisme international dans les pays de l'OCI depuis mars 2020 et devrait continuer à frapper les perspectives en 2022 et au-delà. Les impacts quantifiés de l'épidémie de COVID-19 sur le secteur du tourisme des pays de l'OCI sont dévastateurs (SESRIC, 2020a).

La pandémie, qui constitue la plus grande crise de l'histoire du secteur du tourisme depuis la Seconde Guerre mondiale, a remis en cause les progrès réalisés par le groupe de l'OCI au cours de la dernière décennie dans des domaines tels que les arrivées de touristes internationaux et les recettes touristiques, les activités touristiques intra-OCI, la création d'emplois et la contribution au PIB. Par conséquent, avec l'apparition de la pandémie en 2020, les pays de l'OCI, en tant que groupe, ont accueilli 207,4 millions de touristes internationaux en moins, ce qui a entraîné une perte potentielle de 155,5 milliards de dollars en termes de recettes touristiques (recettes en devises). Avec les liens directs et indirects du secteur, la pandémie a entraîné un effondrement potentiel de 293 milliards de dollars du PIB et 8,6 millions de pertes d'emplois dans les pays de l'OCI en 2020 (graphique 5.1). En termes de recettes touristiques intra-OCI, on estime que 56,6 milliards de dollars ont été perdus à cause d'une baisse potentielle de 89 millions d'arrivées de touristes intra-OCI en 2020.

Graphique 5.1: Un résumé: Impacts de la pandémie sur le tourisme dans les pays de l'OCI en 2020



Source: Analyse du personnel du SESRIC basée sur les ensembles de données de l'OMT et du WTTC.



Les ensembles de données disponibles, à la date de mars 2022, ne nous permettent pas d'entreprendre une analyse régionale/individuelle fiable et rigoureuse des pays de l'OCI concernant leurs performances touristiques au cours de la période 2020-2021. En particulier, les impacts négatifs de la pandémie en 2021 et 2022 dans le groupe de l'OCI n'ont pas encore été quantifiés, car les statistiques clés du tourisme sont encore en cours d'élaboration.⁵ Néanmoins, certains ensembles de données (provisoires) disponibles impliquent que les performances du secteur n'étaient pas très prometteuses, car les nouvelles variantes de COVID-19 sont apparues et la confiance mondiale dans les voyages et le tourisme internationaux n'a pas été entièrement rétablie.

Selon les informations disponibles, il est évident que toutes les régions géographiques et tous les pays membres de l'OCI n'ont pas été touchés dans la même mesure par l'apparition de la pandémie. Il existe des disparités régionales et les performances de chaque pays varient principalement en fonction du niveau général de développement du secteur du tourisme, de l'intensité et de la durée des mesures d'endiguement, ainsi que de la présence de programmes de relance et de récupération destinés au secteur du tourisme.

Les principales destinations touristiques de diverses régions géographiques telles que la Malaisie, l'Arabie saoudite, la Turquie et l'Indonésie ont enregistré des pertes importantes en termes de recettes touristiques sur la période 2020-2021. Pourtant, ces pays de l'OCI disposent d'une diversité suffisante dans leurs économies et d'autres moyens de générer des devises pour le tourisme, comme l'exportation de produits manufacturés ou agricoles. Néanmoins, la diversification limitée des exportations et la forte dépendance aux activités touristiques limitent la marge de manœuvre de certains pays de l'OCI comme la Gambie, les Maldives et l'Albanie, où la part des recettes du tourisme international dans les exportations totales dépasse généralement 50 % (SESRIC, 2020a). Il n'est pas surprenant que ces pays membres puissent être affectés dans une plus large mesure en raison d'une réduction significative de leurs recettes en devises (Oguz et al., 2020).

Alors que le tourisme international s'est progressivement redressé dans certaines destinations de l'OCI en 2021 et 2022, les voyages intérieurs continuent de contribuer à la reprise du secteur touristique global, en particulier dans plusieurs destinations dotées d'importants marchés intérieurs. Néanmoins, les activités touristiques nationales et internationales ne peuvent se substituer les unes aux autres. En particulier, l'importance du tourisme international ne doit pas être sous-estimée, car il reste une source fiable et importante de recettes en devises et entretient des liens étroits avec plus de 185 activités du côté de l'offre. À cette fin, la pandémie ne devrait pas entraîner un changement de paradigme pour les responsables de la politique touristique des pays de l'OCI. Les

⁵ En raison de la pandémie, le calendrier de collecte et de diffusion des statistiques internationales du tourisme de l'OMT a été perturbé.



prévisions montrent que la pandémie devrait affecter les activités touristiques internationales dans les années à venir. En outre, l'éclatement de la crise entre la Russie et l'Ukraine en mars 2022 a érodé les prévisions de reprise rapide en 2022. Il est donc essentiel de continuer à mettre en œuvre un large éventail de mesures et de politiques pour soutenir les acteurs du tourisme et assurer la durabilité des opérations dans le domaine des voyages et du tourisme international.

Il est important pour les pays de l'OCI d'investir dans la diversification des produits touristiques, en se concentrant sur certains marchés de niche comme le tourisme islamique, l'écotourisme et le tourisme médical, pendant et après la pandémie. La diversification des activités touristiques dans les pays de l'OCI élargira leur base touristique potentielle, ce qui les aidera à accueillir davantage de visiteurs internationaux et à renforcer la résilience de l'industrie touristique face aux chocs futurs. Certains pays de l'OCI ont déjà pris des mesures dans ce sens en développant certaines idées et pratiques innovantes depuis le début de la pandémie, ce qui leur a permis de compenser progressivement une partie de leurs pertes. Par exemple, la Jordanie a récemment identifié le tourisme médical et le tourisme cinématographique comme des marchés de niche à développer (UNWTO, 2021a).

Tout en essayant d'enrichir les activités touristiques existantes dans les pays de l'OCI, les décideurs politiques devraient accorder plus d'attention au concept de "tourisme responsable" afin de protéger la nature et de contribuer au développement durable. Dans la période post-pandémique, on s'attend à ce qu'un nombre croissant de destinations rivalisent sur le marché du tourisme sur la base d'un nouvel ensemble de facteurs tels qu'une faible empreinte carbone des activités touristiques, des efforts en faveur de la préservation de la nature et le respect des communautés locales.

Rétablir la confiance dans le secteur reste crucial et convaincre les gens de commencer à voyager à l'étranger prendra un certain temps. Dans ce contexte, un nombre croissant de destinations mettent en place différentes mesures, notamment des protocoles de sécurité et d'hygiène, la promotion du tourisme intérieur et la création de couloirs ou de bulles de voyage pour assurer un redémarrage du tourisme en toute sécurité. Dans ce contexte, il est recommandé aux pays de l'OCI de suivre les développements internationaux tels que l'initiative "Safe Travels Stamp" du WTTC. Par exemple, l'Arabie saoudite a été l'un des premiers pays de l'OCI à adopter les protocoles mondiaux de sécurité et d'hygiène du WTTC et à obtenir le timbre de sécurité pour les voyages. En adoptant un ensemble de normes, certains pays de l'OCI ont déjà commencé à en tirer des avantages. Par exemple, les Émirats arabes unis ont donné le coup d'envoi de l'EXPO 2020 à Dubaï en octobre 2021 et ont accueilli plus de 24,1 millions de visiteurs à la fin mars 2022 dans les conditions difficiles de la pandémie.



Avec la disponibilité récente des vaccins contre le COVID-19, les pays de l'OCI, tout comme d'autres pays du monde, ont commencé à utiliser cette solution miracle pour combattre la pandémie et relancer les activités touristiques internationales. Selon l'OMT (2021), 68% des experts du tourisme international s'attendent à ce que le déploiement de la vaccination contribue à la reprise du tourisme international en 2021. Malgré tous les efforts notables déployés depuis 2021 en matière d'inoculation, de nombreux pays de l'OCI doivent encore déployer davantage d'efforts pour accélérer le rythme de la vaccination. Au 29 mars 2022, le nombre de personnes totalement vaccinées pour mille habitants dans le groupe de l'OCI était de 377, alors que la moyenne mondiale atteignait 577, selon la base de données sur les pandémies COVID-19 du SESRIC. En d'autres termes, le rythme actuel de la vaccination reste un défi dans certains pays de l'OCI.

Les questions liées à la reconnaissance réciproque des cartes/certificats de vaccination restent un obstacle dans de nombreux pays de l'OCI. Pour résoudre le problème de la reconnaissance réciproque des certificats, certaines organisations régionales ont élaboré des solutions. Par exemple, le "règlement sur le certificat COVID numérique de l'UE" est entré en application le 1er juillet 2021, déclarant que les citoyens et les résidents de l'UE peuvent faire émettre et vérifier leurs "certificats COVID numériques" dans toute l'UE. Il visait à faciliter la reprise des activités touristiques dans la région et à contribuer à la relance du tourisme. Dans le même ordre d'idées, si les pays de l'OCI pouvaient développer un système similaire et accélérer le déploiement de la vaccination, cela contribuerait à relancer le tourisme international dans les pays de l'OCI de manière coordonnée et à renforcer les activités touristiques intra-OCI.

Il existe un lien étroit entre les mesures préventives liées à la santé et les politiques touristiques à la suite de la pandémie. Si les pays de l'OCI parviennent à augmenter rapidement la part de la population vaccinée, les activités touristiques internationales sont susceptibles de reprendre et de se rétablir le plus tôt possible. Pour y parvenir, il est essentiel d'assurer une coordination efficace par le biais de mécanismes établis entre diverses autorités telles que les ministères de la santé et du tourisme. Disposer de tels mécanismes de coordination et les utiliser efficacement contribuerait à réduire les problèmes causés par les questions de coordination et de communication interdépartementales.

La pandémie est considérée comme l'une des plus grandes crises de l'histoire du secteur du tourisme. Plusieurs pays de l'OCI, à savoir l'Algérie, l'Arabie saoudite et le Bangladesh, ont mis en place un mécanisme/une équipe de crise interne au niveau du ministère du Tourisme dans le but de gérer les impacts négatifs du COVID-19 sur le secteur. Au-delà de la pandémie, il est également recommandé que tous les pays de l'OCI envisagent de mettre en place de telles équipes spécialisées et formées au sein de leurs ministères respectifs afin de renforcer la résilience face aux chocs futurs (catastrophes, attaques,



accidents, etc.) et de gérer les crises de manière rapide et efficace. Le fait de doter ces équipes de connaissances et de travailler sur divers scénarios susceptibles de toucher le secteur du tourisme contribuerait à accroître la résilience et l'état de préparation des acteurs du tourisme des pays de l'OCI et à réduire les effets négatifs potentiels des chocs futurs. Alors que le secteur se redresse progressivement, il est important de tirer les leçons de cette crise pour qu'il soit plus résilient à l'avenir (WTTC, 2021b).

La pandémie a mis en évidence l'importance d'investir dans la numérisation, que ce soit dans les secteurs de l'éducation, de la santé ou du tourisme. Il est probable que la numérisation et les solutions en ligne seront plus dominantes dans l'ère post-pandémique. Dans le secteur du tourisme, de plus en plus de pays ont commencé à utiliser largement les solutions de marketing et de promotion en ligne dans leurs campagnes touristiques pendant la pandémie, car les événements physiques comme les foires et expositions touristiques n'ont pas pu être organisés. Pourtant, tous les pays de l'OCI n'ont pas accès à ces outils en ligne et ne disposent pas d'un nombre suffisant de personnel qualifié. À cette fin, les pays de l'OCI devraient investir davantage dans la numérisation du tourisme. En outre, le personnel des entités touristiques respectives devrait être doté de connaissances et de compétences sur la manière d'utiliser et de gérer les nouvelles technologies dans leur travail quotidien. Cela permettrait d'accroître la compétitivité des pays de l'OCI dans le tourisme international tout en rendant leur industrie touristique plus résiliente.

La qualité des infrastructures, les ressources humaines et l'existence d'une forte volonté politique joueront toutes un rôle pour répondre aux besoins du secteur du tourisme dans les pays de l'OCI. Dans ce contexte, investir dans de nouvelles infrastructures physiques (par exemple, des kits d'hygiène, des technologies de suivi et de dépistage des foules, des équipements de test rapide du COVID-19, etc.) et renforcer les capacités du personnel en proposant des programmes de formation en vue de l'équiper des nouveaux protocoles de santé et d'hygiène liés au COVID-19 pourrait aider les pays de l'OCI à devenir plus compétitifs dans le secteur du tourisme international pendant et après la pandémie. En outre, les pays de l'OCI doivent veiller à ce que les groupes vulnérables ne soient pas exclus des efforts de relance de COVID-19 dans les secteurs du voyage et du tourisme, en leur proposant des modalités de travail flexibles, en leur offrant un soutien et une protection juridique, en réduisant les obstacles à l'emploi et en leur proposant des programmes de formation personnalisés pour améliorer leurs compétences.

Les pays de l'OCI sont très riches en termes de réponses politiques pour atténuer les impacts négatifs de la pandémie sur le tourisme et renforcer la résilience du secteur. Par conséquent, le partage des meilleures pratiques et des enseignements tirés de la pandémie dans le domaine du tourisme contribuerait à accroître les capacités des institutions nationales des pays de l'OCI et les aiderait à renforcer leur résilience face aux



chocs futurs. Ils pourraient servir de source d'inspiration pour les décideurs politiques et donc stimuler le transfert de connaissances et d'expériences au niveau de la coopération de l'OCI.

En outre, le renforcement des activités touristiques intra-OCI en assouplissant les politiques bilatérales en matière de visas, en envisageant la reconnaissance réciproque des cartes de vaccination, en développant des bulles de voyage régionales et en offrant des incitations (par exemple, des réductions d'impôts temporaires, des subventions) aux compagnies aériennes et aux agences de voyage contribuerait également à minimiser les pertes financières potentielles pendant la pandémie et au-delà, et pourrait sauver de nombreux emplois qui sont affectés par ce choc exceptionnel.

En fin de compte, c'est une combinaison de divers facteurs tels que la disponibilité de mécanismes publics efficaces, les ressources financières et la préparation à la réponse à la crise qui détermine comment et dans quelle mesure chaque pays membre de l'OCI peut répondre avec succès et se remettre de la crise sans précédent qui a frappé les acteurs du tourisme. Pourtant, il est évident qu'un bon mélange de politiques au niveau national et une coopération internationale et intra-OCI accrue pourraient aider les efforts de redressement des pays de l'OCI et minimiser les pertes enregistrées dans le secteur du tourisme.



Annexes

Annexe I: Liste des pays membres de l'OCI

Afghanistan (AFG)	Albanie (ALB)	Algérie (DZA)
Azerbaïdjan (AZE)	Bahreïn (BHR)	Bangladesh (BGD)
Bénin (BEN)	Brunei Darussalam (BRN)	Burkina Faso (BFA)
Cameroun (CMR)	Tchad (TCD)	Comores (COM)
Côte d'Ivoire (CIV)	Djibouti (DJI)	Égypte (EGY)
Gambie (GMB)	Gabon (GAB)	Guinée (GIN)
Guyana (GUY)	Guinée-Bissau (GNB)	Indonésie (IDN)
Irak (IRQ)	Iran (IRN)	Jordanie (JOR)
Kazakhstan (KAZ)	Koweït (KWT)	Kirghizstan (KGZ)
Liban (LBN)	Libye (LBY)	Malaisie (MYS)
Mali (MLI)	Mauritanie (MRT)	Maldives (MDV)
Mozambique (MOZ)	Maroc (MAR)	Niger (NER)
Nigeria (NGA)	Oman (OMN)	Pakistan (PAK)
Palestine (PSE)	Qatar (QAT)	Arabie Saoudite (SAU)
Sénégal (SEN)	Sierra Leone (SLE)	Somalie (SOM)
Surinam (SUR)	Soudan (SDN)	Syrie* (SYR)
Tadjikistan (TJK)	Togo (TGO)	Tunisie (TUN)
Turkménistan (TKM)	Türkiye (TUR)	Ouganda (UGA)
Ouzbékistan (UZB)	Émirats Arabes Unis (EAU)	Yémen (YEM)

*La Syrie est provisoirement retirée des pays membres de l'OCI.



Annexe II: Classification géographique des pays membres de l'OCI

Afrique sub-saharienne (21): OCI-ASS		
Bénin	Gambie	Nigéria
Burkina Faso	Guinée	Sénégal
Cameroun	Guinée-Bissau	Sierra Leone
Tchad	Mali	Somalie
Comores	Mauritanie	Soudan
Côte d'Ivoire	Mozambique	Togo
Gabon	Niger	Ouganda
Moyen-Orient et l'Afrique du nord (19): OCI-MENA		
Algérie	Koweït	Ar. Saoudite
Bahreïn	Liban	Syrie*
Djibouti	Libye	Tunisie
Égypte	Maroc	Émirats arabes unis
Irak	Oman	Yémen
Iran	Palestine	
Jordanie	Qatar	
*La Syrie est provisoirement retirée des pays membres de l'OCI.		
Asie de l'est et du sud et Amérique latine (9): OCI-AESAL		
Afghanistan	Guyana	Maldives
Bangladesh	Indonésie	Pakistan
Brunei Darussalam	Malaisie	Surinam
Europe et l'Asie centrale (8): OCI-EAC		
Albanie	Kirghizstan	Turkménistan
Azerbaïdjan	Tadjikistan	Ouzbékistan
Kazakhstan	Türkiye	



Références

AA (2020), Saudi Arabia to Gradually Lift Ban on Performing Umrah, Anadolu Agency. Disponible sur: <https://www.aa.com.tr/en/middle-east/saudi-arabia-to-gradually-lift-ban-on-performing-umrah/1982462>

Australian Aid (2021), ASEAN Guidelines on Hygiene and Safety for Professionals and Communities in the Tourism Industry. Jakarta: ASEAN Secretariat.

Azerbaijan Tourism Board & Skift (2021), Executive Q&A: Lessons from Azerbaijan on Building a Sustainable Tourism Economy During the Pandemic. Skift. Disponible sur: <https://skift.com/2021/04/05/azerbaijan-on-building-a-sustainable-tourism-economy-during-the-pandemic/>

COMCEC (2016a), Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides in the OIC Member Countries, COMCEC Coordination Office, February, 2016: Ankara.

COMCEC (2016b), Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries, COMCEC Coordination Office, August, 2016: Ankara.

Daily Sabah (2021), Qatar Ready for World Cup After Successfully Hosting Arab Cup. Disponible sur: <https://www.dailysabah.com/sports/football/qatar-ready-for-world-cup-after-successfully-hosting-arab-cup>

Dinar Standard (2019), State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>

Dinar Standard (2020), State of the Global Islamic Economy Report 2020/21.

Ebrahim, S. H. and Memish, Z. A. (2020), Saudi Arabia's Drastic Measures to Curb the COVID-19 Outbreak: Temporary Suspension of the Umrah Pilgrimage. *Journal of Travel Medicine*, 27(3), 1-2.

Eichelberger, S., Heigl, M., Peters, M., & Pikkemaat, B. (2021), Exploring the Role of Tourists: Responsible Behaviour Triggered by the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(11), 5774.

European Commission (2022), EU Digital COVID Certificate: Commission Adopts Second Report on Impact and Implementation across the EU. Disponible sur: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_22_1766#3

FDI Intelligence (2021), Tourism Investment 2021 Report, Disponible sur: <https://www.fdiintelligence.com/special-report/80024>

General Authority for Statistics of the Kingdom of Saudi Arabia (2020), Umrah Survey (Version 2017, 2018, 2019, 2020) [Data files]. Riyadh: General Authority for Statistics. Disponible sur: <https://www.stats.gov.sa/en/862>

General Authority for Statistics of the Kingdom of Saudi Arabia (2019), Hajj statistics [Data file]. Riyadh: General Authority for Statistics. Disponible sur: https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/hajj_40_en.pdf

Goodwin, H. (2014, September 24). What Is Responsible Tourism? *Responsible Tourism Partnership*. Disponible sur: <https://responsibletourismpartnership.org/what-is-responsible-tourism/>

Gulfnews (2022), Expo 2020 Dubai Recorded More than 24 million Visits Over Its Six Months, Disponible sur: <https://gulfnews.com/expo-2020/expo-2020-dubai-recorded-more-than-24-million-visits-over-its-six-months>



Hashim, H. T., Babar, M. S., Essar, M. Y., Ramdhan, M. A., Ahmad, S. (2021), The Hajj and COVID-19: How the Pandemic Shaped the World's Largest Religious Gathering. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 104(3), 797-799.

Hussain, M. (2021), Hajj 2021: How This Year's Pilgrimage to Mecca Be Different Thanks to COVID Travel Restrictions. *Euronews.travel*. Disponible sur: <https://www.euronews.com/travel/2021/07/17/hajj-2021-how-this-year-s-pilgrimage-to-mecca-be-different-thanks-to-covid-travel-restrict>

IATA (2021a), Industry Statistics Fact Sheet. Disponible sur: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance---october-2021---data-tables/>

IATA (2021b), Losses Reduce but Challenges Continue – Cumulative \$201 Billion Losses For 2020-2022. Disponible sur: <https://www.iata.org/en/pressroom/2021-releases/2021-10-04-01/>

ILO (2020), ILO Monitor: COVID-19 and the World of Work [5th edition]. Geneva: ILO.

ILO (2021), COVID-19 and Employment in the Tourism Sector in the Asia–Pacific Region, ILO Brief, November 2021.

ILO (2022), Reviving Indonesia's Local Tourism Industry with Community Ecotourism. Disponible sur: https://www.ilo.org/jakarta/info/public/fs/WCMS_835631/lang--en/index.htm

IMF (2022), World Economic Outlook, January 2022

Karadima, S. (2022), What Impact will the Russia-Ukraine Conflict Have on the Tourism Industry? Disponible sur: <https://www.investmentmonitor.ai/special-focus/ukraine-crisis/russia-ukraine-conflict-impact-tourism-industry>

Karadsheh, J. and Qiblawi, T. (2020), 'Unprecedented' Hajj begins – with 1,000 pilgrims, rather than the usual 2 million. *CNN Travel*. Disponible sur: <https://edition.cnn.com/travel/article/hajj-2020-coronavirus-intl/index.html#:~:text=Only%20around%201%2C000%20pilgrims%20will,million%20people%20during%20the%20pilgrimage.>

Kelly, H. and Nikolova, G. (2020), Central Asia's COVID-19 Recovery Strategy. *Adventure Travel News*. Disponible sur: <https://www.adventuretravelnews.com/central-asias-covid-19-recovery-strategy>

Mastercard and Crescent Rating (2019), Global Muslim Travel Index 2019. Disponible sur: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>

Mastercard and Crescent Rating (2021), Global Muslim Travel Index 2021. Disponible sur: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2021.html>

MOTAC (2021), MOTAC's Efforts to Assist the Tourism Sector Affected by the COVID-19 Pandemic: Feedback on The Press Statement My Malaysia Association of Theme Park and Family Attractions (MATFA) on Malaysia Tourism Industry.

Muneeza, A. and Mustapha, Z. (2021), COVID-19: It's Impact on Hajj and Umrah and A Future Direction. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 661-679.

Mussa, M. (2022), Saudi Authorities Announce Hajj Is Back Open for 2022. *Islam21c.com*. Disponible sur: <https://www.islam21c.com/news-views/saudi-authorities-announce-hajj-is-back-open-for-2022/>

Muthia, R. (2022), Indonesian Islands Bank on Singapore Bubble for Tourism Revival. *Al Jazeera*. Disponible sur: <https://www.aljazeera.com/economy/2022/2/15/indonesian-islands-bank-on-singapore-bubble-for-tourism-revival>

Naden, C. (2021), Tourism in a COVID-19 World. *ISO*. Disponible sur: <https://www.iso.org/news/Ref2672.html>



- NTCB (n.d.), Strategy to Help Mitigate the Socioeconomic Impact of COVID-19 on Pakistan's Tourism Industry. Disponible sur: https://tourism.gov.pk/publications/strat_covid.pdf
- OECD (2020), Evaluating the Initial Impact of COVID-19 Containment Measures on Economic Activity. Version 14 April 2020. Disponible sur: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/evaluating-the-initial-impact-of-covid-19-containment-measures-on-economic-activity-b1f6b68b>
- Oguz, B., Gordon, G., and Cruz, H.H. (2020), Global Tourism and the COVID-19 Pandemic, Op-Ed, Daily Sabah, 20 April 2020. Disponible sur: <https://www.dailysabah.com/opinion/op-ed/global-tourism-and-the-covid-19-pandemic>
- One Planet (2020), One Planet Vision for a Responsible Recovery of the Tourism Sector. Nairobi: UNEP.
- Pangestu, M. E. (2021), Tourism in the post-COVID world: Three steps to build better forward. *World Bank Blogs*. Disponible sur: <https://blogs.worldbank.org/voices/tourism-post-covid-world-three-steps-build-better-forward>
- Premium Times (2021), Reviving Nigeria's Tourism Fortunes After COVID-19. *Premium Times*. Disponible sur: <https://www.premiumpages.com/news/headlines/452345-reviving-nigerias-tourism-fortunes-after-covid-19.html>
- Raj, R. and Bozonelos, D. (2020), COVID-19 Pandemic: Risks Facing Hajj and Umrah. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(vii), 83-93.
- Reuters (2020), Egypt Reopens Hotels for Local Tourists with Strict Conditions. *Reuters*. Disponible sur: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-egypt-tourism/egypt-reopens-hotels-for-local-tourists-with-strict-conditions-idUSKBN22F0VF>
- Schlagwein, F. (2021), Coronavirus: How Can Travel Become Sustainable Post-Pandemic? *DW*. Disponible sur: <https://www.dw.com/en/coronavirus-how-can-travel-be-more-sustainable-post-pandemic/a-56784730>
- Sengel, U. (2021), From Crisis to Opportunity: "Vaccine Tourism". *Turizm ve İletme Bilimleri Dergisi*, 2, 51-56.
- SESRIC (2020a), Socio-Economic Impacts of COVID-19 Pandemic in OIC Member Countries, Ankara. Disponible sur: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/724.pdf>
- SESRIC (2020b), International Tourism in the OIC Countries: Prospects and Challenges 2020, Ankara. Disponible sur: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/757.pdf>
- SESRIC (2020c), State of Youth in the OIC Member States 2020: Enhancing Economic Participation of Youth, Ankara.
- SESRIC (2021), OIC Economic Outlook 2021, Ankara. Disponible sur: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/787.pdf>
- SESRIC (2022), Halal Industry in OIC Member Countries: Challenges and Prospects, Ankara. Disponible sur: <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/794.pdf>
- Shenoy, S. (2022), Here's How the Russia-Ukraine Conflict Could Impact Travel. Disponible sur: <https://curlytales.com/heres-how-the-russia-ukraine-conflict-could-impact-tourism/>
- Soni, K. (2020), COVID-19 Could Change Travel – But Not in The Way You Think. *World Economic Forum*. Disponible sur: <https://www.weforum.org/agenda/2020/09/covid-19-could-change-travel-forever-but-not-in-the-way-you-think/>
- Sun, Y.-Y., Sie, L., Faturay, F., Auwalin, I., & Wang, J. (2021), Who are Vulnerable in a Tourism Crisis? A Tourism Employment Vulnerability Analysis for the COVID-19 Management. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 304-308.



TGA (2020), About Safe Tourism Certification Program, Disponible sur: <https://www.tga.gov.tr/about-safe-tourism-program/>

The National News (2022a), Expo 2020 Dubai Visitor Numbers Exceed 11 Million as School Visits Resume. Disponible sur: <https://www.thenationalnews.com/uae/expo-2020/2022/02/01/expo-2020-dubai-visitor-numbers-exceed-11-million-as-school-visits-resume/>

The National News (2022b), Expo 2020 Visit Numbers Surge Past the 17 Million Mark. Disponible sur: <https://www.thenationalnews.com/uae/expo-2020/2022/03/08/expo-2020-visitor-numbers-jump-by-1-million-to-cross-17-million-visits/>

UN (2020), Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism, August 2020.

UN (2020a), On International Day, UN Chief Spotlights Indigenous Peoples' Resilience in the Face of COVID-19 Pandemic. *UN News*. Disponible sur: <https://news.un.org/en/story/2020/08/1069822>

UNCTAD (2021), COVID-19 and Tourism: An Update on Assessing the Economic Consequences, Geneva

UNWTO (2020a), COVID - 19 Related Travel Restrictions: A Global Review for Tourism, (second version) 28 April 2020, Disponible sur: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions%20-%2028%20April.pdf>

UNWTO (2020b), International Tourism Arrivals Could Fall By 20-30% in 2020. News Release, 27 March 2020.

UNWTO (2020c), Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism: A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery. Disponible sur: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf

UNWTO (2021a), The World Tourism Barometer, Volume 19, Issue 3, May 2021, Madrid

UNWTO (2021a), COVID-19: Measures to Support the Travel and Tourism Sector, Disponible sur: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/total.pdf>

UNWTO (2022a), World Tourism Barometer, Volume 20, Issue 1, January 2022, Madrid.

UNWTO (2022b), World Tourism Barometer, Volume 20, Issue 2, March 2022, Madrid.

UNWTO and ADB (2022), COVID-19 and the Future of Tourism in Asia and the Pacific, March 2022, Madrid.

Wego (2022), What Is a Travel Bubble? Here's Everything You Need to Know About Travel Corridors Between Countries. *Wego Travel Blog*. Disponible sur: <https://blog.wego.com/whats-a-travel-bubble/>

WTTC (2021), Travel & Tourism: Economic Impact: 2021, World Travel & Tourism Council. Disponible sur: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/EIR/EIR2021%20Global%20Infographic.pdf?ver=2021-04-06-170951-897>

WTTC (2021a), Trending in Travel: Emerging Consumer Trends in Travel & Tourism in 2021 and Beyond. Disponible sur: https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending_In_Travel-Emerging_Consumer_Trends-231121.pdf?ver=2021-11-23-101035-507

WTTC (2021b), Lessons Learnt During Covid-19: The Lessons Learnt So Far and How These Can Be Used to Prepare for Future Crises. Disponible sur: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Lessons-Learnt-%20COVID-19.pdf?ver=2021-08-19-095731-037>

WTTC (n.d.), 'Safe Travels': Global Protocols and Stamp for the New Normal. Disponible sur: <https://wtcc.org/COVID-19/SafeTravels-Global-Protocols-Stamp>

