



MAP

Mediterranean Action Plan



Promoting sustainable tourism in the Mediterranean:

Proceedings of the Regional Workshop

Sophia Antipolis, France, 2 - 3 July, 2008

Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée:

Actes de l'atelier régional

Sophia Antipolis, France, 2 - 3 juillet 2008

MAP Technical Reports Series No. **173**

Note: The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of UNEP/MAP concerning the legal status of any State, Territory, city or area, or of its authorities, or concerning the delimitation of their frontiers or boundaries.

Note: Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du PNUE/PAM aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

© 2009 United Nations Environment Programme / Mediterranean Action Plan (UNEP/MAP)
P.O. Box 18019, Athens, Greece

© 2009 Programme des Nations Unies pour l'environnement / Plan d'action pour la Méditerranée (PNUE/PAM) B.P. 18019, Athènes, Grèce

This publication may be reproduced in whole or in part and in any form for educational or non-profit purposes without special permission from the copyright holder, provided acknowledgement of the source is made. UNEP/MAP would appreciate receiving a copy of any publication that uses this publication as a source. This publication cannot be used for resale or for any other commercial purpose whatsoever without permission in writing from UNEP/MAP.

Le texte de la présente publication peut être reproduit en tout ou en partie à des fins pédagogiques et non lucratives sans autorisation spéciale de la part du détenteur du copyright, à condition de faire mention de la source. Le PNUE/PAM serait reconnaissant de recevoir un exemplaire de toutes les publications qui ont utilisé ce matériel comme source. Il n'est pas possible d'utiliser la présente publication pour la revente ou à toutes autres fins commerciales sans en demander au préalable par écrit la permission au PNUE/PAM.

ISSN 1011 - 7148 (Paper) 1810 - 6218 (Online)

For bibliographic purposes this volume may be cited as:

UNEP/MAP/BLUE PLAN: Promoting Sustainable Tourism in the Mediterranean: Proceedings of the Regional Workshop: Sophia Antipolis, France, 2 - 3 July, 2008. MAP Technical Reports Series No. 173. UNEP/MAP, Athens, 2009.

Pour des fins bibliographiques, citer le présent volume comme suit:

PNUE/PAM/PLAN BLEU: Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée : Actes de l'atelier regional: Sophia Antipolis, France, 2 - 3 juillet 2008. No. 173 de la Série des rapports techniques du PAM, PNUE/PAM, Athènes, 2009.

The thematic structure of the MAP Technical Series is as follows:

- Curbing Pollution
- Safeguarding Natural and Cultural Resources
- Managing Coastal Areas
- Integrating the Environment and Development

La Série des rapports techniques du PAM est présentée avec la structure suivante:

- Maîtriser la Pollution
- Sauvegarder le Patrimoine Naturel et Culturel
- Gérer les Zones Côtières de Manière Durable
- Intégrer l'Environnement et le Développement

Le programme de travail a été conduit et coordonné par le Plan Bleu, dans le cadre du suivi de la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable, sous la responsabilité de Élisabeth Coudert, Chargée de mission Tourisme, Pierre Icard, Chef de l'Unité thématique et de Henri-Luc Thibault, Directeur du Plan Bleu.

La compilation et la mise en forme de cette publication ont été effectuées au Plan Bleu par Christiane Bourdeau, Sandra Dulbecco, Isabelle Jöhr, Hélène Rousseaux.

Le Plan Bleu remercie vivement l'ensemble des experts qui ont contribué au bon déroulement de l'atelier de Sophia-Antipolis et en particulier ceux qui ont réalisé les études ainsi que ceux qui ont animé les groupes de travail : Lucien Chabason, Raphaël Billé, Hubert Kieken, Alexandre Magnan, IDDRI ; Chedly RAIS, Consultant, Tunisie ; Alberto Cappato & Sara Canevello, Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Gênes, Italie ; Valérie Brun & Thierry Sebagh, Université Paul Cézanne, Aix-en Provence ; Zoran Klaric, Institut pour le Tourisme, Zagreb ; Anthony Ellul, Malta Environment & Planning Authority, Malte ; Mohamed Berriane, Université Mohammed V, Rabat ; Miguel Seguí Llinás, Université des Iles Baléares, Baléares ; Jean Mehdi Chapoutot, Expert, Tunisie ; Cevat Tosun, Mustafa Kemal University, Iskenderun, Turquie ; Ghislain Dubois, TEC ; Christine Bouyer, ODIT France ; Adel Rady, Égypte.

Les informations et propos exposés dans ce document ne reflètent en aucun cas le point de vue officiel des pays riverains de la Méditerranée ni celui de la Commission européenne.



With the financial support of the European Investment Bank and of PACA Region



Avec le soutien financier de la Banque européenne d'investissement et de la Région PACA



The work programme was carried out and coordinated by Blue Plan in the framework of the follow up of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development, under the responsibility of Élisabeth Coudert, Programme Officer Tourism, Pierre Icard, Head of Thematic Unit and Henri-Luc Thibault, Blue Plan Director

The compilation and the page layout of the present publication were done at Plan Bleu by Christiane Bourdeau, Sandra Dulbecco, Isabelle Jöhr and Hélène Rousseaux.

Plan Bleu warmly thanks all the people who contributed to the Sophia-Antipolis Workshop, in particular the experts who carried out studies as well as those who moderated the Working Groups: Lucien Chabason, Raphaël Billé, Hubert Kieken, Alexandre Magnan (IDDRI); Chedly RAIS, Consultant, Tunisia; Alberto Cappato & Sara Canevello, Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Gênes, Italie; Valérie Brun & Thierry Sebagh, Université Paul Cézanne, Aix-en Provence; Zoran Klaric, Institute for Tourism, Zagreb; Anthony Ellul, Malta Environment & Planning Authority, Malta; Mohamed Berriane, Université Mohammed V, Rabat; Miguel Seguí Llinás, Université des Iles Baléares, Balears; Jean Mehdi Chapoutot, Expert, Tunisia; Cevat Tosun, Mustafa Kemal University, Iskenderun, Turkey; Ghislain Dubois, TEC; Christine Bouyer, ODIT France; Adel Rady, Egypt.

Information and talks presented in this document reflect under no circumstances the official point of view of the Mediterranean rim countries or that of the European Commission.

Table of Contents

Résumé exécutif.....	1
Partie 1 : L'atelier, compte-rendu synthétique	5
Partie 2 : Tourisme et développement durable en Méditerranée : cadrages régionaux	51
Tourisme et changement climatique : enjeux et perspectives.....	53
Fréquentation touristique et biodiversité : bilan et impacts	104
Plaisance et croisières : bilan et perspectives.....	139
Emplois et création de richesse : bilan et prospective	181
Part 3: Suivi de la mise en œuvre de la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable : études nationales.....	239
Croatie.....	241
Malte.....	277
Maroc	307
Espagne	373
Tunisie.....	427
Turquie	461
Executive summary	531
Part 1: Report of the workshop.....	533
Part 2: Regional studies on tourism and sustainable development issues in the Mediterranean.....	579
Tourism and climate change: challenges and prospects	581
Tourism flows and biodiversity: current situation and impacts	625
Yachting and cruising: current situation and future prospects.....	659
Employment and creation of wealth: current situation and future prospects.....	685
Part 3: Follow-up of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development implementation: national studies	743
Croatia.....	745
Malta.....	777
Morocco.....	805
Spain	859
Tunisia.....	913
Turkey	945

List of MAP Technical Reports / Liste des rapports techniques du PAM

Résumé exécutif

Le tourisme en Méditerranée constitue en même temps un secteur d'activité très dynamique, une source d'emplois et de richesse, et un enjeu en termes d'aménagement équilibré du territoire, de protection, de conservation et d'utilisation rationnelle des ressources naturelles.

Afin de « Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée » tel que le propose la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable, le Plan Bleu s'est attaché à fournir des connaissances sur quelques grandes problématiques reliant tourisme et développement durable, sur la mise en œuvre des recommandations adoptées par les Parties contractantes en 1999 et sur les bonnes pratiques dans le domaine du tourisme.

Les problématiques transversales retenues concernent le changement climatique, la biodiversité, la plaisance et les croisières ainsi que l'emploi et la création de richesse. Les questions abordées comprennent les interactions entre le développement du tourisme et la lutte contre et l'adaptation au changement climatique, la lutte contre la perte de biodiversité, les conditions du développement du tourisme nautique dans le respect de l'environnement et le potentiel de création d'emplois et de richesse par le secteur.

Six pays ont fait l'objet d'un bilan approfondi des progrès réalisés dans la mise en œuvre des recommandations de 1999, comprenant l'analyse des facteurs de réussite et des éléments de blocage.

Les résultats de ces études, réalisées par des experts méditerranéens, ont été débattus lors d'un atelier régional en juillet 2008 à Sophia-Antipolis et ont conduit à identifier des pistes de travail à explorer dans le futur proche. L'ensemble de ces travaux fait l'objet du présent CD-Rom.

PARTIE 1

L'ATELIER : COMPTE-RENDU SYNTHETIQUE

COMPTE-RENDU DE L'ATELIER REGIONAL

TABLE DES MATIERES

I. Préambule	7
1. Le contexte	7
2. La Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable	8
3. Le programme de travail du Plan Bleu dans le domaine du tourisme	9
II. Ouverture et introduction	9
III. Évaluer : Mise en œuvre des recommandations 1999 et bonnes pratiques	10
1. Le point de vue des institutions internationales	11
2. Le bilan des recommandations 1999 : trois exemples en Méditerranée	12
3. Les bonnes pratiques : trois exemples en Méditerranée	13
4. Débat	16
IV. Évaluer : Résultats des études de capacités d'accueil et liens avec le protocole GIZC.....	17
1. Evaluation de la capacité d'accueil touristique	17
2. Guide pour le développement durable du tourisme littoral	18
3. Le projet DESTINATIONS» Développement de stratégies pour un tourisme durable dans les nations méditerranéennes »	18
4. Stratégie pour un développement durable du tourisme en Sardaigne	20
5. Débat	21
V. Débattre : quatre enjeux régionaux liant tourisme et développement durable.....	21
1. Changement climatique	21
2. Biodiversité	24
3. Emploi et création de richesse	27
4. Croisière et plaisance.....	29
VI. Proposer : pistes de travail, débat et recommandations	31
1. Pistes de travail et débat	31
2. Recommandations	32
VII. Annexes	34
Annexe 1 : Programme	35
Annexe 2 : Liste des participants	40

I. PREAMBULE

1. Le contexte

Le tourisme en Méditerranée est un secteur dynamique. Durant la décennie 1995-2004, la croissance moyenne annuelle des arrivées internationales a été très forte dans des pays comme la Croatie (20 %), la Syrie (15,7 %), l'Égypte (11,7 %), l'Algérie et la Turquie (10,1 %). En 2005, les pays méditerranéens ont reçu 246 millions de touristes internationaux, soit 30,5 % du tourisme international mondial.

À l'horizon 2025, la fréquentation touristique nationale et internationale pourrait atteindre 637 millions, dont 312 millions dans les seules régions côtières. Les projections des entrées de touristes internationaux montrent que les pays du Sud et l'Est de la Méditerranée ainsi que les pays de l'Est Adriatique enregistreront les plus fortes croissances.

Ces quelques données illustrent l'ampleur des pressions exercées par le tourisme sur l'environnement et les ressources naturelles ainsi que le potentiel de développement économique et social qu'il recèle. Ses relations avec les grandes dimensions du développement durable sont rarement univoques.

1.1 Environnement

Le secteur du tourisme est un émetteur croissant de gaz à effet de serre, facteur du **changement climatique**. Les émissions qui lui sont attachées sont imputables au transport, tant pour les déplacements du lieu de résidence au lieu de destination que sur le lieu de destination, mais également à la consommation d'énergie fossile liée aux hébergements et équipements. Si le tourisme a un effet sur le changement climatique, ce dernier devrait également avoir un fort impact sur le secteur. L'élévation du niveau de la mer qui amplifie l'érosion des plages, la fréquence accrue de phénomènes météorologiques extrêmes comme les canicules, le réchauffement des eaux de surface pouvant entraîner des pics d'eutrophisation ne devraient pas, en effet, être sans incidence sur les choix futurs des touristes.

Les relations entre tourisme et biodiversité sont fortes. Si le tourisme contribue à la perte de **biodiversité** en favorisant l'artificialisation de l'espace terrestre et marin, la dégradation de sites remarquables ou l'introduction d'espèces non indigènes, il peut également contribuer, par les ressources qu'il génère, à sa protection et à la sauvegarde de l'attractivité que la biodiversité exerce.

Le tourisme méditerranéen étant essentiellement balnéaire, son impact sur la **qualité des eaux côtières**, elle même facteur d'attractivité, doit en permanence être au cœur des préoccupations.

1.2 Économie

En 2005, les dépenses du tourisme international en Méditerranée ont atteint environ 195 milliards USD. D'une manière générale, le secteur du tourisme contribue très significativement à la **croissance** économique mais moins à la **répartition de ses fruits** puisque les coefficients de fuite peuvent être très élevés. Cependant et c'est l'un des enjeux des années à venir, cette activité est porteuse, dans certaines conditions, de développement local équitable. Elle peut favoriser la revitalisation d'espaces enclavés (petites îles) et dynamiser des activités traditionnelles (agriculture, pêche, artisanat, BTP).

Le tourisme reste, par ailleurs, un secteur fortement **créateur d'emplois** directs et indirects même si les emplois touristiques sont souvent peu qualifiés et faiblement rémunérés.

1.3 Social

En favorisant l'alimentation en eau potable et en électricité, l'assainissement et la collecte de déchets, le développement touristique peut favoriser **l'accès aux services essentiels**. Mais il doit, pour cela, être pensé dans une perspective de développement durable faute de quoi il

constituera des enclaves de prospérité peu susceptibles de réduire les inégalités sociales encore fortes dans tous les pays riverains.

2. La Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable

Dès sa création en 1996, la Commission méditerranéenne de développement durable (CMDD) a inscrit le tourisme comme thème prioritaire. Les premiers travaux réalisés dans ce cadre ont été mis en débat lors de l'atelier régional d'Antalya (Turquie) en septembre 1998. A l'issue de celui-ci, le groupe de travail « Tourisme » de la CMDD a formulé des recommandations et des propositions d'actions qui ont été adoptées par les Parties contractantes à la Convention de Barcelone en 1999.

Sur proposition de la CMDD, les Parties à la Convention de Barcelone ont adopté en 2005 une Stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD) comprenant notamment sept domaines d'action prioritaires dont l'un concerne la promotion d'un tourisme durable. Ce chapitre « Tourisme » retient trois objectifs principaux qui se déclinent en neuf points.

Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable

2.4 Promouvoir un tourisme durable

Réduire les impacts territoriaux et environnementaux négatifs du tourisme

1. Renforcer la mise en œuvre des recommandations sur le tourisme adoptées par les Parties contractantes en 1999, identifier les bonnes pratiques et réaliser d'ici 2008 un bilan approfondi des progrès réalisés ;
2. Promouvoir dans les pays sur la base des études de capacités d'accueil réalisées, une meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace ;

Promouvoir les produits et les offres de tourisme durable et augmenter la valeur ajoutée de l'économie touristique pour les populations locales

3. Élaborer dès que possible et au plus tard en 2010, en concertation avec les ministères concernés, le secteur privé, les professionnels du tourisme durable et les promoteurs, un programme cadre de promotion de la Méditerranée d'une durée de 10 ans, qui devra mettre l'accent sur les atouts patrimoniaux, culturels et environnementaux de la région, en vue de la création d'un «label de qualité du tourisme méditerranéen». Promouvoir une action pilote au niveau régional pour soutenir la mise en œuvre de programmes nationaux et locaux ;
4. Développer les formules de «tourism pay-back» (le tourisme paie en retour) de façon à ce que les touristes contribuent à entretenir l'environnement et le patrimoine culturel méditerranéens et à favoriser le développement durable des destinations ;
5. Explorer la possibilité de mettre en place des systèmes de redevance sur les transports, en particulier sur les transports maritimes et aériens vers les îles, pour contribuer au développement durable de ces régions ;
6. Mieux adapter le tourisme aux contraintes et possibilités offertes par les aires naturelles protégées, notamment en vue de préserver la biodiversité et le patrimoine naturel et culturel dans les parcs régionaux, les réserves de biosphère et le littoral protégé ;
7. Encourager les pays à promouvoir des programmes de réhabilitation dans les destinations dont les structures hôtelières et les infrastructures touristiques sont devenues obsolètes ou dont les sites historiques sont mal entretenus ;

Améliorer la gouvernance pour un tourisme durable.

8. Encourager la coordination entre les pays et les principaux opérateurs au niveau régional pour harmoniser les formes de régulation et développer des synergies ;
9. Renforcer les mécanismes de coopération entre les autorités en charge du tourisme et de l'environnement et les capacités des autorités locales pour gérer le développement du tourisme et promouvoir un tourisme durable.

La SMDD est une stratégie cadre. Elle doit inspirer l'élaboration des stratégies nationales de développement durable (SNDD) et de stratégies sectorielles ou aider à leur actualisation. Elle invite également à un renforcement de la coopération régionale pour le suivi des progrès au moyen d'indicateurs et l'analyse des bonnes pratiques ainsi que pour le partage d'expériences en organisant, sous l'égide de la CMDD, des ateliers sur les sept domaines prioritaires.

3. Le programme de travail du Plan Bleu dans le domaine du tourisme

Le Plan Bleu a été invité par les Parties Contractantes à construire une information facilitant la mise en œuvre et le suivi de la SMDD et des SNDD. Le Plan Bleu a notamment mandat de définir et documenter un jeu d'indicateurs, d'approfondir les analyses et d'identifier les bonnes pratiques dans le domaine du tourisme durable.

Pour répondre à ce mandat, le Plan Bleu a organisé en juillet 2007 un atelier d'experts chargés de sélectionner un jeu d'indicateurs complémentaires. Ces dix-neuf indicateurs complémentaires, joints aux deux indicateurs prioritaires, sont entrés dans une période de test pour le suivi de la SMDD.

Afin de mieux comprendre les déterminants d'un tourisme durable en Méditerranée, le Plan Bleu a, par ailleurs, piloté des études nationales afin de :

- Recueillir des informations sur les politiques et stratégies nationales de développement touristique, des grandes tendances et de leurs conséquences possibles ; évaluer la prise en compte de la SMDD dans les politiques nationales ;
- Réaliser un bilan approfondi des progrès réalisés depuis l'adoption par les Parties contractantes des Recommandations « Tourisme et développement durable » (Malte, 1999), en analyser les facteurs de réussite et/ou les éléments de blocage ;
- Identifier les bonnes pratiques pour contribuer à leur dissémination en Méditerranée ;
- Proposer des pistes d'améliorations des processus pour promouvoir un tourisme durable.

Le Plan Bleu a également demandé à des experts de préparer un cadrage régional sur quelques grands enjeux liant tourisme et développement durable. Quatre thèmes ont été retenus :

- Tourisme et changement climatique en Méditerranée : enjeux et perspectives ;
- Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée : fréquentation touristique et biodiversité ;
- Plaisance et croisières en Méditerranée : bilan et perspectives ;
- Emplois et salaires dans le secteur du tourisme en Méditerranée : bilan et prospective.

L'ensemble de ces travaux a été mis en débat lors d'un Atelier régional « Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée », organisé à Sophia-Antipolis les 2 et 3 juillet 2008. Plus de 60 participants venant de 16 pays méditerranéens, des représentants d'institutions internationales, d'ONG, de professionnels et des Centres d'Activités Régionales du Plan d'Action pour la Méditerranée ont contribué aux débats. Des recommandations ont été formulées et un programme de travail a été établi. Le programme de l'atelier et la liste des participants se trouvent en annexes du présent compte-rendu. Les études élaborées pour la préparation de l'atelier ainsi que les présentations faites à cette occasion sont téléchargeables sur le site du Plan Bleu à l'adresse suivante :

http://www.planbleu.org/themes/atelier_tourisme.html.

II. OUVERTURE ET INTRODUCTION

Après les interventions d'ouverture de Henri-Luc Thibault, directeur du Plan Bleu, de Campbell Thomson représentant la Banque Européenne d'Investissement et de Ivica Trumbic, directeur du Centre d'Activités Régionales Programme d'Action Prioritaire, les travaux ont débuté par deux présentations de Elisabeth Coudert du Plan Bleu sur la nature du tourisme méditerranéen et de George Kamizoulis sur les risques sanitaires susceptibles d'en découler.

Elisabeth Coudert, Plan Bleu

La Méditerranée est un espace doué pour le tourisme. L'espace littoral compte 46000 km de côtes, avec une palette étonnante de paysages : du désert à la très haute montagne, des îles à la haute mer. La moitié des côtes sont des côtes sédimentaires avec des plages de sable, et le climat, doux et ensoleillé en hiver, sec et chaud en été, donne à la région des atouts incomparables. La richesse archéologique et historique de la zone constitue également un avantage pour le développement du tourisme.

Le secteur s'est développé dès le XIXe, en Italie et en France, grâce à un tourisme aristocratique d'hiver. Depuis les années cinquante, a émergé un tourisme de masse qui a connu une forte croissance dans les années 1960-1970. Une succession de crises a touché certains pays (Maroc, Turquie, ex-Yougoslavie...) depuis les années quatre-vingt, ce qui a conduit à un renouvellement des produits puis à une reprise de la croissance ces dernières années. En 2006, la Méditerranée accueillait 30,5 % des arrivées internationales, 84% des touristes venant d'Europe.

Le tourisme a de nombreux impacts sur les destinations et sur les pays. Les retombées sont tout d'abord économiques, avec un impact fort du secteur sur les PIB et les marchés nationaux du travail. Cependant le tourisme a des conséquences importantes en termes d'environnement et d'espace de vie : la pression exercée par les infrastructures sur le littoral est difficile à gérer ; les arrivées de touristes et leur mode de déplacement sont des facteurs d'émission de gaz à effet de serre et de pollution ; la biodiversité mais aussi l'équilibre social sont sensibles à l'afflux saisonnier des touristes.

George Kamizoulis, MED POL

Si le tourisme est porteur de croissance, il est en même temps facteur de risques sanitaires via :

- La pollution de l'air, comprenant le syndrome des « bâtiments malades », les contaminants chimiques et biologiques, les particules en suspension, les systèmes de climatisation mal entretenus ;
- La pollution de l'eau, avec la distribution de l'eau potable et l'assainissement ;
- Les risques liés à la baignade et à la plage : qualité de l'eau et du sable. On remarque que depuis les années 1990-2000, de plus en plus de sites sont contrôlés pour leur qualité. Plus de 90% des sites sont conformes selon les différentes législations nationales ;
- Le soleil et la chaleur : exposition intense (cancers) ou problèmes liés à la chaleur et à l'humidité ;
- Les nuisances sonores la nuit et dans les hôtels ;
- La sécurité alimentaire avec les maladies transmises par la nourriture telles que la salmonellose, la typhoïde...

De même, certaines maladies transmissibles observées dans les lieux de villégiature notamment la malaria et la fièvre jaune ou dans les avions, la tuberculose, le SRAS, la grippe aviaire, la méningite, méritent une attention toute particulière.

Débat

Les échanges ont surtout été l'occasion pour le représentant de la BEI de souligner que les interventions de la Banque, peu nombreuses compte tenu du faible nombre de demandes d'intervention soumises à son examen, s'attachaient à promouvoir la qualité environnementale.

III. ÉVALUER : MISE EN ŒUVRE DES RECOMMANDATIONS 1999 ET BONNES PRATIQUES

Cette session destinée à apprécier les suites données aux recommandations adoptées en 1999 par les Parties contractantes à la convention de Barcelone a permis de confronter les points de vue des différentes catégories d'acteurs concernés.

1. Le point de vue des institutions internationales

M. Pedro Ortún, directeur DG ENTR/I Commission européenne

La Commission européenne entend activement participer aux débats sur le développement du tourisme durable en Méditerranée, bien que son champ de compétence –le tourisme est mentionné à l'article 3 du traité de Maastricht– soit limité en la matière. Les objectifs de la Commission sont les suivants :

- Intégrer les politiques communautaires qui ont une incidence sur le tourisme ;
- Faciliter l'accès du tourisme aux fonds financiers de l'Union européenne ;
- Promouvoir un tourisme compétitif et durable, la Commission ayant publié un document très complet sur le sujet ;
- Améliorer la connaissance et la reconnaissance politique du tourisme, dix pays n'ayant par exemple pas encore mis en place de comptes satellites du tourisme.

Mr Luigi Cabrini, directeur du département du développement durable de l'Organisation Mondiale du Tourisme

Les deux principaux objectifs de l'OMT sont d'assurer la compétitivité des destinations et de promouvoir le développement durable du tourisme. Dans cette perspective, un code éthique du tourisme mondial a été mis au point à Istanbul en 1997. Il comporte dix points allant dans le sens d'un tourisme durable et équitable. L'Organisation a également établi une liste de 12 objectifs à atteindre, tel que la viabilité économique, la prospérité locale, la qualité de l'emploi, l'équité sociale, la richesse culturelle, la biodiversité ou encore la pureté environnementale.

Atteindre ces objectifs nécessite la mise en œuvre d'instruments législatifs et réglementaires, d'instruments volontaires, de codes de conduite et éco-certification, d'instruments économiques comme les charges et les incitations financières, d'instruments de soutien et de mesure. Des indicateurs ont été développés pour mesurer le degré de durabilité des destinations et des projets. Le GOST (Global Observatory on Sustainable Tourisme) est chargé de leur application, de leur suivi et de leur analyse.

En ce qui concerne les liens entre tourisme et changement climatique, la vulnérabilité de la Méditerranée tient aux risques d'étés plus chauds, de pénuries d'eau douce, de perte de biodiversité terrestre et marine, d'augmentation de maladies. L'OMT a organisé en 2007 la 2ème Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme à Davos (Suisse) qui a débouché sur une déclaration sur l'urgence d'agir pour le secteur du tourisme dans son ensemble face aux défis que pose le changement climatique au développement durable. Tout un processus d'adaptation et de réductions des impacts est en train de se développer, mobilisant les acteurs des secteurs public et privé.

En conclusion, le tourisme continue à croître dans les pays du bassin méditerranéen où les stratégies de tourisme durable doivent prendre en compte l'extrême diversité des situations avec des destinations matures ou en plein développement et avec des conditions socio-économiques variant considérablement d'un pays à l'autre. Les recommandations adoptées en 1999 restent en grande partie pertinentes mais de nouveaux défis sont à prendre en compte, concernant : le changement climatique et la croissance spectaculaire des voyages aériens et du prix de l'énergie, les tendances à voyager plus et à séjourner moins longtemps, peu favorables aux économies d'énergie et à la réduction des gaz à effet de serre.

Les nouvelles initiatives et les connaissances développées ces dernières années constituent d'importants outils pour la mise en œuvre du tourisme durable mais il reste difficile de mesurer les réels progrès vers des pratiques plus durables. Si les bonnes pratiques et les initiatives innovantes fournissent des modèles, la question de leur diffusion et de leur intégration dans les stratégies nationales et régionales reste posée. De même, outre les arrivées et recettes touristiques, la mesure du tourisme devrait inclure des paramètres comme les impacts à long terme sur l'environnement et le bien-être des populations locales.

2. Le bilan des recommandations 1999 : trois exemples en Méditerranée

Professeur Mohamed Berriane, Maroc

Le Maroc a fait partie des pionniers de la rive sud en matière de tourisme. Ce secteur a fait l'objet d'une politique de relance et de reprise depuis 2000 de la part des pouvoirs publics et les professionnels du tourisme. Cette nouvelle dynamique a conduit à adopter un positionnement offensif sur le balnéaire, avec comme objectif principal d'atteindre 10 millions de touristes en 2010. Si la dimension environnementale n'est pas inscrite dans ces politiques, l'intérêt qu'elle suscite se développe et le terme « tourisme durable » apparaît dans les discours officiels. Les conceptions du tourisme sont partagées entre contraintes commerciales et volonté de protéger l'environnement.

En ce qui concerne la maîtrise des impacts territoriaux et environnementaux, le Maroc connaît actuellement un très fort processus de littoralisation, avec des perspectives très inquiétantes pour le littoral, notamment sur les rivages de la Méditerranée. On constate notamment une descente vers le rivage et une très forte demande multisectorielle alliant industrie/urbanisation/tourisme, qui conduit à de multiples conflits d'intérêts à l'image de ce qui s'observe sur la baie de Tanger et de Saïdia. L'espoir repose sur l'adoption de la loi sur le littoral toujours en suspens.

La notion de tourisme responsable se développe, notamment avec la mise en place de la charte du tourisme responsable, le Guide du voyageur responsable, le Label du tourisme responsable et le trophée du tourisme responsable. D'autres actions initiées par le département du tourisme comme la gestion écologique en hôtellerie, le code d'efficacité énergétique, la vignette sur l'intérêt de l'économie de l'eau et l'étude méso-économique du secteur touristique ont produit des résultats encourageants. Par ailleurs la société civile est à l'origine de la délocalisation au Maroc des labels Pavillon Bleu et Clé Verte.

Quant à la promotion d'un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable, le contexte marocain présente une concurrence entre deux produits touristiques, le balnéaire et le culturel, qui devrait perdurer selon les tendances dégagées par les scénarios 2030.

Enfin, la stratégie de développement du tourisme rural et la stratégie du tourisme intérieur encouragent la diversification du tourisme et l'aménagement équilibré des territoires, comme le montre l'exemple du pays de Chefchaouen et le Plan Biladi.

Professeur Miguel Segui Llinas, Espagne

L'Espagne a connu un grand essor touristique à partir de 1960 qui en a fait la deuxième destination touristique mondiale. En 2007, l'Espagne a reçu plus de 56 millions de touristes non résidents qui ont dépensé 50 milliards d'euros. Les différentes étapes de son développement touristique ont été :

- 1951-1962, début de l'ouverture internationale,
- 1962-1974, phase de développement avec un fort taux de croissance annuelle,
- 1974-1982, phase de modernisation,
- 1982-1991, étape d'adaptation institutionnelle,
- 1991-1996, phase d'innovation, de changement de philosophie, respect de l'environnement et de diversification des produits, plan Futures,
- 1997-2004, phase de coopération administrative, recherche de la qualité avec le plan intégral de Qualité du tourisme espagnol.

Ce dernier a donné lieu, par les Communautés autonomes, à la certification des plages selon le système de qualité du tourisme espagnol et à l'inscription de destinations littorales selon le plan intégral de qualité touristique.

À partir de 2004, l'Espagne a pris conscience du besoin de coordonner les politiques des Autonomies et d'établir une planification générale pour que l'État rénove son image de destination touristique. Toutes les recommandations des organismes internationaux ont été prises en compte et appliquées dans tous les plans. En 2007, la stratégie espagnole du

tourisme durable a pour objectifs d'une part la revalorisation du système touristique et, d'autre part, l'équilibre entre tourisme et environnement.

Le Plan Tourisme 2020 affiche une volonté de différenciation du produit touristique face à la concurrence, d'amélioration de la rentabilité, d'utilisation du tourisme comme facteur d'intégration sociale, d'amélioration de la productivité et d'encouragement à l'innovation. Ses objectifs comprennent notamment l'amélioration de la gestion du personnel, la production d'une meilleure connaissance du tourisme, la création de meilleures conditions de développement concernant les infrastructures, la gestion et la réglementation. Le Plan général de tourisme durable pour l'Andalousie (2008-2011) et le Plan stratégique pour l'amélioration et l'embellissement de la plage de Palma (2008) intègrent ces préoccupations et illustrent cette nouvelle méthode de planification.

M. Zoran Klaric, Institute for Tourism, Zagreb, Croatie

Le tourisme croate se caractérise par une très forte orientation balnéaire, les zones côtières totalisant 97% des nuitées du tourisme international. La guerre de 1991 à 1995 a sérieusement affecté l'industrie touristique croate qui n'a pas encore retrouvé le niveau atteint à la fin des années quatre-vingt : en 1989 on comptait 62 millions de nuitées, mais seulement 11 millions en 1992, 38 millions en 2000, 56 millions en 2007. Cependant, les zones côtières ont connu, ces dix dernières années, un fort rythme de construction de résidences secondaires, phénomène « d'apartmentization », qui renforce le caractère balnéaire et qui, peu ou mal intégré au paysage, diminue la valeur esthétique des zones côtières.

Malgré cet aspect négatif, les zones côtières croates restent encore assez bien conservées par rapport à la majorité des pays méditerranéens, grâce à une densité assez faible de la population et à l'existence de nombreux espaces à l'état naturel, y compris plusieurs aires protégées. Parmi les facteurs d'attractivité, figurent la grande diversité des paysages, la biodiversité et le patrimoine culturel riche et varié.

En Croatie, le tourisme est encore perçu comme une activité majoritairement positive. Ceci s'explique en partie par le faible nombre de nuitées compte tenu des possibilités spatiales, le nombre très réduit d'unités hôtelières construites ces vingt dernières années et, aussi, par la part importante de l'hébergement en pensions de famille. Comme le tourisme constitue probablement l'activité économique la plus importante du pays, le niveau de vie est bien meilleur dans les zones côtières de la Croatie que dans les zones intérieures. Ce déséquilibre entre tourisme côtier et tourisme intérieur constitue l'un des problèmes majeurs du pays.

Les arrivées touristiques par la route prédominent en Croatie, ce qui ne pose pas trop de problèmes, les nouvelles autoroutes ayant été construites suffisamment loin de la côte. La situation environnementale est assez bonne en ce qui concerne les ressources en eau douce, la pollution hydrique n'est pas très élevée et les déchets solides n'induisent pas de problèmes sérieux. Par conséquent, la situation environnementale globale reste plutôt bonne.

Les aspects juridiques, le processus de transition et l'adaptation rapide aux normes européennes dans le contexte de l'adhésion constituent les questions clés du développement futur. Elles devront se traduire par l'adoption d'une législation adaptée et d'outils fiscaux simples et efficaces de façon à répondre efficacement aux problèmes récurrents posés par les constructions excessives dans les zones côtières ainsi que l'énorme disproportion entre le tourisme balnéaire et le tourisme intérieur.

3. Les bonnes pratiques : trois exemples en Méditerranée

Depuis 1999, des expériences novatrices destinées à promouvoir un tourisme plus durable ont été initiées en Méditerranée. Trois d'entre elles ont été, au niveau national, plus précisément évoquées.

M. Thibault Devanlay, MEEDDAT France

Le tourisme représente une formidable opportunité de développement économique, mais cette croissance s'accompagne de fortes pressions sur l'environnement et, d'autre part, elle influe sur les modes de vie des populations locales. Pour ces raisons, la demande des consommateurs se tourne de plus en plus vers le tourisme durable, qui représente de 20% à 30% de la demande. Toutefois, le marché des voyages responsables rassemblent seulement 5% à 10% des touristes. Les questions qui se posent sont donc de savoir : comment changer les modes de production et de consommation non durables du secteur touristique ? Comment développer la prise de conscience des touristes et des professionnels en ce qui concerne les impacts globaux du tourisme ? Comment augmenter les bénéfices économiques, particulièrement pour les populations locales, sans endommager le fragile équilibre environnemental et social ?

C'est à ces questions que le Groupe de Travail International « développement du tourisme durable » (GTI) s'attache à répondre. Il a été constitué dans le cadre du Plan d'action de Johannesburg en 2002 qui appelle les pays des Nations Unies à prendre des initiatives visant à rendre plus durables et moins polluants les modes de production et de consommation des sociétés. La première réunion internationale a eu lieu en 2003 à Marrakech. Le processus de Marrakech est coordonné par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) et le Département des Affaires Économiques et Sociales des Nations Unies (UNDESA) ; sept GTI ont été mis en place sur différents thèmes.

Le GTI « développement du tourisme durable » est piloté par la France. Il rassemble 18 pays dont trois méditerranéens (Maroc, France, Croatie), des organisations internationales, des ONG, des associations professionnelles et des institutions financières. Le GTI « Tourisme durable » se focalise sur quatre problématiques jugées prioritaires : les interactions entre tourisme et changement climatique, les interactions entre tourisme et biodiversité, la conservation du patrimoine culturel et naturel, l'amélioration de la gouvernance locale et l'implication des populations locales. Ses objectifs sont de : permettre le partage de connaissance, d'expériences et de bonnes pratiques ; développer des projets pilotes reproductibles ; sensibiliser les touristes et les opérateurs touristiques ; encourager les pays à agir.

Quatre réunions du GTI ont permis d'identifier une série de projets, dont une campagne pour le « Passeport vert »¹, le tourisme durable dans les zones côtières, le renforcement de capacités dans le domaine de la gestion environnementale des hébergements et la formation pour les écoles hôtelières.

M. Jean Medhi Chapoutot, consultant, Tunisie

La Tunisie est un pays largement ouvert au tourisme avec 6,7 millions de touristes étrangers en 2007, en augmentation de 3,2% par rapport à 2006. Ceci représente 2,5% du flux touristique méditerranéen et engendre 37,4 millions de nuitées et 3 milliards de dinars (environ 1,7 milliards d'euros) de recettes qui couvrent 60% du déficit de la balance commerciale. Le tourisme fait travailler 12% de la population active du pays. En Tunisie, les bonnes pratiques se sont mises en place notamment dans les domaines de l'espace et de l'eau, le tourisme étant un marqueur de territoire et un gros consommateur d'eau.

L'espace est régi par la définition depuis 1973 de la « zone touristique » pour laquelle est élaboré un plan d'aménagement et à laquelle s'appliquent les règlements d'urbanisme. D'autre part, la loi de 1994 sur le Schéma National d'Aménagement du Territoire donne pour objectifs de conditionner le cadre de vie, d'assurer l'exploitation rationnelle des ressources, de protéger les zones de sauvegarde, les sites naturels et culturels, d'assurer la sécurité et la santé publique et de garantir une répartition rationnelle entre les zones urbaines et rurales. Cette loi institue également les schémas régionaux de développement spatial qui intègrent les zones touristiques. La gouvernance de l'espace touristique est assurée au moyen de plusieurs agences ou organisations publiques.

¹ Voir <http://www.unep.fr/greenpassport/>

Les projections des tendances montrent que les consommations d'eau en 2020 seront supérieures aux ressources, d'où la recherche de la maîtrise des consommations et la recherche d'autres ressources. Selon la SONEDE², la consommation du secteur du tourisme représente 1% de la consommation totale. L'objectif est d'arriver à une consommation de 300 litres/jour/lit occupé dans le secteur hôtelier. Cette maîtrise de la consommation d'eau passe par la modernisation des réseaux, l'utilisation d'équipements économiques, la formation des agents de maintenance, l'audit obligatoire des systèmes d'eau dans les hôtels, des tarifs élevés, l'utilisation des eaux rénovées. Parmi les autres ressources figurent les eaux épurées, les eaux pluviales, le dessalement des eaux saumâtres et des eaux de mer.

En conclusion, les ingrédients du tourisme durable comprennent la diversification des produits qui implique la territorialisation, la gestion intégrée de la qualité, la formation, la coopération et l'analyse de la dynamique du marché.

Dr. Cevat Tosun, Turquie

Dans le cadre de la convention de Barcelone pour la protection de la Méditerranée et de l'entrée en vigueur du « Protocole relatif aux aires spécialement protégées de la Méditerranée »³ en 1986, la Turquie a établi en 1989 une autorité responsable *Environmental Protection Agency for Special Areas* (EPASA) qui a ensuite déterminé 14 zones de protection environnementale, dont celle de Köyceğiz-Dalyan. Dans cette zone, les actions entreprises concernent l'eau y compris les eaux usées, les déchets, les écosystèmes, l'éducation et la planification. Les activités reposent sur la formation, un plan d'action et la politique. Parmi les grands enjeux de la durabilité, sont abordés la biodiversité, l'accès aux services de base pour tous et la sensibilisation à l'environnement. Les parties prenantes comptent deux ministères, plusieurs universités, les autorités locales des municipalités et les employés des zones protégées.

L'aire de Köyceğiz-Dalyan couvre 461 km² et comprend 17 villages. Elle présente tous les signes d'un écosystème hydro-biologique et aquatique, avec une flore riche typique du climat méditerranéen. Devenue aire protégée depuis 1990, Köyceğiz-Dalyan a connu de nombreux projets tels que l'observation et la protection des tortues, des recherches sur les amphibiens et les reptiles, le recyclage des déchets, un arboretum, un système d'assainissement... De nombreuses activités de formation pour augmenter la conscience de l'environnement se sont adressés à des groupes cibles : populations locales, enseignants, étudiants, pêcheurs, agriculteurs, autorités locales, travailleurs du secteur, marins...

La gestion stricte de la fréquentation de la plage de 4 km de long de Itzuzu a permis à celle-ci de devenir le lieu de ponte de plus haute densité des tortues en Turquie, montrant ainsi qu'il est possible de faire coexister le tourisme et les tortues de mer. Par ailleurs, une réglementation stricte en termes d'urbanisation et de construction appliquée aux zones écologiques fragiles, démontre que l'on peut atteindre la durabilité environnementale par une gestion environnementale des ressources.

Cependant, les entreprises du secteur privé ne sont pas encore prêtes à aller au-delà de leurs profits immédiats. Les ressources environnementales ne leur semblent pas être un facteur précieux pour l'avenir de leurs activités. Elles considèrent que c'est au secteur public de prendre les initiatives nécessaires au développement durable, sans aucune contribution de leur part. D'un autre côté, les pouvoirs publics n'ont pas encore réussi à instaurer la participation des groupes d'intérêt aux projets de développement du tourisme durable, alors que ceux-ci nécessitent une coopération du secteur privé, de la population locale et des ONG.

M. Anthony Ellul, Malta Environment and Planning Authority, Malte

Le tourisme est une des principales activités de l'archipel de Malte. Les arrivées touristiques ont crû de 12 500 en 1959 à 1,24 millions en 2007, les lits touristiques de 1 200 en 1959 à

² Société nationales d'exploitation et de distribution de l'eau

³ Remplacé en 1995 par le « Protocole relatif aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique en Méditerranée », entré en vigueur en 1999.

44 000 en 2006. Le tourisme représente actuellement 19% des exportations, en déclin par rapport aux 25% de 1990. Les compagnies aériennes à bas coût jouent un rôle important dans le transport des touristes. La stabilisation du nombre d'arrivées ces dernières années montre que la destination a probablement atteint un certain niveau de saturation. Ainsi en 1999, une étude de la capacité d'accueil a défini un seuil de 160 000 touristes ou 1,4 millions de nuitées pendant la période de pointe du mois d'août ou encore l'équivalent de 45 000 touristes par jour.

Les caractéristiques du développement touristique ont reposé à l'origine sur une forte dépendance à l'égard du marché britannique, un produit balnéaire prédominant, une saisonnalité estivale marquée, la croissance non planifiée des stations touristiques sur les côtes induisant une modification des paysages et des habitats. Depuis 1989, les stratégies de développement touristiques cherchent à se dégager du modèle soleil/sable/mer en développant de nouveaux produits : tourisme culturel, linguistique, médical, d'affaires et de conférences. De nouvelles formes d'hébergement sont encouragées.

Plus récemment, différentes initiatives ont été prises intégrant certains éléments de la Stratégie Méditerranéenne du Développement Durable, dont notamment la mise en place de Zones de Conservation Marine, du système de Certification Écologique et des programmes de formation. En outre, un plan d'action local a été engagé en 2006 et une politique nationale définie pour que le développement touristique respecte les ressources environnementales et sociales.

Le système de Certification Écologique a pour objectifs de diminuer les coûts, d'accroître la rentabilité et de réduire les impacts sur l'environnement des hôtels. Ceux-ci doivent respecter 100 critères conçus pour garantir leur performance environnementale. Les critères se répartissent en plusieurs catégories, telles la gestion environnementale, l'eau, la culture locale, la gestion des déchets, les bâtiments et espaces verts... Trente-huit critères sont obligatoires. Pour être éco-certifiés, les hôtels doivent remplir 100% des critères obligatoires et 65% des autres. Quand un hôtel répond aux critères, l'éco-certification lui est décernée pour deux ans. Les résultats montrent que les hôtels ont réduit leurs coûts : en 2004, les consommations d'électricité, d'eau, de fioul et de gaz ont été réduites respectivement de 4%, 18%, 4% et 6% par nuitée. D'une manière générale, l'éco-certification a été perçue comme un bon outil d'amélioration et une excellente opportunité pour accroître la conscience environnementale des employés. Le processus apporte également la possibilité de comparer les hôtels, particulièrement à l'étranger. Cependant, le tri sélectif des déchets reste un goulet d'étranglement pour améliorer les performances environnementales et l'information minimale fournie aux clients dénote une faible conscience des problématiques environnementales.

Dans le domaine du tourisme culturel, le projet Rinella Battery concerne la restauration, par une ONG Fondazzjoni Wirt Artna, d'un site militaire abandonné qui a été donné à bail par le gouvernement. Les objectifs de la Fondation sont de préserver l'héritage culturel des îles maltaises, d'entreprendre la réhabilitation des biens culturels, d'assurer la gestion de ces biens pour une utilisation à la fois culturelle et commerciale. Des enquêtes vérifient que les objectifs sont atteints en termes d'intérêt et de satisfaction. L'approche par dévolution de sites à des ONG a permis une gestion appropriée et l'amélioration des ressources tout en assurant des revenus investis dans la préservation de la ressource. Cette approche accélère la réhabilitation des ressources patrimoniales et le gouvernement le reconnaît.

4. Débat

Les discussions ont tout d'abord porté sur les processus de construction incontrôlée, dont le phénomène « d'apartmanization » en Croatie est un exemple. Les participants se sont interrogés sur les responsabilités de cette tendance. Dans le cas du Maroc et de certains pays du sud, la responsabilité est d'ordre juridique : les lois appliquées sont trop complexes ou au contraire incomplètes et inadaptées. La Croatie connaît une situation spécifique de transition du socialisme planifié à la démocratie puis à l'entrée dans l'Union européenne : il y existe trop de lois et elles sont peu appliquées.

L'opportunité de faire de l'environnement un argument de vente du tourisme a fait l'objet d'échanges intenses ; certains participants se déclarant choqués par cette idée, d'autres, au contraire, semblant ouverts à un marketing autour du développement durable, considérant en outre qu'il s'agissait également d'un excellent moyen d'attirer le secteur privé, les ministères du Tourisme et des Finances sur ces sujets.

L'intérêt de développer une approche équilibrée du tourisme durable, en prenant en compte l'économie, l'environnement, la législation, le social a été largement partagé comme celui d'associer les différentes catégories d'acteurs aux réflexions sur ces problématiques.

Questionné sur la position de l'OMT à l'égard du principe pollueur/payeur, son représentant a estimé que ce peut être une des façons de réduire les émissions, à côté de nombreux autres outils. De nombreux participants, se sont également montrés favorables à des échanges plus approfondis sur les transports, les ressources hydrauliques et des politiques de réduction de la consommation.

La formation et le renforcement des connaissances ont été considérés comme des mesures indispensables, notamment pour impliquer les populations locales et la société civile dans les prises de décision. Cependant pour certains pays du sud, les politiques d'immigration choisies vident le pays de leurs cadres et ne permettent pas la réussite des politiques de qualité.

Les professionnels figurent enfin parmi les acteurs qu'il conviendrait de mieux intégrer dans les instances de réflexions.

IV. ÉVALUER : RESULTATS DES ETUDES DE CAPACITES D'ACCUEIL ET LIENS AVEC LE PROTOCOLE GIZC

1. Evaluation de la capacité d'accueil touristique

Professeur Harry Coccossis, Grèce

De nombreux facteurs influencent l'évaluation de la capacité d'accueil touristique (ECAT). Par exemple, les caractéristiques de la destination déterminent la résilience de celle-ci face aux pressions dues au tourisme : la taille de la population, la vulnérabilité des ressources naturelles et des écosystèmes, le patrimoine culturel et la structure de l'économie locale. De même le type de tourisme conditionne les pressions et les impacts, selon les motifs des visites touristiques, des modes de transport, de la durée du séjour et des activités des touristes. Quant aux aspects concrets et opérationnels reliant le tourisme et l'environnement, tels le développement spatial, le système de gestion ou encore le cycle de vie, ils représentent des contraintes venant en droite ligne des impacts dus à l'activité touristique.

Selon les zones touristiques, l'évaluation de la capacité d'accueil s'intéresse à différents aspects. Dans les zones côtières, sont à prendre en considération la densité touristique, l'utilisation des plages et des infrastructures touristiques, la pollution de la mer.... Dans les îles, les effets sur l'économie locale et le système de production, les prélèvements sur les ressources, la qualité de la vie, les impacts sur des ressources limitées... sont déterminants. Dans les espaces protégés, on évoque le nombre de touristes, les flux de visiteurs en fonction de la protection de la nature et du fonctionnement des écosystèmes, la qualité de l'expérience ressentie par les visiteurs et dans les zones rurales, les flux de visiteurs, les impacts sur la société et la culture locales, les effets sur l'économie rurale, la répartition spatiale des visiteurs... Dans les zones de montagne, les aspects primordiaux sont les impacts environnementaux des infrastructures d'accès sur les écosystèmes naturels, les changements microclimatiques dus à la neige artificielle...; et dans les cités historiques et les villes, le changement du tissu urbain est à intégrer.

L'évaluation de la capacité d'accueil s'intègre totalement dans les processus de planification de développement touristique et dans le contexte institutionnel, dont les grandes conventions internationales. Elle prend également en compte l'espace et les acteurs. Le rôle de l'Etat et la transversalité de nombreux problèmes environnementaux constituent les principales

contraintes et les pièges à éviter. L'évaluation de la capacité d'accueil fait appel ou utilise de nombreux outils, qu'ils soient de type réglementaire, économique ou organisationnel.

En conclusion, l'évaluation de la capacité d'accueil touristique est un outil de gestion, sa mise en œuvre faisant partie d'un processus continu de planification pour le développement d'un tourisme durable. L'approche fournit des bases pour réorienter le développement touristique et peut également servir pour la formation, l'enseignement et la sensibilisation.

2. Guide pour le développement durable du tourisme littoral

Mrs Zeljka Skaricic, Chargée de mission, CAR/PAP

Un manuel « Sustainable Coastal Tourism: The integrated planning and management approach » a été élaboré par le PAP dans le cadre du Groupe de Travail International, l'objectif étant de disposer d'un outil pratique nécessaire à la fois dans le domaine de la GIZC et dans celui du tourisme.

Ce manuel analyse le tourisme dans les zones côtières, à partir de la croissance et le développement du tourisme, les impacts et les défis, les besoins de planification, les destinations émergentes, les petits Etats insulaires, les problèmes globaux tels la lutte contre la pauvreté, le changement climatique et la perte de biodiversité. Un chapitre examine le cadre de la planification du tourisme, avec les échelles territoriales, les outils d'intégration, l'empreinte écologique, la capacité d'accueil et l'évaluation environnementale. Puis le manuel expose les apports de la GIZC pour le développement d'un tourisme durable, en rappelant les principes, le processus et les avantages de la GIZC et en montrant l'emboîtement successif des différents plans. Au final la planification stratégique pour le développement du tourisme durable dans les zones côtières englobe les douze objectifs du tourisme durable définis par le PNUE et l'OMT, les principes de la GIZC, l'approche de la planification stratégique et l'implication des acteurs. Le processus comprend douze étapes itératives. Le manuel s'adresse aux gouvernements, aux industriels et professionnels du tourisme, aux institutions universitaires et de recherches, aux organisations intergouvernementales et aux institutions de coopération régionale et internationale. Un projet pilote concerne la zone de Baška Voda à côté de Split (Croatie). À partir de l'analyse des opinions des usagers de la plage et d'une évaluation de la capacité d'accueil en termes physique, écologique et social, le projet vise à un environnement de qualité, la satisfaction des visiteurs, la durabilité économique et à la prospérité locale. Un plan d'action prévoit la réduction des usagers de la plage, l'amélioration et la diversification de l'offre balnéaire, la mise en place d'une écotaxe, la création d'une agence spécialisée pour la gestion des plages, l'application des principes de gestion environnementale.

3. Le projet DESTINATIONS « Développement de stratégies pour un tourisme durable dans les nations méditerranéennes »

Mrs Zeljka Skaricic

Le projet DESTINATIONS, qui intéresse la zone du Mont Chenoua au Cap Djinet en Algérie, le Rif central au Maroc et le Cap Bon en Tunisie, a pour objet de promouvoir une planification et une gestion durable du tourisme au moyen d'outils d'aide à la décision, de directives à l'intention des promoteurs touristiques, du renforcement de capacités et de sensibilisation. Les six activités prévues comprennent une évaluation de la capacité d'accueil, l'élaboration d'une stratégie de développement du tourisme, des directives pour les investissements durables, des projets de démonstration, l'implication des collectivités locales. Le projet est à l'attention des autorités nationales et locales, de l'industrie du tourisme et des acteurs du secteur dans l'ensemble du bassin méditerranéen.

M. Alessio Satta, Agenzia Conservatoria delle Coste della Sardegna

La méthodologie de l'évaluation de la capacité d'accueil touristique est appliquée dans le projet DESTINATIONS, en cinq phases qui s'étalent sur un an.

La *Phase 1 « Diagnostic »* repose sur : la délimitation de la zone du projet ; le recueil et le traitement de données, l'utilisation d'indicateurs simples, SIG... ; la caractérisation du système territorial notamment selon les composantes environnementale, économique et sociale ; une analyse particulière de la composante tourisme selon les caractéristiques de l'offre et de la demande, le cycle de vie et l'historique du système touristique, l'évaluation des retombées économiques, le système institutionnel touristique.

La *Phase 2 « Interaction entre tourisme et composantes du système de la destination »* utilise les résultats de la Phase 1 pour définir le scénario du développement actuel du tourisme.

La *Phase 3 « Scénario de développement touristique actuel »* met en œuvre des indicateurs du tourisme durable, définit des valeurs relatives et des seuils ainsi qu'une échelle de durabilité pour chaque indicateur, une représentation graphique traduisant la situation actuelle de la destination en terme de durabilité.

La *Phase 4 « Scénarios alternatifs »* élabore plusieurs schémas de développement dont deux schémas extrêmes, l'un intensif et l'autre limitatif.

Sur la base du schéma le plus durable, la *Phase 5 « Stratégie intégrée pour le développement durable du tourisme »* articule les objectifs en terme d'utilisation du territoire à long terme, équilibre les besoins antagonistes des secteurs d'activités de la zone, s'intègre dans les autres secteurs publics et répond aux besoins des gouvernements locaux, des résidents permanents et saisonniers tout en assurant la protection et la valorisation du patrimoine naturel et culturel. En conclusion, la forte implication des autorités des pays du projet a généré des premiers résultats très encourageant pour la suite.

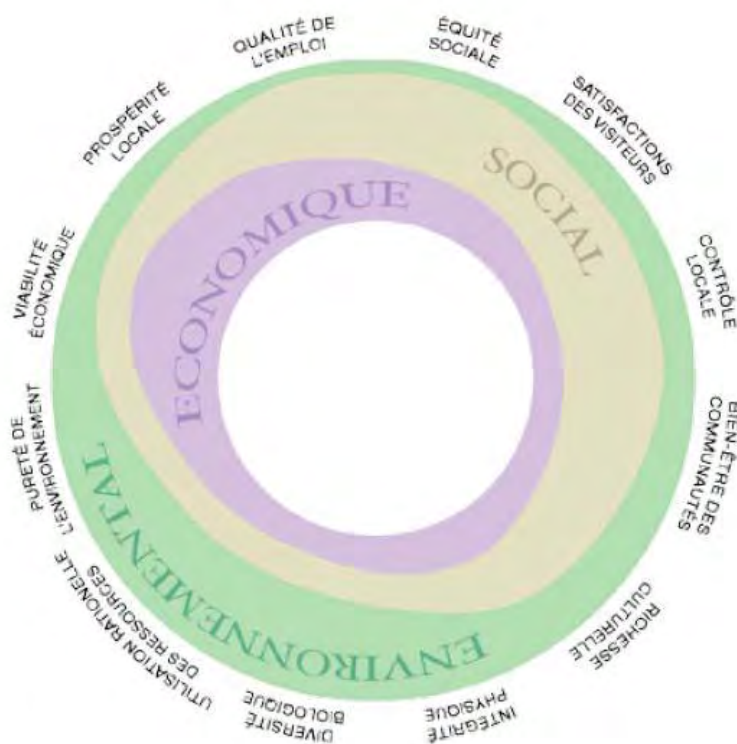
M. Ghislain Dubois, TEC

Le volet II du projet DESTINATIONS consiste à élaborer des « Directives pour des investissements durables ». L'investissement constitue une des clés du tourisme durable et représente aussi une vraie opportunité de développement. L'objectif est de fournir des recommandations pour l'ensemble des parties prenantes d'un projet d'investissement, un outil de sensibilisation avec un vrai potentiel d'application pour faire évoluer les façons de faire, notamment dans l'élaboration des cahiers des charges, la définition des critères d'attribution des aides, la modification des codes des investissements... Afin de comprendre les processus des investissements touristiques, l'analyse doit englober les grandes tendances, les logiques des acteurs privés et publics, les schémas décisionnels des administrations et des investisseurs. Il s'agit d'intégrer le développement durable d'une part dans le contenu des projets en s'appuyant sur les 12 objectifs pour un tourisme durable définis par l'OMT (Figure 1) et, d'autre part, dans les méthodes de développement de projet en termes de transparence des procédures, consultations des populations, études d'impact et études de marché...

Une meilleure compréhension de l'investissement touristique en Méditerranée a été obtenue à partir des résultats intermédiaires des analyses menées au Maroc et en Tunisie. Ainsi, ont été constatées des logiques financières et immobilières avant d'être touristiques, des logiques capitalistiques peu en phase avec la demande touristique, le tout dans un contexte concurrentiel entraînant un risque de dumping.

Des leviers d'actions existent toutefois dans le secteur public (foncier, fiscalité...) et dans le secteur privé (exigences des banques, l'appui des « vrais » professionnels du tourisme...). En outre, le bon degré de régulation reste à trouver.

Figure 1 Douze objectifs pour un tourisme durable



Source : OMT/WTO

4. Stratégie pour un développement durable du tourisme en Sardaigne

M. Alessio Satta

Les enjeux du tourisme en Sardaigne sont liés à la forte concentration de la demande et de l'offre touristique sur la côte qui rassemble 94% des lits, une saisonnalité marquée de la demande et de l'offre touristique avec 70% des présences dans la période de juin à août, une proportion considérable de résidences secondaires qui offrent 710 000 lits touristiques contre 80 000 dans les structures hôtelières, une faible capacité d'attraction du tourisme étranger qui compte pour seulement 30% du total ainsi qu'une faible dépense touristique individuelle, un manque d'intégration sectorielle et une faible capacité de diffusion (30%) de la richesse, la qualité moyenne de l'ensemble de la filière et l'insuffisante coordination entre les différents acteurs de l'offre touristique. En Sardaigne, on recense 160 000 lits touristiques officiels, dont 80 000 lits hôteliers, à comparer aux 880 000 lits non officiels estimés. Deux millions d'entrées sont comptabilisées, soit presque 10 millions de nuitées officielles alors que les lits touristiques non enregistrés donnent lieu à 25-30 millions de nuitées estimées. La valeur ajoutée régionale de l'activité touristique s'élève à environ 7% du PIB régional.

Un instrument d'analyse du tourisme, le « Plan Régional de Développement Touristique Durable » (PRSTS), a été activé par délibération du gouvernement régional de la Sardaigne en août 2005. Il complète le « Plan Paysager Régional » (PPR). Celui-ci pose quelques principes pour le développement touristique en Sardaigne : le paysage sauvage est une valeur unique et compétitive ; l'objectif n'est pas d'entrer en compétition avec le marché des villages touristiques mais de constituer une véritable alternative à celui-ci ; la sauvegarde du paysage des zones côtières et la croissance durable des villages ruraux fournissent les bases pour un modèle de tourisme. Ce dernier principe s'oppose par exemple à la construction d'hôtels sur la zone côtière quand on peut les construire dans un centre urbain proche avec en plus des retombées économiques locales.

La « vision » du PRSTS propose de développer un système intégré d'offre touristique, reposant sur une haute qualité environnementale, sur l'attractivité du patrimoine naturel et culturel, sur la diversification dans le temps et dans l'espace et sur des dynamiques des prix évitant la concurrence avec les destinations du tourisme intensif.

L'objectif général du PRSTS est de déployer la dimension économique du produit touristique pour résoudre les problèmes limitant le développement touristique de la Sardaigne et de renforcer la compétitivité à moyen terme du système touristique sarde basé sur la durabilité environnementale.

Les objectifs spécifiques retiennent la construction d'un système d'information intégré, la définition d'instruments d'évaluation, la réduction de la concentration saisonnière et territoriale de la demande et l'augmentation de la dépense. Les objectifs transversaux communs à l'ensemble comprennent la qualité, l'intégration, l'information et la communication.

5. Débat

De nombreuses interventions ont souligné l'intérêt de la méthodologie utilisée pour déterminer la capacité d'accueil et de ses évolutions dans le temps. En Méditerranée, l'approche a évolué au cours du temps et du niveau macro, elle est passée au niveau micro mais pour certains un problème de segmentation se pose avec l'emploi de ce terme : de quelle capacité de charge parle-t-on, environnementale, sociale ou économique ? Adopter une approche intégrée semble nécessaire.

De même, les participants ont estimé essentiel de réfléchir aux conséquences qu'induit cette notion de capacité d'accueil. L'interdiction de construction dans les zones littorales doit par exemple conduire à s'interroger sur les moyens de transport à mettre en place pour permettre aux touristes de s'y rendre. En Sardaigne par exemple, le gouvernement a beaucoup investi et un train relie à présent le nord et le sud en deux heures. On aide également les touristes à se déplacer vers et le long de la côte. Toujours selon l'exemple sarde, les hôtels ayant l'écolabel ont des prix comparables aux autres, même s'il semble y avoir eu une augmentation des tarifs. Les réservations ne semblent pourtant pas diminuer.

Selon les intervenants, le projet de planification stratégique du tourisme en Sardaigne est particulièrement intéressant car basé sur la préservation des valeurs et du paysage. Quant au projet DESTINATIONS jugé remarquable parce qu'il s'agit en fait de transfert de savoir-faire, les participants regrettent l'absence d'experts de la rive sud. Toutes les interventions ont convergé vers une conclusion commune : pour développer un tourisme durable il faut une bonne planification comprenant l'intégration des acteurs, des indicateurs et des scénarios.

V. DEBATTRE : QUATRE ENJEUX REGIONAUX LIANT TOURISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE

1. Changement climatique

M. Ghislain Dubois, TEC, modérateur du groupe de travail « Changement climatique »

Le tourisme est en même temps responsable de l'émission de GES, facteur de changement climatique et victime de ce dernier, ceci l'obligeant à s'adapter. A la conférence de Djerba en 2003 les impacts avaient été le principal sujet abordé. A Davos en 2007, une prise en charge plus équilibrée du lien enjeux/adaptation fut évoquée. Il s'agit désormais de réduire les gaz à effet de serre du secteur touristique en étant en cohérence avec les objectifs de la SMDD.

M. Raphaël Billé, IDDRI

La Méditerranée est un point chaud du changement climatique pour des raisons physiques, comme la baisse des précipitations, et pour des raisons humaines en liaison avec le phénomène de littoralisation. Le tourisme et le changement climatique présentent une problématique duale. L'industrie du tourisme est un secteur à forte émission de GES, avec une faible efficacité carbone, inférieure de moitié à la moyenne de l'économie mondiale. Le climat constitue un attribut crucial d'une destination touristique ; s'il venait à changer, l'attractivité régionale en serait bousculée.

Selon un scénario tendanciel de faible effort international, le tourisme représenterait 10 à 20% des émissions de GES en 2050 ; si les efforts de limitation du réchauffement visent +2°C, le tourisme contribuerait à plus de 50%. Le secteur devra donc participer à l'effort global, le rythme et la nature de la croissance du secteur étant mis en question. Les principaux postes d'émission de GES sont le transport (89%) notamment aérien, l'hébergement (8%) et les activités (3%). Les sources des émissions sont distinctes mais liées, des liens existants entre ces trois postes en termes de profils des touristes et des pratiques touristiques. Ainsi pour une destination et une activité touristique données, l'efficacité varie d'un facteur de 1 à 35.

Il existe de nombreuses initiatives pour diffuser les meilleures pratiques pour réduire l'empreinte climatique du secteur, aussi bien individuelles que privées, publiques, internationales... Elles concernent l'ensemble des métiers du tourisme, cependant le transport aérien reste le point noir des émissions de GES du tourisme. Les pratiques touristiques devraient évoluer dans quatre directions pour aboutir à une réduction des émissions : la re-régionalisation des destinations, des séjours plus longs mais moins fréquents, la réduction des déplacements professionnels et le développement des conférences en ligne pour minimiser le tourisme d'affaires. Au total, le cadre générique pour réduire les émissions de GES, à décliner pour l'ensemble des composantes et à toutes les échelles, comporte quatre dimensions:

- Rationalisation : éliminer les GES non nécessaires ;
- Efficacité : améliorations techniques ou de gestion ;
- Substitution : des énergies fossiles par des énergies renouvelables ;
- Sobriété : modifier les pratiques touristiques en favorisant celles dont l'empreinte climatique est la plus faible.

À côté de la réduction des émissions de GES, l'adaptation des sociétés et des territoires au changement climatique s'impose. Les évolutions de l'indice de confort touristique, qui combine plusieurs données climatiques, montrent, en Méditerranée à l'horizon 2080, une translation vers le nord des zones « acceptables », le bassin méditerranéen se retrouvant dans sa quasi-totalité dans la zone « marginale » (Figure 2). De nombreux facteurs, autres que le climat, interviennent dans le choix d'une destination. Cependant le changement climatique modifiera les pratiques et entraînera des redistributions des flux touristiques dans le temps et dans l'espace. En outre, les impacts du changement climatique auront des effets sur la compétitivité comparée des destinations ainsi que sur la vulnérabilité de certaines destinations et de filières touristiques spécifiques.

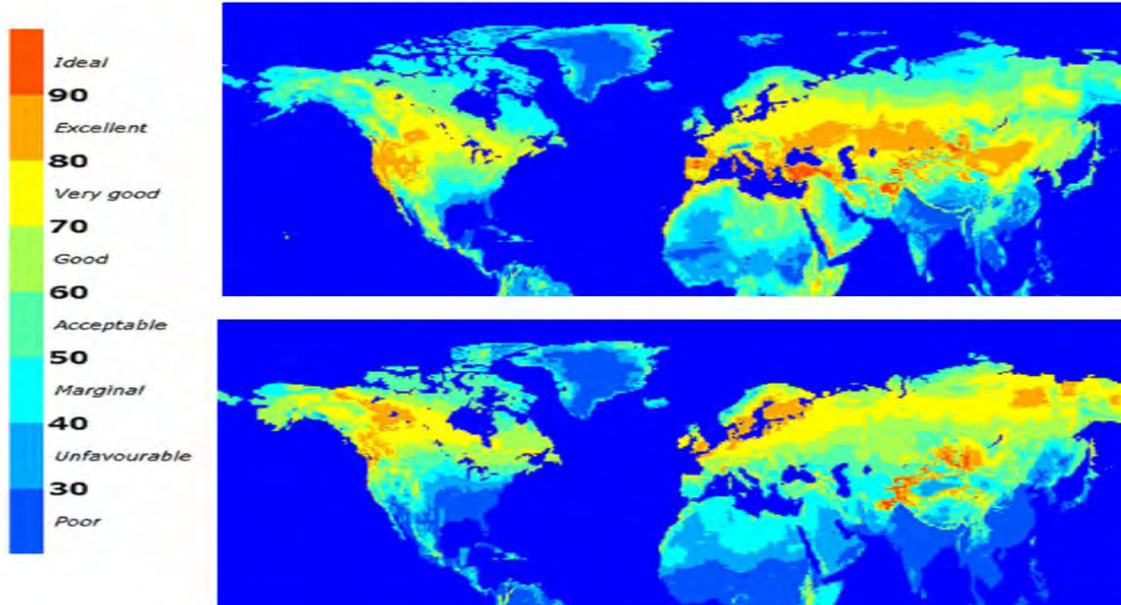
En matière d'adaptation, trois principaux groupes d'acteurs sont à considérer :

- les touristes modifieront leurs pratiques, en cherchant à minimiser les risques d'affectation de leurs vacances par les conditions climatiques ; ils pourraient aussi développer une sensibilité accrue à la qualité de l'environnement et à la santé et privilégier des séjours plus longs en hiver ;
- les opérateurs touristiques présentent des capacités d'adaptation variables, en fonction de la taille de l'entreprise, de ses moyens, de son accès aux capitaux, de son type de clientèle... ; l'adaptation peut passer par le déplacement de l'activité, l'anticipation des impacts futurs dans les investissements présents, le management environnemental... ;
- les autorités publiques ont un rôle primordial à jouer, par incitation, régulation, contrainte, planification intégrée, diversification, etc.

Le premier principe général de l'adaptation consiste à « ne pas compter sur les climatologues pour faire notre travail », c'est-à-dire accepter l'incertitude, adopter une démarche doublement intégrée, utiliser l'existant, reconnaître les divergences d'intérêts, adapter les interventions aux contextes locaux, favoriser les relations entre expertise et gestion. Plus spécifiquement l'adaptation dans le secteur du tourisme nécessite de développer une approche intersectorielle, considérer les territoires autant que le secteur, distinguer les différentes formes de tourisme, considérer les évolutions croisées des pays émetteurs et des destinations, replacer la question climatique dans le cadre des changements globaux, se garder des idées reçues.

Figure 2 Indice de confort climatique

Indice de confort touristique aujourd'hui (en haut) et en 2080 (en bas), selon e-CLAT
(www.icis.unimaas.nl/eclat/index.html)



Débat et pistes de réflexions

Le débat s'est organisé autour des questions suivantes : Quelle prise de conscience des enjeux du changement climatique par les acteurs du tourisme ? Comment gérer l'incertitude ? Quelles redistributions possibles des flux touristiques, avec quelles pertes et quels gains de compétitivité ? Quels sont les impacts les plus importants à anticiper, la canicule, l'érosion... ? Comment faire plus du tourisme avec moins de transport, notamment aérien ? Plusieurs intervenants ont d'abord souligné le manque de données chiffrées de base pour nourrir les analyses et l'absence de modèle régional de changement climatique en Méditerranée alors que de nombreuses régions du monde en sont dotées. La construction de tels modèles permettrait de répondre à un certain nombre de questions et serait de nature à faire émerger une position méditerranéenne commune.

Pour certains, l'utilisation de l'indice de confort touristique est problématique car il suggère que le climat est le seul facteur déterminant les choix touristiques. Or il ne semble pas y avoir de déterminisme climatique du tourisme.

En termes d'alternatives, le tourisme de montagne ou rural a été évoqué et le défi du changement climatique considéré comme une chance pour l'éco-tourisme. Il a été également recommandé de poursuivre les politiques qui empêchent les constructions littorales et réfléchir au calendrier scolaire européen pour permettre une redistribution des flux.

Le développement d'un tourisme « haut de gamme » au détriment du tourisme de masse n'a pas paru être une alternative viable pour les participants.

À côté du volet adaptation omniprésent, certains experts ont estimé qu'il conviendrait de se pencher également sur la réduction des impacts et jouer sur l'atténuation. À cet égard, la gestion des énergies offre de nombreuses pistes et dans ce contexte la question du transport notamment aérien a été considérée comme centrale.

Le tourisme s'envisageant difficilement sans mobilité, les progrès technologiques pour diminuer les pollutions et les consommations, une meilleure gestion du trafic pour optimiser les longueurs et temps de parcours ont été les principales pistes de progrès évoquées.

Le domaine de la gestion des énergies concerne également la mobilisation des ressources en eau, notamment le dessalement de l'eau de mer et la construction. Des exemples de bonnes pratiques énergétiques, en particulier la construction par un professionnel du tourisme d'un village bioclimatique en Égypte non climatisé et utilisant de nouvelles

techniques pour réduire les émissions et la surconsommation ont montré que des solutions sont d'ores et déjà susceptibles d'être mises en œuvre.

Au total, les participants ont estimé que le tourisme ne devait pas être diabolisé mais que l'adaptation au changement climatique devait être considéré comme prioritaire de même que la distribution sociale des impacts. Ils se sont retrouvés sur les pistes de réflexion suivantes :

- Améliorer la coordination politique et scientifique entre les pays méditerranéens, la modélisation climatique régionale, la connaissance des impacts, la collecte des données de base ;
- Intégrer la problématique du changement climatique dans les stratégies de développement, les enjeux environnementaux et les émissions de GES dans les stratégies d'adaptation ;
- Traiter ensemble l'atténuation et l'adaptation, avec une approche différenciée selon le niveau de développement ;
- Contextualiser les approches.
- Aborder les territoires autant que le secteur ;
- Favoriser la prise de conscience des acteurs ;
- Considérer en parallèle les évolutions des destinations et des pays émetteurs ;
- Privilégier, face aux incertitudes, les décisions robustes, sans regret, réversibles ;
- S'appuyer sur les instruments existants ;
- Distinguer les différents types de tourisme : international, domestique, de loisir, d'affaire, responsable, sur-consommateur.

2. Biodiversité

M. Chedly Rais, Consultant Environnement Marin et Côtier

Les relations entre tourisme et biodiversité sont complexes et couvrent des aspects positifs et négatifs. En effet, le secteur touristique engendre des nuisances qui affectent le milieu naturel, y compris la biodiversité, mais il peut aussi jouer un rôle positif en faveur de la conservation des sites naturels. En outre, la conservation de la diversité biologique contribue au développement du tourisme.

Comment le tourisme peut-il jouer un rôle positif pour la conservation de la biodiversité ? Plusieurs facteurs interviennent : d'abord le tourisme basé sur la nature joue un rôle non négligeable dans la sensibilisation du public quant à la nécessité de préserver les sites naturels, les espèces et la biodiversité en général. Ensuite la visite des espaces naturels et l'observation des espèces développent chez les touristes une sympathie envers certaines espèces et renforcent ainsi le cercle « d'amis » des sites et des espèces en général ; enfin le tourisme peut générer des alternatives aux activités basées sur l'exploitation des ressources biologiques et contribuer ainsi à diminuer la pression sur les ressources.

Les impacts négatifs du tourisme s'observent sur plusieurs écosystèmes en Méditerranée, en premier lieu sur les dunes côtières, formations fréquentes sur le littoral méditerranéen qui constituent avec leur couvert végétal des habitats particulièrement fragiles. Leur disparition ou leur dégradation a des répercussions négatives sur la stabilité de la côte et sur les espèces qui leur sont inféodées. Les milieux dunaires du littoral ont été très endommagés dans plusieurs pays méditerranéens, notamment par le développement de centres touristiques et par l'affluence touristique massive concentrée sur certains sites. Dans la plupart des pays de la région, l'infrastructure touristique a été construite sur des dunes côtières (Figure 3) ou en détruisant des dunes pour construire le plus près possible de la plage. Cependant depuis les années soixante-dix, certains pays ont pris des mesures pour contrôler les constructions sur la bande côtière et, depuis, les dunes sont en principe épargnées.

Figure 3 Construction sur les milieux dunaires en Méditerranée

Les zones humides subissent également les pressions du tourisme ; nombreuses sont celles qui ont disparu ou ont vu leur superficie se réduire suite à la mise en place de complexes touristiques ou de ports de plaisance ; d'autres sont utilisées comme exutoires des eaux usées des complexes et villages touristiques. Et pourtant la contribution des zones humides au développement des activités touristiques est loin d'être négligeable, notamment à travers des activités récréatives telles que la chasse, la pêche, l'observation des oiseaux, la randonnée et la pratique d'autres activités de sport et de loisir.

Bien que plusieurs habitats d'espèces aient été endommagés suite à la mise en place de centres touristiques, de nombreux cas de relation gagnant-gagnant entre le tourisme et la faune sont connus, comme par exemple le tourisme basé sur l'observation des oiseaux. D'autres pratiques offrent au contraire des exemples d'impacts négatifs sur les espèces, comme l'utilisation d'espèces menacées dans des exhibitions ou comme souvenirs.

Des activités comme la plaisance, la pêche récréative et les excursions marines se développent beaucoup en Méditerranée et jouent un rôle social et économique important. Elles ne sont pas incompatibles avec la préservation de la diversité biologique et leurs impacts peuvent être minimisés à travers des mesures et des règles de conduite. Mal régulée et mal contrôlée, la plaisance par exemple entraîne, outre la pollution, des dommages aux habitats et aux espèces, notamment par l'ancrage des bateaux sur des herbiers ou des formations coralligènes, le prélèvement d'espèces rares en danger ou menacées, l'utilisation abusive des bateaux de plaisance pour l'observation des espèces et des paysages sous-marins, l'utilisation de produits nocifs pour la vie marine pour l'entretien des coques de bateaux, l'introduction volontaire ou involontaire d'espèces non-indigènes fixées aux coques des bateaux ou accrochées à leurs ancres. Des sites inaccessibles sont de plus en plus fréquentés par la plaisance et les excursions marines. Ainsi le développement non contrôlé des activités de plaisance figure parmi les principales menaces pour les sites sensibles en Méditerranée.

À la fois opportunité et menace pour la conservation de la biodiversité, le tourisme basé sur l'observation de la vie marine se développe énormément en Méditerranée. Sa durabilité ne peut être assurée sans le contrôle de l'intensité de la fréquentation et la capacité de charge de chaque site doit être respectée. Par ailleurs, la pratique de la plongée touristique a atteint une échelle qui soulève des inquiétudes quant à ses impacts sur la biodiversité.

Dans plusieurs pays, la relation entre le tourisme et les aires protégées est caractérisée par des incompatibilités et des conflits d'usages, mais on assiste de plus en plus à une évolution vers la conciliation AP - Tourisme. Dans les pays du nord de la Méditerranée, les aires protégées contribuent d'une manière importante au développement du tourisme. Ce n'est pas le cas dans les principales destinations touristiques du sud de la Méditerranée où le

tourisme dans les aires protégées reste très limité. La question se pose d'ailleurs de savoir si les aires protégées méditerranéennes sont bien préparées au tourisme de nature. Et pourtant le tourisme peut apporter beaucoup aux aires protégées en offrant des arguments pour la création d'aires protégées, notamment par la génération de revenu pour les populations vivant à l'intérieur ou aux alentours de celles-ci, par la génération de recettes financières pour leur gestion et par la création de nouvelles formes d'activités économiques pouvant remplacer celles entraînant une pression sur les ressources naturelles de l'aire protégée.

Débat et pistes de réflexions

Aux questions portant sur la disponibilité de données quantitatives, notamment en ce qui concerne la superficie des herbiers de posidonies, il a été répondu qu'il n'y avait pas de données sur les superficies des herbiers mais que leurs limites supérieures étaient surveillées par télédétection. D'une manière générale, un manque de données quantitatives et scientifiques en Méditerranée est à déplorer, surtout dans sa partie orientale. L'IUCN a, cependant, fait remarquer que la protection de la biodiversité ne pouvait attendre la production de données.

Bien qu'il soit difficile d'avoir une appréciation globale de l'état de la biodiversité en Méditerranée, les participants ont considéré qu'il devait être vraisemblablement meilleur dans les pays n'ayant pas développé d'activité touristique. Il existe cependant des zones de bon état de la biodiversité dans des pays touristiques, par exemple au Nord-Ouest de la Tunisie. De même, le littoral tunisien est protégé là où le tourisme s'est développé parce qu'il y a eu maîtrise du développement du tourisme international. Le développement fulgurant du tourisme interne est beaucoup plus difficile à maîtriser que le tourisme international, en partie parce que les lois sont trop figées.

Si dans une étude stratégique pour un programme de conservation, le WWF a identifié le tourisme comme étant une menace majeure pour la biodiversité marine, des avis plus mesurés se sont également exprimés considérant notamment que les impacts du tourisme sur la biodiversité pouvaient être simultanément positifs et négatifs et qu'en conséquence il était très difficile de calculer leurs valeurs économiques.

Les échanges autour de la notion de « bon » projet touristique ont montré la difficulté d'en cerner les contours et d'en donner avec certitude des exemples en Méditerranée. La grande complexité du « bon » projet réside essentiellement dans la multitude des intervenants, les moyens de concertations restant en la matière à trouver et à expérimenter.

Au total, les principales pistes de travail s'articulent autour de :

- La nécessité d'une gestion intégrée pour concilier biodiversité et tourisme, avec une approche paysage ou région ou site,
- La définition claire de qui est responsable de mettre en place la gestion intégrée,
- Le besoin d'utiliser la planification spatiale, de diffuser les bonnes pratiques,
- L'essentiel de la protection de la biodiversité ne réside pas dans l'existence d'aires protégées, d'où la nécessité de travailler en termes de zonage et d'avoir plusieurs formes de statuts de la protection,
- L'existence d'un énorme besoin de quantification des faits relatifs au tourisme, des problèmes, des impacts, des effets positifs...,
- Une réflexion sur les différentes formes de tourisme (international ou domestique) et sur leur interpénétration, en tenant compte des aspects socio-économiques et du bien-être de la population,
- La définition de ce qu'est un « bon » projet touristique,
- La prise en compte des erreurs commises et des leçons du passé,
- Les besoins de prospectives pour anticiper les évolutions.

3. Emploi et création de richesse

Professeurs Valérie Brun et Thierry Sebagh, France

V. Brun et T. Sebagh ont classé les pays selon l'importance des flux touristiques :

- Le **groupe des 75**, constitué de la France, l'Espagne, l'Italie et qui concentre 75% des touristes internationaux en Méditerranée ;
- Le **groupe moteur**, avec Malte, Chypre, Grèce, Turquie, Tunisie, Maroc, Égypte et dont les taux de croissance sont très forts et leur part d'entrées significative ;
- Le **groupe « convalescent »** comprenant Slovaquie, Croatie, Bosnie-Herzégovine, Serbie-Monténégro, Liban, Israël, Territoires Palestiniens, pays ayant en commun d'avoir subi ou de subir encore des tensions politiques et militaires importantes et d'amorcer ou de relancer leur activité touristique ;
- Le **groupe « latent »** rassemblant Albanie, Syrie, Libye, Algérie, pays relativement fermés au développement touristique.

Le tourisme est un secteur avec un fort contenu croissant en emploi directs et indirects, ces derniers augmentant plus en proportion que les premiers. La part des emplois non qualifiés est en baisse face à une hausse des travailleurs qualifiés liée à l'allongement des études.

L'emploi dans le secteur Hôtellerie/Café/Restaurant (HORECA) connaît une progression constante dans la quasi-totalité des pays méditerranéens. À lui seul, le secteur HORECA fournit plus d'emplois que l'ensemble du secteur agricole en Europe, occupant 3,8% de la population active. L'HORECA est en moyenne plus dynamique en matière de création d'emplois que le reste de l'économie.

L'emploi dans le secteur HORECA est, par ailleurs, plus favorable aux jeunes actifs que le reste de l'économie : dans le groupe des 75, les 15-24 ans y représentent 20% des emplois contre 10% toutes branches confondues. Mais si l'employabilité des jeunes est plus élevée dans le secteur HORECA que dans le reste des économies méditerranéennes, celle de seniors est moins importante. Ces deux éléments expliquent l'âge moyen plus faible des actifs de l'HORECA que dans les autres secteurs.

L'emploi temporaire dans le secteur du tourisme demeure marginal en Méditerranée, de 0,7% en Turquie à 3,9% en Espagne. Quant au temps partiel, il est beaucoup plus fréquent dans le groupe des 75 que dans le groupe à forte croissance.

Les inégalités de genre sont moins importantes dans le secteur HORECA que dans les autres secteurs. En 2007 dans le groupe des 75, les femmes représentaient plus de 51% des effectifs totaux employés dans l'HORECA, contre 42% dans l'ensemble des secteurs. Cependant les trois quarts des emplois à temps partiel y sont occupés par des femmes. La situation est plus contrastée dans le groupe à forte croissance.

La montée en gamme de l'hébergement touristique, constatée sur l'ensemble du bassin méditerranéen, hors le groupe latent, corrobore l'évolution des qualifications. En effet, les emplois sont plus qualifiés et moins précaires pour s'adapter à une augmentation de la qualité des hébergements.

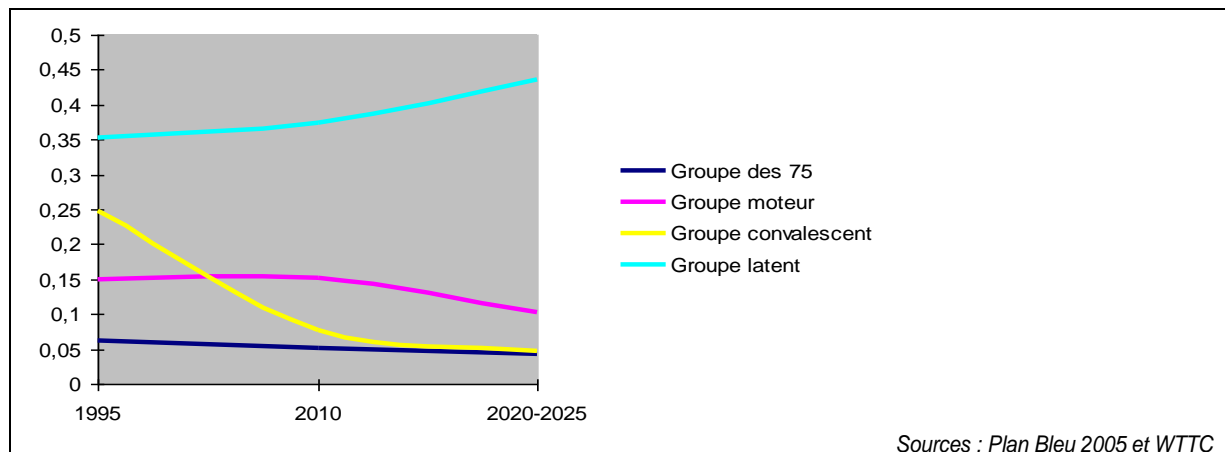
Pour apprécier le rôle du tourisme dans la création de richesse, un indicateur de recettes touristiques par habitant a été calculé :

- dans les pays développés les plus riches du bassin, cet indicateur s'établit entre 400 et 600\$ par habitant et par an; le tourisme n'y est pas significativement plus important que les autres activités;
- dans les pays médians où le PIB/habitant est aux environs de 19 000\$, la recette touristique est plus élevée, supérieure à 1 000\$ par an et par habitant ; le tourisme y est un enjeu fort pour les populations locales;
- dans les pays où le tourisme est en phase de développement ou d'une faible importance pour l'économie, la recette touristique par an et par habitant va de 5 à 200\$.

Les fluctuations de l'euro ont également des effets. La forte hausse de l'euro a contribué à l'intensification des flux au profit des pays en dehors de la zone euro. La monnaie modifie la structure de la concurrence et actuellement la région méditerranéenne est plus concurrentielle qu'en 1990.

Les perspectives tendancielle d'emplois montrent que le nombre d'emploi par arrivée internationale devrait décliner aux horizons 2010 et 2020-25, sauf pour le groupe latent (Figure 4). Passant d'un tourisme de masse très intensif en emplois à un tourisme plus qualitatif, le secteur change structurellement et la main d'œuvre évolue. Plus la destination est mature d'un point de vue touristique, plus la corrélation emploi/arrivée est faible.

Figure 4 Emplois touristiques par arrivées internationales



En conclusion, pour répondre à la demande de travail dans le tourisme, les évolutions démographiques des pays riverains s'avèrent cruciales. Dans l'ensemble, les tendances démographiques permettent de s'ajuster aux besoins en main d'œuvre du secteur. Cependant, il existe de fortes disparités et certains pays comme l'Italie ou la Croatie pourraient être, dans un futur proche, confrontés à des difficultés.

Débat et pistes de réflexions

Les échanges ont été marqués par des interrogations quant au cadrage proposé de l'emploi et de la création de richesse à l'échelle régionale, forcément réductrice. Les participants ont notamment noté l'absence du thème de la main d'œuvre importée, qui est pourtant en hausse dans certains pays notamment dans l'est adriatique où la communauté de langue et la proximité géographique facilitent les échanges. Augmenter la qualité des services permettrait sans doute d'employer plus de nationaux.

Des réflexions ont également porté sur la question du recrutement et de la formation. Ainsi au Maroc, il paraît difficile de trouver la main d'œuvre nécessaire pour le transport aérien en pleine croissance. De même, s'il existe de plus en plus de formations hôtelières, la fuite des diplômés vers les pays du groupe des 75 ou vers d'autres secteurs reste problématique.

En ce qui concerne la richesse réelle créée par le secteur, les participants ont suggéré d'intégrer dans le calcul de la valeur du tourisme en Recettes/PIB, les coûts de constructions ou de la formation de même que les revenus transférés à l'étranger. Interrogés sur les résultats montrant une précarité faible dans le secteur du tourisme alors que la saisonnalité a un impact fort sur l'emploi, Valérie Brun et Thierry Sebahg ont indiqué avoir raisonné en terme de durée de contrat. Au total, les auteurs de l'étude ont souligné que cette première analyse qui constituait un cadrage régional s'était heurtée à un manque cruel de données mais que la création de richesse dans le secteur du tourisme restait un sujet à approfondir. Dans cette perspective, les analyses futures devraient mettre l'accent sur :

- Les populations employées, différentes selon les groupes et les catégories d'emplois,
- La fuite des profits,
- Le déplacement des personnels,
- Les aspects saisonniers et leurs impacts,

- Les différentes catégories –voire de niches– de tourisme, comme l'écotourisme et la plaisance,
- La formation en s'interrogeant sur son rôle et ses programmes, les différences selon les pays et dans les pays en fonction des demandes de qualification,
- La collecte des données de base,
- Les effets locaux permettant de différencier les régions.

4. Croisière et plaisance

M. Alberto Cappato, IIC, Gênes

La demande totale pour l'activité « **Croisière** » au niveau mondial a triplé entre 1995 et 2007 pour atteindre 17,5 millions de passagers ; elle a quadruplé en Europe. La part de marché de la croisière est évaluée à environ 4% du marché du tourisme au niveau mondial et a de fortes marges d'augmentation. En Europe par exemple, les prévisionnistes du secteur parlent d'une augmentation des passagers de 60% de 2005 à 2015, la Méditerranée étant en grande partie responsable de cette croissance.

Les itinéraires classiques en Méditerranée se répartissent en deux groupes : les destinations orientales (Croatie, la Grèce et ses îles, Turquie, Chypre, Malte et Égypte) et les croisières occidentales (Espagne, France, Italie, Tunisie, Algérie Maroc).

Figure 5 Les principaux ports de croisière en Méditerranée



La Méditerranée dispose de nombreux atouts pour la croisière et notamment sa position stratégique entre l'Europe, l'Asie et l'Afrique, la richesse culturelle des civilisations grecque, romaine et égyptienne, de très nombreux sites archéologiques, églises, musées, palais... ; un contraste entre l'art ancien et l'art moderne ; un très bel environnement naturel ; un climat agréable ; un produit diversifié, par rapport aux Caraïbes où les croisières sont centrées sur le jeu, le soleil et la plage.

Depuis les 30 dernières années, une des caractéristiques fortes du secteur de la croisière réside dans le fait que c'est l'offre qui crée la demande, le marché de la croisière étant capable de saturer l'offre de couchettes dès la mise en service de nouveaux bateaux. La flotte de croisière en Méditerranée compte 138 bateaux. D'ici 2010, les chantiers navals européens livreront 10 grands bateaux de croisière chaque année et la plupart de ces unités seront employées en mer Méditerranée, augmentant ainsi l'offre.

L'Italie est la première destination de croisières et ses ports connaissent des croissances impressionnantes du nombre de passagers, de 2000 à 2006 : 223% à Civitavecchia, 139% à Naples, 162% à Venise, 165% à Livourne, 393% à Savone. D'autres ports méditerranéens connaissent aussi une fréquentation en croissance, dont La Goulette (Tunisie) avec +123% et Dubrovnik (Croatie) avec +376%. C'est cependant le port de Barcelone (Espagne) qui

reçoit le plus de croisiéristes avec 1,4 millions de passagers en 2006, ce succès venant de sa position privilégiée, de la proximité d'un aéroport international performant et d'un nouveau terminal maritime.

La forte croissance du marché de la croisière en Méditerranée impose aux ports de nouveaux besoins, notamment en termes d'équipements techniques, d'infrastructures et de démarche qualité : quais adéquats, terminaux passagers fonctionnels surtout pour les ports d'attache des compagnies, niveaux de sécurité élevés, chaînes d'approvisionnement efficaces, manutention des bagages bien organisée, enregistrement optimisé, transferts terrestres bien connectés entre aéroport/gare/terminal maritime.

En termes de qualité, les ports doivent assurer un service de haut niveau pour l'assistance et l'information du touriste, l'accessibilité aux transports publics et privés et la sécurité des personnes. La qualité concerne également la signalisation, des itinéraires piétonniers, des transports publics efficaces, la flexibilité des horaires d'ouverture des magasins et des boutiques, l'organisation locale des excursions.

D'un point de vue logistique et structurel, tous les ports méditerranéens ne pourront pas contrôler et accueillir un nombre élevé de passagers. C'est la raison pour laquelle une nouvelle évaluation politique est nécessaire dans ce secteur pour programmer les escales sur la base des possibilités réelles. Beaucoup de ports européens ont ainsi commencé un processus de restructuration afin de répondre à la croissance du marché en conformité avec la nouvelle génération de bateaux de croisières.

Le gigantisme naval renforce les difficultés de gestion des passagers lors des escales, lorsque deux à trois mille personnes descendent à terre en même temps, générant des impacts environnementaux et sociaux non négligeables.

Le tourisme de croisière a de nombreux impacts économiques au niveau national et local, en termes d'emplois, de frais portuaires, d'approvisionnements, de commerces locaux, de services financiers... En Europe, l'impact direct du secteur a été évalué en 2006 à 10,6 milliards d'euros, en augmentation de 27% par rapport à 2005. Il ne s'agit plus uniquement, comme auparavant, d'un tourisme de luxe. Les croisiéristes sont des personnes de tout âge qui voyagent beaucoup en famille, avec une prééminence des Anglais, des Allemands, des Italiens, des Espagnols et des Français qui rassemblent 88% du total. On remarque que certains touristes ne descendent jamais du bateau et que les dépenses à terre sont relativement faibles (de 25 à 75 euros par passager et par escale).

Pour l'activité « **Plaisance** », sur les dix-sept pays les plus importants dans le monde, trois sont situés en Méditerranée : la Croatie, la France et l'Italie avec un indicateur de bateaux de plaisance pour 1000 habitants respectivement de 24, 12 et 7. Une forte prévalence des bateaux à moteur s'observe partout.

En forte croissance depuis 2000, la production de bateaux de plaisance est assurée d'abord par les États Unis d'Amérique (66%), l'Italie et la France comptant respectivement pour 14 et 6,7%. L'Italie se distingue par la part qu'elle prend dans la production des méga-yachts : 45% des constructions de bateau de plaisance de plus de 24 mètres.

Les infrastructures nautiques représentent l'élément fondamental du développement de la plaisance. Au niveau mondial, les chiffres se rapportant au nombre de places dans les ports de plaisance montrent que plus de la moitié se trouve aux États Unis (52% du total) et seulement 1,65% en France, 0,54% en Croatie et 0,46% en Italie. Tout autour de la Méditerranée, 890 ports ont été recensés : 11 en Albanie, 24 en Algérie, 4 à Chypre, 76 en Croatie, 4 en Égypte, 177 en Espagne, 117 en France, 3 à Gibraltar, 133 en Grèce, 8 en Israël, 233 en Italie, 3 au Liban, 15 au Libye, 6 à Malte, 9 au Maroc, 2 au Monténégro, 3 en Slovénie, 3 en Syrie, 29 en Tunisie et 30 en Turquie. Les services les plus couramment fournis dans les ports concernent l'eau potable (dans 92% des cas), la présence de bars et restaurants (77%), l'électricité (77%) et la présence d'un centre commercial (70%). En revanche, la situation n'est pas positive dans les services de collecte des déchets et des eaux résiduelles et de fond de cale.

Une prise de conscience quant au respect de l'environnement se fait jour cependant et des projets se mettent en place concernant la gestion des déchets et la sensibilisation à des comportements écologiques.

Débat et pistes de réflexions

Le manque d'information sur la nature et le volume des pollutions solides des paquebots a d'abord été souligné alors même que les paquebots constituent des villages flottants et que la baisse de leur impact sur l'environnement est recherchée. Au-delà des pollutions directes, il a été également mis en avant l'impact important des activités d'entretien et de réparations navales à l'origine de nombreuses pollutions via notamment les peintures.

L'approvisionnement en eau de ces grosses unités dans les îles, la difficulté de gérer le pic de la demande qui par exemple à Malte peut concerner de façon concomitante 5 à 7 bateaux, les investissements à risques que constituent la construction de quais sans assurance de la pérennité des accostages, ont été autant de thèmes soulevés et débattus.

En matière de plaisance, la Méditerranée ne constitue pas un marché unique et il existe une différenciation entre Nord et Sud : la Méditerranée compte environ 300 000 places d'amarrage, les ports étant au nombre de 750 au Nord et de 130 au Sud.

Dans le passé une croissance exponentielle des ports de plaisance a été constatée : quelles sont les tendances actuelles ? En Espagne, il est désormais interdit de construire de nouvelles marinas, ce qui augmente les pressions dues au mouillage dans les criques et sur les plages et les pollutions induites.

La question du stockage des bateaux inutilisés devient désormais centrale. Si hors période de navigation, le stockage à terre des bateaux constitue une alternative, la copropriété peut contribuer à diminuer la demande de places de port mais peu d'information existe sur ce sujet. Il reste que le modèle de la plaisance du Nord-Ouest de la Méditerranée ne semble pas devoir être reproduit, la sous utilisation des bateaux signant en effet la non durabilité de la plaisance.

Le problème des déchets et des eaux noires et le bien-fondé des réponses apportées par des réglementations basées sur la contrainte ont plusieurs fois été évoqués. Des actions d'information, de formation et de découverte de la mer, sans élitisme, pourraient être plus appropriées. Au total ont émergé les pistes de recherche suivantes :

- L'intégration des réglementations,
- La collecte des données de base,
- La comparaison des politiques,
- Le renforcement de la conscience environnementale des opérateurs,
- Les besoins en équipements et infrastructures,
- La mise en place d'un système de veille pour prévenir les phénomènes, comme le déplacement des bateaux d'une région à l'autre pour s'adapter au changement climatique.

VI. PROPOSER : PISTES DE TRAVAIL, DEBAT ET RECOMMANDATIONS

1. Pistes de travail et débat

A l'issue des restitutions des travaux en groupe et de l'examen des pistes de travail identifiées, une discussion générale s'est organisée autour d'une question : le secteur touristique étant de plus en plus concurrentiel, y a-t-il encore une place pour le politique dans ce contexte mondialisé ?

Pour certains, il s'agit d'un secteur majeur qui fonctionne au-delà du système politique en s'appuyant pour l'essentiel sur l'initiative privée. Le rôle plus ou moins fort de l'État dans la prise de décisions dépend donc des pays et des compagnies, mais de grands opérateurs à l'image du Club Med ont souligné que le secteur privé attendait des réglementations plus contraignantes pour les appliquer. En ce qui concerne le développement durable, le rôle de l'État est central. Dans les pays en développement, les directives viennent du politique, ce

qui permet d'injecter les principes du développement durable et de combler en partie les manques du secteur privé en la matière. Le rôle des institutions internationales peut donc être déterminant dans l'élaboration et la diffusion de stratégies de développement durable.

La question des investissements, de leur origine, de leur nature, des stratégies qui les guident est considérée comme cruciale, notamment au regard des flux massifs issus des pays pétroliers et investis dans le secteur touristique. Cette manne financière si elle mal appréhendée et souvent mal anticipée peut soutenir des opérations en contradiction avec les objectifs de protection de l'environnement ou de promotion du développement durable. Pour répondre à ces enjeux, il a été rappelé que ODIT France avait développé un système de veille sur les investissements, destiné à contrôler ces tendances et casser la seule logique financière.

La concurrence exacerbée entre destinations a pour conséquence le développement d'un tourisme non durable. Pour contrer cette tendance, il paraît nécessaire d'intégrer les trois piliers du développement durable, de les combiner simultanément pour arriver à un « pacte de durabilité ». Le schéma « DSPIR » élargi pourrait utilement être utilisé pour quantifier les résultats des projets de développement touristique. La collecte d'informations détaillée est là aussi essentielle dans cette approche.

2. Recommandations

Les débats riches, intenses et fructueux ont montré combien le tourisme est un secteur important, confronté à des nouveaux défis de nature :

- politique, avec des masses financières considérables qui cherchent à s'investir,
- économique, avec la durée de séjour et les dépenses journalières,
- et enfin environnementale, avec notamment le changement climatique et la perte de biodiversité.

Pour relever ces défis, l'adoption des recommandations suivantes a été proposée.

Recommandations

Considérant le rôle central du tourisme dans le développement des pays riverains de la Méditerranée et les contraintes nouvelles que lui imposent un marché de plus en plus concurrentiel, le changement climatique annoncé, l'élévation du coût des matières premières et notamment celle des énergies fossiles, la crise que traverse le secteur immobilier ;

Convaincu qu'un tourisme à la fois respectueux de l'environnement et résolument rentable et rémunérateur pour tous les acteurs de la filière est possible en Méditerranée ;

Attachés à la mise en œuvre des dispositions de la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable et en particulier à celles relatives à la promotion d'un tourisme durable ;

Les participants à l'atelier régional « Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée » réunis à Sophia Antipolis les 2 et 3 juillet 2008 recommandent aux responsables politiques des pays méditerranéens de :

- développer au niveau national des visions à moyen et long terme précisant la place à donner au secteur du tourisme dans l'économie nationale et tenant le meilleur compte des défis globaux à relever, notamment le changement climatique et la préservation de la biodiversité,
- recourir aux outils de planification stratégique pour mieux organiser le développement du secteur en associant à la réflexion l'ensemble des acteurs concernés et en particulier les représentants du secteur privé et de la société civile,
- partager les analyses et approches sur le développement d'un tourisme durable dans le cadre de réunions régionales régulières associant les différents responsables concernés,
- mettre en place au niveau national des dispositifs permettant de disposer d'une information fiable, complète et comparable entre pays et à même de mieux caractériser le secteur du tourisme ainsi que de suivre son évolution,

- mettre un accent particulier sur l'information du public et la formation des acteurs en matière de promotion du tourisme durable.

Les participants demandent en outre au Plan Bleu de :

- poursuivre ses travaux sur les indicateurs afin de mieux caractériser le tourisme méditerranéen et notamment ses impacts sur l'environnement et les équilibres sociaux,
- renforcer ses travaux de prospective en matière de tourisme afin d'anticiper les évolutions à venir,
- développer les analyses à caractère économique afin notamment de mieux apprécier l'impact du tourisme sur l'environnement.

VII. ANNEXES

Annexe 1 : Programme



Commission Méditerranéenne de Développement Durable

Atelier régional

Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée

Sophia Antipolis, France, 2 et 3 juillet 2008



Programme

Avec le soutien financier de :



09h00-09h30 *Accueil et enregistrement des participants*

Session 1 Discours d'ouverture et introduction de l'atelier

09h30-10h00 M. Henri-Luc Thibault, Plan Bleu

M. Campbell Thomson, Banque Européenne d'Investissement

10h00-10h20 Les autres travaux du PAM dans le domaine «Tourisme et Développement Durable »

- ❖ M. Ivica Trumbic, Centre d'Activités Régionales/Programme d'Actions Prioritaires
- ❖ M. George Kamizoulis, MEDPOL

10h20-10h30 Le tourisme en Méditerranée - cadrage régional, Mme Elisabeth Coudert (Plan Bleu)

10h30-11h00 *Pause café*

Session 2 Evaluer : recommandations 1999

Présidence : M. Petro Ortùn Silvan, directeur, Industries Nouvelle Approche, Tourisme et RSE, Commission européenne

11h00-11h15 Le tourisme durable, M. Luigi Cabrini, Organisation mondiale du tourisme (OMT)

11h15-12h00 Présentation des études nationales :

- ❖ Prof. Mohamed Berriane, Maroc
- ❖ Prof. Miguel Segui Llinas, Espagne
- ❖ Dr. Zoran Klaric, Croatie

12h00-12h30 Débats

12h30-14h00 *Déjeuner*

Session 3 Evaluer : bonne pratiques

Présidence : M. Stefanos Fotiou, administrateur de programme Tourisme, PNUE-DTIE

14h00-14h15 Les travaux du groupe de travail international, M. Thibault Devanlay, MEEDDAT

14h15- 15h00 Présentation des études nationales :

- ❖ M. Jean Mehdi Chapoutot, Tunisie
- ❖ Dr. Cevat Tosun, Turquie
- ❖ M. Anthony Ellul, Malte

15h00-15h30 Débats

15h30-16h00 *Pause café*

Session 4 Evaluer : résultats des études de capacités d'accueil en termes de meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace, lien avec le Protocole GIZC

Présidence : M. Ahmed Smaoui, ancien ministre tunisien du Tourisme (à confirmer)

16h00-16h15 Evaluation de la capacité d'accueil touristique, M. Harry Coccossis

16h15-16h25 Guide pour le développement durable du tourisme littoral, Mme Zeljka Skaricic

16h25-16h40 Le projet «Destination» au Maghreb, Mme Zeljka Skaricic et M. Ghislain Dubois

16h40-17h00 Planification stratégique du tourisme en Sardaigne, M. Alessio Satta

17h00-17h30 Débats

18h45-23h00 *Dîner organisé sur l'île Sainte Marguerite*

08h30-09h00

Accueil des participants

Session 5 **Débattre : quatre grands enjeux régionaux liant tourisme et développement durable, correspondance avec les objectifs de la SMDD**

GROUPE DE TRAVAIL 1 Changement climatique		GROUPE DE TRAVAIL 2 Biodiversité	
Modérateur	M. Ghislain Dubois, TEC	Modérateur	M. Lucien Chabason, IDDRI
Présentation	M. Raphaël Billé, IDDRI	Présentation	M. Chedly Rais, Tunisie
Débats : liaisons avec les objectifs 3 à 7 de la SMDD			
Pistes de travail pour l'avenir			

09h00-09h15

09h15-10h15

10h15-10h30

10h30-11h00

Pause café

Session 5 **Débattre : quatre grands enjeux régionaux liant tourisme et développement durable, correspondance avec les objectifs de la SMDD (suite)**

GROUPE DE TRAVAIL 3 Plaisance et croisières		GROUPE DE TRAVAIL 4 Emplois et création de richesses	
Modérateur	Mme Christine Bouyer, ODI France	Modérateur	Dr. Adel Rady, Marsa Alam for Tourist Development, Egypte
Présentation	M. Alberto Cappato, IIC, Italie	Présentation	Mme Valérie Brun & M. Thierry Sebah, université Paul Cézanne Aix-Marseille
Débats : liaisons avec les objectifs 3 à 7 de la SMDD			
Pistes de travail pour l'avenir			

11h00-11h15

11h15-12h15

12h15-12h30

12h30-14h00

Déjeuner

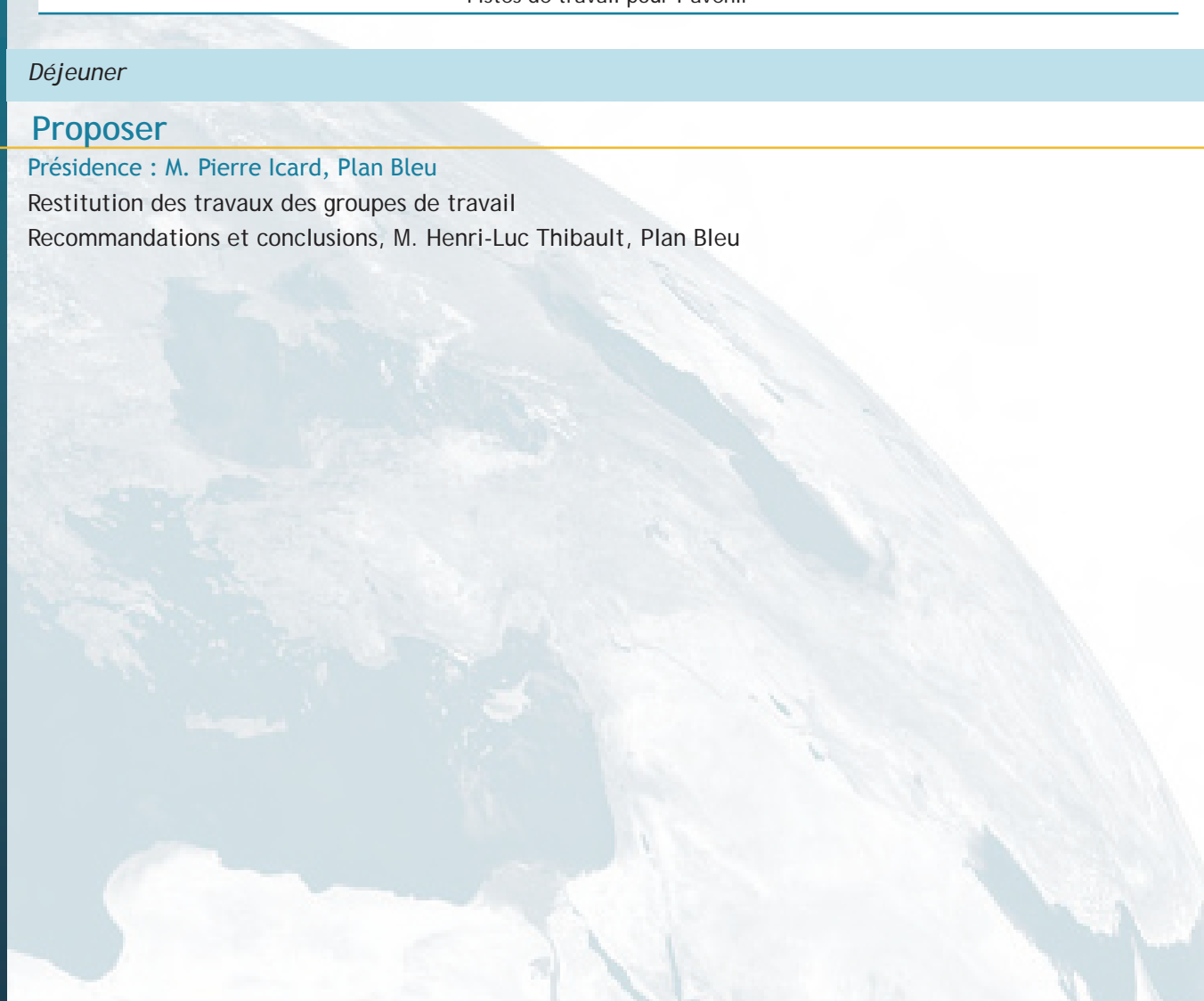
Session 6 **Proposer**

Présidence : M. Pierre Icard, Plan Bleu

14h00-17h00

Restitution des travaux des groupes de travail

Recommandations et conclusions, M. Henri-Luc Thibault, Plan Bleu



Atelier régional

Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée

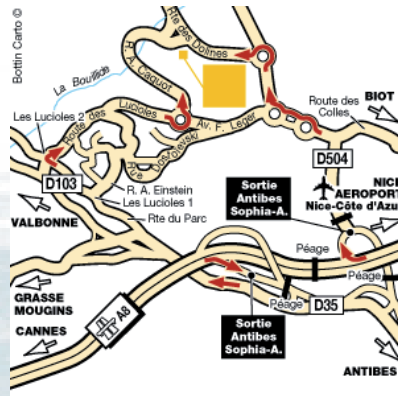
Sophia Antipolis, France, 2 et 3 juillet 2008

Hôtel Grand MERCURE - Sophia Country Club,
3550 Route des Dolines, 06901 Sophia Antipolis

Tél. (+33)4/92 96 68 78

Fax (+33)4/92 96 68 96

@: H1279-SB2@accor.com



Cannes (A8) → Nice. Sortie 44 Antibes Sophia Antipolis. Suivre "Sophia Antipolis", Quartier Les Lucioles, accès 4.

Nice (A8) → Cannes. Sortie 44 Antibes Sophia Antipolis. Suivre "Sophia Antipolis", Quartier Les Lucioles, accès 16.

© 10 km

Contacts

Mme Elisabeth Coudert, Plan Bleu, +33 (04)92 38 71 34

Mme Isabelle Jöhr, Plan Bleu, +33 (0)4 92 38 71 39

www.planbleu.org



Annexe 2 : Liste des participants



Atelier régional « Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée »

Workshop on “Regional Workshop « Promote Sustainable Tourism in the Mediterranean »

Sophia-Antipolis (FR), 2 & 3/07/2008



Liste des participants / List of participants

Emilio BECHERI

Professor

MERCURY srl
Via de'Bardi 39
50125 FIRENZE
Italie

Tél/Tel. +39 055 230 24 70/888

Fax +39 055 23 02 774

E-mail ebecheri@turistica.it

Mohamed BERRIANE

Professeur

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines
27, Rue Bou Iblane, Agdal
Rabat
Maroc

Tél/Tel. +212 37671961

Fax +212 37672792

E-mail mohamed.berriane@menara.ma

Gilles BEVILLE

Chargé de mission

Ministère des Affaires Etrangères et
européennes
20 rue Monsieur
75700 PARIS 07 SP
France

Tél/Tel. +33 01 53 69 30 62

Fax +33 01 53 69 33 17

E-mail gilles.beville@diplomatie.gouv.fr

Raphaël BILLÉ

Chef de projet, Adaptation au changement
climatique dans les zones côtières
Institut du Développement Durable et des
Relations Internationales (IDDRI) Sciences Po
27 rue Saint Guillaume
75337 PARIS cedex 07
France

Tél/Tel. +33 (0)1 45 49 76 64

Fax +33 (0)1 45 49 76 85

E-mail raphael.bille@iddri.org

Sophie BILLAUD

Consultante

Tourisme, Transports, Territoires,
Environnement Conseil (TEC)
38 rue Sénac de Meilhan
13001 MARSEILLE
France

Tél/Tel. +33 (0)4 91 91 81 25

Fax +33 04 91 91 81 25

E-mail sophie.billaud@tec-conseil.com

Pierre BOUGEANT
Chargé de Mission Méditerranée

Conservatoire du Littoral
27 rue Blanche
75009 PARIS
France

Tél/Tel. +33 1 44 63 56 60
Fax +33 (1) 44 63 56 76
E-mail p.bougeant@conservatoire-du-littoral.fr

Christine BOUYER
Responsable pôle littoral

ODIT France
23 place de Catalogne
75014 PARIS
France

Tél/Tel. +33 (01) 70 39 95 68
Fax +33 1 70 39 95 30
E-mail christine.bouyer@odit-france.fr

Feten BOUZIDI
Expert tourisme

ONIT (Office National du Tourisme Tunisien)
84 avenue de la Liberté
1001 Tunis
Tunisie

Tél/Tel. +216 (98) 583 742
Fax +216 (71) 105 630
E-mail bouzidifeten@voila.fr

Pascal BROUSSET
Directeur Commercial

TLB Destinations
Rabieh - Main Road
P.O. Box 197
ANTELIAS
Liban

Tél/Tel. +961 (4) 41 98 48
Fax +961 (4) 40 26 34
E-mail pascal@tlb-destinations.com

Valérie BRUN
Enseignant Chercheur

Centre d'Analyse Economique
Université Paul Cézanne
Faculté d'Economie Appliquée
3 Avenue Robert Schuman
13628 AIX-EN-PROVENCE
France

Tél/Tel. +33 (0)4 42 17 29 94
Fax +33 (0)4 42 59 38 87
E-mail valerie.brun@univ-cezanne.fr

Luigi CABRINI
Director

World Tourism Organization
Department of Sustainable Development of
Tourism
Capitán Haya 42
28020 Madrid
Espagne

Tél/Tel. +34 91 567 82 25
Fax +34 91 571 37 33
E-mail lcabrini@unwto.org

Sara CANEVELLO

Tél/Tel. +39 (010) 272 23 83
Fax +39 (010) 272 21 83
E-mail canevello@iicgenova.it

IIC (Istituto Internazionale delle
Comunicazioni)
Via Pertinace
Villa Piaggio
16125 GENOVA
Italie

Alberto CAPPATO

Secrétaire Général

Tél/Tel. +39 (010) 272 23 83
Fax +39 (010) 272 21 83
E-mail cappato@iicgenova.it

IIC (Istituto Internazionale delle
Comunicazioni)
Via Pertinace
Villa Piaggio
16125 GENOVA
Italie

Selma CENGIC

Executive Director

Tél/Tel. +387 33 207 949
Fax +387 33 207 949
E-mail selma.cengic@heis.com.ba

Hydro-Engineering Institute
1, Stjepana Tomica Str.
P.O. Box 405
7100 SARAJEVO
Bosnie-Herzégovine

Lucien CHABASON

Président du Plan Bleu

Tél/Tel. +33 (0) 6 26 17 77 59
Fax +33 (0) 1 42 65 44 84
E-mail lucienchabason@wanadoo.fr

Plan Bleu
54 rue du Faubourg Saint Honoré
7500 PARIS
France

Jean CHAPOUTOT

Consultant

Tél/Tel. +216 71 885 086
Fax
E-mail jmmc@gnet.tn

Consultant
7, rue Tahar El Kassar
El Manar 2
2092 TUNIS
Tunisie

Harry COCCOSSIS

Professor and C.E.O.

University of Thessaly and Tourism
Development Co. Greece
44 Nikis street
15127 MAROUSSI-ATHENS
Grèce

Tél/Tel. +30 (210) 68 00 051 /52

Fax +30 (210) 333 95 07

E-mail hkok@aegean.gr

Jean-Marie COLLOMBON

Coordinateur général

FITS
BP 50 099
13793 AIX EN PROVENCE CEDEX 3
France

Tél/Tel. +33 (06) 61 84 16 20

Fax

E-mail fits@tourisme-solidaire.org

Constance CORBIER-BARTHIAUXChargée de mission environnement &
biodiversité

Agence Française de Développement
DTO/ENE
5, rue Roland Barthes
75598 PARIS Cedex 12
France

Tél/Tel. +33 (0)1 53 44 31 31 (std)/34 83

Fax +33 (0) 1 53 44 38 66

E-mail corbierc@afd.fr

Thibault DEVANLAYChargé de mission CDD, PNUE, GIE, Task
force Tourisme Durable

MEEDDAT
SG/DAEI Tour Pascal A
92055 La Défense Cedex
France

Tél/Tel. +33 (0)1 40 81 78 46

Fax +33 (0)1 40 81 27 70

E-mail thibault.devanlay@developpement-durable.gouv.fr

Frédéric DIMANCHE

Professeur ; Directeur du Centre de
Management du Tourisme
CERAM Business School
Rue Dostoïevski, BP 085
06902 SOPHIA ANTIPOLIS Cedex
France

Tél/Tel. +33 (0)4 93 95 44 52

Fax +33 (0)4 93 65 45 24

E-mail frederic.dimanche@ceram.fr

Daniel DROCOURT

Coordonnateur "100 sites historiques
méditerranéens"
Atelier du Patrimoine de la Ville de Marseille
10 ter, Square Belsunce
13001 MARSEILLE
France

Tél/Tel. +33 (0)4 91 90 78 74

Fax +33 (0)4 91 56 14 61

E-mail ddrocourt@mairie-marseille.fr

Ghislain DUBOIS

Consultant

Tél/Tel. +33 (0)4 91 91 81 25

Fax

E-mail ghislain.dubois@tec-conseil.com

Tourisme, Transports, Territoires,
Environnement Conseil (TEC)
38 rue Sénac de Meilhan
13001 MARSEILLE
France

Aymeric EECKMAN

Chargé de programme

Tél/Tel. +34 (952) 028 430

Fax +34 952 028 145

E-mail aymeric.eeckman@iucn.org

IUCN Centre for Mediterranean Cooperation
c/Marie Curie, 35 PTA
29590 MALAGA
Espagne

Anthony ELLUL

Team Manager

Tél/Tel. +356 22 90 15 32/0000

Fax +356 2290 22 95

E-mail Tony.Ellul@mepa.org.mt

Malta Environment & Planning Authority
P.O. Box 200
St. Francis Ravelin
CMR 002 Floriana
Malte

Elmonji Saad Idris ELSMEH

Researcher

Tél/Tel. +218 92 500 80 51

Fax 218 21 48 72 180

E-mail elsmeh@yahoo.com

Environmental General Authority
P.O. Box 83618
Al Gheran Street
TRIPOLI
Libye

Stefanos FOTIOU

Programme Officer

Tél/Tel. +33 (0)1 44 37 14 65

Fax +33 (0)1 44 37 14 74

E-mail sfotiou@unep.fr

UNEP/Tourism Programme
15 rue de Milan
75459 PARIS Cedex 09
France

Frederic GALLO

Sound Chemicals Management Specialist

Tél/Tel. +34 (675) 39 48 80

Fax +34 93 553 87 95

E-mail fgallo@cprac.org

Regional Activity Centre for Cleaner
Production - CP/RAC
C/Milanesat, 25
08017 BARCELONE
Espagne

Nicos GEORGIADIS

Senior Consultant

Tél/Tel. +357 (22) 44 91 40

Fax +357 (22) 44 92 93

E-mail nicosgeorgiades@cytanet.com.cy

Cyprus International Institute for the
Environment and Public Health
5 Iron Street
1105 Nicosia
Chypre

George KAMIZOULIS

Senior Scientist

Tél/Tel. +30 210 72 73 105

Fax +30 210 72 53 196

E-mail gkamiz@unepmap.gr

WHO-MED POL
Vass. Konstantinou 48
11635 ATHENES
Grèce

Zoran KLARIĆ

Associate Professor

Tél/Tel. 385 1 377 32 22

Fax 385 1 377 48 60

E-mail zklaric@iztzg.hr

Institute for Tourism
Vrhovec 5
10000 Zagreb
Croatie

Alexandre MAGNANChef de projet "Changement climatique en
Méditerranée"

Tél/Tel. +33 (0)1 45 49 76 70

Fax +33 1 45 49 76 85

E-mail alexandre.magnan@iddri.org

Institut du Développement Durable et des
Relations Internationales (IDDRI) Sciences Po
27 rue Saint Guillaume
75337 PARIS cedex 07
France

Jean-Pierre MARTINETTI

Délégué Général

Tél/Tel. +33 04 92 3182 00

Fax jp.martinetti@cctd.eu

E-mail

Cité de la culture et du tourisme durable
Château Laval
Route de Valensole
048000 GREOUX LES BAINS
France

Alexandre NOEL

Chargé de Mission Développement Touristique

Tél/Tel. +33 (0)4 91 57 54 60

Fax +33 (0)4 91 57 54 47

E-mail anoel@regionpaca.fr

Conseil Régional PACA
Hôtel de Région
27 place Jules-Guesde
13480 MARSEILLE Cedex 20
France

Pedro ORTÚN

Directeur

Commission européenne
DG ENTR/I
100, rue Belliard
1049 BRUXELLES
Belgique

Tél/Tel. +32 2 2952084
Fax +32 2 2998008
E-mail pedro.ortun@ec.europa.eu

Atef OUERGHI

Chargé de programme

CAR/ASP Centre d'Activités Régionales pour
les Aires Spécialement Protégées
Bd du Leader Yasser Arafat
BP 337 La Chargaia
1080 TUNIS Cedex
Tunisie

Tél/Tel. +216 71 206 649/485
Fax +216 71 206 490
E-mail atef.ouerghi@rac-spa.org

Ferdane ÖZKAN THOMSON

DG Research and Training

Turkish Ministry of Culture and Tourism
Arastirma ve Egitim Genel Mid. Kat: 9
Ýsmet Ýnönü Bulvarý No: 5 EMEK
ANKARA 06100
Turquie

Tél/Tel. +90-312-2139663
Fax +90-312-2213320
E-mail ferdane_t@hotmail.com

Alessandra POMÉ

Head of Marine Unit

WWF Med PO
Via Po 25/c
Rome 00198
Italie

Tél/Tel. +39 06 844 97 443
Fax +39 06 841 38 66
E-mail apome@wwfmedpo.org

Adel RADY

Chairman/Managing Director

Marsa Alam For Tourist Development
3 Abbas El-Akkad Street
Nasr City
LE CAIRE
Egypte

Tél/Tel. +20 (2) 24 04 2734/5/6/7
Fax +20 (2) 404 2731
E-mail arady@emak-marsa.com.eg

Chedly RAIS

Consultant, Marine and Coastal Environment

BP 405
Menzah VIII
TUNIS 2037
Tunisie

Tél/Tel. +216 (71) 70 86 21
Fax
E-mail rais.c@planet.tn

Cesarino ROMANI
Conseiler en Environnement

Tél/Tel. +39 05 41 71 62 81
Fax +39 05 41 71 62 96
E-mail c.romani@provincia.rimini.it

Provincia di Rimini
Via Dario Campana, 64
47900 RIMINI
Italie

Alessio SATTA
Directeur Général

Tél/Tel. +39 (349) 53 41 328
Fax
E-mail alesatta@regione.sardegna.it

Agenzia Conservatoria delle Coste della
Sardegna
Via Roma 80
Italie
09123 Cagliari
Italie

Thierry SEBAGH
Professeur d'Economie

Tél/Tel. +33 (0)6 21 61 24 91
Fax
E-mail thierry.sebagh@univ-cezanne.fr

Faculté d'économie appliquée
3 avenue R. Schuman
13628 AIX EN PROVENCE
France

Miguel SEGUI LLINAS
Responsable de Recherche

Tél/Tel. +34 971 17 31 83
Fax +34 971 17 23 09
E-mail msegui@uib.es

Universitat de les Illes Balears (UIB)
Edifici Beatriu de Pinos
Carretera de Valldemossa km 7.5
Palma (Illes Balears) 07122
Espagne

Zeljka SKARICIC
Chargée de mission

Tél/Tel. +385 21 340 476
Fax +385 21 340 490
E-mail zeljka.skaricic@ppa.htnet.hr

PAP/RAC
Kraj sv. Ivana 11
21000 SPLIT
Croatie

Ahmed SMAOUI
Tourism/Development Consultant

Tél/Tel. +216 71 799 754
Fax +216 71 784 503
E-mail a.smaoui@gnet.tn

7, rue Kawakibi
Le Belvédère
TUNIS 1002
Tunisie

Ioannis SPILANIS

Assistant Professor

University of the Aegean
Department of the Environment,
University Hill
Ex-Xenia Building
MYTILINI 81100
Grèce

Tél/Tel. +30 (225) 10 36 229

Fax +30 (225) 10 36 290

E-mail ispil@aegean.gr

Campbell THOMSON

Conseiller technique, Division Services
et PME, agro-industrie
Banque européenne d'investissement
100, boulevard Konrad Adenauer
2410Luxembourg
Luxembourg

Tél/Tel. +352 43 79 88 544

Fax +352 43 79 68 827

E-mail thomson@pt.lu

Cevat TOSUN

Head of THM Division

School of Tourism & Hotel Management
Mustafa Kemal University
Numune Mah.
31200 ISKENDERUN-HATAY
Turquie

Tél/Tel. +90 326 618 49 30

Fax +90 326 618 49 32

E-mail cevattosun@hotmail.com

Natasha TRICK

Agencia Española de Cooperación
Internacional para el Desarrollo (AECID) /
Programa Azahar/ Azahar Programme
Espagne

Tél/Tel. +34 (915) 16 09 92

Fax

E-mail Natascha.Trick@aecid.es

Ivica TRUMBIC

Director

PAP/RAC
Kraj. sv. Ivana 11
SPLIT 21000
Croatie

Tél/Tel. +385 (21) 340 471

Fax +385 (21) 340 490

E-mail ivica.trumbic@ppa.htnet.hr

Ramazan COKÇEVİK

Attaché Culturel de Turquie en France
Le bureau de l'information et du tourisme de la
Turquie
France

Tél/Tel. +33 01 45 62 78 68

Fax +33 (01) 45 63 81 05

E-mail ccokcevik@kulturturc.gov.tr

Patrick VAN KLAVEREN
Ministre Conseiller, Délégué Permanent auprès
des Organismes Internationaux
Ministère d'Etat
ATHOS PALACE
2, rue de la Lujerneta
98000 MONACO
Monaco

Tél/Tel. +00 377 (98) 98 81 48
Fax +00 377 93 50 95 91
E-mail pvanklaveren@gouv.mc

Bénédicte VALLAT
Resp. Projets et Reporting DD

Club Méditerranée
11 rue de Cambrai
PARIS Cedex 1975957
France

Tél/Tel. +33 1 53 35 31 53
Fax +33 1 53 35 38 44
E-mail Benedicte.Vallat@clubmed.com

Gavrosh ZELA
Director

Albanian Ministry of Environmental, Forest
and Water Administration
Rr. Durrësit, 27 Tirana
Albanie

Tél/Tel. +355 (4) 224572
Fax +355 (4) 270 630
E-mail gzela@moe.gov.al

Henri-Luc THIBAUT
Directeur

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 38
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail hlthibault@planbleu.org

Pierre ICARD
Chef de l'Unité 1

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 86 19
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail picard@planbleu.org

Elisabeth COUDERT
Chargée de mission, tourisme

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 34
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail ecoudert@planbleu.org

Lucille CARREZ
Stagiaire

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 30
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail lcarrez@planbleu.org

Patrice MIRAN
Chargé de mission, changements globaux

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 40
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail pmiran@planbleu.org

Brigitte ULMANN
Responsable communication

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 51 65
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail pulmann@planbleu.org

Plan Bleu
15 rue L. Van Beethoven Sophia Antipolis
06560 VALBONNE
France

PARTIE 2

TOURISME ET DEVELOPPEMENT DURABLE EN MEDITERRANEE : CADRAGES REGIONAUX

TOURISME ET CHANGEMENT CLIMATIQUE EN MEDITERRANEE¹ : ENJEUX ET PERSPECTIVES

Raphaël Billé, Hubert Kieken, Alexandre Magnan

TABLE DES MATIERES

I. Introduction: une problématique duale	55
1. Quelques remarques préliminaires sur le tourisme	55
2. Le tourisme en Méditerranée	55
3. La Méditerranée, « point chaud » du changement climatique global	57
4. Tourisme et changement climatique : une problématique duale	58
II. Emissions de gaz à effet de serre du secteur touristique.....	62
1. Trois principales sources d'émissions.....	62
2. Des sources d'émissions distinctes mais liées	64
3. Panorama des efforts entrepris et des marges de manœuvre disponibles	66
4. Bilan	71
III. Adaptation au changement climatique	71
1. Définitions préalables : vulnérabilité et adaptation.....	71
2. Nature et importance relative des déterminants climatiques du tourisme	72
3. Impacts potentiels du changement climatique sur le tourisme méditerranéen : vulnérabilités et opportunités	75
4. Adaptation : enjeux, marges de manœuvre et premières expériences	78
IV. Conclusions et perspectives.....	80
1. Perspectives en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre	80
2. Recommandations générales et grands principes en matière d'adaptation	85
3. Conclusion générale.....	91
V. Bibliographie	92
VI. Liste des acronymes utilisés	94
VII. Annexes	95
1. Annexe 1	95
2. Annexe 2	97
VIII. Table of illustrations	100

¹ Précision : Les pays ou territoires méditerranéens concernés par ce rapport sont : Albanie, Algérie, Territoires palestiniens, Bosnie-Herzégovine, Chypre, Croatie, Egypte, Espagne, France, Grèce, Israël, Italie, Liban, Libye, Malte, Maroc, Monaco, Monténégro, Slovaquie, Syrie, Tunisie, Turquie.

I. INTRODUCTION: UNE PROBLÉMATIQUE DUALE

1. Quelques remarques préliminaires sur le tourisme

Les différentes définitions du tourisme, dont celle de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), soulignent entre autres que le tourisme constitue une activité volontaire : elle est donc très sensible à l'attractivité des différentes destinations possibles, elle-même liée à des facteurs plus ou moins subjectifs parmi lesquels les modes, la publicité, etc., jouent un rôle important (Perry, 2003). Il convient également de retenir de ces définitions que toute pratique touristique est intrinsèquement liée à un déplacement. Néanmoins, la relation du phénomène touristique à la mobilité est ambivalente : la mobilité est devenue, à tort ou à raison, une valeur fondamentale dans nos sociétés², associée à la découverte d'un « ailleurs » en partie fantasmé. Du même coup, le tourisme est devenu en partie un droit, voire un devoir. Et pourtant, il faut garder à l'esprit ce que toutes les enquêtes démontrent : le désir de voyager, à l'étranger notamment, n'est que marginalement motivé par l'intérêt pour d'autres cultures, en tous cas contemporaines.

Quoiqu'il en soit, le tourisme représente aujourd'hui un secteur économique majeur pour nombre de pays dans le monde, à la fois en tant que phénomène mondial (ouverture économique à des marchés parfois très éloignés) et en tant que secteur en pleine croissance : +6 % de croissance globale entre 2006 et 2007 selon l'OMT³, soit une augmentation des arrivées touristiques de 52 millions. Il est ainsi estimé que ce secteur contribue à près de 10 % du PIB mondial.

2. Le tourisme en Méditerranée

2.1 2000 ans d'histoire, moins d'un siècle de tourisme estival et balnéaire

L'histoire du tourisme méditerranéen remonte à l'Antiquité et a traversé les siècles comme un phénomène longtemps extrêmement élitiste. Il y a 2 000 ans, seuls les pauvres restaient à Rome en été, les plus riches se dirigeant, en touristes, vers des zones moins chaudes. Au 18^{ème} siècle, l'aristocratie et la grande bourgeoisie européenne prenaient leurs quartiers d'hiver sur la côte méditerranéenne, au climat jugé idéal. Le tourisme s'est donc exclusivement développé sur certains rivages bénéficiant d'hivers peu marqués, comme la Côte d'Azur et la Grèce péninsulaire (Lozato-Giotart, 1989). Ce n'est qu'au cours du 20^{ème} siècle que les perceptions, les normes sociales et l'organisation du travail ont permis une démocratisation progressive (et loin d'être achevée) de l'activité touristique, dans un contexte où bronzage et chaleur, après avoir été fuis pendant deux millénaires, devenaient des éléments incontournables de vacances réussies. Ce que les touristes considèrent comme un climat idyllique est passé de l'hiver à l'été, nonobstant les vagues de chaleur, inondations brutales, vents forts, etc., qui caractérisent aussi le climat méditerranéen estival (Perry, 2000).

Aujourd'hui, l'offre touristique en Méditerranée est incontestablement variée et originale, la région étant réputée non seulement pour son climat mais aussi pour ses traditions culinaires, sa culture riche et ancienne, ses paysages, sa mer, ses montagnes, ses déserts, ses villes, ses campagnes, ses villages, entre modernité et tradition. Pourtant, le segment dominant demeure plus que jamais le tourisme balnéaire « classique » associant les « trois S » : *sea, sun, sand*. Ainsi, « la mer et le climat sont des éléments essentiels du tourisme en Méditerranée (...). Aujourd'hui encore, des dizaines de millions de touristes, non plus l'hiver mais l'été, s'installent sur la bande côtière (...). L'indice spatial de fréquentation touristique décline très rapidement dès qu'on s'écarte des côtes vers l'intérieur (...). Presque partout, les régions intérieures semblent des déserts touristiques comparées aux régions côtières » (Lozato-Giotart, 1989). Ce constat dressé il y a presque vingt ans reste plus que jamais

2 Pour preuve, on trouve par exemple sur de nombreux curriculum vitae la liste des pays – lointains de préférence – visités, et certains candidats se décrivent comme « mobiles » pour séduire un employeur potentiel.

3 <http://www.unwto.org/index.php> ; voir notamment le « World Tourism Barometer ».

d'actualité puisque les flux touristiques de Méditerranée se concentrent encore aujourd'hui pour les trois quarts sur les côtes, cette proportion restant constante dans les projections établies par le Plan Bleu à l'horizon 2025 (Lanquar, 1995 ; PNUE-PAM-Plan Bleu, 2005). Pour cette raison et parce que le ski, par exemple, ne concerne qu'une minorité de régions méditerranéennes, le présent document sur les relations entre tourisme et changement climatique en Méditerranée tendra à concentrer son attention sur le développement littoral de cette activité.

2.2 Le tourisme méditerranéen aujourd'hui : éléments de conjoncture

Le tourisme, domestique ou international, est une activité majeure pour beaucoup des 22 pays ou territoires du pourtour méditerranéen. Ils accueillent plus de 30% du tourisme international, qui constitue leur première source de devises. Première région touristique mondiale, la Méditerranée doit beaucoup non seulement à son attractivité, mais aussi à sa proximité avec l'Europe qui demeure une des zones les plus riches de la planète et fournit aujourd'hui près de 90 % de ses visiteurs au bassin méditerranéen.

Secteur toujours prometteur, la croissance annuelle du tourisme oscille depuis le début de cette décennie entre 3 et 4%. On est passé d'un peu moins de 60 millions de visiteurs internationaux en 1970 à près de 150 millions en 1990 et autour de 250 millions en 2005. On s'attend à ce que les arrivées internationales avoisinent les 300 millions en 2008 (pour un chiffre d'affaire de 250 milliards d'Euros) et les 400 millions en 2025⁴. A ces chiffres concernant le tourisme international, il conviendrait d'ajouter le poids grandissant d'un tourisme domestique en plein essor. Globalement, la formule balnéaire joue un rôle capital dans quasiment tous les pays : selon le Plan Bleu (Benoît et Comeau, 2005), elle caractérisait 80 % de la fréquentation touristique méditerranéenne en 2000, chiffre qui devrait rester stable à l'horizon 2025. En Tunisie par exemple, plus de 95 % des capacités d'hébergement se trouvent dans une région littorale.

Par ailleurs, au sein même de la région méditerranéenne, les taux de croissance touristique sont contrastés. Ceux de la Tunisie et de la Grèce, par exemple, ont respectivement été entre 1990 et 2000 de 56 % et 34 %, alors que ceux de l'Egypte et la Turquie atteignaient 97 % et 78 % sur la même période. Aujourd'hui, on peut distinguer des zones touristiques dites « matures », qui ont déjà exploité leur potentiel et sont le plus souvent en croissance faible, d'autres qui sont en forte croissance, à peine émergentes ou encore qui ne sont pour l'heure que des « vides touristiques », au moins du point de vue des flux internationaux (cas des côtes algériennes, libyennes ou syriennes). Dans une conjoncture globalement favorable, on peut distinguer différentes tendances au niveau sous-régional :

- Le Nord (de l'Espagne à la Grèce, Malte et Chypre inclus) a connu une progression du nombre total de touristes (internationaux et domestiques) de 28% entre 1990 et 2000 (estimation de +52% entre 2000 et 2025 d'après le Plan Bleu).
- L'Est (de la Turquie aux Territoires Palestiniens) est la région la plus dynamique, avec des croissances touristiques très fortes (+81% entre 1990 et 2000, et 202% projetés entre 2000 et 2025).
- Le Sud (de l'Egypte au Maroc) fait état d'une croissance comparable à celle des pays du Nord sur la période 1990-2000 (+30%), tandis que les estimations à 2025 reflètent un dynamisme beaucoup plus marqué avec +157%.

2.3 Des caractéristiques structurelles fortes

Trois caractéristiques structurelles du tourisme méditerranéen méritent d'être soulignées ici, qui revêtent une grande importance dans le lien entre tourisme et changement climatique, comme nous le verrons par la suite.

D'abord, la fracture Nord-Sud est très prégnante dans ce secteur comme dans beaucoup d'autres. Avec un rapport de 1 à 5 en moyenne entre pays membres de l'Union Européenne

4 Voir les travaux du Plan Bleu (<http://www.planbleu.org/themes/tourisme.html>).

et pays non membres, on observe d'une part que les pays de l'UE dominent encore largement l'offre touristique, d'autre part que leurs populations demeurent les principales pourvoyeuses de touristes pour toutes les sous-régions du bassin méditerranéen. Le tourisme est donc une source majeure de transferts financiers entre le Nord et le Sud.

Ensuite, le secteur touristique méditerranéen est largement dominé par des petites et moyennes entreprises. En Europe par exemple, plus de 99% des entreprises du secteur emploient moins de 250 personnes. On a donc affaire à une activité très fragmentée, et basée essentiellement au niveau local. Elle fait vivre de nombreuses zones rurales, interagit avec beaucoup d'autres secteurs tels que les transports, la construction, l'énergie, etc., et est donc très liée au développement en général de la région où elle s'implante.

Enfin, les séjours de courte durée représentent le segment du marché touristique enregistrant la croissance la plus rapide. Dans le cas des Français par exemple, entre 1998 et 2005, le nombre de séjours touristiques de courte durée s'est accru de 47%, contre 31% pour l'ensemble des séjours touristiques. En 2005, dans un cas sur deux, la durée de séjour a été de seulement une à trois nuitées (Demunter, 2008).

2.4 Le tourisme méditerranéen entre littoralisation et dégradations environnementales

Comme nous l'avons signalé, le tourisme méditerranéen est principalement littoral. Or le littoral méditerranéen est soumis à des pressions aiguës et multiples qui induisent des évolutions environnementales extrêmement préoccupantes. Il est inutile ici d'entrer dans le détail de la description de ces enjeux, dont le Plan Bleu a fait un état des lieux complet et prospectif (Benoît et Comeau, 2005), mais on peut souligner l'importance particulière de la pression démographique et de l'urbanisation littorales. Les pays riverains du bassin méditerranéen regroupaient en 2000 un peu moins de 430 millions d'habitants (près de 90 millions supplémentaires prévus d'ici 2025), répartis à 45% sur la rive Nord, à 33% sur la rive Sud et à 22% dans l'Est. Dans ces deux derniers ensembles, les taux de croissance démographique attendus pour la période 2000-2025 s'avèrent respectivement 14 et 13 fois plus élevés que la moyenne des pays du Nord de la Méditerranée.

Si le tiers de la population des pays méditerranéens vit aujourd'hui sur les côtes, cette littoralisation se concentre dans les villes, qui regroupaient déjà 70% des habitants du littoral en 2000 (estimations à 76% en 2025). Le nombre de villes côtières dont la population dépasse les 10 000 habitants a ainsi presque doublé entre 1950 et 1995. La population de ces villes devrait passer de 26 à 90 millions entre 1950 et 2025.

Le tourisme joue à l'évidence un rôle crucial dans le développement intensif de nombreuses zones côtières. Il nécessite (et bénéficie de) la construction d'infrastructures importantes qui contraignent aujourd'hui grandement les écosystèmes côtiers : la majeure partie des côtes méditerranéennes ont une route à fort trafic à moins d'un kilomètre du rivage. Le tourisme participe donc de l'augmentation de la pression anthropique par sa double nature de stimulateur d'économie locale et de perturbateur des dynamiques humaines en place (Mathieson et Wall, 1982; UNESCO, 1999). Et les enjeux sont d'autant plus forts que cette activité tend à se concentrer sur un espace sur lequel s'exercent déjà des pressions considérables. Inversement pourtant, le tourisme est un des principaux bénéficiaires d'un environnement de qualité, d'écosystèmes en bonne santé et des services qu'ils fournissent.

3. La Méditerranée, « point chaud » du changement climatique global

Le changement climatique est désormais avéré, et le dernier rapport du GIEC montre que le pourtour de la Méditerranée en est un des « points chauds », pour des raisons à la fois physiques et humaines (IPCC, 2007).

Les modèles permettent ainsi d'envisager une hausse moyenne des températures de 1,8 à 4°C d'ici la fin du siècle, avec des vagues de chaleur plus nombreuses et plus intenses qui toucheraient par exemple Athènes ou la Toscane, avec plus de jours secs et au dessus de 40°C qui augmenteraient les risques de décès et d'incendies de forêts. En Méditerranée, la hausse devrait être plus importante à l'intérieur des terres que sur les côtes, en mer et sur

les îles (Giannakopoulos *et al*, 2005), et elle devrait être plus marquée en été qu'en hiver. Les projections annoncent également des précipitations annuelles en baisse de 10 à 40% à l'horizon 2100 sur l'Afrique du Nord, sachant qu'une diminution est déjà observée sur les dernières décennies à Chypre, en Espagne, en Grèce, en Israël, en Italie ou en Turquie avec cependant une augmentation des épisodes de fortes pluies. Les sécheresses devraient donc elles aussi être plus nombreuses et plus intenses (Karas, 2000), par exemple en Crète. Enfin, la hausse du niveau de la mer pourrait atteindre 18 à 59 cm d'ici la fin du 21^{ème} siècle selon le GIEC (IPCC, 2007). Plusieurs régions méditerranéennes seraient dès lors soumises à un risque important d'inondation et d'érosion, par exemple l'archipel des Kerkennah en Tunisie, Alexandrie et le delta du Nil en Egypte, Thessalonique en Grèce ou encore Venise en Italie. Conjuguées, ces manifestations du changement climatique concourent à exacerber des problèmes d'eau douce déjà aigus en Méditerranée : évaporation accrue, raréfaction de la ressource, salinisation des aquifères côtiers.

Quoi qu'il en soit, il importe de garder à l'esprit que ces tendances restent globales et indicatives. L'échelle de résolution des modèles reste à affiner, les incertitudes demeurent grandes et les hypothèses lourdes⁵. Les projections ont encore du mal à tenir compte des facteurs locaux (topographie, microclimats, modes d'anthropisation...) qui, à une échelle fine, pèseront parfois lourdement sur les variations des évolutions climatiques d'un lieu à un autre, même sur de très courtes distances.

Quoi qu'il en soit, les sociétés méditerranéennes s'avèrent fortement vulnérables à ces changements potentiels. Combiné à la « littoralisation » décrite ci-dessus, le changement climatique représente une menace dont on retiendra ici, à titre d'illustration, deux enjeux majeurs :

Il amplifie la pression sur des écosystèmes dont la capacité d'adaptation et/ou de résilience est déjà fragilisée par la pollution, la destruction des habitats et la surexploitation des ressources naturelles. Les forêts, plus petites et moins diverses, résistent ainsi moins bien aux incendies qui promettent pourtant de s'intensifier ;

La raréfaction de l'eau et la dégradation des sols devraient amener une baisse globale des rendements agricoles, en particulier dans les pays d'Afrique du Nord et au Proche Orient.

4. Tourisme et changement climatique : une problématique duale

La problématique « tourisme et changement climatique » fait l'objet d'un intérêt croissant. Si les premiers travaux scientifiques sur le sujet datent des années 1980 (voir par exemple McBoyle *et al*, 1986), les recherches s'intensifient dans les années 1990 puis encore davantage au début des années 2000. Elles permettent une prise de conscience progressive des enjeux et finalement leur prise en charge par un certain nombre de gouvernements, organisations internationales, ONG et entreprises privées⁶. L'Encadré 1, qui récapitule de façon non exhaustive les principaux événements internationaux entièrement ou partiellement consacrés à cette problématique en 2007, donne un aperçu de l'intensité des discussions actuelles sur le sujet.

5 James Hansen, l'un des climatologues américains les plus renommés au niveau mondial, et huit collègues, ont soumis en 2008 un article à la prestigieuse revue *Nature*, dans lequel ils présentent leurs travaux les plus récents. Ceux-ci indiqueraient qu'une stabilisation de la concentration en CO₂ dans l'atmosphère à 550 ppm (objectif européen) entraînerait une hausse de température moyenne de 6°C et une élévation du niveau de la mer de 75 mètres. Pour ce dernier paramètre, on peut donc aujourd'hui considérer que la fourchette des possibles va de quelques centimètres à plusieurs dizaines de mètres pour la fin du 21^{ème} siècle.

6 L'événement fondateur de la réflexion sur « tourisme et changement climatique » fut la conférence de Djerba organisée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) en 2003 (voir Annexe 2).

Encadré 1 Principaux événements internationaux entièrement ou partiellement consacrés à la problématique « tourisme et changement climatique » en 2007

12-14 février: Conférence internationale "Time to adapt - Climate change and the European water dimension", Berlin (Un atelier sur le tourisme).

13-14 mars : Meeting of the International task force on sustainable tourism, organisé par le PNUE et le gouvernement français, à l'UNESCO, Paris.

15 mars: E-Clat technical seminar "Policy dialogue on tourism, transport and climate change: stakeholders meet researchers", Paris.

19-22 mars: International conference on "Secure and sustainable living: social and economic benefits of weather, climate and water services", Organisation Météorologique Mondiale, Madrid (une session sur le tourisme).

30-31 mai: 12ème réunion de la Commission Méditerranéenne du Développement Durable⁷, Istanbul. Présentation et débat sur le sujet.

22 juin: Conference "A very visible truth. Climate change at the coast", Cardiff

11-14 septembre: 5th Coastal & Marine Tourism Congress, Auckland, New Zealand

19-22 septembre: 3rd International Workshop on Climate, tourism & recreation, Alexandroupolis, Greece.

7-8 septembre: CLITOP International Conference on « Climate change impacts on tourism », Lisbon, Portugal.

1-3 octobre: 2nd International conference on climate change and tourism, Organisation Mondiale du tourisme, Davos (cf. Annexe 3).

6-8 décembre: Energaïa, salon international des énergies renouvelables, Montpellier (une session sur les enjeux du changement climatique pour les pays méditerranéens, dont une sur « tourisme et changement climatique (émissions, impacts et adaptations) »).

Il est en tous cas désormais évident que le tourisme requiert une attention spécifique dans le cadre du changement climatique, dans la mesure où c'est l'un des secteurs d'activité à la fois très vulnérables et gros émetteurs de gaz à effet de serre (GES). Il s'inscrit de ce fait parfaitement dans le contexte de la Stratégie méditerranéenne de développement durable (SMDD, cf. PNUE/PAM, 2005) qui fixe pour objectifs « d'assurer une gestion durable de l'énergie, atténuer les effets du changement climatique et s'y adapter :

- contrôler, stabiliser ou réduire, selon les cas, les émissions de gaz à effets de serre ;
- Inscrire les mesures d'adaptation au changement climatique parmi les objectifs majeurs des plans nationaux de développement ».

Dans cette perspective, la problématique à traiter dans ce document est duale : elle comprend la question de l'impact du tourisme sur le changement climatique, qui renvoie aux enjeux de réduction des émissions de GES, et celle de l'impact du changement climatique sur le tourisme, qui renvoie, elle, aux enjeux de vulnérabilité et d'adaptation. Nous verrons cependant que ces deux aspects de la problématique « tourisme et changement climatique » sont en partie liés.

Les émissions de GES du tourisme sont en effet significatives. Ainsi, en 2000, la contribution historique de l'industrie du tourisme au forçage radiatif était de 4 à 10%. Par ailleurs, l'efficacité carbone de l'industrie du tourisme (contribution au PIB / émissions de GES) est inférieure de moitié à la moyenne de l'économie mondiale.

Parallèlement, le climat est un attribut fondamental d'une destination touristique. Il est un fort facteur de motivation et de satisfaction. Pourtant, la relation entre climat et tourisme est éminemment complexe : le « beau temps » dépend de la destination, du type d'activité

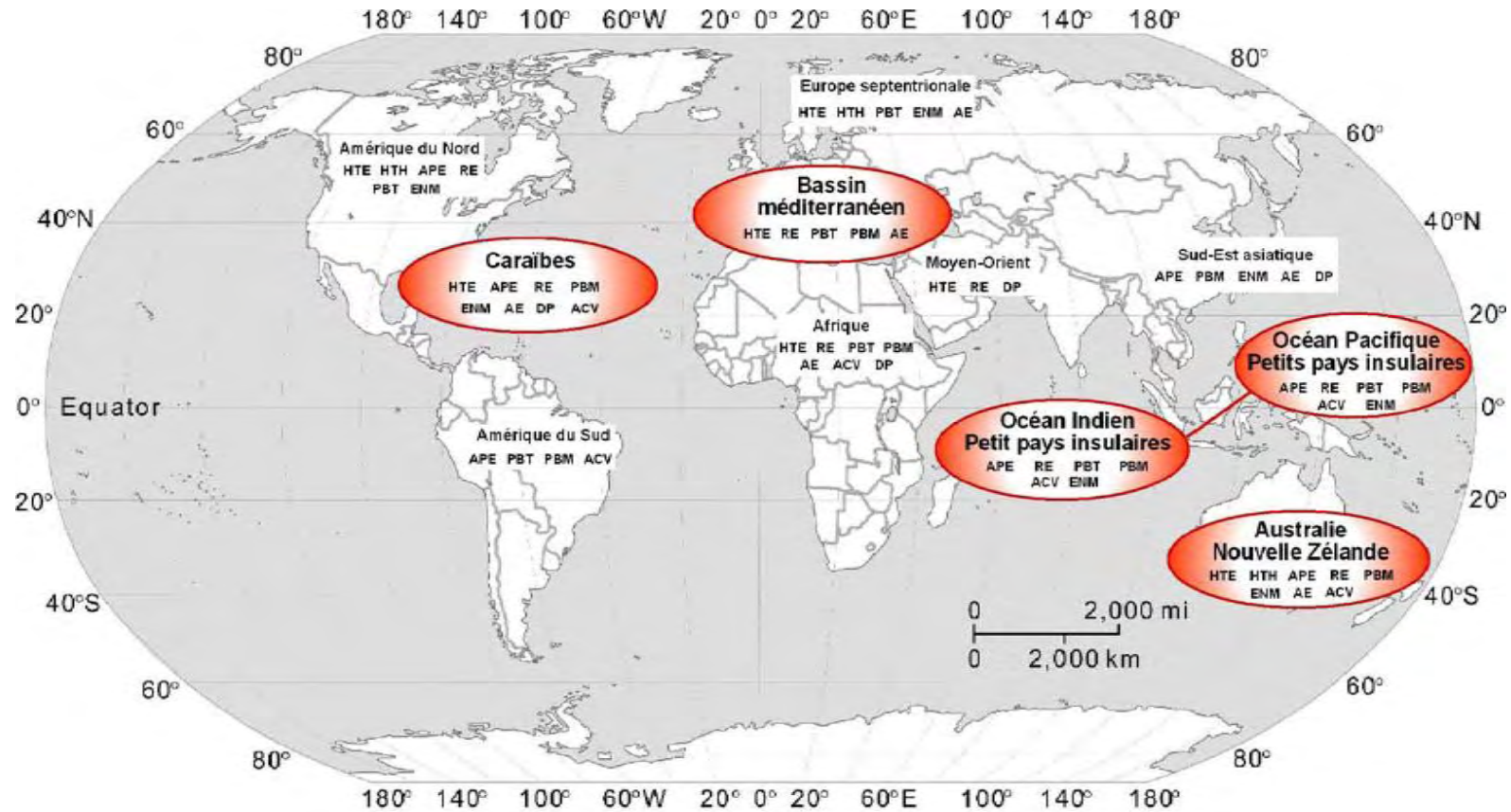
⁷ La CMDD a choisi « Tourisme et changement climatique » comme une de ses questions thématiques du programme de travail pour le cycle 2007-2008.

prévu, du touriste (âge, santé, etc.), de ses représentations, de sa culture, etc. On s'attend en tous cas à ce que les touristes modifient leurs pratiques actuelles en fonction des changements climatiques à venir, avec des conséquences variables selon les destinations. Il est probable que les modifications attendues des conditions climatiques se traduiront par des redistributions spatiales des flux touristiques et par de nouvelles saisonnalités. La Méditerranée ne sera bien entendu pas épargnée : Scott *et al.* (2007), dans leur rapport de référence, définissent des points chauds « tourisme et changement climatique » au niveau mondial (Figure 1). La Méditerranée Nord et Est en fait incontestablement partie⁸. L'élévation du niveau de la mer, qui devrait s'accélérer, renforcera les phénomènes associés (érosion côtière, submersion des plaines littorales, salinisation des nappes phréatiques... Cf. Nicholls et Hoozemans, 1996 ; Paskoff *et al.*, 2000), et les conditions climatiques affecteront les ressources en eau, en denrées alimentaires, les paysages, etc.

Il paraît donc crucial aujourd'hui non seulement de mener des travaux scientifiques sur cette relation changement climatique / tourisme, mais aussi de construire sur cette question des liens solides et utiles entre science et décision publique ou privée.

⁸ Le Sud de la Méditerranée passe ici à côté des critères définissant les « points chauds » en raison de la relative faiblesse du développement touristique qui le caractérise encore.

Figure 1 Répartition géographique des principaux effets du changement climatique sur les destinations touristiques (Scott et al., 2007)



HTE = hausse des températures estivales	PBT = perte de biodiversité terrestre	ACV = augmentation du coût des voyages due aux politiques d'atténuation
HTH = hausse des températures hivernales	PBM = perte de biodiversité marine	AE = augmentation des épidémies
APE = augmentation du nombre des phénomènes extrêmes	RE = raréfaction de l'eau	
ENM = élévation du niveau de la mer	DP = déstabilisation politique	

Zone exposée

II. EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU SECTEUR TOURISTIQUE

La majorité des changements climatiques observés au cours des cinquante dernières années sont imputables aux émissions de GES engendrées par les activités humaines (GIEC, 2007). Si la croissance de ces émissions se poursuivait au rythme actuel dans le futur, cela provoquerait des changements climatiques graves, se traduisant par un réchauffement moyen de la planète supérieur à 5°C. C'est la raison pour laquelle le GIEC a recommandé la mise en œuvre de politiques ambitieuses pour réduire les émissions de gaz à effet de serre mondiales de l'ordre de 50% à l'horizon 2050, afin de limiter le réchauffement planétaire aux alentours de +2°C. Parvenir à ce résultat nécessite des efforts de l'ensemble des pays du globe, mais différenciés selon leur niveau de développement. Schématiquement, à l'horizon 2050, l'objectif requiert une division par 3 ou 4 des émissions des pays les plus développés, une stabilisation des émissions des économies émergentes et l'amélioration de l'efficacité énergétique de la croissance dans les pays en développement. L'arrêt total de la déforestation est également nécessaire d'ici à 25 ans.

La contribution historique de l'industrie du tourisme au forçage radiatif était de 4 à 10% en 2000⁹. Si l'on compare les scénarios de développement du secteur touristique avec ceux utilisés par les climatologues, en 2050 la responsabilité du secteur pourrait atteindre 10 à 20% des émissions de GES dans le cas d'une augmentation faiblement régulée des émissions de gaz à effet de serre (futur non durable, correspondant à un réchauffement de +3°C à +5°C). Si l'on compare les scénarios touristiques avec les niveaux d'émissions nécessaires pour limiter le réchauffement à +2°C, la part du tourisme dans les émissions atteint de 50 à 100%. Un tel scénario serait clairement inacceptable. Les efforts et les progrès qui doivent être réalisés en matière d'effet de serre pour limiter le réchauffement à +2°C seront partagés par l'ensemble des secteurs économiques, y compris le tourisme. La forte croissance observée dans le secteur du tourisme ne pourra se poursuivre au même rythme et selon les mêmes modes pendant les 50 prochaines années. Des adaptations seront nécessaires pour rendre le secteur compatible avec la volonté internationale d'éviter des perturbations graves du climat¹⁰.

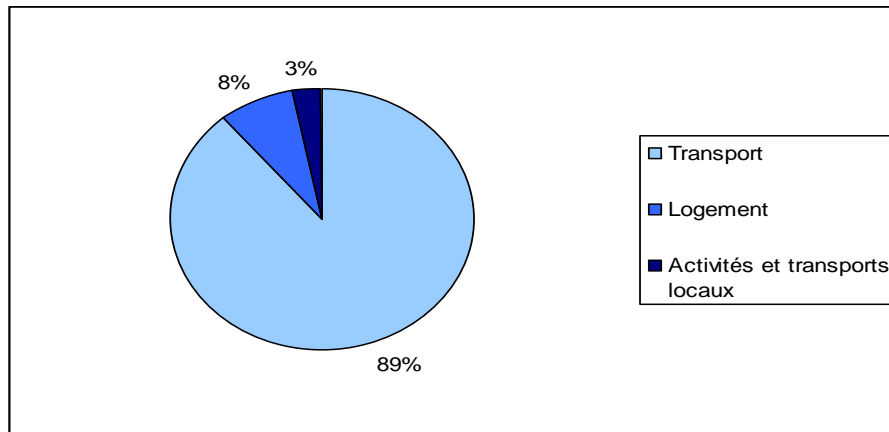
Pour préciser les enjeux du changement climatique pour l'industrie du tourisme, il apparaît donc intéressant d'analyser plus en détail les sources d'émissions de gaz à effet de serre dans le secteur, ainsi que les initiatives et marges de manœuvre pour rendre son développement compatible avec la problématique climatique.

1. Trois principales sources d'émissions

Si les émissions de gaz à effet de serre de l'industrie du tourisme sont significatives, elles sont également réparties de façon très inégale le long de la chaîne de valeur des produits touristiques. Les émissions des transports, notamment vers le lieu de destination, sont en moyenne très supérieures à celles liées à l'hébergement ou aux activités sur le lieu de séjour (cf. Figure 2).

9 D'après Peeters, 2007.

10 Objectif fondamental de la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques signée à Rio en 1992, et ratifiée par 192 pays, dont les USA.

Figure 2 Répartition des émissions de GES du tourisme (2002)

1.1 Transport vers le lieu de destination

Les émissions du secteur touristique sont très majoritairement dues aux transports utilisés pour rejoindre la destination touristique. Elles atteignent en moyenne 89% des émissions totales¹¹ du secteur. Le transport aérien constitue le mode de transport le plus préoccupant. D'une part les émissions de GES par touriste et par voyage sont plus élevées avec l'avion qu'avec d'autres modes de transport (cf. Tableau 1). D'autre part, les émissions réalisées par les avions à haute altitude (les « traînées ») ont un pouvoir de réchauffement plus élevé. La croissance spectaculaire du secteur¹² est donc problématique du point de vue du changement climatique.

Tableau 1 Facteurs d'émissions pour différents modes de transport

	ÉMISSIONS DE CO ₂ EQUIVALENTES ¹³ (KG CO ₂ EQ. / PASSAGER.KM)
Voiture (1 personne)	0,205
Voiture (3 personnes)	0,070
Train	0,060
Car (longue distance)	0,0687
Avion court courrier	0,304
Avion long courrier	0,190

Le transport aérien est d'ores et déjà responsable de 2,4 à 5,6 % de la contribution humaine au réchauffement climatique. Une étude récente de l'organisation mondiale du tourisme a montré que la part des émissions du transport aérien dans les émissions mondiales pourrait atteindre 52% en 2035 (Scott *et al.*, 2007), en tenant compte des améliorations de l'efficacité énergétique du transport aérien qui résulteront des progrès techniques réalisés par l'industrie aéronautique, et du remplacement des appareils les plus âgés par des avions modernes, plus économes en carburant.

Le problème spécifique du transport aérien ne doit pas occulter les enjeux liés aux autres modes de transport. Parmi eux, la voiture reste le plus utilisé pour les trajets touristiques nationaux bien que les distances parcourues soient significativement inférieures à celles réalisées en avion. Il existe néanmoins de grandes différences dans les modes de transports utilisés par les touristes selon les destinations du bassin méditerranéen. La part de touristes

11 D'après Peeters, 2007.

12 Le transport aérien progresse de 8% par an, de façon très inéquitable puisque seuls 1 à 2% de la population mondiale prennent l'avion occasionnellement. La consommation mondiale de carburant croît moins rapidement mais atteint néanmoins 3% par an et a augmenté de 4,3 % par an sur la période 1990-2003 en Europe (Céron et Dubois, 2008).

13 D'après DEFRA, 2008. Les données pour le train peuvent différer d'un pays à l'autre selon le mix énergétique utilisé pour produire l'électricité. Les données pour l'avion sont calculées en utilisant un facteur radiatif lié de 2 pour les émissions de haute altitude.

internationaux voyageant en voiture est notablement plus faible pour certains pays du Sud de la Méditerranée qu'au Nord.

Enfin, la croissance de la demande de transports ne peut-être imputée aux seules activités touristiques. Néanmoins, la part du tourisme dans le développement des transports est significative. En France par exemple, une étude récente a montré que les déplacements d'agrément et d'affaire représentent près d'un quart des émissions totales du secteur des transports, du fait de l'impact élevé du transport aérien dans les bilans d'émissions de gaz à effet de serre (D4E, 2008).

1.2 Hébergement

L'hébergement ne contribue en moyenne qu'à 8% des émissions relatives à un produit touristique. Les principaux postes de consommation d'énergie concernent le chauffage et la climatisation, la ventilation, l'éclairage, les réfrigérateurs, l'entretien des linges (draps et serviettes, travaux de blanchisserie) ainsi que les appareils électriques et électroniques mis à disposition des clients. Ces chiffres peuvent être sensiblement différents pour des destinations nécessitant un niveau élevé de chauffage ou de climatisation. Le réchauffement climatique qui risque d'accroître fortement les températures maximales sur le bassin méditerranéen pourrait faire évoluer ce diagnostic en augmentant sensiblement les consommations d'énergie dédiées à la climatisation.

Selon les pratiques des opérateurs touristiques, l'alimentation peut également être responsable d'importantes émissions indirectes de gaz à effet de serre, en particulier si les denrées alimentaires sont importées des pays d'origine des touristes. En Méditerranée, la production d'eau douce par dessalement de l'eau de mer, procédé fortement énergivore¹⁴, peut également être à l'origine d'importantes émissions indirectes.

1.3 Activités et transport sur le lieu de séjour

Les activités et transports sur le lieu de séjour ne sont en général responsables que d'une faible part des émissions de gaz à effet de serre imputables aux pratiques touristiques. Certaines activités fortement consommatrices d'énergie peuvent néanmoins présenter un profil sensiblement différent, telles que les activités de thalassothérapie et de balnéothérapie, ou les sports d'hiver qui consomment de grandes quantités d'énergie pour les remontées mécanique comme pour l'enneigement artificiel. En particulier lorsque l'eau est produite par dessalement, des activités fortement consommatrices d'eau telles que les golfs sont également responsables d'émissions de GES importantes.

2. Des sources d'émissions distinctes mais liées

La distinction entre transport, hébergement et activités à destination tend à focaliser l'attention sur les émissions de gaz à effet de serre des transports, notamment aérien. Il convient néanmoins de ne pas oublier les liens qui existent entre ces trois postes, notamment en termes de profils des touristes et des pratiques touristiques.

Il existe par exemple une corrélation entre distance, durée des séjours et qualité des hébergements utilisés (D4E, 2008). Des voyages longs sont rarement associés à des courts séjours. Les trajets moyens associés à des séjours longs (4 nuits ou plus) sont ainsi trois fois plus longs que pour des séjours courts (moins de 4 nuits). Au départ de la France, les longs séjours représentent ainsi 45% de la totalité des séjours mais plus de 80% des nuitées.

Les modes de transport utilisés dépendent également des distances parcourues, et sont contraints par l'offre de transport. Sauf circonstances particulières, l'avion n'est pertinent qu'au delà de quelques centaines de kilomètres et occupe des parts de marché importantes pour les trajets supérieurs à 1500 km. Le domaine de compétitivité du train dépend très largement des infrastructures en place. Toutes les opérations de modernisation des lignes ferroviaires ou de développement de lignes de train à grande vitesse menées au cours des 25 dernières années ont abouti à des reports modaux massifs en faveur du train, l'avion

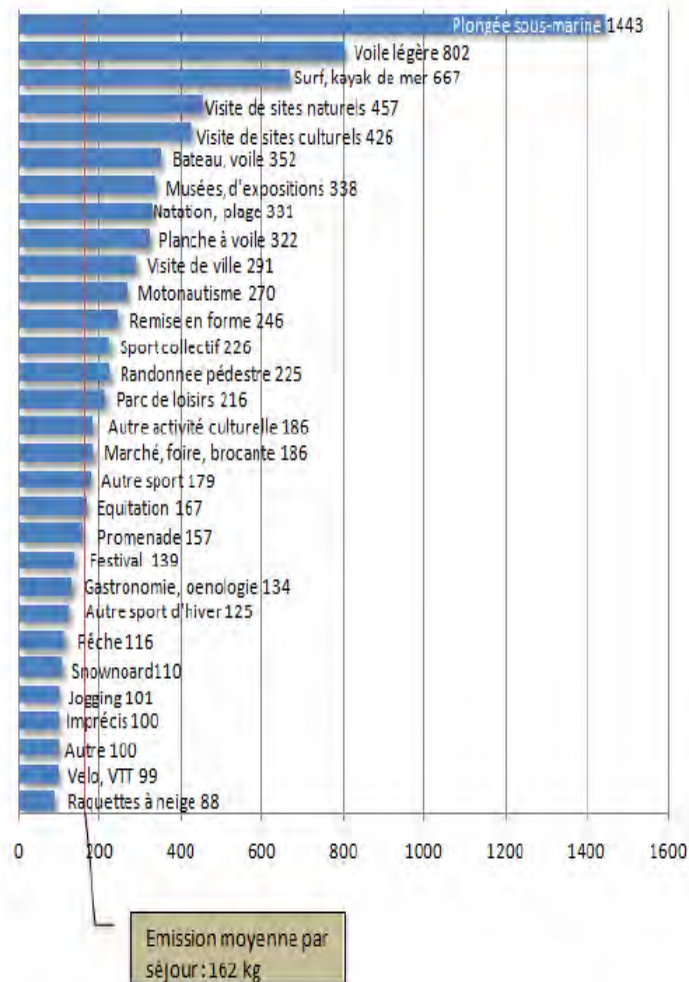
¹⁴ Les besoins en énergie sont estimés de 2,5KWh à 4,5KWh par m3 d'eau produit, selon le périmètre d'analyse choisi.

n'apparaissant plus compétitif sur des trajets ferroviaires assurés en 3 heures ou moins. Par exemple, suite à l'ouverture de la liaison grande vitesse entre Paris et Marseille, le trafic aérien a perdu près de 500 000 voyageurs entre les années 2001 et 2007, soit 36% (DGAC, 2007).

De la même façon, il existe des liens forts entre les modes de transport et la nature des hébergements touristiques utilisés. A l'échelle de la Méditerranée, les pratiques touristiques les plus émettrices de gaz à effet de serre sont notamment associées aux hébergements marchands les plus confortables. Les touristes séjournant dans des hôtels haut de gamme ou dans des clubs de vacances sont ceux dont le déplacement est le plus producteur de GES. A l'inverse, les séjours « familiaux » (touristes qui résident dans leur résidence secondaire, leurs familles, ou chez leurs amis) sont associés à des déplacements plus économes en carbone et constituent globalement des pratiques touristiques faiblement émettrices de gaz à effet de serre. Ainsi, bien qu'ils soient beaucoup moins fréquents que les séjours « familiaux », les séjours internationaux lointains sont responsables de la majorité des émissions de gaz à effet de serre du secteur tourisme.

Différentes études ont également mis en évidence des profils d'émissions de gaz à effet de serre très contrastés selon les activités. Ainsi, certaines activités touristiques telles que la plongée sous-marine sont associées à des trajets plus émetteurs de gaz à effet de serre que d'autres (vélo, pêche, festival culturels, etc. cf. Figure 3).

Figure 3 Classement des activités à destination en fonction de l'intensité en gaz à effet de serre des transports utilisés (source : D4E, 2008)



Ces corrélations rejoignent d'autres études qui montrent que l'intensité carbone des activités touristiques croit avec les niveaux de revenus et les catégories socioprofessionnelles. Les retraités constituent également une catégorie de consommateurs dont les pratiques touristiques sont fortement émettrices de CO₂.

Dans le futur, plusieurs tendances sont susceptibles de modifier ce panorama. D'une part le vieillissement démographique de l'Europe se traduira par une proportion grandissante de retraités, donc de potentiels consommateurs de tourisme fortement émetteur de CO₂. En Méditerranée, cette tendance devra être mise en perspective avec les conséquences du changement climatique qui risquent de se traduire par des étés significativement plus chauds, qui pourraient rendre moins attractif le bassin méditerranéen pour les personnes les plus âgées.

Ces dernières années, l'émergence des compagnies aériennes à bas coûts a significativement modifié les pratiques touristiques et le profil des voyageurs sur les vols de court et moyen courriers. Le développement de ces nouveaux acteurs va se poursuivre et contribuer à la réorganisation du transport aérien dont les contours à l'horizon 2020 restent très ouverts.

3. Panorama des efforts entrepris et des marges de manœuvre disponibles

Deux approches peuvent être envisagées pour appréhender les marges de manœuvre qui devront être mobilisées pour que le développement du secteur tourisme soit compatible avec l'enjeu climatique. D'un côté, la segmentation des émissions de gaz à effet de serre autour des transports, de l'hébergement et des activités permet d'identifier des mesures techniques ou de gestion appropriées à chacun des compartiments de l'offre touristique. Ce seront par exemple l'amélioration de l'efficacité des moteurs pour les transports, la meilleure régulation des températures dans les hébergements, où le développement d'une offre de transports « doux » à destination.

Mais les liens mis en évidence plus haut entre ces différents compartiments imposent également de considérer les pratiques touristiques dans leur ensemble. On peut notamment s'intéresser aux modifications globales des pratiques et des demandes touristiques qui seraient cohérentes avec la nécessité de réduire les émissions de gaz à effet de serre. Cette approche globale est complémentaire des mesures techniques sectorielles, mais tout aussi nécessaire. Ainsi une étude sur la fréquentation touristique de la ville d'Amsterdam – mais généralisable pour l'essentiel de ses résultats aux destinations méditerranéennes – a montré que selon la nationalité d'origine des visiteurs, l'éco-efficacité¹⁵ de l'activité touristique variait d'un facteur de 1 à 35 (Simpson, 2008). Pour les visites les moins éco-efficaces (Néo-zélandais et Australiens), le ratio atteint 3,2 kg de CO₂ par € de dépenses. En se fondant sur un prix du CO₂ de 30€ / t CO₂¹⁶, la valorisation des émissions de gaz à effet de serre liées à un voyage atteint près de 10% de son coût, ce qui est considérable.

Ces deux approches (globales, et séries de mesures sectorielles) partagent toutefois certains principes communs. En particulier, le développement d'un secteur tourisme compatible avec le défi climatique impose de mobiliser quatre types de marges de manœuvre :

- Le premier niveau d'action consiste à éliminer les émissions de gaz à effet de serre qui ne sont pas nécessaires
- Le second niveau d'action est basé sur l'amélioration de l'efficacité en matière d'effet de serre des produits ou des services fournis, via le plus souvent l'amélioration de l'efficacité énergétique
- Le troisième niveau d'action vise à remplacer les consommations d'énergie fossile par des énergies renouvelables
- Enfin, La quatrième étape consiste à faire évoluer les pratiques touristiques en faveur de celles dont l'empreinte climatique¹⁷ est la plus faible

15 L'éco-efficacité touristique a ici été mesurée en Euros de revenus touristiques générés par kg de CO₂ émis.

16 Ordre de grandeur du prix attendu pour la troisième phase du marché de quotas de CO₂ européen.

17 La notion d'empreinte climatique correspond aux émissions de gaz à effet de serre du voyage pondérées par les facteurs d'impact spécifiques liés aux émissions à haute altitude de l'aviation.

Les trois premières étapes reposent principalement – mais pas uniquement – sur l’offre de produits et de services touristiques. Au contraire, la quatrième étape vise plus directement à influencer les demandes et les pratiques des touristes.

En complément de ces trois étapes, les consommateurs et les opérateurs touristiques peuvent potentiellement recourir à la compensation carbone pour la part de leurs émissions qu’ils ne sont pas parvenus à réduire. Du strict point de vue climatique¹⁸, les mécanismes volontaires de compensation ne peuvent être conçus que comme des mécanismes temporaires visant à palier le fait qu’une part significative des activités touristiques n’est pas couverte par les politiques climatiques nationales et internationales¹⁹. Les mécanismes de compensation doivent être soutenus pour le tourisme méditerranéen, mais en apportant des garanties sérieuses aux consommateurs sur la réalité des réductions mises en œuvre, à l’image des initiatives développées en 2008 par la France²⁰ ou le Royaume Uni²¹. Les mécanismes de compensation ne peuvent toutefois pas être érigés en modèle pour un développement durable de la filière tourisme en Méditerranée, car ils tendent à exonérer de leurs responsabilités les acteurs de la filière (touristes compris), et différer les nécessaires changements de pratiques.

3.1 Initiatives et marges de manœuvre du côté des offres et des infrastructures touristiques

Il existe de nombreuses initiatives qui visent à diffuser les meilleures pratiques et identifier les mesures susceptibles de réduire l’empreinte climatique du secteur touristique, telles que les travaux du Programme des Nations unies pour l’environnement sur le « Tourisme durable », les actions de l’Organisation mondiale du tourisme autour de la Déclaration de Djerba (2003, cf. Annexe 1) et de la Conférence de Davos (2007, cf. Annexe 2), ou les initiatives volontaires des acteurs de la filière. Ces activités concernent l’ensemble des métiers du tourisme : tours opérateurs²², hôteliers²³, etc. En Europe, le secteur du tourisme est également soumis à diverses Directives relevant des politiques climatique et touristique européennes.

Néanmoins, en pratique, de nombreux progrès restent à faire dans le bassin méditerranéen. Ainsi, malgré un potentiel important (notamment solaire), les énergies renouvelables sont largement sous-exploitées, que ce soit pour la production d’électricité ou pour les usages domestiques et tertiaires. La part des énergies renouvelables n’était que de 3% en 2000 à l’échelle de la Méditerranée.

La mise en œuvre de ce type de mesures dépend non seulement des opérateurs touristiques, mais également des autorités locales et, dans un certain nombre de cas, des consommateurs (pour la gestion des serviettes de toilette par exemple). Lorsqu’elles sont réalisées dans des pays qui n’ont pas d’engagements de réduction des émissions de gaz à effet de serre au titre du Protocole de Kyoto, certaines de ces actions peuvent faire l’objet d’un projet du mécanisme de développement propre, qui fournit des financements complémentaires issus de la valorisation des émissions de CO₂ évitées sur le marché carbone mondial.

La mise en œuvre de ces actions peut également devenir un enjeu dans les relations entre les acteurs de la filière touristique. En particulier, la stratégie actuelle de certains groupes hôteliers les conduit à ne plus être propriétaires des hôtels qu’ils exploitent. La responsabilité en matière de rénovation énergétique devient alors un enjeu contractuel essentiel.

18 Sans tenir compte de la dimension sociale d’une partie des projets financés par les mécanismes de compensation carbone.

19 Par nature, les mécanismes de compensation volontaires reposent sur la mise en œuvre de réductions d’émissions dans des pays ou des secteurs non soumis à des objectifs contraignants en matière d’effet de serre – projets dont le caractère « additionnel » est crédité au profit de son financeur, et utilisé ensuite pour « compenser » des émissions réalisées en d’autres endroits. Or l’ampleur du défi climatique est telle qu’il n’est pas envisageable que des secteurs économiques ou des pays soient durablement non soumis aux objectifs climatiques internationaux.

20 Charte de la compensation, ADEME. <http://www.compensationco2.fr>

21 Label de la compensation, DEFRA : www.defra.gov.uk/environment/climatechange/uk/carbonoffset/

22 Initiative des tours opérateurs pour un développement durable du tourisme: www.toinitiative.org

23 Initiative telles que le partenariat International Tourism Partnership: www.tourismpartnership.org

Grâce à l'ensemble de ces initiatives, les marges de manœuvre du côté des infrastructures touristiques sont connues et identifiées. En revanche, les réalisations concrètes dans le bassin méditerranéen²⁴ restent trop peu nombreuses, de faible ampleur, souvent isolées, et ne permettent pas une prise en charge effective du problème climatique dans un contexte de fort développement du secteur touristique. La structure même du secteur dans la région, qui comporte de nombreuses petites et moyennes entreprises, ne facilite pas *a priori* la diffusion des meilleures pratiques à grande échelle.

Au-delà des catalogues de mesures, il est pourtant intéressant de noter que nombre de ces actions potentielles ont des bénéfices qui dépassent la seule question climatique. De nombreuses mesures d'amélioration de l'efficacité énergétique sont, par exemple, rentables lorsqu'elles sont diffusées à grande échelle. L'amélioration de l'efficacité énergétique et la substitution des énergies fossiles par des énergies renouvelables permet de réduire les importations d'énergie. L'augmentation de la sécurité énergétique est devenue un enjeu clef de développement des pays Méditerranéens qui ne produisent pas d'hydrocarbures, le taux de dépendance énergétique des pays du Sud et de l'Est du bassin étant passé de 50% dans les années 80 à plus de 70% aujourd'hui. En milieu urbain, la substitution de combustibles fossiles par des énergies renouvelables procure des bénéfices importants en termes d'amélioration de la qualité de l'air et de réduction des pollutions locales. Enfin, le développement d'une offre de transport collectif procure des bénéfices en termes de pollution, de décongestion du réseau routier, mais les bénéfices sont également sociaux en offrant de nouvelles formes de mobilité.

A titre d'exemple, le gouvernement tunisien a signé en janvier 2008 un protocole avec l'industrie touristique dans le cadre de la Conférence Nationale pour la Maîtrise de l'énergie. Cette initiative fournira des bénéfices en matière d'émissions de gaz à effet de serre. Toutefois, la motivation de cette démarche n'était pas climatique, mais purement énergétique. Ces motivations annexes fournissent une piste intéressante pour améliorer la réponse des infrastructures touristiques à l'enjeu climatique. D'autant que les tarifs subventionnés de l'énergie dans nombre de pays méditerranéens n'incitent ni à l'efficacité énergétique, ni au développement des énergies renouvelables. Cette concordance entre des priorités de développement et l'enjeu climatique rejoint par ailleurs les négociations sur l'inclusion de politiques et mesures en faveur du développement durable dans les instruments de l'accord climatique international qui doit remplacer ou prolonger le Protocole de Kyoto en 2012²⁵.

La situation est plus complexe concernant le transport aérien. Les émissions de gaz à effet de serre des transports internationaux aériens et maritimes ne sont pas couvertes par le Protocole de Kyoto. Par ailleurs, les Conventions internationales qui régissent le transport aérien laissent peu de marges de manœuvre aux États qui désirent réguler les vols internationaux au départ de leur pays. L'Union Européenne a néanmoins choisi d'inclure le secteur aérien dans le marché de quotas de CO₂ européen, tout en étant consciente des risques de contentieux associés à sa démarche.

Enfin, un aller retour en avion entre la région méditerranéenne et les États-Unis en classe économique correspond à des émissions équivalentes à 2,5 tonnes de CO₂. Ce chiffre est à comparer avec les émissions maximales de 1,8 tonne de CO₂ par habitant et par an que le GIEC recommande d'atteindre en 2050 pour prévenir des changements climatiques graves. Pour y parvenir, les scénarios donnent comme objectif intermédiaire de contenir les émissions mondiales à un niveau de 3,5 tonnes de CO₂ / hab. / an d'ici à 2020. S'il existe des potentiels d'amélioration de l'efficacité carbone du secteur dans les prochaines décennies (progrès sur les moteurs, remplacement des avions les plus vieux et inefficaces, évolutions des règles de régulation du trafic aérien, etc.), les émissions produites par un trajet transatlantique resteront proches de la moyenne des émissions annuelles d'un habitant

24 Comme par exemple les opérations pilotes réalisées dans le cadre du programme AESTBM (Applications de l'Énergie Solaire Thermique dans le Bassin Méditerranéen) qui incluent l'installation de 625 m² de panneaux solaires à l'hôtel Phenicia de Hammamet (Tunisie) ou 92 m² de panneaux solaire au Crowne Plaza Hotel d'Amman (Jordanie).

25 Proposition dites des SD-PAMs, portée notamment par l'Afrique du Sud.

de la terre. De plus, les rythmes propres aux processus de R&D et d'industrialisation de l'industrie aéronautique ne permettent pas d'envisager de ruptures technologiques avant plusieurs décennies.

Certaines compagnies aériennes ont présenté les biocarburants comme « la solution » à même de rendre l'aviation compatible avec les exigences climatiques. En pratique, et au-delà des débats actuels sur les biocarburants (compétition avec les productions alimentaires, rendement énergétique faible ou négatif...) cette « solution » n'en est pas une. D'ici à 2030, la quantité de biocarburants susceptible d'être produite à l'échelle mondiale restera une faible fraction de la consommation d'hydrocarbures fossiles. L'avion « neutre en carbone » qui volerait avec 100% de biocarburant est donc une illusion. Les ressources en biocarburant étant limitées, il n'y a aucune raison pour que ces bénéfices en termes de CO₂ soient accaparés par un unique secteur.

Dans les prochaines décennies, malgré le fort développement du secteur, l'avion restera donc un moyen de transport très inégalitaire²⁶ notamment en matière de longs courriers. Cette situation ne peut-être soutenable sans modifications des pratiques touristiques globales.

3.2 Marges de manœuvre en termes de pratiques et demandes touristiques

Il ne s'agit pas ici de considérer une réduction de la demande touristique globale, mais plutôt de réfléchir aux évolutions possibles dans les modalités de consommation touristique, susceptibles d'aboutir à une réduction des émissions de gaz à effet de serre à consommation touristique similaire. Néanmoins, il paraît difficile de parvenir à cet objectif sans une réduction du nombre de kilomètres parcourus : les bénéfices en termes d'émissions de GES issus des progrès techniques étant plus que compensés par la forte croissance de la demande de tourisme.

Quatre évolutions potentielles des pratiques touristiques allant dans ce sens ont été identifiées : la re-régionalisation des destinations ; des séjours plus longs mais moins fréquents ; la réduction du nombre de collaborateurs réalisant un même déplacement professionnel et la substitution partielle par les web-conférences.

La re-régionalisation des destinations touristiques semble la réponse la plus simple pour satisfaire la demande de consommation touristique tout en réduisant les distances parcourues. Ce type d'évolutions des pratiques touristiques a été observé lors de crises qui ont affecté les voyages internationaux (1^{ère} guerre du Golfe, 11 septembre, SRAS, etc.). En première approche, le principe de régionalisation semble favorable aux destinations du bassin méditerranéen qui se situent à « courtes » ou « moyennes » distances pour les touristes de l'Union Européenne, l'une des premières puissances économiques au monde. Les conséquences macro-économiques réelles d'une telle évolution sont néanmoins complexes à évaluer. Les professionnels du secteur constatent généralement qu'une baisse des dépenses de transport se traduit par une hausse des dépenses réalisées à destination (et réciproquement). La régionalisation des destinations devrait donc être favorable aux destinations méditerranéennes qui bénéficieraient de dépenses touristiques plus élevées. Néanmoins, de telles modifications des pratiques touristiques ne se produiront pas sans une hausse conséquente du coût des transports, facteur de retrait des dépenses touristiques.

Si le bilan à l'échelle du bassin est difficile à évaluer, les conséquences pour chacun des pays sont encore plus complexe à déterminer *a priori*. On peut néanmoins suggérer que les destinations de tourisme de masse, reposant notamment sur le modèle balnéaire, et offrant des prestations d'hébergement à coût modéré tout en dépendant de trajets en avion²⁷ risquent d'être les plus affectées par un potentiel mécanisme de re-régionalisation. Cela

²⁶ Aujourd'hui, en Europe, 5% de la population contribuent par leurs déplacements à près de la moitié des émissions dues aux déplacements touristiques (voir par exemple D4E, 2008).

²⁷ C'est à dire les destinations pour lesquelles la part des dépenses de transport est actuellement la plus élevée dans le budget des séjours touristiques.

pourrait affecter le rattrapage actuellement observé par le secteur touristique au Sud et à l'Est du bassin par rapport aux destinations matures de la côte Nord.

L'évolution de l'organisation du transport aérien sera un élément déterminant pour de telles transformations des pratiques. Contrairement à certaines idées reçues, le développement des liaisons aériennes intra-méditerranéennes ou entre le bassin méditerranéen et les territoires qui l'entourent ne se traduira pas nécessairement par un impact négatif pour le changement climatique. Ce pourrait être au contraire une opportunité de réduire l'impact global du tourisme sur le climat en favorisant la re-régionalisation des séjours des touristes européens ou du Moyen Orient, au détriment de destinations plus lointaines.

En matière de déplacements professionnels, si les technologies de l'information ne remplaceront jamais complètement une rencontre en tête à tête, des évolutions sont à prévoir au cours de la prochaine décennie. La généralisation des systèmes de web-conférence sur les ordinateurs individuels devrait contribuer à banaliser cette pratique. A terme, on peut envisager une réduction du nombre de rencontres physiques nécessaires au suivi ou à la réalisation d'un projet; ainsi qu'une diminution du nombre de collaborateurs qui réalisent un même déplacement professionnel. En complément de la tendance visant à disséminer la web-conférence sur tous les ordinateurs individuels, les infrastructures de vidéoconférence se perfectionnent pour offrir des salles de réunions virtuelles dans lesquelles chaque interlocuteur distant est présent sur un écran à taille réelle. Malgré les arguments « climatiques » présentés par les promoteurs de ces technologies²⁸, il reste de nombreuses questions sur le rôle qu'elles joueront à l'avenir. En particulier, les enjeux du remplacement des voyages professionnels par des visioconférences ne sont pas que techniques. Un obstacle important est notamment lié aux représentations sociales et avantages connexes associés au statut de « globe-trotter » (traitement privilégié des voyageurs fréquents par les compagnies aériennes; primes et vols gratuits; valorisation sociale du grand voyageur...).

Il faut par ailleurs noter que le tourisme d'affaires apparaît aujourd'hui comme une voie de diversification de l'offre touristique, en premier lieu pour des raisons économiques, mais également dans une perspective d'adaptation aux évolutions climatiques de destinations dont l'attractivité est basée sur des attributs naturels menacés par les changements climatiques. Ce cas illustre le fait que les réponses envisagées pour l'adaptation aux changements climatiques peuvent parfois être contradictoires avec les enjeux de réduction des émissions de gaz à effet de serre. C'est également le cas pour le développement de la désalinisation de l'eau de mer dans des bassins versants méditerranéen dont la sécheresse est accrue par le changement climatique.

Enfin, la perspective d'un allongement des durées de séjours peut sembler à première vue irréaliste. Elle correspond pourtant à des pratiques d'ores et déjà observées avec des retraités européens qui « hivernent » sur la Costa Blanca ou à Chypre. Ce type de modes de vie pourrait être amené à se développer au vue des perspectives démographiques de vieillissement de la population en Europe. Pour les autres catégories de la population, l'allongement de la durée des séjours semble plus problématique et pourrait être facilité par des évolutions dans les règles de gestion des congés payés par exemple (qui pourraient être cumulés sur plusieurs années), ou par le couplage plus fréquent de séjours loisirs et professionnels. Ce dernier point pourrait être facilité par des incitations des employeurs, ou par une réorientation des programmes de fidélisation des compagnies aériennes (avec notamment des « primes » moins généreuses en termes de billets d'avion gratuits).

Quels que soient les ajustements envisagés, des mécanismes incitatifs ou contraignants seront nécessaires pour que les changements de pratiques touristiques s'opèrent à grande échelle. A moyen terme, les touristes devront certainement payer le coût des émissions de gaz à effet de serre de leurs séjours. C'est la démarche initiée par l'Union Européenne avec l'inclusion progressive des compagnies aériennes dans le marché de carbone européen. S'il est nécessaire et incontournable, l'effet prix ne sera pas suffisant pour changer les pratiques

28 Voir par exemple : http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/corp_031908.html

et les représentations touristiques. Les pratiques évolueront d'abord grâce à des offres touristiques alternatives et attrayantes. Des innovations seront donc probablement nécessaires pour développer et proposer de nouveaux produits et services touristiques. Mais d'autres formes d'actions seront également utiles pour accompagner les transitions, y compris dans les représentations sociales et les valeurs associées au « globe-trotter ».

4. Bilan

En matière de lutte contre le changement climatique, le secteur touristique n'est pas très avancé comparé à nombre d'autres secteurs économiques. Si un certain nombre de projets pilotes en matière d'efficacité énergétique et d'énergie renouvelable ont été réalisés, il n'y a pas encore d'actions à l'échelle de l'enjeu climatique dans le secteur, la structure-même du secteur ne facilitant pas la tâche.

Si un changement d'échelle est nécessaire pour les actions concernant les infrastructures touristiques, le cas du transport aérien est, lui, plus épineux ; d'autant plus que les autorités publiques comme les acteurs privés ne veulent pas – à ce stade – envisager d'autres alternatives qu'une croissance forte de l'activité touristique. Le défi climatique ne pourra être relevé sans une modification profonde des pratiques touristiques, les seules innovations technologiques ne pouvant faire face à la poursuite des tendances actuelles de consommation touristique. Ces transformations du fait touristique devraient globalement conduire à réduire le nombre de kilomètres parcourus pour satisfaire la demande touristique, soit en rapprochant les lieux de séjour, soit en maximisant la durée des séjours pour des trajets lointains.

III. ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Aux côtés de la problématique de la réduction des émissions de gaz à effet de serre, qui a longtemps eu tendance à dominer les débats, s'impose celle de l'adaptation des sociétés et territoires méditerranéens aux effets désormais en partie inéluctables du changement climatique. La réorganisation tant spatiale que temporelle des flux touristiques et des pratiques associées dans le bassin méditerranéen, mais aussi dans les pays émetteurs (majoritairement européens) s'avère aujourd'hui être l'une des clés de lecture indispensables pour envisager le futur touristique en Méditerranée. Que peut-on dire des saisonnalités futures du tourisme, des destinations qui émergeront ou déclinèrent ? Le changement climatique affectera-t-il le chiffre d'affaire global du tourisme en Méditerranée, ou seulement sa répartition (« la quantité d'argent dépensé ou bien l'endroit où il est dépensé », pour reprendre les termes de Berrittella *et al.*, 2006) ? Quels processus, publics et privés, sont susceptibles de favoriser ou au contraire de contraindre les décisions qui permettront de limiter les impacts du changement climatique et/ou d'en tirer profit ? Comment des risques « naturels » accrus viennent-ils remodeler les perspectives de développement touristique ? La section qui suit tente d'apporter succinctement des pistes de réflexion sur ces questions, sans que les réponses définitives et universelles ne soient à l'ordre du jour.

1. Définitions préalables : vulnérabilité et adaptation

Avant d'aller plus loin dans la question des stratégies d'adaptation, il convient de faire un point rapide sur ce que recouvre le concept d'adaptation. Pour ce faire, il est nécessaire d'introduire un autre concept, celui de vulnérabilité, régulièrement employé dans le champ du développement touristique quand l'adaptation demeure essentiellement cantonnée aux réflexions sur le changement climatique. Pourtant, les liens sont étroits entre vulnérabilité et adaptation.

C'est essentiellement au cours des décennies 1970/1980 qu'a émergé sur la scène scientifique internationale la notion de vulnérabilité (Reghezza, 2006). Celle-ci est née de l'évolution d'un regard physique (« l'aléa détermine le dommage ») et écologique à une approche aujourd'hui systémique et dynamique (Füssel et Klein, 2006) qui, intégrant les systèmes humains, mêle les caractéristiques propres de l'aléa à celles du territoire concerné. Ces dernières sont non seulement physiques (topographie, subsidence, écosystèmes...),

mais également socio-économiques, politiques et culturelles (niveau et mode de développement, organisation des activités et du peuplement, liens sociaux, rapports culturels aux événements naturels, politiques publiques...) (Bankoff *et al*, 2004 ; Adger, 2006). Dans cette perspective, le GIEC définit la vulnérabilité climatique comme « le degré auquel un système risque de subir ou d'être affecté négativement par les effets néfastes des changements climatiques, y compris la variabilité climatique et les phénomènes extrêmes. La vulnérabilité dépend du caractère, de l'ampleur et du rythme des changements climatiques auxquels un système est exposé, ainsi que de sa sensibilité et de sa capacité d'adaptation ». Toujours selon le GIEC, la sensibilité climatique d'un système est son « degré d'affectation positive ou négative par des stimuli liés au climat », tandis que sa capacité d'adaptation est sa « capacité d'ajustement face aux changements climatiques (y compris à la variabilité climatique et aux extrêmes climatiques) afin d'atténuer les effets potentiels, d'exploiter les opportunités ou de faire face aux conséquences ».

Les définitions mettent donc en relation vulnérabilité et capacité d'adaptation (Downing et Patwardhan, 2003 ; Smith *et al*, 2003 ; Tompkins et Adger, 2005), mais la lecture de ces liens reste ambivalente : c'est parfois le niveau de vulnérabilité qui influence la capacité d'adaptation, d'autres fois l'inverse car c'est au regard de sa capacité à s'adapter aux évolutions qu'un système est plus ou moins vulnérable. Quoi qu'il en soit, il est important de comprendre à quel point la vulnérabilité d'un territoire touristique est multidimensionnelle.

Elle est d'abord environnementale, comme le montre le phénomène d'érosion côtière tout autour du bassin méditerranéen, la variabilité des précipitations neigeuses dans les montagnes de moyenne altitude, ou encore l'exposition aux risques sismiques en Algérie, sur la Côte d'Azur française, en Grèce ou en Turquie. Les changements climatiques, en intensifiant les aléas, risquent de surexposer des espaces qui le sont déjà fortement, et d'en exposer certains jusque-là relativement épargnés. On pense par exemple au cas de Djerba (Tunisie) qui est pour l'instant peu soumise aux fortes tempêtes ou aux sécheresses intenses et prolongées. Dans un tel cas, le manque « d'effet d'apprentissage » (connaissance du risque, vécu de situations de crise, capacité de réaction) ne limite-t-il pas la capacité d'adaptation ? De la même manière qu'une forte vulnérabilité économique, inhérente par exemple à un faible niveau de diversification sectorielle (mono-activité touristique) ou au fait que le tourisme est en soi une activité sensible aux influences exogènes (crises géopolitiques, sanitaires ou économiques dans les pays voisins et/ou émetteurs), peut réduire la capacité d'un territoire touristique à faire preuve de résilience – c'est-à-dire à se rétablir après une perturbation. C'est notamment sur ces dimensions environnementale et économique de la vulnérabilité des espaces touristiques que le changement climatique aura, de par sa nature même, des répercussions. Mais la vulnérabilité d'une destination peut également être socioculturelle dans la mesure où l'écart culturel entre les touristes et les résidents peut conduire à une déstabilisation identitaire au sein de la communauté d'accueil.

En réalité, ces multiples dimensions de la vulnérabilité interagissent en permanence. Cette conclusion s'applique aussi à l'adaptation, car la capacité d'un espace à s'adapter aux changements – globaux, et en particulier climatiques – dépend à la fois des caractéristiques de la société considérée (rapport au risque, relations sociales, système de croyances, organisation institutionnelle...) et de celles de l'espace que celle-ci exploite (plus ou moins de ressources et de contraintes spatiales).

2. Nature et importance relative des déterminants climatiques du tourisme

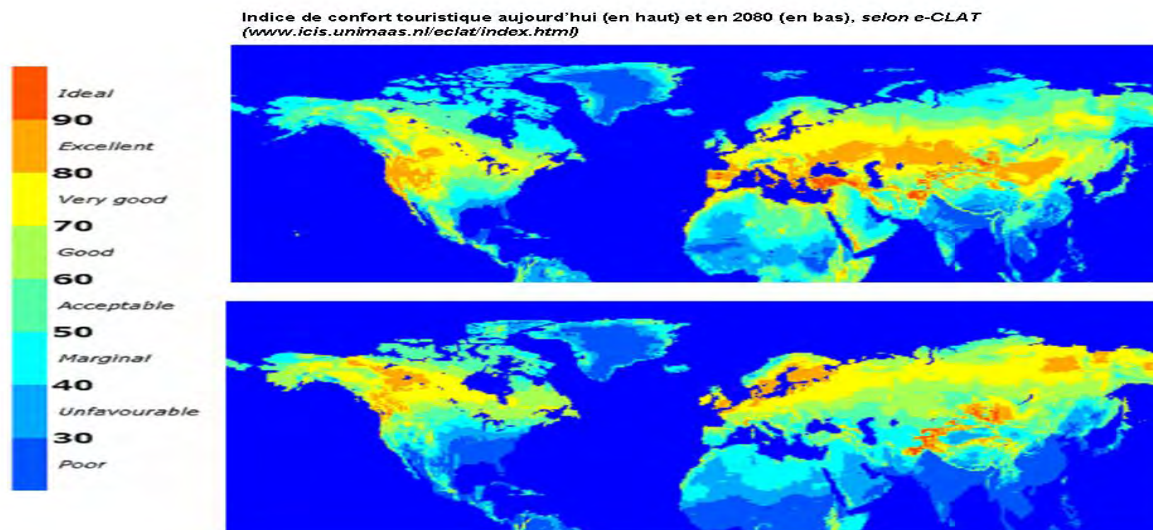
Le climat est incontestablement un attribut fondamental d'une destination touristique : il est pour le touriste un facteur de motivation et de satisfaction. La vulgate laisse volontiers entendre que ce sont les conditions climatiques, en particulier un fort ensoleillement et des températures clémentes, qui dictent l'organisation des flux touristiques. Mais les déterminants climatiques du tourisme, bien qu'étudiés depuis longtemps (Besancenot, 1990), restent relativement mal compris du fait de leur grande complexité. Comme nous le rappelons en introduction, la Méditerranée est passée en quelques décennies de paradis

hivernal à paradis estival sans que son climat ne change significativement. La perception du « beau temps » change donc avec le temps.

Schématiquement, les variables climatiques reconnues pour avoir une influence certaine sur le tourisme sont classées en différentes catégories selon les auteurs. Lise et Tol (2002) ou encore Amelung et Scott (2007) en distinguent cinq : températures, ensoleillement, précipitations, vent et humidité. Perry (2003) propose pour sa part trois catégories : esthétique (ensoleillement, durée du jour), physique (pluie, vent) et thermique (confort). Enfin Céron et Dubois (2004) en suggèrent trois autres : sécurité, agrément (ensoleillement, répartition journalière des précipitations diurnes), confort (thermique, hydrique, climatopathologique).

Plusieurs tentatives plus ou moins abouties ont visé à modéliser le lien entre conditions climatiques et tourisme, parmi lesquelles l'indice de confort touristique²⁹ est sans doute le plus connu. Il combine des données sur la température moyenne, la température maximale, l'humidité, les précipitations, l'ensoleillement et le vent pour affecter un indice à un site, qui reflète le degré de confort climatique qu'un touriste y ressent. Ses limites théoriques sont nombreuses³⁰, mais il s'avère un puissant générateur de débat notamment par l'intermédiaire des cartes qu'il permet de produire (voir par exemple Carte 1).

Carte 1 Evolution possible de l'Indice de Confort Touristique d'ici 2080 (hémisphère Nord)



Un autre intérêt de ce type d'outil est de mettre en évidence les évolutions parallèles des lieux de destination et d'origine des touristes. En effet, les déterminants climatiques du tourisme sont trop souvent considérés uniquement sur le lieu de destination. Or il s'avère que c'est surtout le contraste entre les conditions de vie quotidiennes du touriste et celles qu'il peut espérer à destination qui est crucial. Giles et Perry (1998) ont ainsi montré qu'un été exceptionnellement agréable en Europe du Nord, tel que celui de 1995, peut mener immédiatement à une réduction du nombre de touristes allant vers la Méditerranée, avec des effets qui se prolongent sur les années suivantes. Smith (1990) avait d'ailleurs déjà signalé que le flux de touristes depuis le Royaume Uni vers la Méditerranée était fortement influencé par le niveau de précipitations au Royaume Uni l'année précédente. Cependant, les relations de cause à effet sont complexes : Perry (2000) montre que théoriquement, le temps le plus favorable se rencontre en Méditerranée en octobre-novembre pour un nord-européen, puisque c'est à cette période que le contraste origine/destination est le plus fort. Mais d'autres paramètres culturels ou institutionnels (calendrier scolaire, etc.) entrent en compte

29 Tourism Comfort Index (TCI). Voir notamment les travaux de B. Amelung et D. Viner.

30 Par exemple, il est avéré que l'organisme humain peut s'adapter à des hausses de température progressives sur plusieurs décennies. De ce fait, le confort d'un touriste « identique » (même âge, même santé, même origine, etc.) sera différent, à température égale, en 2050 par rapport à 2000. Par ailleurs, chaque touriste devrait en théorie se voir attribué un ICT différent selon son origine : des études ont montré que la température idéale pour un touriste anglais était de 29°C, soit environ 5°C de plus que pour un touriste allemand (Hamilton, 2003) !

pour faire de l'été la période la plus prisée, suivie du printemps et seulement ensuite de l'automne. Suivre en parallèle les évolutions climatiques des sources et des destinations touristiques est en tous cas important lorsque l'on s'intéresse aux conséquences probables du changement climatique sur les flux touristiques en Méditerranée.

Il reste à explorer dans quelle mesure les conditions climatiques, ou plutôt le contraste des conditions climatiques, jouent un rôle déterminant dans l'organisation des flux touristiques régionaux.

Il est en effet clair que de nombreux autres facteurs interviennent dans le choix d'une destination par un touriste, parfois avec davantage de force que les conditions climatiques du lieu d'accueil. Certains exemples sont évidents : le prix des billets d'avion ou de l'hébergement a un poids considérable, et des démarches marketing intensives permettent de vendre des séjours balnéaires en Méditerranée à des périodes où ni le soleil ni la baignade ne sont garantis ni même probables. La Méditerranée bénéficie également d'un fort attrait lié à sa proximité, le nombre d'heures d'avion étant parfois aussi déterminant que le prix du vol – et les deux étant en outre partiellement corrélés. Les aspects liés à la sécurité et à la santé sont aussi primordiaux. Les touristes sont plus sensibles à des informations sur de mauvaises conditions sanitaires ou des menaces terroristes qu'à celles sur les vagues de chaleur par exemple (Perry, 2001) – quand bien même le risque lié à ces dernières est objectivement bien plus grand que le risque sanitaire ou terroriste. Mentionnons également les attributs « d'accompagnement » des destinations : soleil et chaleur ne prennent en effet toute leur valeur qu'à proximité d'une plage³¹, fût-elle de galets. L'attrait culturel des destinations joue aussi un rôle (exemple de la Grèce) même si cela ne concerne qu'un faible pourcentage des touristes. Du côté des pays émetteurs, les évolutions sociales sont fondamentales comme l'a montré l'émergence du « tourisme de masse » au lendemain de l'apparition des congés payés en Europe, de même que les évolutions culturelles avec un engouement pour certaines destinations surmédiatisées (Mykonos en Grèce ou Ibiza en Espagne comme lieux de fête, Djerba comme lieu de vacances familiales, la Côte d'Azur française comme destination chic...). Les constructions sociales, mythifiées ou non, jouent donc un rôle puissant dans la promotion des destinations. Enfin, il faut garder à l'esprit que le tourisme domestique, qui se développe rapidement dans les destinations touristiques émergentes et est souvent présent dans les zones que l'on tend à qualifier trop rapidement de « non touristiques », est probablement moins sensible au climat puisqu'il se base sur la proximité (voyages par la route, budgets réduits, etc.).

La question de l'échelle considérée est également à prendre en compte dans la réflexion. Ainsi, les facteurs climatiques doivent être encore plus relativisés à une échelle locale, où d'autres éléments interviennent dans la mise en tourisme des lieux (la présence d'une route ou d'un aéroport, la proximité d'un pôle économique...). Une côte peu exposée au vent peut par exemple être privilégiée pour l'implantation d'hôtels, tant parce que ce choix permet de mettre les touristes à l'abri du « mitraillage » par le sable, faisant alors de la plage un espace réellement attractif, que pour limiter la dégradation des bâtiments par les embruns. Dans d'autres contextes en revanche, le vent peut constituer un allier pour atténuer la sensation étouffante de températures et/ou d'une humidité ambiantes très élevées, ou pour profiter du développement des sports nautiques. Deux portions de côtes très proches et baignées du même climat peuvent donc être plus ou moins touristiques.

Il est ainsi clair que le développement touristique ne répond pas simplement à un déterminisme climatique, pas plus qu'à d'autres déterminismes. Les préférences touristiques résultent d'une subtile combinaison de facteurs dont les poids respectifs varient d'un individu à un autre, d'un pays (émetteur et destinataire) à un autre, d'un moment de l'année à un autre (Céron et Dubois, 2004). Cela ne signifie certainement pas que les facteurs climatiques puissent être négligés, mais plutôt qu'ils doivent toujours être replacés dans un contexte plus large.

31 Les cas sont toutefois nombreux d'hôtels au devant desquels la plage est érodée, mais qui n'en désertent pas pour autant. L'île tunisienne de Djerba en est emblématique pour la Méditerranée.

On peut en tous cas s'attendre à ce que les touristes modifient leurs pratiques en fonction des changements climatiques à venir, avec des conséquences variables selon les destinations. Pourtant, les incertitudes ne sauraient être sous-estimées. Dans une certaine mesure c'est « le temps qu'il fera » qui comptera, plus que le climat : outre les températures moyennes/extrêmes et les volumes de précipitations, l'ensoleillement, la nébulosité et même l'heure de la journée où les pluies tomberont joueront des rôles importants. De plus, les incertitudes climatiques rencontrent les incertitudes socio-économiques à long terme, à climat constant : quelles seront les attentes des touristes en 2050 ? Quels seront leurs moyens ?

Ces considérations ne plaident pourtant pas pour le désarroi et l'inaction, comme nous le verrons dans les sections qui suivent : ce n'est sans doute pas tant face aux redistributions régionales ou saisonnières des flux touristiques suite à des modifications de déterminants climatiques que l'adaptation est nécessaire, que face à des vulnérabilités locales au changement climatique.

3. Impacts potentiels du changement climatique sur le tourisme méditerranéen : vulnérabilités et opportunités

Le changement climatique a des effets sur les ressources climatiques du tourisme (température, précipitations, saisons...), mais aussi sur les ressources non climatiques (disponibilité en eau, paysages...) (Céron et Dubois 2004). Cela implique une multitude de types d'impacts, directs et indirects, potentiellement positifs ou négatifs – ou plus exactement positifs pour certains intérêts, négatifs pour d'autres.

En Méditerranée, où le flux principal de touristes va actuellement de l'Europe du Nord vers le bassin méditerranéen, les effets possibles du changement climatique sur les destinations sont nombreux (voir Tableau 2 pour quelques illustrations).

Tableau 2 Quelques effets attendus du changement climatique sur les destinations touristiques méditerranéennes³²

CHANGEMENT CLIMATIQUE SUR LE LIEU D'ORIGINE	CHANGEMENT CLIMATIQUE SUR LE LIEU DE DESTINATION	IMPLICATIONS POUR LA DESTINATION	REACTIONS POSSIBLES DU MARCHÉ
-Hivers beaucoup plus doux et humides -Étés plus chauds et secs -Étés mieux garantis	-Hivers plus doux et humides -Étés beaucoup plus chauds et secs -Changements plus marqués dans l'Est de la Méditerranée -Augmentation de l'indice de chaleur -Plus de jours au dessus de 40°C -Paysages plus arides -Impacts de la hausse du niveau de la mer accentués par la faiblesse des marées	-Sécheresses et risques d'incendies plus sévères -Accentuation du manque d'eau -Exposition personnelle accrue à la chaleur -Dégradation des plages et pertes d'habitats dus à la hausse du niveau de la mer -Vulnérabilité à davantage de maladies tropicales (ex: malaria) -Plus d'inondations éclaircies -Faible qualité de l'air dans les villes	-L'amélioration des étés du Nord de l'Europe génère plus de vacances domestiques -Incitation moindre à des vacances estivales sur la Méditerranée -Incitation accrue pour des vacances méditerranéennes pendant les saisons intermédiaires -Incitation accrue pour les sudistes à voyager vers le Nord

Scott *et al.* (2007) classent les impacts du changement climatique sur le tourisme en quatre grandes catégories :

- 1) Impacts directs d'une modification du climat : variabilité accrue du climat donc complication des conditions d'exercice de l'activité ; modification des conditions de confort, de santé et de sécurité ; événements extrêmes (tempêtes, inondations, etc.) ; plus d'ensoleillement donc occurrence accrue des cancers de la peau³³. Des

32 Source : G. Vereczi, WTO, 2007.

33 Sur cette question, Perry (2000) note que les risques accrus de cancer ne se sont traduits jusqu'ici que par des changements de comportements, pas de destination.

« améliorations » locales sont possibles : baisse des précipitations au printemps et en automne, extension de la période estivale, adoucissement de l'hiver, augmentation de la température de l'eau.

- 2) Impacts indirects d'une modification du climat à travers des changements environnementaux. Une réduction de la disponibilité des ressources en eau, en particulier en été, est envisagée dans plusieurs régions méditerranéennes et peut avoir des impacts variés sur le secteur touristique à travers l'accès à l'eau potable, les menaces sur des activités aquatiques telles que le tourisme lacustre ou le canoë de rivière, la modification de paysages naturels et agricoles attractifs. Des sécheresses telles que celle qui a frappé l'Espagne au début des années 1990 montrent que Majorque par exemple pourrait devenir dépendante d'eau transportée depuis le continent. Des conflits sont possibles entre les populations locales et le secteur touristique pour l'accès à l'eau par exemple (problème des golfs, des parcs aquatiques, etc.). En outre, les changements annoncés en montagne, avec des températures et précipitations en hausse, devraient conduire à un enneigement supérieur en haute altitude (au dessus de 1500-2000 m), inférieur en basse altitude³⁴. Les pressions que le changement climatique exerce sur des écosystèmes attractifs menacent les activités liées (plongée, etc.). Au rang des désagréments, une présence accrue de méduses pourrait suivre l'augmentation de la température de l'eau, et l'extension des zones de malaria vers le Sud-ouest de l'Espagne est possible. Enfin, la hausse prévue du niveau de la mer, associée à d'autres phénomènes naturels ou d'origine anthropique, menace nombre de ressources touristiques côtières, des infrastructures aux plages.
- 3) Impacts indirects des politiques de réduction des émissions, notamment sur les coûts et caractéristiques du transport (voir section 2.). Selon les objectifs que nos sociétés se fixeront et les mesures qu'elles prendront dans les années à venir, ces impacts pourraient s'avérer aussi déterminants pour le tourisme que ceux du changement climatique lui-même.
- 4) Conséquences des impacts globaux du changement climatique sur les sociétés : modes de vie, croissance économique, stabilité politique, etc. C'est ici que se trouvent les plus grandes incertitudes et les interrelations les plus complexes, le tourisme étant dépendant de nombreux autres secteurs.

Conjugués, ces quatre types d'impacts ont des effets (1) sur la compétitivité des destinations, (2) sur la vulnérabilité de destinations particulières, ainsi que (3) sur la vulnérabilité de filières touristiques spécifiques.

D'abord (1), ils remettent en cause la compétitivité comparée des destinations et pourraient donc mener à des redistributions saisonnières et spatiales des flux touristiques. En été, le mouvement massif de l'Europe du Nord vers la Méditerranée pourrait ralentir, les nord-européens trouvant une satisfaction croissante sur des destinations touristiques proches, les Méditerranéens quant à eux recherchant plus de fraîcheur vers le Nord. En automne et en hiver, en revanche, le flux Nord-Sud pourrait s'intensifier. S'il n'y a aucune raison de penser que le changement climatique n'induirait pas d'évolutions dans la fréquentation des destinations et dans sa saisonnalité, quantifier ces inflexions s'avère très hasardeux. Ainsi par exemple, Bigano, Hamilton et Tol (2008) ont modélisé l'impact du changement climatique sur le tourisme méditerranéen à l'horizon 2100, suivant un scénario climatique donné. Mais ils ne calculent qu'un pourcentage de variation par rapport à un scénario sans changement climatique, pourcentage qui s'avère faible devant la croissance attendue du tourisme en général, et devant les marges d'erreur qui caractérisent de telles projections.

Les redistributions saisonnières et spatiales doivent donc être gardées à l'esprit sans pour autant occulter les enjeux territoriaux (2) qui à des échelles plus locales, appellent des anticipations et offrent des marges de manœuvre plus grandes. Les effets du changement climatique sur le fonctionnement des territoires où le tourisme se développe se situent en fait sur un autre plan. Les redistributions potentielles mentionnées ci-dessus ne sont que l'un

³⁴ Les instruments d'enneigement artificiel n'auront donc que peu d'utilité puisque qu'ils exigent des températures inférieures à 0°C.

des facteurs de vulnérabilité, aux côtés de nombreux enjeux environnementaux, socio-économiques, etc. Ainsi par exemple, l'élévation du niveau de la mer menace de nombreuses destinations. De toute évidence, les zones côtières basses sont particulièrement exposées. En Tunisie, où 90% de la capacité d'accueil est installée sur la côte, le Golfe de Gabès semble très vulnérable. Il en va de même de la côte méditerranéenne de l'Égypte, où le tourisme domestique se développe très rapidement. L'élévation du niveau de la mer augmentera le risque d'inondation, empiètera sur les zones humides déjà sous pression, menacera les zones de tourisme les plus prisées comme les plages ou des sites célèbres – une ville entière dans le cas de Venise. L'augmentation du nombre des jours et des nuits les plus chauds en été amènera plus d'inconfort, par exemple sur les côtes espagnoles (Saladié *et al*, 2008). Et ces changements multiples interviendront à des horizons temporels qui concernent des investissements en train de se réaliser (infrastructures, hôtels, barrages, etc.), voire déjà réalisés. Il est en outre clair que la non diversification économique des territoires touristiques est un facteur de vulnérabilité face aux risques climatiques qui affecteront les « ressources touristiques ». De même, le tourisme international ne répondra pas aux évolutions climatiques de la même manière que le tourisme domestique, si bien qu'une focalisation locale sur l'un ou l'autre constitue un facteur de vulnérabilité.

Enfin, il est utile de raisonner en termes de filières touristiques, chacune pouvant avoir – ou générer - des vulnérabilités spécifiques. On peut ainsi distinguer :

- Tourisme international et tourisme domestique : ces deux grandes catégories sont caractérisées par des différences fondamentales dans les motivations des touristes, leurs moyens, leurs goûts, leurs attentes, leurs pratiques, dans l'inscription dans les territoires et les réseaux d'acteurs qui s'y déploient, dans les capacités financières à l'œuvre, dans la sensibilité aux perturbations (climatiques mais aussi politiques, sanitaires, etc.), dans les durées de séjours... Leurs vulnérabilités respectives ont donc toutes les chances d'être contrastées, tout comme leurs capacités d'adaptation.
- Tourisme de loisir et tourisme d'affaire : mêmes remarques.
- Tourisme thématique : les enjeux du changement climatique peuvent varier drastiquement pour des filières très spécialisées, par exemple sportives (golf, plongée, planche à voile...) ou culturelles (tourisme historique et archéologique), qui sont des marchés de niche à l'échelle du bassin méditerranéen, mais qui représentent la principale voire la seule source de revenus pour de nombreuses localités. Le golf, par exemple, constitue un axe fort de la volonté de diversification du produit touristique sur certains littoraux de la région, y compris des régions structurellement déficitaires en eau. A Djerba, la création de nouveaux parcours (il en existe déjà un) concentre beaucoup d'espoirs mais aussi quelques critiques. En raison de sa sensibilité aux évolutions climatiques et de sa consommation intensive d'espace et de ressources, le développement du golf peut s'avérer plus ou moins pertinent à long terme, favoriser le développement local mais aussi accroître la vulnérabilité d'un territoire et exacerber les tensions autour de ressources de plus en plus rares. La planche à voile, qui fait vivre des « spots » localisés comme Tarifa en Espagne ou Alacati en Turquie, a *a priori* une relation moins conflictuelle à l'environnement, mais est très dépendante de l'évolution des vents de surface. Le changement climatique induira-t-il localement des changements de régime des vents susceptibles de ruiner des destinations phares comme celles mentionnées, et les investissements qui les accompagnent ? Enfin, on dispose de peu d'éléments pour juger des effets possibles du changement climatique sur le tourisme historique. Les touristes concernés sont-ils moins sensibles à la météo puisqu'attirés par d'autres attributs des destinations que le « beau temps » ? Ou davantage au contraire car plus âgés donc plus fragiles, plus fortunés donc plus mobiles mondialement, etc. ?

4. Adaptation : enjeux, marges de manœuvre et premières expériences

En matière d'adaptation, trois catégories principales³⁵ d'acteurs sont à considérer : les touristes, les opérateurs touristiques et les autorités publiques.

4.1 Les touristes

Selon toute vraisemblance, les touristes adapteront leurs pratiques, comme ils l'ont toujours fait, entre autres en fonction des évolutions climatiques. Libres de leurs choix et volontaires, ils chercheront à minimiser la probabilité que leurs vacances soient affectées négativement par les conditions climatiques et les conditions environnementales liées. Des redistributions spatiales et temporelles sont donc, comme nous l'avons déjà vu, à envisager. Les touristes prendront particulièrement en compte, comme ils le font aujourd'hui, les événements extrêmes (orages, crues soudaines, canicules, etc.), qui malgré leur faible probabilité d'occurrence ont un impact durable sur l'attractivité des destinations. Plus âgés du fait du vieillissement de la population, les touristes développeront-ils une sensibilité accrue à la qualité de l'environnement ? A la santé ? A la sécurité ? A la culture ? Le vieillissement couplé au réchauffement climatique sera-t-il à l'origine d'un déclin relatif du segment balnéaire estival au profit d'autres segments tels que des séjours prolongés en hiver, comme c'est déjà le cas sur la Costa del Sol et à Malte ? Enfin, il ne faut pas oublier que le touriste, tout libre et volontaire qu'il soit, est bien souvent contraint par le calendrier scolaire, qui répond aux habitudes des touristes autant qu'il les structure.

4.2 Les opérateurs touristiques

La question de l'adaptation du secteur touristique concerne finalement davantage les opérateurs que les touristes, dont on peut penser qu'ils adapteront d'eux-mêmes leurs pratiques aux changements de leur environnement (même si c'est avec quelques saisons de retard pour des raisons culturelles ou autres). Il faut cependant noter que les professionnels du tourisme ont des intérêts et logiques très variés, depuis les petits opérateurs locaux, largement majoritaires dans le bassin méditerranéen, jusqu'aux entreprises multinationales. Certains sont par exemple attachés fortement à un lieu donné, alors que d'autres sont très mobiles. Leurs capacités d'adaptation au changement climatique sont par conséquent contrastées. Perry (2003) classe ces différents acteurs selon un gradient, depuis le touriste (très adaptable) jusqu'aux investisseurs et opérateurs locaux (beaucoup moins voire pas adaptables du tout), en passant par les *tour operators* (relativement adaptables).

De telles catégories ne donnent bien sûr qu'un aperçu grossier des capacités d'adaptation et des marges de manœuvre réelles des opérateurs privés, qui dépendent entre autres de la taille de l'entreprise, de ses moyens financiers et techniques, de son accès à des capitaux pour investir, de son type de clientèle, etc. Par exemple, les relations entre grands groupes hôteliers d'un côté et hôtels dans les lieux de destination de l'autre, sont variées et complexifient l'analyse. Ainsi ces relations peuvent revêtir trois formes pour un même groupe :

- Hôtels filiales, dont le groupe peut être propriétaire ou locataire des bâtiments mais sur lesquels il s'engage pour une longue durée et investit ;
- Hôtels « managés », dans lesquels le personnel est employé par le groupe qui n'est toutefois pas propriétaire – c'est ce propriétaire qui fait les investissements nécessaires ;
- Hôtels franchisés, dans lesquels le personnel n'est pas employé par le groupe qui n'est pas non plus propriétaire : l'hôtelier achète seulement le droit de mettre une « marque » sur son hôtel.

La première possibilité d'adaptation qui vient à l'esprit est le déplacement de l'activité. Que ce déplacement soit spontané ou forcé, il répond en théorie aux besoins mais rencontre bien sûr en pratique des obstacles innombrables. Une option plus réaliste et plus efficace en la matière est l'anticipation d'impacts futurs dans les investissements présents : elle nécessite

³⁵ Il va de soi que de nombreux autres acteurs auront à s'adapter au changement climatique, et même à s'adapter à ses conséquences sur le tourisme, tant cette activité est en interdépendance avec les autres secteurs.

toutefois une prise de conscience forte et des informations climatiques, cartes de vulnérabilité, etc., qui ne sont pas toujours disponibles. Enfin, et pour ne citer que ces quelques exemples, une possibilité moins drastique réside dans le management environnemental des installations touristiques, avec l'implication des touristes (exemple : économies d'eau et d'énergie, dispositifs de récupération des eaux de pluie, recyclage des eaux usées, design et architecture des bâtiments adaptés). Ces mesures d'adaptation sont particulièrement bien perçues lorsqu'elles se traduisent par des économies pour les opérateurs touristiques, même s'il faut garder à l'esprit que les charges d'eau et d'énergie ne pèsent « que » de 5 à 10% des coûts totaux d'exploitation d'un hôtel de taille moyenne³⁶ – les incitations financières en ce sens ne doivent donc être ni négligées ni surestimées.

Il faut citer également les diverses méthodes consistant à s'abstraire des conditions locales : climatisation, piscines à température contrôlée, produits alimentaires importés plutôt que locaux dans les hôtels, moyens conséquents mis en œuvre pour maintenir une couverture végétale importante qui contraste avec les zones limitrophes, désalinisation de l'eau de mer, engraissement des plages érodées... Dans une certaine mesure, les évolutions climatiques sont ainsi « compensées » par les évolutions technologiques. Pourtant, d'une part les opérateurs touristiques ne disposent pas tous des capacités financières nécessaires, d'autre part les solutions techniques ne sauront régler tous les problèmes. On remarque en particulier que beaucoup de ces « solutions » ont tendance à renforcer les émissions de gaz à effet de serre et donc le problème. Une perspective à court terme ou locale peut donc s'avérer néfaste à plus long terme ou à une autre échelle.

4.3 Les autorités publiques

De façon générale, l'industrie du tourisme s'adaptera en réaction spécifique à certains changements dans des régions données, et les mesures d'adaptation seront prises par des acteurs privés au niveau local. Cependant, les politiques publiques ont un rôle primordial à jouer en soutien au secteur touristique et à ses efforts d'adaptation, par exemple en créant les incitations nécessaires à la mise en œuvre de techniques de management environnemental. Les politiques publiques promouvant une gestion plus rationnelle des ressources réduiront les impacts négatifs de l'activité touristique et accompagneront les nombreuses petites et moyennes entreprises sur le chemin de l'adaptation. La gestion de la ressource en eau est particulièrement concernée, à la fois parce qu'il s'agit d'un enjeu clé et parce que de nombreux savoir-faire existent (économies d'eau et recyclage dans le logement, la restauration, les loisirs, etc.). Plus largement, le secteur touristique bénéficiera fortement de tout effort des autorités publiques visant à protéger les ressources sur lesquelles le tourisme repose (naturelles, culturelles, installations, infrastructures, etc.). Toutes seront affectées par le changement climatique, si bien que les politiques d'adaptation devront être déclinées sur un vaste éventail de domaines.

En plus de telles mesures d'ordre sectoriel ou ponctuel, l'intégration (*mainstreaming*) des préoccupations relatives au changement climatique dans les stratégies nationales de développement, les documents d'aménagement et d'urbanisme, les plans de prévention des risques, les instruments de planification côtière, etc., sera un levier crucial de l'adaptation dans le futur. Aujourd'hui, le niveau général de cette intégration demeure faible, sans doute en partie du fait de la « nouveauté » (toute relative) de la problématique climatique, mais aussi beaucoup parce que la gestion des zones côtières méditerranéennes demeure peu adaptée au climat actuel : elle est peu intégrée et ne place pas les sociétés méditerranéennes sur la voix d'un développement durable (Billé, 2008).

Tous ces instruments existants, auxquels on pourrait ajouter les processus de concertation et d'information du public, devraient être utilisés au mieux de leurs possibilités, ce qui est loin d'être le cas. Mais au-delà des instruments « traditionnels » de l'action publique, d'autres dimensions du problème vont solliciter de façon croissante une palette plus vaste de leviers d'action. Tout d'abord, les autorités publiques vont devoir s'immiscer dans des choix de filière qui relèvent souvent du domaine privé. En effet, si la diversification de l'offre

³⁶ Mais jusqu'à 15% pour l'eau en Tunisie.

touristique en Méditerranée et la réduction de la saisonnalité semblent porteuses d'espoirs dans un contexte de changement climatique, le tourisme purement balnéaire domine encore largement alors qu'il est particulièrement vulnérable en raison notamment de l'évolution des plages et du trait de côte. Il s'agit donc de développer des activités moins sensibles ou en tous cas ayant des sensibilités contrastées au climat, mais aussi des activités moins exigeantes en ressources. Mais si le tourisme balnéaire de masse reste fortement dominant en Méditerranée, c'est qu'il correspond aux attentes d'une immense majorité de touristes : diversification de l'offre et de la demande sont donc indissociables, mais une intervention quelque peu dirigiste des autorités semble souvent nécessaire pour qu'offre et demande se rencontrent sur des filières plus diverses.

De là à préconiser de façon incantatoire la diversification comme solution à tous les problèmes, il y a un pas que nous nous garderons de franchir. Le développement de segments supposés moins gourmands en eau par exemple, comme le tourisme culturel, de nature, rural, etc., se heurte en effet de façon contre-intuitive à une intensité carbone largement supérieure au tourisme balnéaire traditionnel (cf Figure 2).

Enfin, les autorités publiques vont être confrontées à des problèmes émergents encore peu sensibles aujourd'hui. Par exemple, les changements possibles de saisonnalité de la demande touristique auraient des impacts sur les caractéristiques du marché du travail local. Une extension de la « saison » réduirait les périodes de calme en Grèce ou en Turquie, qui rendent l'été et les « masses » plus supportables, en même temps qu'elle amènerait des emplois plus annualisés. La question des calendriers scolaires, surdéterminants, ne manquera pas non plus d'être reposée à l'aune du changement climatique, sans qu'il y ait consensus entre des intérêts divergents : faudra-t-il anticiper, guider, ou suivre les évolutions des pratiques ?

4.4 Conclusion

L'industrie touristique est sensible aux changements politiques, économiques et sociaux, auxquels le changement climatique vient ajouter une dimension d'incertitude supplémentaire quand il s'agit de planifier le développement du secteur à long terme (Perry, 2003). La plupart des touristes prennent des décisions réactives, de court-terme, quant à leurs choix de destination. Le secteur touristique est forcé de réagir dans les mêmes échelles de temps. Cependant, beaucoup des ressources et infrastructures sur lesquelles repose le tourisme (par exemple la production et le traitement de l'eau) exigent des décisions et investissements de long terme (Viner et Amelung, 2003) reposant sur des actions dans le présent. L'adaptation dans le domaine touristique représente donc un défi tout particulier.

Il faut ajouter que la diversité des offres et des destinations, ainsi que la fragmentation du marché, rendent délicate l'évaluation des effets du changement climatique sur des activités spécifiques, dans des lieux donnés, permettant l'élaboration de mesures d'adaptation appropriées. Il est donc essentiel d'améliorer nos connaissances du secteur et des pratiques, de leur insertion dans les tissus socio-économiques et politiques locaux, notamment à travers des études de cas précis qui seules peuvent mener à des recommandations contextualisées. Ce besoin de recherche et d'études supplémentaires doit s'appuyer sur une coordination accrue entre les services météorologiques nationaux, les autorités pilotant le secteur touristique, et les opérateurs privés, afin de permettre une meilleure utilisation des informations existantes aux niveaux local et régional.

IV. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

1. Perspectives en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre

Au cours des trente prochaines années, le développement économique des pays du bassin méditerranéen devra répondre aux défis climatiques et énergétiques. Si le secteur touristique s'avère soumis à des objectifs ambitieux de réduction de ses émissions de GES sur les rives Nord de la Méditerranée, les acteurs au Sud et à l'Est du Bassin agiront tout à la fois pour répondre au défi climatique et aux enjeux énergétiques de leurs pays.

Un cadre générique a été proposé pour tenter de dessiner les bases du développement d'un secteur tourisme durable, compatible avec les exigences de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Cette approche impose de suivre un processus en quatre étapes, valables à tous les niveaux du secteur (opérateurs privés, collectivités locales, entités territoriales, Etats, etc.) :

- 1) La première étape (« Rationalisation ») consiste à éliminer les émissions de gaz à effet de serre qui ne sont pas nécessaires, sans que cela ne change significativement les pratiques et les produits touristiques, ni leur qualité.
- 2) La seconde étape (« Efficacité ») vise à réduire les émissions de gaz à effet de serre par des améliorations techniques ou de gestion, basées en particulier sur l'amélioration de l'efficacité énergétique. Ces mesures n'ambitionnent pas de transformer significativement les pratiques touristiques, mais de développer de nouvelles prestations ou d'améliorer les prestations actuelles, tout en apportant un bénéfice environnemental. Les modifications des pratiques touristiques induites par la mise en œuvre de ces mesures d'efficacité ne sont pas liées à leurs bénéfices environnementaux, mais à l'amélioration de la qualité « touristique » intrinsèque des prestations proposées.
- 3) La troisième étape (« Substitution ») vise à réduire les émissions de gaz à effet de serre par l'utilisation de solutions ou d'énergies moins émettrices, notamment la substitution des énergies fossiles par des énergies renouvelables.
- 4) La quatrième étape (« Sobriété ») consiste à modifier les pratiques touristiques en faveur de celles dont l'empreinte climatique est la plus faible.

Cette approche peut-être déclinée sur toutes les composantes du secteur tourisme, et à toutes les échelles géographiques. A titre d'illustration, et sans viser à l'exhaustivité, nous en présentons trois déclinaisons sur les transports, l'hébergement, et les activités locales (Tableau 3, Tableau 4, Tableau 5). La mise en œuvre de certaines mesures peut nécessiter la mobilisation de deux étapes du processus précédent, notamment lorsque le développement de pratiques touristiques alternatives requiert des transformations de l'offre et de la demande. Par exemple, le développement des transports alternatifs implique que ce service existe (« Substitution ») et que les clients l'adoptent (« Sobriété »).

Pour la plupart des mesures détaillées ci-dessus, l'ensemble des acteurs impliqués dans la filière touristique a un rôle à jouer. Ainsi, si les actions réalisées dans les hôtels doivent être mises en œuvre par les acteurs du secteur (hôteliers), elles peuvent – si elles ne sont pas obligatoires – faire l'objet d'une reconnaissance officielle, par exemple par le biais de labels impliquant les autorités locales ou nationales, voire un organisme tiers indépendant. Les tours opérateurs sont, eux, susceptibles d'être prescripteurs de telles démarches, en ne référençant que des prestataires labellisés. Enfin, en bout de chaîne, les clients peuvent également préférer des établissements ou des prestations qui font la preuve d'un engagement face à l'enjeu climatique.

La transformation des pratiques touristiques requiert et nécessitera donc la mobilisation de tous les acteurs de la filière. Cela nécessite certainement de prolonger les efforts existants en matière de développement des capacités, notamment à destination des pays du Sud et de l'Est du bassin, ainsi que le développement des instruments financiers susceptibles d'accompagner la prise en charge de l'enjeu climatique, tel que le mécanisme de développement propre. Les opportunités de projets sont nombreuses, tant en matière d'efficacité énergétique que d'énergies renouvelables. Ces projets ont par ailleurs la vertu de répondre aux préoccupations énergétiques que partagent de nombreux pays du bassin méditerranéen.

Néanmoins, pour que l'ensemble des acteurs de la filière puissent contribuer aux changements de pratiques, il est également nécessaire qu'ils disposent des informations nécessaires pour réaliser des choix informés. Des initiatives sont donc à imaginer pour améliorer l'information disponible sur les actions et la performance des différents acteurs de la filière touristique en matière de prévention des émissions de gaz à effet de serre.

Enfin, il est à peu près certain que, si la problématique climatique est prise au sérieux par la communauté internationale, les passagers d'avion devront payer pour le coût qu'ils font supporter au climat (i.e. le réchauffement dont ils sont responsables). Cette mesure devrait avoir des effets restructurants sur le tourisme à l'échelle planétaire, en augmentant fortement le prix des billets d'avion long courrier. Cette reconfiguration de la géographie touristique mondiale ouvre de nombreuses opportunités pour le bassin méditerranéen. Mais elle risque également de se traduire par des transformations de la nature des produits touristiques consommés et la segmentation du marché, susceptibles de remettre en cause certaines stratégies de développement touristique actuelles ou en projet. Ces éléments prospectifs sont à prendre en considération, notamment dans les nombreux pays méditerranéen pour lesquels le secteur touristique représente plus de 20% des exportations de biens et de services. Et les nécessaires adaptations à mener devront également tenir compte de celles rendues nécessaires par les impacts du changement climatique.

Tableau 3 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « transports »

RATIONALISATION	EFFICACITE	SUBSTITUTION	SOBRIETE
	Remplacer les véhicules / avions usagés par des véhicules neufs	Utiliser les biocarburants	Choisir des modes de transport à faible empreinte écologique
	Renforcer l'efficacité -donc la compétitivité- du service rendu par les transports alternatifs (ex. trains à l'heure, connexions intermodales, etc.)		Choisir les destinations en fonction de l'impact climatique des transports
	Développer des transports en commun à destination		Adapter les durées de séjours en fonction des distances parcourues
Améliorer la gestion du trafic (aérien, routier...)		Développer des alternatives à l'avion lorsque c'est possible	
Augmenter les taux de remplissages des transports (notamment avion)		Utiliser les programmes de fidélité pour inciter les touristes à utiliser des transports doux	
		Favoriser le couplage entre séjours professionnels et séjours de loisir	
		Favoriser le développement de la web/visioconférence	

Tableau 4 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « hébergement »

RATIONALISATION	EFFICACITE	SUBSTITUTION	SOBRIETE
Mieux gérer les températures dans les immeubles en fonction de leur utilisation (ex. : éliminer les chauffages / climatisation des locaux inoccupés, etc.)	Entretien des systèmes de chauffage et de climatisation	Améliorer la conception des bâtiments, pour tirer le meilleur parti de l'environnement (gestion de la chaleur, gestion de la lumière...)	Inciter les touristes à accepter des températures intérieures adaptées aux températures extérieures
	Utiliser des appareils électriques et des éclairages à faible consommation d'énergie	Développer les énergies renouvelables (ex : eau chaude solaire) et l'achat d'électricité renouvelable	Ne pas remplacer quotidiennement les serviettes de toilettes
Éviter les chauffages / climatisation d'espaces ouverts sur l'extérieur	Mieux gérer les réfrigérateurs	Favoriser le choix de matériaux recyclables, dans la conception des chambres et leur équipement	Développer la consommation de produits alimentaires locaux pour limiter l'importation de nourriture du pays d'origine des touristes
	Équiper les chambres avec des appareils électriques efficaces		
Mettre en œuvre les mesures « traditionnelles » d'efficacité énergétique du bâtiment (isolation, ventilations double flux, etc.)			

Tableau 5 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « Activités » sur le lieu de destination

RATIONALISATION	EFFICACITE	SUBSTITUTION	SOBRIETE
Réduire les consommations de ressources inappropriées (ex.: arrosage des espaces verts ou des golfs dans les pays en stress hydrique)	Promouvoir des véhicules efficaces dans les parcs locatifs	Favoriser les énergies renouvelables pour le fonctionnement des infrastructures touristiques (ex. : chauffage solaire des piscines ; photovoltaïque plutôt que des générateurs diesels pour la production d'électricité décentralisée ; achat d'électricité renouvelable...)	Consommer des produits locaux
	Préférer les opérateurs qui ont mis en place un système de management environnemental certifié		Préférer les séjours sédentaires aux séjours itinérants
	Utiliser des équipements efficaces en énergie pour les activités touristiques		Augmenter l'utilisation des transports en communs
		Préférer des activités douces (vélo, randonnée...) à des loisirs intensifs en énergie (hélicoptère, etc.)	Refuser les activités / séjours inadaptées au climat du pays d'accueil (ex : ski sur neige ou golf dans les pays désertiques)

2. Recommandations générales et grands principes en matière d'adaptation

S'il n'y a plus de doute sur le fait que le tourisme en Méditerranée sera impacté par le changement climatique, l'ampleur, la nature et la localisation de ces impacts comportent encore de vastes zones d'ombre. La faiblesse historique de la recherche sur l'adaptation, en particulier dans le secteur touristique, fait que les experts ont tendance à communiquer essentiellement sur les risques, et ne peuvent offrir que peu de solutions. Ce discours, quoiqu'important, est souvent mal perçu par les acteurs directement concernés. En outre, même lorsqu'il s'agit de décrire les risques, le besoin se fait ressentir de modélisations et d'informations plus locales, alors que celles-ci restent souvent d'échelle globale ou au mieux régionale. Par exemple, une redistribution régionale des flux ne se traduira pas nécessairement par des baisses de fréquentation des destinations moins favorisées, peut être seulement par une moindre croissance. De même, les chiffrages des impacts ou des stratégies d'adaptation en termes de points de PIB ne disent rien sur « qui va perdre, et où », ce qui est pourtant l'essentiel dans la perspective de développer des politiques publiques appropriées et favorables aux « perdants ».

Ceci représente une limite importante aux réflexions présentées dans ce document – moins rédhitoire probablement dès lors qu'elle est admise. Nous proposons à présent une série de recommandations générales, dont certaines relèvent de « principes » à suivre, d'abord en matière d'adaptation au changement climatique en général, puis dans le domaine touristique en Méditerranée. Elles s'appuient principalement sur des travaux du Stockholm Environment Institute³⁷, de S. Hallegatte (2008) et sur nos propres réflexions.

2.1 Recommandations en matière d'adaptation en général

- « Ne pas compter sur les climatologues pour faire notre travail »

Les travaux d'Hallegatte (2008) méritent ici d'être résumés. Pour lui, le changement climatique représente bien plus qu'un changement dans les conditions climatiques : il s'agit avant tout, pour les décideurs, d'un accroissement considérable de l'incertitude. On ne saurait se tourner vers les climatologues pour avoir des informations sur le climat futur de la même manière qu'on le fait aujourd'hui avec les météorologues. Les modèles climatiques sont mal adaptés aux cadres de décision existants, et les incertitudes qu'ils véhiculent ne sont pas résiduelles : elles ne sont pas nécessairement en train de se réduire (cf. exemple des travaux récents de Hansen *et al.* sur l'augmentation du niveau de la mer, cités précédemment), et quoiqu'il en soit, le climat futur dépend largement des émissions futures de GES, qui reposent sur des décisions pas encore prises. La mise en place de stratégies d'adaptation exige donc une révision profonde de la façon dont les décisions d'investissement et d'aménagement sont prises. Pour résumer, il s'agit essentiellement d'opter pour les solutions les plus robustes (quelle que soit l'évolution future du climat dans une fourchette plausible) au lieu de chercher la ou les meilleures solutions pour un scénario donné. Hallegatte fournit notamment quatre directions à explorer pour aller vers des décisions plus robustes :

- Institutionnaliser une planification de long terme (par exemple pour la gestion des zones côtières ou de l'eau au niveau régional), complétée d'un processus de révision régulier en fonction des nouvelles informations disponibles. L'adaptation est un processus d'apprentissage continu.
- Promouvoir des « stratégies sans regrets », c'est-à-dire des stratégies qui réduisent la vulnérabilité d'un système à des coûts négatifs, nuls ou négligeables (par exemple en prenant des marges « pessimistes » dans la phase de design d'une infrastructure, plutôt que de devoir intervenir sur elle après mise en service).
- Favoriser des stratégies réversibles plutôt qu'irréversibles : par exemple, refuser d'urbaniser une portion de côte à un coût immédiat important mais connu, qui peut être

37 Autour de T. Downing, cf. www.weadapt.org

annihilé rapidement en prenant la décision inverse le jour où l'information est suffisante. En revanche, décider d'urbaniser malgré l'incertitude fournit certes des bénéfices immédiats, mais peut mener à une situation future où le choix n'est plus qu'entre protection lourde et recul, deux options dont le coût est souvent prohibitif et la faisabilité loin d'être garantie.

- Ne pas se focaliser sur les solutions techniques d'adaptation : dans certains cas, des instruments institutionnels ou financiers sont plus appropriés. On pense par exemple à un accès facilité à des systèmes d'assurance (secteur de l'agriculture) ou à la mise en place de systèmes d'alerte précoce plutôt que de protections côtières lourdes. L'intérêt principal de ces options « douces » d'adaptation est qu'elles sont porteuses de beaucoup moins d'inerties et d'irréversibilités.

En résumé, l'incertitude fondamentale relative au changement climatique ne sera pas levée dans les années qui viennent : les décideurs ne doivent donc pas compter sur les climatologues, économistes et autres modélisateurs pour leur éviter des décisions difficiles en contexte incertain.

- Accepter l'incertitude

Les stratégies d'adaptation doivent essentiellement être robustes face à un large éventail de futurs possibles. Le changement climatique apparaît alors comme une palette de futurs non invraisemblables dont les scénarios climatiques actuels donnent une première estimation, sans probabilité plus ou moins forte pour tel ou tel scénario. La logique indique que nous en savons assez pour agir, puisque nous n'en saurons pas fondamentalement plus dans un futur proche mais que l'action est reconnue comme nécessaire.

- Adopter une approche doublement intégrée

Dans la mesure où les stratégies d'adaptation peuvent avoir des impacts négatifs en matière environnementale ou d'émission de GES, il est important de développer des approches intégrées de l'adaptation, incluant des études d'impact sur l'environnement et le climat. Parallèlement, les préoccupations climatiques doivent être intégrées aux dynamiques de développement en général³⁸.

- Tenir compte de toute la variété des possibilités

L'adaptation peut se décliner sur de nombreux plans, pas seulement techniques mais aussi comportementaux, économiques, financiers, politiques, institutionnels...

- Utiliser l'existant

Dans de nombreux cas, les instruments juridiques, institutionnels, techniques... pour la mise en place de stratégies d'adaptation robustes existent déjà. Il convient en priorité de les utiliser pleinement.

- Reconnaître les divergences d'intérêts

Les objectifs, intérêts, logiques des différents acteurs vis-à-vis des impacts climatiques et des stratégies d'adaptation sont souvent divergents. L'adaptation ne doit pas feindre d'ignorer ces divergences, mais les reconnaître et les traiter par toute la variété des instruments disponibles : participation, négociation, médiation, communication, construction de consensus mais aussi arbitrages au profit de certains intérêts et au détriment d'autres.

- Adapter les interventions aux contextes locaux

L'adaptation est un processus de décision spécifique à un ou des acteur(s) donné(s), dans un contexte particulier en lien avec des menaces et opportunités propres. Il n'existe pas de processus unique de gestion du risque climatique ni de solutions génériques qui puissent être appliquées quels que soient les contextes.

- Favoriser les relations entre expertise et gestion

Des partenariats durables entre experts et praticiens, à toutes les échelles, sont essentiels au développement de la capacité d'adaptation dans une perspective de long

³⁸ Ce qui renvoie à la notion anglophone de « mainstreaming ».

terme exigée par le changement climatique. De tels partenariats reposent sur des objectifs, des principes et une vision partagés, et des relations de travail en commun justes et équitables.

2.2 Recommandations concernant l'adaptation dans le secteur touristique

- Développer une approche intersectorielle
Des discussions doivent être menées entre le tourisme et les autres secteurs sur les stratégies d'adaptation possibles, tant le tourisme interagit avec eux pour son développement (en particulier, approvisionnement et traitement de l'eau, transport, construction, énergie, agriculture, protection de la nature...). Des approches intégrées sont donc nécessaires, qui ouvriront la voie à un certain nombre d'opportunités « gagnant-gagnant » et « sans regrets ».
- Considérer les territoires autant que le secteur
Dans cette perspective, une vision globale et systémique des territoires est nécessaire, considérant différents types de risques afin d'élaborer des scénarios et solutions qui prennent en compte le maximum de contraintes et opportunités.
- Distinguer les différentes formes de tourisme
Tourisme international et tourisme domestique doivent être considérés ensemble mais distinctement. Leurs réactions face au changement climatique, comme face à beaucoup d'autres perturbations, promettent d'être contrastées. La combinaison de ces deux filières offre donc des possibilités de réduction de la vulnérabilité de certaines destinations.
- Considérer les évolutions croisées des pays émetteurs et des destinations
Il est primordial de considérer non seulement les évolutions climatiques possibles dans les destinations mais aussi dans les territoires émetteurs de touristes. Offre et demande sont liées par les évolutions climatiques, et dans certains cas par exemple les destinations pourront mieux cibler leur clientèle en tenant compte des évolutions sur les marchés émetteurs.
- Replacer la question climatique dans le cadre des changements globaux
Le changement climatique est un facteur important d'évolution du tourisme méditerranéen, mais ce n'est qu'un facteur parmi d'autres. Il est impossible aujourd'hui de pondérer les influences relatives des changements climatiques et d'autres changements globaux (dynamiques environnementales, urbanisation, croissance mondiale, évolutions culturelles, conditions sanitaires, géopolitique...).
- Se garder des idées reçues
Maintenir une distance critique à toute épreuve vis-à-vis de solutions « clés en main » qui peuvent avoir leur intérêt dans certains cas mais s'apparentent aussi souvent à des idées reçues, comme celles dénoncées par Seguí Llinas (2004) dans le cas des Baléares :
 - Attirer moins de touristes, mais de meilleure qualité.
 - Diminuer le nombre de touristes et augmenter la diversification économique.
 - Le même nombre de touristes, mais mieux répartis tout au long de l'année pour diminuer la saturation.
 - Chercher un touriste intéressé par la culture, qui veut « découvrir » la destination, connaître les gens, leur culture, leurs préoccupations.

Pour finir, et en nous inspirant de Becken (2007), nous proposons dans les deux figures qui suivent quelques exemples de liens entre évolutions climatiques, stratégies d'adaptation et mesures pratiques (Figure 4 et Figure 5).

Figure 4 Effets potentiels du changement climatique sur les littoraux méditerranéens et mesures d'adaptation pour le secteur touristique

(Liens pleins et discontinus ne sont là que pour faciliter la lecture, sans différence de nature)

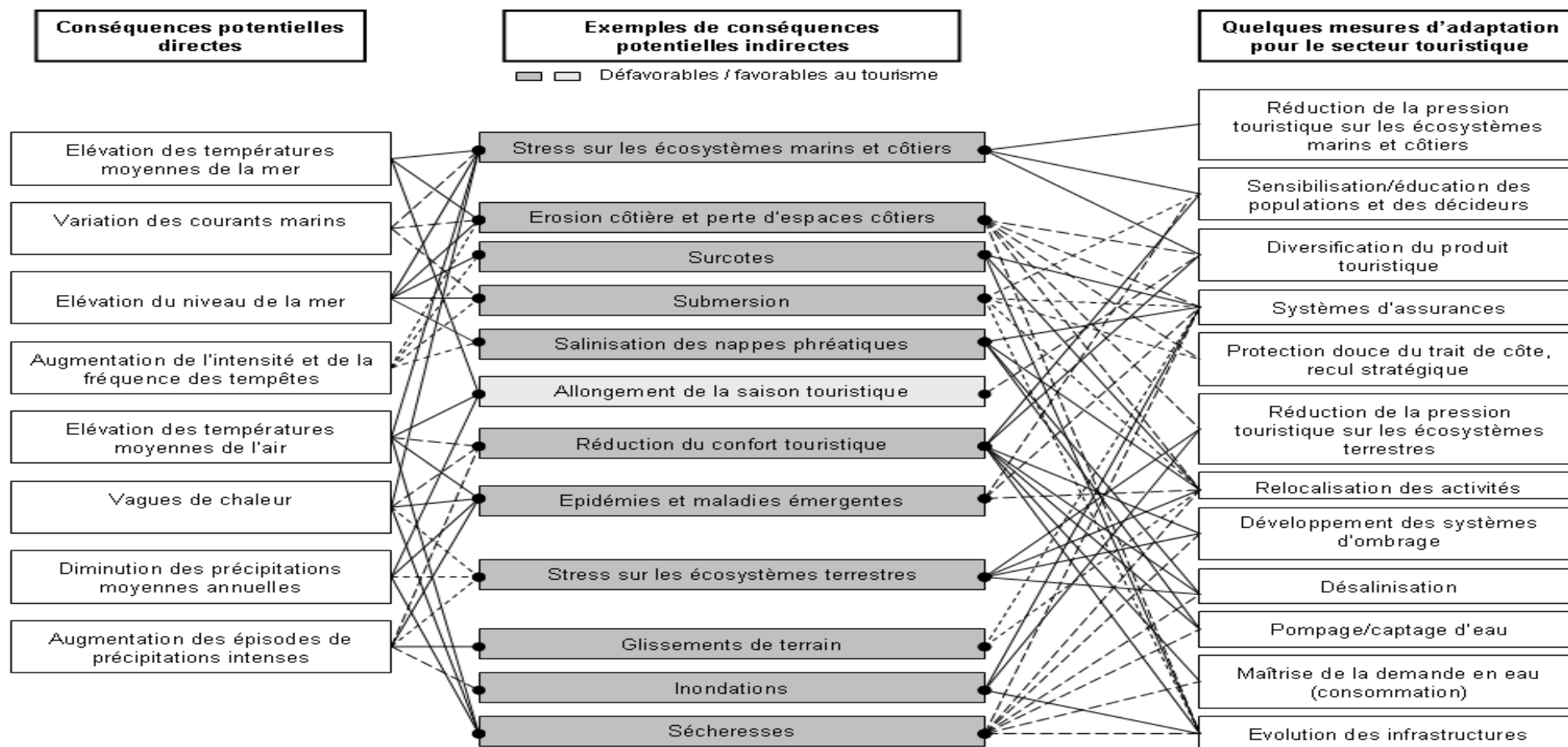


Figure 5 Des mesures d'adaptation à leur mise en œuvre



3. Conclusion générale

La question du changement climatique est en passe de devenir l'une des plus importantes pour l'avenir à moyen et long terme du tourisme en Méditerranée. L'enjeu est à la fois de réduire les émissions de GES et de s'adapter aux changements en cours et à venir afin de réduire la vulnérabilité d'un secteur clé qui pourrait être profondément bouleversé dans les prochaines décennies.

Comme pour l'ensemble de la société, la question se pose de l'équilibre – et donc de la répartition des coûts – entre réduction des émissions et adaptation. Les autorités en charge du tourisme et le secteur privé doivent à présent améliorer l'utilisation qu'ils font de l'information climatique, c'est-à-dire l'intégrer davantage dans leurs politiques, plans de développement, business plans, etc. Néanmoins, le principal changement que le réchauffement climatique induira ne sera peut-être pas le changement de temps lui-même, mais (i) l'incertitude concernant les conditions climatiques futures – qui était marginale au cours des derniers siècles et pouvait être négligée dans les prises de décision (Hallegatte, 2008) ; (ii) l'incertitude concernant les futures politiques de réduction des émissions de GES et leurs effets structurants sur l'ensemble des secteurs économiques.

L'attention devrait logiquement se focaliser d'abord sur les pistes et mesures « sans coût ni regret » : il en existe de nombreuses qui peuvent avoir des impacts positifs à la fois en termes de mitigation, d'adaptation, et de rentabilité des investissements. Pourtant, les synergies ont leurs limites et dans certains cas on se trouvera confronté à de nécessaires arbitrages qui imposeront des choix de priorité entre réduction des émissions et adaptation (Tol, 2005). Par exemple, l'extension des saisons touristiques vers le printemps et l'automne, vue a priori d'un œil plutôt favorable du point de vue de l'adaptation, pourrait mener à une multiplication des courts séjours. De même, les pratiques touristiques les plus émettrices ne sont pas associées au tourisme balnéaire de masse et bon marché, mais aux hébergements les plus confortables, à certaines activités « vertes » et sports de nature (notamment maritimes). On pourrait aussi bien sûr rappeler les cas déjà bien connus de la climatisation ou de la neige artificielle en montagne.

Quoi qu'il en soit, tout laisse penser que dans un futur marqué par la lutte contre le changement climatique et ses effets, il sera encore plus difficile qu'aujourd'hui de construire un tourisme à la fois durable et florissant (Perry, 2003). Cette perspective constitue donc une opportunité – certes non dénuée de contraintes – pour les états méditerranéens de revisiter leurs stratégies de développement touristique à moyen et long terme.

Cette réflexion doit être menée rapidement, sans perdre de vue quelques points clés de la réflexion que l'on finit trop souvent par oublier :

- Pour beaucoup d'acteurs, le changement climatique est synonyme de problèmes hypothétiques qui pourraient se matérialiser d'ici 20 à 30 ans (voire plus), alors que leur action est orientée par des problèmes certains auxquels ils sont confrontés aujourd'hui.
- Le tourisme demeure l'une des principales perspectives de développement pour de nombreux pays de la Méditerranée. Toute restriction peut donc influencer sur des millions d'emplois présents et futurs, et sur le développement de régions entières.
- A l'heure actuelle et dans un futur proche au moins, les touristes continuent à partir de plus en plus souvent, de moins en moins longtemps et de plus en plus loin.
- La mobilité, la découverte de l'ailleurs – et parfois de l'autre – par le voyage sont devenues des valeurs en soi pour beaucoup de nos concitoyens.
- L'industrie vit de la croissance et craint l'incertitude. Elle a donc tendance à favoriser les options liées au progrès technologique « prévisible » plutôt que celles reposant sur des réorientations sectorielles profondes, voire des réductions partielles d'activité.
- Selon la plupart des modélisations climatiques et économiques dont on dispose à l'heure actuelle, la stabilisation de la concentration en CO₂ à 450 ppm, nécessaire pour limiter l'augmentation des températures moyennes à +2°C (objectif affiché par l'Union Européenne), implique des changements majeurs dans nos modes de développement. Toutes les mesures que l'on peut évoquer pour le moyen et long terme sont donc à envisager soit dans une société profondément transformée par cet objectif, soit avec des changements climatiques beaucoup plus radicaux.

V. BIBLIOGRAPHIE

- Adger W.N. 2006. Vulnerability. *Global Environmental Change*, 16, p. 268-281.
- Amelung B. et Scott D. 2007. *Tourist climate requirements*. E-CLAT technical seminar « Policy dialogue on tourism, transport and climate change : stakeholders meet researchers », Paris, 15 mars 2007, 7 p.
- Bankoff G., Frerks G., Hilhorst D. (Eds.), 2004. *Mapping vulnerability : disasters, development and people*. Earthscan, London.
- Becken, S., Hay, J. 2007. *Coastal and small island destinations*. E-CLAT Technical seminar « Policy dialogue on tourism, transport and climate change : stakeholders meet researchers ». Paris, 15 mars.
- Benoît, G., Comeau, A. 2005. *Méditerranée – Les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement*. Editions de l'Aube et Plan Bleu.
- Berkes, F. 2007. Understanding uncertainty and reducing vulnerability : lessons from resilience thinking. *Natural Hazards*, 41, p. 283-295.
- Berritella, M., Bigano, A., Roson, R. et Tol, R. 2006. A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism management*, 27, p. 913-924.
- Besancenot, J.-P. 1990. *Climat et Tourisme*. Masson, Paris, 223 p.
- Bigano, A., Hamilton, J.M., Tol, R. 2008. *Climate change and tourism in the Mediterranean*. Working paper FNU-157, 17 January.
- Billé, R. 2008. *Adapting to climate change in the Mediterranean: some questions and answers*. Iddri, série « Synthèses », n°1/2008.
- Burton, I. 1997. Vulnerability and adaptive responses in the context of climate and climate change. *Climatic Change*, 36, 185-196.
- Céron, J.-P. et Dubois, G. 2004. The potential impacts of climate change on French tourism. *Current issues in Tourism*, 8 (2-3), p. 125-139.
- Céron, J.-P. et Dubois G. 2008. Compensation volontaire des gaz à effet de serre. Enjeux et limites. *Espaces – Tourisme et Loisirs*, N°257, mars.
- D4E (Direction des Études Économiques et de l'Évaluation Environnementale). 2008. Déplacements touristiques des Français : hyper concentration des comportements les plus émetteurs de gaz à effet de serre. *Evaluation*, hors-série 11 (février).
- DEFRA. 2008. *Draft Code of Best Practice for Carbon Offset Providers*. February. <http://www.defra.gov.uk/environment/climatechange/uk/carbonoffset/index.htm>
- Demunter, C. 2008. *Les récentes évolutions du tourisme sont-elles compatibles avec le développement durable ?* Eurostat, Statistiques en bref.
- DGAC. 2007. *La note de synthèse et d'actualité*. N°5, Septembre.
- Downing, T.E., Patwardhan, A. 2003. *Vulnerability Assessment for Climate Adaptation*. APF Technical Paper 3, United Nations Development Programme, New York City, NY. Final draft.
- Füssel, H.-M., Klein, R. 2006. Climate change vulnerability assessments : an evolution of conceptual thinking. *Climatic Change*, 75, p. 301-329.
- Giannakopoulos, C., Bindi, M., Moriondo, P., LeSager, P., Tin, T. 2005. *Climate change impacts in the Mediterranean resulting from a 2°C global temperature rise*. WWF.
- Gössling, S., Broderick, J. et al. 2007. Voluntary carbon offsetting schemes for aviation : efficiency and credibility, *Journal of Sustainable tourism*, vol. 15, n° 3, pp. 223-248.
- Giles, A.R., Perry, A.H. 1998. The use of a temporal analogue to investigate the possible impact of projected global warming on the UK tourist industry. *Tourism Management* 19: 75-80
- Giupponi, C., Schechter, M. 2003. *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Hallegatte, S. 2008. Adaptation to climate change: do not count on climate scientists to do your work. *Related Publication 08-01*, February.
- Hamilton, J.M. 2003. *Climate and the destination choice of German tourists*. DINAS-COAST working paper number 2 (revised).
- Hamilton, J.M., Maddison, D.J. et Tol, R.S.J. 2005. Climate change and international tourism : a simulation study. *Global Environmental Change*, 15, p. 253-266.
- IPCC. 2001. *Climate Change 2001 : synthesis report* (www.ipcc.ch).
- IPCC. 2007. *Climate Change 2007 : synthesis report* (www.ipcc.ch).

- Karas, J. 2000. *Climate change and the Mediterranean region*. Greenpeace.
- Kelly, P.M., Adger, W. N. 2000. Theory and practice in assessing vulnerability to climate change and facilitating adaptation. *Climatic Change*, 47, 325–352.
- Klein, R.J.T., Lisa, E., Schipper, F., Dessai, S. 2005. Integrating mitigation and adaptation into climate and development policy: three research questions. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 579–588.
- Lanquar, R. 1995. *Tourisme et environnement en Méditerranée*. Economica, Les fascicules du Plan Bleu, 8.
- Lise, W., Tol, R. 2002. Impact of climate on tourist demand. *Climatic Change*, 55, p. 429-449.
- Lise, W., Tol, R. 2003. "Sensitivity of tourist destination choice to climate". In C. Giupponi et M. Schechter, *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, p. 290-318.
- Liverman, D.M. 1990. "Vulnerability to global environmental change". In Kasperson R. E., Dow K., Golding D. et Kasperson J.X. (eds.), *Understanding Global Environmental Change: The Contributions of Risk Analysis and Management* (Chapter 26), Clark University, Worcester, MA, p. 27-44.
- Lozato-Giotart, J.-P. (1990). *Méditerranée et tourisme*. Masson.
- Magnan, A. 2006. L'évacuation des populations aux Maldives après le tsunami du 26 décembre 2004. *Mappemonde* (<http://mappemonde.mgm.fr>), 84 (4), 18 p.
- Mathieson, A. Wall G. 1982. *Tourism economic, physical and social impacts*. Longman, New York.
- McBoyle, G. et al. 1986. Recreation and climate change: a Canadian case study. *Ontario Geographer* 28 : 51-68.
- Milne, S. 1997. "Tourism, dependency and South Pacific microstates : beyond the vicious cycle ?" In Lockhart D.G. et Drakakis-Smith D. (eds.), *Island tourism : trends and prospects*, Pinter, London, p. 281–301.
- Miossec, J.-M. 1998. « Le tourisme et les aménagements touristiques ». in Miossec A. (dir.) : « Géographie humaine des littoraux maritimes », CNED-SEDES, 471 p., p. 309-412.
- Miossec, J.-M. 2001. « Le tourisme, un secteur performant », in Bethemont (ss dir.) : « Le monde méditerranéen : thèmes et problèmes géographiques », SEDES, 320 p., p. 137-162.
- Nicholls, R.J., Hoozemans, F.M. 1996. The Mediterranean vulnerability to coastal implications of climate change. *Ocean and Coastal Management*, 31, p. 105-132.
- O'Brien, K., Eriksen, S., Schjolen, A., Nygaard, L. 2004. *What's in a Word? Conflicting Interpretations of Vulnerability in Climate Change Research*. CICERO Working Paper 2004, 04, CICERO, Oslo University, Norway.
- Olmos, S. 2001. *Vulnerability and Adaptation to Climate Change: Concepts, Issues, Assessment Methods*. Climate Change Knowledge Network, <http://www.cckn.net>.
- Paskoff, R. (dir.) 2000. *Le changement climatique et les espaces côtiers : l'élévation du niveau de la mer, risques et réponses*. Actes du colloque d'Arles, 12-13 octobre 2000, 97 p.
- Perry, A. 2000. *Impacts of climate change on tourism in the Mediterranean: adaptive responses*. Nota di Lavoro 35.2000, Fondazione Eni Enrico Mattei.
- Perry, A. 2003. "Impacts of climate change on tourism in the Mediterranean : adaptive responses". In C. Giupponi et M. Schechter, *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, p. 279-289.
- Perry, A. 2003. *Climate change, the environment and tourism : the interactions*. Position paper 1 : Current activities, areas and gaps in research.
- Perry, A. 2001. "More heat and drought. Can Mediterranean tourism survive and prosper ?" In A. Matzarakis and C. R. de Freitas (Ed.) *Proceedings of the First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation*. International Society of Biometeorology, Porto Carras, Neos Marmaras, Halkidiki, Greece, 5 -10 October.
- PNUE/PAM. 2005. *Stratégie méditerranéenne pour le développement durable. Un cadre pour une durabilité environnementale et une prospérité partagée*. UNEP(DEC)/MED IG.16/7, 27 juin.
- PNUE-PAM-Plan Bleu. 2005. *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*. MAP Technical Report Series No. 159, 215 p.
- Reghezza, M. 2006. *Réflexions autour de la vulnérabilité métropolitaine : la métropole parisienne face au risque de crue centennale* (notamment p. 49-81). Thèse de Doctorat en Géographie, Université de Paris X, 384 p.
- Saladié, O., Aguilar, E., Sigró, J., Brunet, M. 2008. *Changes in extreme temperatures during spring and summer over Mediterranean Spain since the second half of 20th century and their impacts on coastal tourism*. Geophysical Research Abstracts, Vol. 10, EGU.
- Schröter, D., Metzger, M.J., Cramer, W., Leemans, R. 2004. Vulnerability assessment : analysing the human-environment system in the face of global environmental change. *ESS Bulletin*, 2 (2), p. 11-17.

- Scott, D., Amelung, B., Becken, S., Ceron, J.-P., Dubois, G., Gossling, S., Peeters, P., Simpson, M.C. 2007. *Changement climatique et tourisme. Faire face aux défis mondiaux*. OMT, PNUE, OMM.
- Seguí Llinas, M. 2004. *Les Baléares : un laboratoire du tourisme en Méditerranée*. Plan Bleu.
- Simpson, M.C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. and Gladin, E. 2008. *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO: Paris, France.
- Smith, K. 1990. Tourism and climate change. *Land Use Policy* 7 : 176-80
- Smith, J.B., Klein, R.J.T., Huq, S. 2003. *Climate change adaptive capacity and development*. Imperial College Press, London.
- Somot, S. 2005. *Modélisation climatique du bassin méditerranéen: variabilité et scénarios de changement climatique*. Thèse de Doctorat, Université Toulouse III / IPSL-LOCEAN.
- TEC. 2008. *Le monde est à nous ? Analyse socio-économique des émissions de GES dues aux déplacements de tourisme et de loisirs et stratégies de limitation*. Programme Gestion et impacts du changement climatique, D4E, Ministère de l'Ecologie et du développement durable.
- Tol, R. 2005. Adaptation and mitigation: trade-offs in substance and methods. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 572–578.
- Tompkins, E.L., Adger, W.N. 2005. Defining response capacity to enhance climate change policy. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 562–571.
- UNEP. 1999. *Tourism and sustainable development*. Rapport du Secrétaire général de la commission du développement durable (7^{ème} session, E/CN/1999/5/Add.2).
- UNEP/MAP/Blue Plan. 2005. *Dossier on tourism and sustainable development in the Mediterranean*. MAP Technical Report Series N°159, UNEP/MAP, Athens.
- Viner, D., Amelung, B. 2003. Climate change, the Environment and Tourism: The Interactions. *Proceedings of the ESF-LESC Workshop*, Milan 4-6th June Publ. eCLAT, Climatic Research Unit, Norwich, UK 2003. 63pp
- Violier, P. 2003. Tourisme et mondialisation : enjeux et problématiques. *Géoéconomie*, 25, p. 45-62.
- Wilbanks, T.J. 2005. Issues in developing a capacity for integrated analysis of mitigation and adaptation. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 541–547.

VI. LISTE DES ACRONYMES UTILISES

ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (France)
CMDD	Commission Méditerranéenne du développement durable
D4E	Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale (Ministère chargé de l'environnement, France)
DEFRA	Department for environment, food and rural affairs (Royaume-Uni)
DGAC	Direction générale de l'aviation civile (France)
E-Clat	Experts in climate change and tourism
GES	Gaz à effet de serre
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
IDE	Investissement direct étranger
IPCC	Intergovernmental panel on climate change
MDP	Mécanisme de développement propre
OMM	Organisation météorologique mondiale
OMT	Organisation mondiale du tourisme
PAM	Plan d'action pour la Méditerranée
PIB	Produit intérieur brut
PNUE	Programme des nations unies pour l'environnement
SMDD	Stratégie méditerranéenne de développement durable
TEC	Tourisme environnement conseil
UE	Union européenne
UNESCO	Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture

VII. ANNEXES

1. Annexe 1

DECLARATION DE DJERBA SUR LE TOURISME ET LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les participants de la Première Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme, tenue à Djerba, en Tunisie, du 9 au 11 avril 2003, réunie à l'initiative de l'Organisation mondiale du tourisme et à l'invitation du Gouvernement tunisien,

Ayant écouté les exposés des représentants :

- du Gouvernement de la Tunisie,
- de la Commission océanographique intergouvernementale (COI) – UNESCO,
- de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC),
- de la Convention des Nations Unies sur la lutte contre la désertification (UNCCD),
- du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC)
- de l'Organisation météorologique mondiale (OMM),
- de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et
- du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE),

et de représentants des secteurs public et privé; ainsi que les points de vue de gouvernements nationaux, de compagnies touristiques, d'institutions universitaires, d'ONG et d'experts,

Constatant que les objectifs de cette conférence s'inscrivent dans le droit fil des préoccupations, des travaux de recherche et des activités du système des Nations Unies dans le domaine du changement climatique, et plus généralement du développement durable,

Reconnaissant le rôle clé du Protocole de Kyoto comme une première étape dans la maîtrise des émissions de gaz à effet de serre,

Prenant en considération le fait qu'en convoquant cette conférence, l'OMT n'entendait ni organiser un débat à fondement exclusivement scientifique, ni traiter tous les effets sociaux et environnementaux bien connus que le changement climatique peut avoir sur les sociétés, mais qu'elle visait plutôt à mettre l'accent sur les rapports entre changement climatique et tourisme, compte tenu de l'importance économique de cette branche d'activité dans de nombreux pays, en particulier les petits États insulaires et les pays en développement, et afin de faire prendre davantage conscience de ces rapports et de renforcer la coopération entre les différents acteurs concernés,

Ayant examiné avec soin les relations complexes entre tourisme et changement climatique, et notamment les répercussions de ce dernier sur différents types de destinations touristiques, sans ignorer que certains modes de transport utilisés pour les déplacements touristiques; ainsi que d'autres composantes de l'industrie touristique, contribuent en retour au changement climatique,

Conscients de l'importance des ressources en eau dans l'industrie touristique et de son lien avec le changement climatique,

Reconnaissant l'impact du changement climatique qui devrait s'aggraver, combiné à d'autres facteurs anthropogéniques sur le développement du tourisme dans les écosystèmes sensibles, tels que les zones arides, côtières, les îles et les montagnes, et

Sachant que les droits à se déplacer et à accéder aux loisirs sont reconnus par la communauté internationale, que le tourisme est désormais totalement intégré dans les modèles de consommation de nombreux pays et que, selon les études de prospective de l'OMT, sa croissance se poursuivra dans un avenir prévisible.

Sont convenus de ce qui suit :

- *Exhorter* tous les gouvernements soucieux de la contribution du tourisme au développement durable, à souscrire à tous les accords intergouvernementaux et multilatéraux d'importance, tout particulièrement au Protocole de Kyoto, et autres conventions et déclarations analogues concernant le changement climatique ainsi qu'aux résolutions y afférentes qui visent à prévenir les effets de ce phénomène et à en éviter l'extension ou l'accélération ;
- *Encourager* les institutions internationales à approfondir l'étude des effets réciproques du tourisme et du changement climatique et les recherches en la matière, y compris dans le cas des sites culturels et archéologiques, avec le concours des autorités publiques, des institutions universitaires; des ONG et des populations locales ; *encourager* en particulier le Groupe d'experts intergouvernementaux sur l'évolution du climat de prêter une attention spéciale au tourisme en coopération avec l'OMT et d'inclure en particulier le tourisme dans son quatrième rapport d'évaluation ;
- *Demander* aux organismes d'aide, tant des Nations Unies que bilatéraux, de soutenir les gouvernements des pays en développement, notamment les moins avancés, pour lesquels le tourisme représente un secteur clé de l'économie, dans leurs efforts pour atténuer les effets du changement climatique ou pour s'y adapter et d'élaborer des plans d'action en conséquence ;
- *Engager* les organisations internationales, les gouvernements; les ONG et les institutions universitaires à appuyer les pouvoirs publics locaux et les organismes de gestion des destinations en vue de l'application de mesures d'adaptation et d'atténuation pour contrecarrer les effets particuliers du changement climatique à l'échelon des destinations locales ;
- *Encourager* les professionnels du tourisme, et notamment les transporteurs, les hôteliers, les voyagistes; les agents de voyages et les guides touristiques à faire évoluer leurs activités et à utiliser des techniques et une logistique plus propres et plus économes en énergie afin de minimiser, dans toute la mesure du possible, leur contribution au changement climatique ;
- *Inciter* les gouvernements et les institutions tant bilatérales que multilatérales à la conception et à la mise en œuvre de politiques de gestion durable des ressources en eau, à la conservation des zones humides et d'autres écosystèmes d'eau douce ;
- *Inviter* les gouvernements à encourager le recours aux sources d'énergie renouvelable dans les entreprises et activités de tourisme et de transport, en apportant une assistance technique et en offrant des avantages fiscaux et autres ;
- *Encourager* les associations de consommateurs, les entreprises touristiques et les médias à sensibiliser les consommateurs dans les destinations et sur les marchés émetteurs, afin qu'ils modifient leur comportement et, qu'en matière de tourisme, ils fassent des choix nuisant moins au climat ;
- *Inviter* les acteurs publics, privés et non gouvernementaux et autres institutions, à informer l'OMT des résultats de tout travail de recherche portant sur le changement climatique et le tourisme, pour que cette Institution soit à même de jouer le rôle d'un forum d'échanges; de créer une base de données sur le sujet et de diffuser ce savoir-faire dans le monde entier, et
- *Considérer* cette déclaration comme cadre de travail des agences internationales, régionales et gouvernementales pour le suivi de leurs activités et des plans d'action susmentionnés dans ce domaine.

En conclusion, les participants ont exprimé leurs remerciements au Gouvernement et au peuple tunisiens pour leur chaleureux accueil, ainsi que pour les excellentes installations mises à leur disposition pour tenir cette Conférence à Djerba.

Djerba (Tunisie), le 11 avril 2003

2. Annexe 2

DECLARATION DE DAVOS

CHANGEMENT CLIMATIQUE ET TOURISME : FAIRE FACE AUX DEFIS MONDIAUX

Davos (Suisse), 3 octobre 2007

La communauté internationale prend actuellement des mesures concertées contre le changement climatique et ce, dans un cadre objet d'un accord commun sous la direction des Nations Unies. Ce cadre des Nations Unies cherchera à arrêter une feuille de route pluriannuelle pour l'après-Kyoto, à commencer à appliquer sans tarder, avec des jalons bien déterminés. Le secteur du tourisme y a une place importante en raison de sa valeur économique et sociale mondiale, de son rôle dans le développement durable et de ses étroites relations avec le climat.

Pour soutenir ces mesures, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), en collaboration avec le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et avec l'Organisation météorologique mondiale (OMM), ainsi qu'avec le soutien du Forum économique mondial (FEM) et du Gouvernement suisse, a convoqué la Deuxième Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme du 1er au 3 octobre 2007 à Davos, en Suisse. Cette conférence, partant des résultats de la Première Conférence internationale organisée sur ce thème en 2003 à Djerba, en Tunisie, a rassemblé 450 participants de plus de 80 pays et de 22 institutions internationales, organisations et sociétés du secteur privé, instituts de recherche et ONG, ainsi que des médias, avec pour but de réagir de façon opportune et équilibrée aux impératifs du changement climatique dans le secteur du tourisme. En vue de cette conférence, les organisateurs avaient commandé un rapport qui devait fournir une étude approfondie des répercussions actuelles et analyser les diverses possibilités d'action.

La conférence a reconnu :

- que le climat est une ressource essentielle au tourisme, que ce secteur est extrêmement sensible aux conséquences du changement climatique et du réchauffement de la planète, dont beaucoup se font déjà sentir, et que, d'après les estimations, il contribue à raison d'environ 5 % aux émissions mondiales de CO₂ ;
- que le tourisme, d'affaires comme d'agrément, continuera à être une composante fondamentale de l'économie mondiale, une activité importante contribuant à la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement et un élément positif faisant partie intégrante de notre société ;
- que, vu l'importance du tourisme pour relever les défis mondiaux du changement climatique et de la réduction de la pauvreté, il faut adopter d'urgence un train de mesures politiques qui encouragent un tourisme vraiment durable et qui reflètent une quadruple sensibilité d'ordre **climatique**, environnemental, social et économique ;
- que le secteur du tourisme doit rapidement faire face à la modification du climat, dans le cadre en pleine évolution des Nations Unies, et réduire progressivement sa contribution aux émissions de gaz à effet de serre (GES) s'il entend connaître une croissance durable, ce qui exigera d'agir pour :
 - **atténuer** ses émissions de GES, dues surtout aux transports et à l'hébergement,
 - **adapter** les entreprises et les destinations touristiques au changement en cours des conditions climatiques,
 - appliquer les **techniques** existantes et nouvelles pour améliorer le rendement énergétique, et
 - se procurer des ressources **financières** pour aider les régions et pays pauvres.

La conférence lance un appel pour que soient prises les mesures ci-après.

1) Gouvernements et institutions internationales

- ◆ Incorporer le tourisme dans le respect des engagements existants en vertu de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) et de son Protocole de Kyoto et répondre à l'appel du Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies en faveur du lancement, à la Treizième Conférence des États parties à la CCNUCC, à Bali, en décembre 2007, d'un dispositif efficace et complet face au changement climatique pour la période après 2012.
- ◆ Appliquer des mesures concrètes simultanées en matière d'atténuation et d'adaptation, de technologie et de financement, qui soient compatibles avec les objectifs du Millénaire pour le développement.
- ◆ Fournir un appui financier et technique et un soutien dans le domaine de la formation aux destinations et acteurs touristiques des pays en développement (en particulier des pays les moins avancés et des petits États insulaires en développement) pour qu'ils puissent participer au cadre mondial d'action face au changement climatique, par l'intermédiaire d'initiatives déjà en place, tel le mécanisme pour un développement propre.
- ◆ Encourager, à tous les niveaux, les partenariats, réseaux et systèmes d'échanges d'informations interdisciplinaires essentiels au développement durable du secteur.
- ◆ Collaborer aux stratégies, aux politiques et aux plans d'action internationaux visant à réduire les émissions de GES dans les transports (en coopération avec l'OACI et d'autres organisations du transport aérien), l'hébergement et les activités touristiques voisines.
- ◆ Lancer des programmes de formation et de sensibilisation à l'intention de tous les acteurs du tourisme – des secteurs public et privé – ainsi que des consommateurs.
- ◆ Créer et/ou développer des services régionaux et locaux d'informations sur le climat adaptés au secteur du tourisme et en promouvoir l'utilisation auprès des acteurs du tourisme. Créer et/ou renforcer les capacités d'interprétation et d'application de ces informations grâce à une collaboration plus poussée avec les Services météorologiques nationaux de l'OMM.
- ◆ Appliquer des mesures politiques, réglementaires, financières, de gestion, de formation, de comportement, de diversification, de recherche et de suivi pour que l'atténuation et l'adaptation soient effectives.

2) Secteur et destinations touristiques

- ◆ Conduire l'application de mesures concrètes (telles des incitations) afin d'atténuer les effets de la modification du climat d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur du tourisme et de réduire, pour les voyageurs, les professionnels et l'infrastructure, les risques dus à la variabilité et à la redistribution dynamiques des régimes climatiques. Définir des objectifs et des indicateurs pour suivre les progrès accomplis.
- ◆ Encourager et faire des investissements dans les programmes touristiques économes en énergie et dans l'utilisation des sources d'énergie renouvelables, avec pour but de réduire l'empreinte carbone de l'ensemble du secteur touristique.
- ◆ Intégrer le tourisme dans l'élaboration de stratégies d'atténuation et d'adaptation aux niveaux régional, national et local et de leurs plans d'application, le programme de travail de Nairobi sur les impacts, la vulnérabilité et l'adaptation aux changements climatiques, coordonné par la CCNUCC, offrant au secteur du tourisme une occasion importante de renforcer ses connaissances, d'accroître ses compétences et de stimuler l'action.
- ◆ S'efforcer de protéger la biodiversité, les écosystèmes naturels et les paysages par des moyens renforçant leur résilience au changement climatique et garantissant

l'exploitation durable, jusque dans un lointain avenir, de la base de ressources environnementales du tourisme, en particulier celles qui servent de « poumons » à la Terre (pièges à carbone) en captant les GES grâce à la gestion des forêts et à d'autres programmes biologiques ou celles qui protègent les littoraux (par ex. les mangroves et les récifs de corail).

- ◆ Essayer de parvenir de plus en plus à des environnements sans carbone en diminuant la pollution, ce qui suppose d'agir aux niveaux de la conception et des activités et de recourir à des mécanismes modulables en fonction du marché.
- ◆ Diversifier les produits en tenant compte des problèmes climatiques, afin de repositionner les destinations et les systèmes de soutien et d'encourager l'offre et la demande en toute saison.
- ◆ Sensibiliser davantage les clients et les personnels aux effets du changement climatique et les faire participer aux mesures visant à y faire face.

3) **Consommateurs**

- ◆ Encourager les touristes à considérer, avant de prendre une décision, les effets de leur choix d'un voyage et d'une destination sur le climat, l'environnement, la société et l'économie et, si possible, à réduire leur empreinte carbone ou à compenser les émissions ne pouvant pas être réduites directement.
- ◆ Inciter en outre les touristes arrivés dans une destination à choisir des activités n'y portant pas atteinte à l'environnement, qui réduisent leur empreinte carbone et qui contribuent à la préservation du milieu naturel et du patrimoine culturel.

4) **Réseaux de recherche et de communication**

- ◆ Encourager les travaux de recherche ciblés et pluridisciplinaires sur les répercussions du changement du climat afin de combler les lacunes régionales dans les connaissances actuelles et de mettre au point des instruments d'évaluation des risques et d'analyse coûts-avantages permettant de juger de la faisabilité des diverses mesures.
- ◆ Incorporer l'étude des problèmes d'environnement et de climat aux programmes des établissements de formation touristique, puis inscrire ces matières dans les programmes des autres établissements d'enseignement.
- ◆ Favoriser la responsabilisation des voyageurs qui sert le tourisme durable au quadruple résultat, puisqu'il incorpore des considérations climatiques, environnementales, sociales et économiques.
- ◆ Faire prendre davantage conscience du rôle économique du tourisme comme instrument de développement et présenter de façon équitable, équilibrée et facile à comprendre les causes et les effets du changement climatique sur la base de solides connaissances scientifiques.

La Conférence

- ◆ prévoit un éventail de mesures déterminées à prendre par tous les acteurs du secteur pour commencer immédiatement à arrêter et à appliquer une feuille de route à long terme destinée à éviter l'émission nette de carbone ;
- ◆ invite les gouvernements et les institutions internationales, le secteur et les destinations touristiques, les consommateurs et les réseaux de recherche et de communication à appliquer ces recommandations, au moyen d'engagements concrets et de plans d'action, et à utiliser comme plate-forme le service en ligne de l'OMT d'échange d'informations sur le changement climatique et le tourisme pour enregistrer en permanence, en tant qu'intéressés convaincus, leurs engagements et leurs actions en faveur de l'atténuation et de l'adaptation ;
- ◆ souligne qu'il faut qu'en collaboration avec le PNUE et l'OMM, l'OMT continue à diriger ce processus et qu'elle envisage de convoquer, en temps voulu dans l'avenir,

une Troisième Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme pour examiner les progrès accomplis, maintenir les niveaux d'intervention et définir les nouveaux besoins et les nouvelles actions, et

- ◆ exhorte l'ensemble du secteur touristique à agir pour faire face au changement climatique, un des plus grands défis menaçant le développement durable et la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement au XXI^e siècle.

.....

La Déclaration de Davos et les résultats de cette conférence serviront de base au Sommet ministériel de l'OMT sur le tourisme et le changement climatique, prévu le 13 novembre 2007 à Londres, au Royaume-Uni, dans le cadre du World Travel Market. Ils seront soumis pour adoption à l'Assemblée générale de l'OMT qui se déroulera du 23 au 29 novembre à Cartagena de Indias, en Colombie, et ils seront également présentés en décembre à la Conférence des Nations Unies sur le changement climatique à Bali, en Indonésie.

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Encadré 1 Principaux événements internationaux entièrement ou partiellement consacrés à la problématique « tourisme et changement climatique » en 2007.....	59
Figure 1 Répartition géographique des principaux effets du changement climatique sur les destinations touristiques (Scott et al., 2007)	61
Figure 2 Répartition des émissions de GES du tourisme (2002)	63
Figure 3 Classement des activités à destination en fonction de l'intensité en gaz à effet de serre des transports utilisés (source : D4E, 2008)	65
Figure 4 Effets potentiels du changement climatique sur les littoraux méditerranéens et mesures d'adaptation pour le secteur touristique	88
Figure 5 Des mesures d'adaptation à leur mise en œuvre	89
Tableau 1 Facteurs d'émissions pour différents modes de transport	63
Tableau 2 Quelques effets attendus du changement climatique sur les destinations touristiques méditerranéennes.....	75
Tableau 3 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « transports »	83
Tableau 4 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « hébergement »	83
Tableau 5 Exemple de déclinaison du cadre d'analyse au compartiment « Activités » sur le lieu de destination	84

FREQUENTATION TOURISTIQUE ET BIODIVERSITE : BILAN ET IMPACTS

M. Chedly RAIS, Consultant international, Tunisie

TABLE OF CONTENT

I. Présentation de l'objet du document	103
II. Introduction	104
III. La fréquentation touristique et son impact sur les sites naturels et la biodiversité	104
1. Rôle de la fréquentation touristique dans la conservation des sites naturels et des espèces	105
2. Impacts négatifs du tourisme sur la diversité biologique	105
IV. Tourisme et biodiversité en Méditerranée	106
1. Principaux éléments de la biodiversité méditerranéenne et leurs relations avec le tourisme.....	106
2. Principales activités et pratiques liées au tourisme et génératrices d'impacts négatifs sur la diversité biologique en Méditerranée	112
3. Principales menaces et nuisances pour la biodiversité enregistrées en Méditerranée	114
V. Concilier le tourisme et la conservation de la biodiversité en Méditerranée	117
1. Rôle des aires protégées méditerranéennes dans le développement du tourisme.....	117
2. Approches à promouvoir	118
3. Indicateurs pour le suivi de l'état de la biodiversité dans les zones touristiques	120
VI. Bibliographie	121
VII. Annexes	123
VIII. Acronyms and abbreviations	134
IX. Table of illustrations	135

I. PRESENTATION DE L'OBJET DU DOCUMENT

Ce document a été préparé à la demande du Plan Bleu en vue de nourrir les débats de l'atelier régional organisé par le Plan Bleu les 2 et 3 juillet 2008 en vue de traiter les thèmes suivants :

- Tourisme et changement climatique en Méditerranée,
- Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée : Fréquentation touristique et biodiversité,
- Plaisance et croisières en Méditerranée : bilan et perspectives,
- Emplois et salaires dans le secteur du tourisme en Méditerranée : bilan et prospective.

Les éléments à développer dans le cadre du présent rapport sont fixés par les termes de références qui stipulent que le document développera les cinq points suivants :

- 1) Présenter la problématique de la fréquentation touristique et de ses impacts sur la biodiversité (terrestre et marine) en Méditerranée, en rappelant les spécificités de l'écorégion ;
- 2) Analyser les politiques et/ou stratégies de développement du tourisme au regard de leur cohérence avec les politiques de protection de la biodiversité et des orientations de la SMDD (voir ci-dessus) ;
- 3) Élaborer un panorama rétrospectif (sur quinze à vingt ans) et prospectif (si possible à dix-quinze ans) de cette problématique afin d'identifier les tendances lourdes et les évolutions possibles ; ce point éclairera notamment :
 - L'état de la biodiversité dans les destinations touristiques (côtières mais aussi si possible rurales, montagneuses, désertiques) en soulignant les pertes de biodiversité avérées dans le passé et potentielles à l'avenir ;
 - La biodiversité en tant que ressource vulnérable et facteur d'attraction ;
 - L'introduction d'espèces non-indigènes et les risques d'invasion biologique ;
 - Quand c'est possible, les coûts économiques dus à la dégradation de la biodiversité ;
- 4) Expliquer quels pourraient être les plans et / ou stratégies à mettre en œuvre pour concilier développement du tourisme et protection de la biodiversité ; identifier et analyser des exemples s'il en existe ;
- 5) Proposer des indicateurs pour suivre l'état de la biodiversité dans les zones touristiques.

II. INTRODUCTION

Le tourisme constitue depuis plusieurs années un des piliers de l'économie de plusieurs pays et d'après plusieurs spécialistes et opérateurs, le tourisme basé sur la découverte de la nature constitue la forme de tourisme qui affiche l'augmentation la plus rapide à travers le monde durant les deux dernières décennies.

Le dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée publié en 2005 par le Plan Bleu (MAP Technical Reports Series n°159, 2005) montre qu'en Méditerranée, c'est toujours le tourisme balnéaire qui domine et qu'il est probable que, pour éviter la saturation des centres balnéaires, des alternatives telles que le tourisme "nature" prendraient dans les prochaines années des proportions non négligeables. Le développement du tourisme "nature" passera inéluctablement par plus d'utilisation l'utilisation des éléments constitutifs de la diversité biologique.

La diversité biologique (ou biodiversité) est définie par la CBD comme étant "la variabilité des organismes vivants de toute origine y compris, entre autres, les écosystèmes terrestres, marins et autres écosystèmes aquatiques et les complexes écologiques dont ils font partie; cela comprend la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des écosystèmes". En d'autres termes la biodiversité est représentée par toutes les formes de la vie et les processus qui y sont associés. La variabilité entre espèces et au sein des espèces ainsi que la variabilité des écosystèmes sont des éléments essentiels de la diversité biologique.

Le développement important d'un tourisme basé sur l'utilisation des sites naturels et de la diversité biologique en général pourrait se heurter à des problèmes de durabilité si les mesures nécessaires pour concilier l'usage touristique et la biodiversité ne sont pas prises à temps.

Les différents éléments du présent rapport visent à évaluer dans quelles mesures la diversité biologique du littoral méditerranéen pourrait contribuer au développement du tourisme dans la région. La durabilité de ce développement passe par la préservation des qualités et des fonctions écologiques des différents éléments du patrimoine naturel de la région.

Le présent document a été élaboré en analysant les données disponibles. Pour l'analyse de la situation au niveau national, il se base notamment sur une série de documents traitant de la situation du tourisme au niveau national dans plusieurs pays méditerranéens présentés dans le cadre d'une réunion d'experts organisée par le Plan Bleu à Sophia Antipolis du 25 au 26 février 2002. Il se base également sur les rapports nationaux sur l'état de la diversité biologique marine et côtière élaborés par les pays méditerranéens dans le cadre du PASBIO. La liste des documents consultés pour l'élaboration de ce rapport est annexée ci-joint.

III. LA FREQUENTATION TOURISTIQUE ET SON IMPACT SUR LES SITES NATURELS ET LA BIODIVERSITE

La relation entre le tourisme et la biodiversité présente plusieurs facettes et couvre des aspects positifs et d'autres négatifs. Il est en effet évident que le tourisme engendre des nuisances qui affectent le milieu naturel, y compris pour ce qui est de la biodiversité. Mais il est de plus en plus reconnu que le tourisme peut aussi jouer un rôle positif en faveur de la conservation des sites naturels et de leur biodiversité. Par ailleurs, plusieurs exemples montrent que la conservation de la diversité biologique contribue au développement du tourisme.

1. Rôle de la fréquentation touristique dans la conservation des sites naturels et des espèces

Il est admis de nos jours que le tourisme basé sur la nature joue un rôle non négligeable dans la sensibilisation du grand public quant à la nécessité de préserver les sites naturels, les espèces et la biodiversité en général. Il permet ainsi une meilleure perception de la nécessité d'agir dans le respect des espèces et de leurs habitats et de la préservation des sites et des paysages naturels. La visite des espaces naturels et l'observation des espèces développe, chez bon nombre de pratiquants de ce genre de tourisme, une sympathie envers certaines espèces et renforcent ainsi le cercle "d'amis" des sites naturels et des espèces ce qui est de nature à appuyer les efforts de leur conservation.

Par ailleurs certains amateurs d'observation des espèces peuvent contribuer d'une façon significative au suivi scientifique des peuplements et des populations fournissant ainsi une aide importante à la gestion des espèces menacées. C'est le cas par exemple des "Bird Watchers" qui constituent actuellement la principale source de données en matière de recensement des effectifs des populations d'oiseaux et de suivi des migrations annuelles. Plusieurs organisations non gouvernementales à but non lucratif organisent des sorties ouvertes aux touristes combinant récréation, découverte et collecte de données. Dans plusieurs cas, une grande partie des coûts d'organisation des dites sorties est couverte par les recettes provenant des touristes qui y participent.

A travers le monde il y a quelques exemples qui montrent que dans les zones où les populations locales dépendent de l'exploitation des ressources naturelles, l'introduction du tourisme pourrait alléger la pression sur les ressources. C'est le cas par exemple de la diminution du braconnage d'espèces de faune sauvage au Kenya, ou de la diminution de l'effort de pêche dans certains sites italiens suite à l'introduction de la "pescaturismo".

Toutefois, les effets positifs du tourisme sur la conservation de la biodiversité ne peuvent apparaître si la capacité de charge est dépassée.

2. Impacts négatifs du tourisme sur la diversité biologique

L'ouverture des espaces naturels pour l'accueil du public est devenue dans la plupart des pays une pratique courante et dans certains cas planifiée et promue dans le cadre des plans de gestion des sites naturels. Il est important de souligner que de telles pratiques entraînent une augmentation du flux de visiteurs qu'il faut contrôler et gérer pour éviter qu'il engendre des impacts négatifs sur les sites naturels. Il est en effet important de ne pas dépasser la capacité de charge des aires protégées, la capacité de charge étant le total de visites qu'un site peut supporter sans qu'il y ait des dégradations du site ou des altérations de ses processus biologiques et écologiques. Le total des visites intègre à la fois le nombre de visiteurs et la durée de visite. La capacité de charge dépend donc essentiellement des caractéristiques naturelles du site. Dans le cas des sites protégés, on parle souvent de capacité de charge autorisée qui tient compte aussi des moyens dont disposent les gestionnaires du site pour contrôler et gérer le flux du public. La capacité de charge autorisée peut être augmentée moyennant des aménagements limitant l'impact des visites (érosions des sentiers, dérangement des espèces, etc.).

La capacité de charge ne peut pas toujours être calculée avec des méthodes objectives et elle doit donc faire l'objet de réévaluation périodique sur la base de suivi des impacts des visites. Ainsi par exemple, le nombre de visiteurs (plongeurs) dans la réserve des îles Mèdes en Espagne a été limité à 450 visites par jour (Munoz, 2007) mais des impacts sont relevés sur certaines communautés benthiques (Garrabou et al, 1998) montrant que la capacité du site à recevoir autant de visites doit être réévaluée.

En plus des problèmes posés par la fréquentation touristique, la diversité biologique souffre aussi des impacts dus aux installations et aménagements mis en place pour les besoins du tourisme et qui occasionnent des dégâts considérables aux habitats et aux espèces. Dans les pays de la région qui ont connu un développement important du tourisme, l'infrastructure du tourisme a contribué largement à la dénaturation du littoral et à la dégradation, voire la

disparition d'habitats naturels. Les rares pays de la région où il n'y a pas eu de développement important du tourisme renferment encore de large portion de côte qui sont encore dans un excellent état de conservation. Comme ces pays affichent actuellement une volonté pour le développement du tourisme sur leur territoire, ils gagneraient à analyser les erreurs commises par les pays qui les ont précédés dans le développement du tourisme et s'efforcer de ne pas commettre les mêmes erreurs.

IV. TOURISME ET BIODIVERSITE EN MEDITERRANEE

1. Principaux éléments de la biodiversité méditerranéenne et leurs relations avec le tourisme

La Méditerranée est une région particulièrement riche sur le plan de la diversité biologique tant sur le plan écosystémique que spécifique. Cette richesse s'explique en grande partie par l'histoire géologique de la région et par sa position de lien entre trois continents : l'Europe, l'Asie et l'Afrique. La mer Méditerranée abrite 7,5% des taxa animaux du monde marin et 18% de la flore marine de la planète (CAR/ASP, 2003) alors que sa superficie ne dépasse pas 0,7% de la surface de l'océan du monde. La position géographique de la région et son histoire géologique ont fait que l'évolution de sa faune et de sa flore a aboutit à un mélange d'espèces tempérées et subtropicales unique au monde. Cette évolution a aussi doté la région d'un taux d'endémisme les plus importants de la planète. Cet endémisme est particulièrement prononcé pour le milieu marin méditerranéen puisque 28% des espèces marines présentes en Méditerranée sont absentes des autres mers du globe.

Sur le plan anthropique, les grandes civilisations qui se sont succédées dans la région ont eu de profonds impacts sur le milieu naturel et une grande partie de ses paysages sont le résultat des interactions entre les êtres humains et la nature. Les sites totalement sauvages sont pratiquement absents de la région.

Un exercice d'évaluation de l'état de la diversité biologique marine et côtière de la région a été mené entre 2001 et 2003 dans le cadre de l'élaboration du PASBIO. Il a concerné la plupart des pays méditerranéens et a été réalisé sur la base notamment des données disponibles sur les inventaires d'espèces et d'habitats et des informations sur l'état des peuplements et populations animales et végétales. A cause du manque de données sur la diversité biologique, notamment dans le Sud et l'Est de la Méditerranée, le dit exercice d'évaluation n'a pu être mené convenablement que pour certains types d'habitats et groupes d'espèces. Il a cependant permis de dégager plusieurs conclusions donnant une idée relativement claire sur l'état de la diversité biologique de la région. Ces conclusions peuvent être résumées comme suit:

- plusieurs sites de la région méditerranéenne abritent encore une diversité biologique remarquable ;
- 306 espèces, appartenant aux mammifères terrestres et marins, oiseaux, reptiles, poissons, crustacés, mollusques, cnidaires, éponges, algues, phanérogames marines ainsi qu'à la flore et à la faune terrestres, sont menacées ;
- 149 menaces pour la biodiversité marine et côtière ont été identifiées. Elles peuvent être classées en six catégories :
 - Le développement côtier incontrôlé et le tourisme côtier,
 - La pêche dans les écosystèmes sensibles, la pêche sur les herbiers de posidonie,
 - L'invasion par des espèces non-indigènes,
 - La construction de barrages,
 - Les phénomènes globaux,
 - Le commerce des espèces en danger ou menacées.

Dans son état actuel, la diversité biologique de la région offre encore des potentialités, mais plusieurs menaces existent et doivent être prises en considération par les programmes de

préservation de la diversité biologique ainsi que par tout programme de développement sectoriel basé sur l'utilisation de la diversité biologique.

Les principaux éléments de la diversité biologique ayant un lien avec le tourisme dans la région méditerranéenne sont décrits ci-après

1.1 Les dunes côtières

Les dunes côtières sont des formations fréquentes sur le littoral méditerranéen et sont considérées, avec leur couvert végétal, comme des habitats particulièrement fragiles et importants pour la région. Ce sont des formations dynamiques qui interagissent avec la mer, les vents et la végétation. Leur disparition ou dégradation a donc d'une part des répercussions négatives sur la stabilité de la côte et d'autre part des effets néfastes sur les espèces qui leur sont inféodées. Dans le cadre de la mise en œuvre de la Directive Habitats de l'Union européenne certains types de dunes côtières de Méditerranée sont classés habitats prioritaires.

Malheureusement les milieux dunaires du littoral ont été énormément endommagés dans plusieurs pays de la région. Le tourisme n'est pas la seule cause de dégradation de ces milieux mais une grande partie des dommages ont été occasionnés par le développement de centres touristiques ainsi que par l'affluence touristique massive concentrée au niveau de certains sites.

Ce sont en premier lieu les constructions d'hôtels et autres infrastructures du tourisme qui ont occasionné le plus de dommage aux dunes côtières. En effet, dans la plupart des pays de la région l'infrastructure touristique a été construite sur des dunes côtières ou en détruisant des dunes pour construire le plus près possible de la plage. Les données chiffrées sur ce phénomène ne sont pas disponibles, mais plusieurs exemples sont connus à travers la Méditerranée (Grande-motte en France, île de Djerba en Tunisie, la côte située à l'Ouest d'El Alamaïn en Egypte, etc.). Cependant depuis les années soixante-dix, certains pays méditerranéens ont pris des mesures pour contrôler les constructions sur la bande côtière. Ces mesures ont fait l'objet de texte législatif et ont permis d'épargner plusieurs dunes côtières. De telles réglementations ne concernent pas seulement le tourisme, mais elles sont de nature à atténuer les dégâts causés par le développement du tourisme sur les dunes côtières et autres éléments d'intérêt du bord de la mer. A titre d'exemples, citons le Conservatoire du littoral en France et l'Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral en Tunisie (voir extrait du texte de sa création en Annexe 2).

Un des plus récents textes pertinents pour la préservation des dunes côtières a été promulgué en Algérie (décret exécutif n°7-206 du 30 juin 2007). Il se base sur la Loi 02-02 relative à la protection et la valorisation du littoral et fixe les modalités de construction et d'occupation du sol dans la bande littorale et l'occupation des parties naturelles bordant les plages. Il fixe entre autres, les conditions d'occupation des dunes bordières et des cordons sableux des parties hautes des plages.

Source: Journal officiel de la république algérienne N°43 du 1^{er} juillet 2007.

Le Protocole relatif à la gestion intégrée des zones côtières de la Méditerranée, adopté récemment dans le cadre de la Convention de Barcelone (Janvier, 2008) stipule que les Parties "instituent une zone non constructible dans les zones côtières à compter du niveau atteint par le plus grand flot d'hiver". D'après ce protocole, sauf dans quelques cas particuliers, cette zone non constructible ne pourra être d'une largeur inférieure à 100 mètres.

En plus de l'impact qu'elles subissent des infrastructures touristiques, les dunes côtières se dégradent aussi sous l'action des piétons et de divers véhicules tout terrain et autres types d'engins utilisés à des fins récréatives. Les dégradations occasionnées touchent la structure de la dune ainsi que sa végétation d'où une destruction de la dune et une disparition de son couvert végétal.

1.2 Les zones humides

"Les zones humides sont des étendues de marais, de fagnes, de tourbières ou d'eaux naturelles ou artificielles, permanentes ou temporaires, où l'eau est stagnante ou courante, douce, saumâtre ou salée, y compris des étendues d'eau marine dont la profondeur à marée basse n'excède pas six mètres."

Définition des zones humides au sens de la convention relative aux zones humides d'importance internationale (Convention de Ramsar, 1971)

La zone côtière méditerranéenne abrite de nombreuses zones humides très diversifiées. Elles jouent un rôle essentiel dans les équilibres hydriques et sédimentaires du littoral méditerranéen et sont le siège d'une biodiversité et d'une productivité naturelle particulièrement importante. D'après les données disponibles auprès du Secrétariat de la Convention Ramsar, 273 zones humides situées dans des pays méditerranéens sont classées zones humides d'importance internationale. Elles totalisent environ 6 millions d'hectares (6 080,876 ha). La liste de ces sites figure à Annexe 1 du présent rapport.

Outre leur importance écologique, les zones humides revêtent une importance socioéconomique à travers les différents produits et services que les populations locales tirent de ces milieux. Leur contribution au développement des activités touristiques est loin d'être négligeable, notamment à travers des activités récréatives telles que la chasse, la pêche, la randonnée et la pratique d'un certain nombre d'autres activités de sport et de loisir.

Dans la région méditerranéenne, plusieurs zones humides ont subi des impacts négatifs générés par le développement du tourisme. Ainsi des zones humides côtières ont disparu ou ont vu leur surface se réduire par la mise en place de complexes touristiques ou de ports de plaisance. D'autres zones humides sont utilisées comme exutoires des eaux usées des complexes et villages touristiques, ce qui entraîne l'apparition d'eutrophisation et d'autres formes de dégradation de leurs qualités biophysiques. Il semble toutefois que le tourisme n'est pas la principale cause de dégradation des zones humides méditerranéennes. En effet, dans leurs rapports nationaux à la Convention de Ramsar, les pays méditerranéens citent l'expansion urbaine, le drainage et les barrages comme étant les principales menaces et sources de dégradation des zones humides ; le tourisme n'est cité que rarement par les dits rapports nationaux.

Un rapport sur l'état des zones humides méditerranéennes, préparé en 2002 par le CAR.ASP dans le cadre du PASBIO (CAR/ASP, 2002), conclut que la situation des zones humides est "un cas typique du verre à moitié plein ou à moitié vide". D'une part la région méditerranéenne renferme encore des zones humides de grande qualité écologique et d'importance internationale, et d'autre part, il y a eu, au cours des dernières décades, des pertes dramatiques qui sévissent encore malgré les efforts positifs pour les stopper et renverser les pertes et la dégradation.

1.3 Les herbiers marins

Les herbiers marins les plus importants et les plus répandus en Méditerranée sont formés par la posidonie (*Posidonia oceanica*) et la cymodocée (*Cymodocea nodosa*). Les herbiers édifiés par la posidonie sont parmi les écosystèmes les plus importants de la Méditerranée. L'espèce est endémique à la Méditerranée et ses herbiers jouent un rôle particulièrement important dans le fonctionnement du milieu marin. L'herbier de Posidonie est d'une part un habitat vital pour plusieurs espèces marines et, d'autre part, il génère une productivité considérable qui est à la base de la richesse biologique des zones côtières de la mer Méditerranée.

La formation et la progression des herbiers de posidonie sont très lentes. D'après Boudouresque et al. (1981), les herbiers actuels se sont installés il y a plus de 8 000 ans. Ils sont présents dans la plupart des pays méditerranéens, mais absents dans les zones proches du détroit de Gibraltar et le long des côtes Est de la Méditerranée (Syrie, Liban, Israël et côtes Est d'Égypte). Leur surface estimée entre 25 000 et 50 000 km² (Pasqualini et

al, 1998), mais plusieurs études à travers la Méditerranée ont montré des régressions et des disparitions de ces herbiers sous l'effet de facteurs notamment anthropique (pollution, aménagement côtier, engins de pêche, etc.). Par exemple en région Ligurie (Italie), une diminution de 10 à 30 % de la surface en herbier est signalée depuis le début du siècle dernier (Bianchi et Peirano, 1995). Dans la région d'Alicante (Espagne), Ramos-Espla et al. (1994) évaluent à 52 % la surface d'herbier détruite.

L'herbier de Posidonie est un habitat prioritaire au titre de la Directive Habitats de l'Union européenne et il est protégé par la loi dans certains pays du sud de l'Europe (France, Espagne, Italie). Par ailleurs, la posidonie est inscrite sur l'Annexe 2 (espèces en danger ou menacées) du Protocole ASP et Biodiversité de la Convention de Barcelone.

Sans être directe, la relation entre le tourisme et l'herbier de Posidonie se manifeste à plusieurs niveaux. L'herbier contribue indirectement au développement du tourisme à travers son rôle dans la stabilisation des côtes et donc le maintien des plages touristiques. Il joue également un rôle important dans le maintien de la qualité des eaux marines. Dans plusieurs zones à fort développement touristique, des dommages parfois considérables ont été occasionnés aux herbiers marins. Les plus importants de ces dommages sont liés à la construction d'ouvrages en mer pour les besoins du tourisme (marinas, passerelles, plages artificielles, etc.) et aux ancres des bateaux de plaisance dans les sites de mouillage à forte fréquentation. Ainsi par exemple, des marinas ont été construites sur des zones à herbiers d'où la disparition de superficies d'herbiers. En outre, les modifications des courants marins le long des côtes provoquées par des ouvrages en mer entraînent des déchaussements d'herbiers et leur régression.

1.4 Le Coralligène

Moins connu par le public que les herbiers de posidonie, le coralligène est une des formations biologiques les plus importantes de la Méditerranée. Le mot coralligène est utilisé pour désigner les fonds marins durs "d'origine biogénique principalement produits par l'accumulation d'algues calcaires encroûtantes vivant dans des conditions de luminosité réduite" (CAR/ASP, 2003).

Ces formations se développent sur des fonds horizontaux et souvent sur des parois verticales et sur des tombants de falaises sous-marines. Les fonds coralligènes se caractérisent par une forte diversité des espèces et forment des paysages sous-marins de grande valeur esthétique. Ils sont de ce fait très recherchés par les plongeurs et certains sites méditerranéens sont considérés des haut-lieux de la plongée sous-marine à cause de leur fonds coralligènes. C'est le cas par exemple de la réserve marine des îles Mèdes en Espagne, du parc national de Port-Cros en France et du parc national de Zembra en Tunisie.

Encadré 1 Répartition en profondeur du coralligène dans différentes régions de la Méditerranée (substrats sub-horizontaux à horizontaux)

Région	Profondeur	Références
Région de Banyuls	20-40 mètres	Feldmann, 1937; Laubier, 1966
Région de Marseille	20-50 mètres	Laborel, 1961; Hong, 1980
îles Medes	20-55 mètres	Gili et Ros, 1984
Tossa de Mar	20-60 mètres	Ballesteros, 1992
Naples	45-70 mètres	Bacci, 1947
Cabrera	50-100 mètres	Ballesteros et al., 1993
Corse	60-80 mètres	Laborel, 1961
La Méditerranée Nord orientale	70-90 mètres	Laborel, 1961
Les îles de la mer Égée	90 - 110 mètres	Laborel, 1961
Région Siculo-tunisienne	90 - 120 mètres	Laborel, 1961
Cap Farine - Île Cani	Supérieur à 60 m	Ben Mustapha et al, 2003
Cap Bon - Zembra	40 à 70 m	Ben Mustapha et El Abed, 2001, Ben Mustapha, non publiés
la Méditerranée du Sud-est	100 - 120 mètres	Laborel, 1961

Source: CAR/ASP, 2003

Il est à noter que l'accès aux fonds coralligènes n'est pas à la portée des plongeurs débutants car souvent ils sont situés à des fonds relativement profonds et, pour les atteindre,

il est important que le plongeur ait une bonne maîtrise des techniques de plongée en scaphandre.

Les données sur la répartition géographique et l'état de conservation des fonds coralligènes en Méditerranée sont fragmentaires, il est donc difficile d'évaluer la situation de ces milieux. Il y a cependant quelques données sur l'impact de la plongée sous-marine au niveau des sites à coralligène soumis à une forte fréquentation touristique qui montrent par exemple que la densité et la taille des colonies sont significativement inférieures dans les sites à forte fréquentation par la plongée comparées à des sites peu fréquentés. Une diminution significative (50 % en un an) est signalée pour un site ouvert à la plongée dans la réserve marine des îles Mèdes en Espagne (Garrahou et al, 1998).

La fréquentation touristique n'est pas la seule source de dégradation du coralligène en Méditerranée. Certains engins de pêche, la pollution (notamment par les rejets d'eaux usées) et les espèces envahissantes sont également cités comme menaces pour le coralligène. Mais plusieurs spécialistes pensent que la plus grande menace qui pèse de nos jours sur le coralligène en Méditerranée est liée aux changements climatiques et au réchauffement des eaux profondes de la Méditerranée. En effet des mortalités massives affectant les communautés coralligènes vivants au-dessus de 40 mètres de profondeurs ont été signalées en 1999 et ont coïncidé avec des anomalies de température de l'eau de mer qui se sont étalées sur plus d'un mois (Romano et al, 2001, Ben Mustapha et el Abed, 2001). De tels phénomènes de mortalité massive, s'ils persistent, pourraient diminuer considérablement l'attrait touristique des fonds coralligènes d'autant plus qu'ils semblent affecter en particulier le coralligène de "faible profondeur" qui est le plus accessible à la fréquentation touristique.

1.5 Les forêts

Dans les pays méditerranéens, les espaces forestiers occupent une surface estimée à 60 millions d'hectares et se caractérisent par un lien particulièrement fort avec la société humaine. Le défrichement, le surpâturage, la surexploitation du bois et les incendies sont les principales sources de dégradation de ces milieux.

Les forêts méditerranéennes ne contribuent significativement au tourisme que dans quelques pays de la région. Dans les autres pays, des contraintes juridiques, institutionnelles et le manque d'infrastructures adéquates font que l'utilisation rationnelle des forêts pour le développement d'activités touristiques reste limitée.

1.6 Les oasis

Les oasis existent seulement dans les pays du sud de la Méditerranée (Maroc, Algérie, Tunisie, Libye et Egypte) et sont des spots importants de biodiversité réputés pour la fragilité de leur équilibre écologique. Elles constituent une attraction touristique particulièrement recherchée. La Tunisie et le Maroc ont établi des programmes pour promouvoir les oasis comme destination touristique et ont pu créer ainsi une dynamique touristique importante basée sur l'utilisation des oasis. Un engouement particulier pour les oasis de montagne est enregistré depuis quelques années.

Les impacts environnementaux se font déjà sentir et c'est notamment la diversité biologique de ces milieux qui souffre de ces impacts. Le tourisme ne crée pas dans les oasis de nouvelles formes d'impacts environnementaux mais contribue à accentuer les impacts générés par la population locale des oasis. Ces impacts sont liés à la surexploitation des ressources en eau, aux difficultés de gestion des eaux usées et des déchets solides et à l'introduction de nouvelles espèces. L'Annexe 5 montre un schéma d'impacts environnementaux du tourisme pour une oasis.

1.7 Espèces menacées et/ou patrimoniales

Plusieurs espèces méditerranéennes sont concernées par le tourisme, soit par ce qu'elles subissent des impacts dus aux activités touristiques soit parce qu'elles présentent un intérêt pour le touriste.

Certaines de ces espèces sont classées en tant qu'espèces menacées au niveau international, d'autres sont des espèces phares pour lesquelles le grand public a développé une sympathie particulière et il est alors particulièrement sensible à leur situation.

Les tortues marines sont parmi les espèces qui subissent le plus de dommages dus au développement du tourisme en Méditerranée et notamment le tourisme balnéaire. Ce type de tourisme est entré en compétition directe avec les tortues marines dans plusieurs pays de la région puisqu'il exploite les plages sableuses. Or celles-ci sont utilisées par les tortues marines comme sites de ponte et constituent un habitat essentiel pour la survie de ces espèces. Cette compétition est accentuée par le fait que les périodes d'utilisation des plages par les tortues et par le tourisme balnéaire se chevauchent largement. Il est à signaler que sur les cinq espèces de tortues marines rencontrées en Méditerranée, seulement deux utilisent de grandes portions de plage pour la nidification. Le déclin des populations méditerranéennes de ces deux espèces est confirmé par plusieurs études et la dégradation des sites de nidification est une des principales causes de ce déclin.

Actuellement, les principales zones de nidification des tortues marines en Méditerranée sont situées en Turquie, en Grèce, à Chypre et en Libye. Des études récentes ont montré que les plages libyennes sont de nos jours utilisées massivement par une espèce de tortue (*Caretta caretta*). Si le tourisme balnéaire venait à se développer dans ce pays, il aurait probablement un effet néfaste sur cette espèce de tortue. Toutefois, si des mesures appropriées sont prises pour la gestion des plages de nidification et pour la limitation des lumières artificielles le long des côtes, il sera possible de minimiser considérablement l'impact sur les tortues d'un éventuel développement du tourisme balnéaire en Libye. La Libye pourra s'inspirer des rares exemples de cohabitation « tortue-tourisme » qui existent à Chypre et en Turquie. A Chypre la zone de Lara est déclarée comme réserve naturelle notamment à cause de son importance pour la nidification des tortues. Toutefois, plusieurs plages de la zone sont ouvertes aux baigneurs et les nids de tortues sont signalés et protégés de façon à ce que les baigneurs ne les détruisent pas. En Turquie, l'exemple de Çirali (côte anatolienne) est particulièrement intéressant. Pour cette zone, très fréquentée par les tortues marines pour la nidification, les acteurs locaux, avec l'aide de WWF, ont élaboré et adopté un plan d'occupation qui a permis de déplacer les installations touristiques vers l'intérieur des terres rendant à la plage son aspect naturel. Ainsi l'esthétique de la côte a été améliorée et la fonction du site en tant que plage de nidification a été préservée. Ceci n'a pas empêché le développement du tourisme sur la zone, au contraire la qualité et l'attrait du site ont été nettement améliorés.

Le phoque moine est une espèce emblématique de la Méditerranée qui est maintenant classée parmi les espèces les plus menacées d'extinction de la planète, puisque seuls quelques groupes isolés de phoques existent en Méditerranée. Les spécialistes de cette espèce attribuent son déclin d'une part à l'augmentation de l'effort de pêche et à la raréfaction des proies qui constituent son régime alimentaire et, d'autre part, au développement de la fréquentation touristique au niveau des sites de présence des colonies de phoque moine. Le développement de la plaisance a fait que même les grottes difficiles d'accès par voie terrestre sont de plus en plus visitées d'où un dérangement pour cette espèce qui affectionne ce genre de sites. Dans d'autre région de la planète, l'observation des phoques fait partie des activités touristiques, elle ne peut pas être pratiquée en Méditerranée à cause de la raréfaction de l'espèce et il est important de protéger les rares sites où cette espèce existe encore et d'y interdire la fréquentation touristique.

Pour les cétacés, une vingtaine d'espèces sont signalées en Méditerranée dont la plupart sont menacées. Ces espèces souffrent notamment de leur interaction avec les engins de pêche ; les prises accidentelles sont fréquentes notamment dans les grands filets dérivants. Plusieurs mesures pour protéger les cétacés ont été prises en Méditerranée dont notamment l'Accord ACCOBAMS. Par ailleurs un sanctuaire international dédié à leur conservation a été créé en mer Ligure sur une surface de près de 80 000 km² (voir carte, Annexe 3).

Bien que la pêche et la navigation marchande soient les principales sources de menaces pour les cétacés, le tourisme exerce lui aussi une pression sur ces espèces à travers notamment le harcèlement des dauphins et baleines par certains plaisanciers et par certains

opérateurs d'observation des cétacés (baleines et dauphins). En Méditerranée, l'observation des cétacés s'est développée ces dernières années sur la Côte d'Azur en France et aux alentours de la ville de Gênes en Italie. Il peut contribuer efficacement à la sensibilisation du public quant à la nécessité de préserver les cétacés. Sa pratique ne peut être cependant durable que si elle respecte des règles visant à minimiser le harcèlement des espèces. Des lignes directrices ont été développées à cet effet par le CAR/ASP et ACCOBAMS ; elles sont téléchargeables sur les sites web des deux organisations (www.rac-spa.org et www.accobams.org). Elles indiquent comment les bateaux doivent approcher les baleines et groupes de dauphins, les distances à respecter entre chaque bateau et les animaux à observer, la durée maximale de chaque approche. Ces lignes directrices indiquent également les pratiques à éviter comme les tentatives d'attirer les dauphins avec de la nourriture ou les tentatives de nage avec les dauphins et baleines.

En plus des espèces évoquées ci-dessus, deux autres catégories d'espèces sont concernées par le tourisme en Méditerranée : l'avifaune et les poissons.

Pour l'avifaune, il existe une documentation abondante sur l'état des populations en Méditerranée et certains sites méditerranéens sont mondialement réputés pour la densité et la diversité de leur avifaune. C'est le cas par exemple du Golfe d'Amvrakikos en Grèce, de la Camargue en France, des lacs Obeira et Tonga en Algérie ou du lac Ichkeul en Tunisie. En Méditerranée, comme ailleurs dans le monde, il existe plusieurs exemples d'association réussie "avifaune-tourisme". L'observation des oiseaux fait en effet partie de l'offre de plusieurs opérateurs touristiques dans la région. Il s'agit souvent de visites organisées pour des touristes sur des sites connus pour leur richesse en avifaune. Les opérateurs qui commercialisent ce genre de produits touristiques font appel à des spécialistes qui connaissent à la fois les sites visités et les espèces d'oiseaux et leur comportement. La commercialisation de ces produits se fait de plus en plus sur Internet et concerne des circuits qui s'étalent sur une semaine à dix jours (voir exemple à l'Annexe 4). Par ailleurs, plusieurs ONG spécialisées dans la conservation de l'avifaune collaborent avec les opérateurs du tourisme pour développer des pratiques durables dans ce domaine. Ces ONG interviennent pour minimiser l'impact des visiteurs des sites naturels sur les populations d'oiseaux et ce par des aménagements des circuits de visites et des points d'observation ainsi que par la formation des guides et accompagnateurs des groupes de touristes. Les ONG interviennent aussi pour aider les populations locales à bénéficier de certaines retombées de ce type de tourisme, notamment à travers la fourniture de services tels que la restauration, la vente de produits d'artisanat ou la location de chevaux. Bien qu'elle soit destinée à un public particulier, l'offre touristique basée sur l'observation des oiseaux présente des marges considérables de développement dans la région.

La relation entre le tourisme et les poissons est d'un type totalement différent de ceux évoqués dans les paragraphes précédents. En effet, l'intérêt porté par le secteur du tourisme en Méditerranée pour les poissons se situe beaucoup plus au niveau culinaire que celui de l'observation de la vie marine. D'ailleurs les causes de la raréfaction de certaines espèces de poissons, du moins dans certaines zones de la Méditerranée sont en grande partie attribuées à la forte demande du tourisme (hôtels et restaurants) sur ces espèces (mérrou, espadon, langouste, etc.).

2. Principales activités et pratiques liées au tourisme et génératrices d'impacts négatifs sur la diversité biologique en Méditerranée

Certaines activités touristiques sont particulièrement génératrices d'impacts négatifs sur l'environnement en général et sur la diversité biologique en particulier. En Méditerranée se sont notamment la plaisance et la pêche récréative qui sont à l'origine de tels impacts. Il est à noter que ces activités ne sont pas incompatibles avec la préservation de la diversité biologique et que leurs impacts peuvent être minimisés à travers des mesures et règles de conduite.

2.1 La plaisance

Comme dans le reste du monde, on assiste en Méditerranée à un développement considérable de la plaisance. Cette tendance est générale pour tous les pays de la région même si les catégories des bateaux (taille et puissance) touchées par ce développement varient d'un pays à un autre. Ce développement fait qu'actuellement la plaisance est un des secteurs clefs du tourisme méditerranéen. Elle génère un chiffre d'affaires de plus en plus important, elle est à l'origine de la création d'emplois directs et indirects et joue de ce fait un important rôle économique et social.

Le développement de la plaisance s'est accompagné d'une augmentation du nombre de ports de plaisance et de marinas et d'une densité croissante de bateaux dans certaines zones de la Méditerranée, ce qui a fait naître de sérieuses préoccupations quant aux dommages potentiels que cela pourrait causer à l'environnement marin.

La principale nuisance environnementale de la plaisance est la pollution qu'elle génère à travers le fonctionnement des bateaux de plaisance et des marinas. La plupart de ces aspects sont couverts par la réglementation de l'OMI qui a été traduite dans la législation nationale de la plupart des pays de la région. Outre la pollution, la plaisance entraîne des dommages aux habitats et aux espèces notamment par :

- les ancres des bateaux notamment dans les sites renfermant des herbiers ou des formations coralligènes,
- le prélèvement d'espèces rares en danger ou menacées,
- l'utilisation des bateaux de plaisance pour l'observation des espèces et des paysages sous-marins sans respecter les règles nécessaires à la préservation des espèces et des habitats,
- l'utilisation, pour les besoins de l'entretien des coques de bateaux, de produits nocifs pour la vie marine,
- l'introduction volontaire ou involontaire d'espèces non-indigènes fixées aux coques des bateaux ou accrochées à leurs ancres

Il est à noter que les Parties contractantes à la Convention de Barcelone, considérant le développement important des activités de plaisance durant les dernières décennies dans la région méditerranéenne et conscientes des risques que présente ce développement pour l'environnement marin de la mer Méditerranée, ont adopté en janvier 2008 des lignes directrices, élaborées par le REMPEC, concernant "les activités de plaisance et la protection de l'environnement marin en Méditerranée". Un chapitre entier de ces lignes directrices est consacré à la minimisation de l'impact des activités de plaisance sur la biodiversité et les sites d'importance particulière. Il recommande une série de mesures à l'intention des plaisanciers, des autorités nationales responsables de la plaisance et des gestionnaires de marinas pour mieux gérer les problèmes suivants au niveau des activités de plaisance :

- Mouillage des navires de plaisance,
- Prélèvement et transfert d'espèces,
- Observation de la vie marine,
- Sauvetage des animaux en détresse,
- Pêche récréative et sportive,
- Conservation du patrimoine archéologique sous-marin.

2.2 La pêche récréative

La pêche en tant qu'activité de loisir est largement répandue dans plusieurs régions du monde et elle génère dans certains pays un chiffre d'affaires considérable à travers la vente d'équipements et de matériel ainsi que des services directs et indirects qui lui sont liés. Plusieurs appellations sont utilisées pour la désigner : pêche amateur, pêche sportive, pêche de loisirs, etc. Elle est généralement liée à la navigation de plaisance, avec toutefois des formes de pêche récréative qui n'utilisent pas d'embarcation et s'exercent à partir du rivage. En principe il s'agit d'une pêche non commerciale car son produit n'est pas destiné à la commercialisation.

En Méditerranée, la plupart des pays connaissent un développement important de la pêche de loisirs et les prises de poissons et d'autres organismes aquatiques par les activités de pêche récréative sont de plus en plus signalées comme étant une source importante de prélèvement dans les stocks. Il est à noter que les avancées technologiques enregistrées ces dernières années au niveau des équipements de navigation pour le grand public (GPS, Sonar, etc.) ont contribué à l'accentuation de l'effort de pêche exercé par la pêche récréative.

La question des prélèvements dans les stocks méditerranéens de poissons par la pêche récréative a été soulevée lors de la dernière session de la CGPM (Rome, février 2008) et les représentants des pays ont invité le Comité Scientifique de la CGPM à évaluer l'effort de pêche exercé par la pêche récréative en Méditerranée.

Lors de la même session de la CGPM, un rapport publié par la FAO a été distribué. Il décrit le cadre juridique de la pratique de la pêche récréative dans les pays méditerranéens. Il ressort que dans la plupart des pays de la région (Albanie, Algérie, Croatie, Chypre, Egypte, Espagne, France, Grèce, Israël, Italie, Liban, Malte, Maroc, Monténégro, Slovénie, Tunisie et Turquie), la pêche récréative est réglementée avec des restrictions sur les techniques utilisées, les prises par pêcheur et par jour ainsi que sur les espèces prélevées. Toutefois dans la plupart des pays certaines formes de la pêche récréatives peuvent être pratiquées sans licences ou autorisations.

La Commission européenne, dans le cadre de son règlement 1967/2006 relatif aux mesures de gestion pour l'exploitation durable des ressources de pêches en mer Méditerranée a émis une série de mesures à appliquer par les États membres concernant la pêche récréative appelée "Pêche de loisir" et définie comme "activités de pêche exploitant des ressources aquatiques vivantes à des fins récréatives ou sportives". Ce règlement définit les engins de pêche ne pouvant être utilisés pour la pêche récréative et interdit la pêche récréative pour les grands migrateurs.

Ce règlement invite les États membres à mettre en place des systèmes de collecte de données sur la pêche de loisir et à prendre les mesures nécessaires pour que cette activité soit conforme aux principes d'exploitation durable des ressources de pêche.

La chasse sous-marine est une forme de pêche récréative qui a eu des impacts significatifs sur certaines espèces. L'exemple le plus connu est celui du mérrou dans les pays du Nord-Ouest de la méditerranée. La chasse sous-marine de cette espèce est interdite dans certains pays de la région (France, Espagne, Tunisie).

Il est à noter que, dans la plupart des pays, la réglementation de la chasse sous-marine interdit l'usage des équipements de plongée en scaphandre pour pratiquer la chasse sous-marine. La détention à bord d'un même bateau des équipements de chasse sous-marine et ceux de plongée en scaphandre est interdite dans certains pays.

3. Principales menaces et nuisances pour la biodiversité enregistrées en Méditerranée

La biodiversité est soumise en Méditerranée à une multitude de menaces et de nuisances dont la nature et l'ampleur varient d'une zone à une autre, avec toutefois beaucoup de similitudes. Le tableau ci-après liste les principales menaces citées dans la documentation disponible. Il reprend en grande partie les éléments d'une synthèse réalisée par le CAR/ASP dans le cadre de l'élaboration du PASBIO (CAR/ASP) avec quelques compléments et mises à jour tirés des rapports nationaux des pays à la Convention de Barcelone et à la CBD.

Les menaces et nuisances ne sont pas présentées par ordre d'importance, mais plutôt dans l'ordre dans lequel elles apparaissent dans la documentation consultée.

Tableau 1 Principales menaces et nuisances pour la biodiversité marine et côtière dans les pays méditerranéens (celles qui sont en caractères soulignés, ont un lien direct avec le tourisme)

Albanie	<p>Pollution organique par les rejets d'eaux usées non traitées</p> <p><u>Prélèvement d'espèces menacées pour l'exportation et la vente aux touristes.</u></p> <p>Fragmentation des habitats</p> <p>Exploitation du sable des plages et dunes côtières</p> <p><u>Constructions sur la bande côtière</u></p>
Algérie	<p><u>Chasse, collecte des œufs de l'avifaune,</u></p> <p>Pollution des eaux (non strictement liée à l'activité touristique)</p> <p><u>Surfréquentation des plages et des milieux dunaires</u></p> <p><u>Piétinement des trottoirs à vermet</u></p> <p><u>Allumage du feu (barbecue, etc.) dans les forêts et maquis,</u></p> <p><u>Déchets solides</u></p>
Bosnie-Herzégovine	<p><u>Urbanisation non contrôlée du littoral</u></p> <p>Manque d'intégration dans la gestion des zones de delta</p>
Chypre	<p><u>Aménagement des plages</u></p> <p><u>Éclairage nocturne, nettoyage mécanique, dérangements divers pour les tortues marines, les oiseaux migrateurs, rapaces, batraciens et le phoque moine</u></p> <p>Impacts des fermes aquacoles</p>
Croatie	<p><u>Incendies de forêt dus à la surfréquentation</u></p> <p><u>Construction massive sur la bande côtière</u></p> <p><u>Dégradation des biocénoses marines par la surfréquentation (plongée sous-marine)</u></p> <p><u>Chasse</u></p> <p><u>Pollution des eaux</u></p>
Egypte	<p><u>Construction massive sur les dunes côtières</u></p> <p><u>Rejets d'eaux usées non-traitées</u></p> <p>Mauvaise gestion des déchets solides</p> <p>Invasion des zones marines méditerranéennes par des espèces de la Mer Rouge</p>
Espagne	<p><u>Augmentation de la fréquentation touristique</u></p> <p><u>Urbanisation excessive du littoral</u></p> <p><u>prélèvements excessifs des ressources en eaux</u></p> <p><u>Modification des dynamiques côtières (érosion) par les infrastructures portuaires</u></p> <p><u>Pollutions, par les eaux usées non traitées, les déchets solides</u></p> <p><u>Engraissement artificiel des plages</u></p> <p><u>Nuisances générées par les activités nautiques</u></p> <p>Développement excessif de l'agriculture irriguée (et irrigation des golfs)</p> <p><u>dégradation et disparition des zones humides</u></p> <p>Salinisation des sols et eutrophisation des eaux</p>
France	<p><u>Surfréquentation, piétinement de la flore dunaire</u></p> <p><u>Invasion par Caulerpa taxifolia</u></p> <p><u>Engraissement des plages</u></p> <p><u>Incendies de forêt</u></p> <p><u>Pollution par les rejets des bateaux de plaisance</u></p> <p><u>Urbanisation, construction d'infrastructures</u></p>
Grèce	<p>Fragmentation et perte d'habitat par les constructions illégales et comblement des lagunes.</p> <p><u>Piétinement de la flore dunaire</u></p> <p><u>Dégradation de sites de pontes de tortues marines</u></p> <p><u>Rejets d'eaux usées non traitées à partir de certains hôtels</u></p> <p><u>Incendies de forêt</u></p> <p><u>Mauvaises pratiques de tourisme d'observation de la nature</u></p> <p><u>Développement excessif de la plaisance dans certaines zones</u></p>
Israël	<p>Urbanisation excessive de certaines portions du littoral</p> <p><u>Dérangements des oiseaux marins nicheurs</u></p> <p><u>Piétinement des trottoirs à vermet</u></p> <p><u>Ramassage des mollusques</u></p> <p><u>collecte des oeufs de tortues marines</u></p>

Italie	<p>Pollution et eutrophisation par les eaux usées mal ou non traitées</p> <p><u>Modifications de l'équilibre hydrosédimentaire notamment par les constructions d'infrastructures côtières</u></p> <p><u>Destruction des herbiers par le mouillage sauvage des bateaux de plaisance</u></p> <p><u>Dégradation des habitats marins par la surfréquentation (plongée)</u></p> <p>Déchets solides</p> <p>Prélèvement du sable au niveau des plages</p> <p><u>Feux de forêt</u></p> <p><u>Développement excessif de la plaisance et de la pêche amateur</u></p> <p><u>Invasion par Caulerpa taxifolia</u></p>
Liban	<p><u>Constructions anarchiques au niveau du littoral (cabanisation)</u></p> <p>Absence de traitement des eaux usées,</p> <p>Lacunes réglementaires,</p> <p>Manque de moyens pour l'application de la législation</p> <p><u>Dérangement de l'avifaune et des tortues marines au niveau des sites protégés</u></p> <p><u>Collecte des œufs de la faune sauvage</u></p> <p><u>déchets solides</u></p> <p>Invasion du milieu marin par des espèces de Mer Rouge</p>
Libye	<p>Rejet d'eaux usées non traitées</p> <p>Rejets des stations de dessalement de l'eau de Mer</p> <p>Absence d'aires protégées marine</p>
Malte	<p>Collecte de sable</p> <p>Occupation excessive du littoral par des constructions,</p> <p>Dragages</p> <p><u>Remblaiements des abords des zones humides, tassement des sédiments par les véhicules, piétinements des rives</u></p> <p><u>Chasse d'espèces protégées</u></p> <p><u>Commerce illégal d'espèces protégées</u></p> <p><u>Introduction d'espèces</u></p>
Monaco	<p><u>Occupation excessive du littoral</u></p> <p>Invasion par Caulerpa taxifolia</p>
Monténégro	<p><u>Urbanisation excessive de la côte</u></p> <p><u>Dégradation des fonds marins dans les zones à forte densité de mouillage des plaisanciers</u></p> <p>Prélèvement d'espèces marines menacées –notamment les dattes de mer</p>
Maroc	<p><u>Urbanisation à grande échelle de certaines portions de la côte</u></p> <p>Disparition des dunes et des milieux sableux en arrière dune, notamment par extraction du sable pour les constructions</p> <p><u>Camping sauvage et circulation des véhicules 4x4.</u></p> <p>Eutrophisation des lagunes côtières</p> <p>Collecte par les plongeurs d'espèces menacées</p> <p><u>Chasse et collecte des œufs de l'avifaune sauvage</u></p>
Slovénie	<p><u>Destruction des fonds marins par le mouillage sauvage des bateaux de plaisance</u></p> <p><u>Urbanisation excessive de la côte</u></p> <p>Récolte d'espèces marines menacées</p> <p><u>Engraissement des plages et création de plages artificielles</u></p>
Tunisie	<p><u>Perturbation de la dynamique sédimentaire des côtes par les infrastructures et ouvrages en mer</u></p> <p><u>Dégradation des dunes côtières</u></p> <p><u>Occupation excessive de certaines portions du littoral</u></p> <p>Eutrophisation de certaines zones humides côtières</p> <p>Commerce illégal d'espèces menacées</p> <p>Déchets solides</p>
Turquie	<p><u>Croissance rapide de l'urbanisation littorale</u></p> <p>Rejet des eaux usées non traitées</p> <p>Prélèvement de sable dans les dunes pour les constructions</p> <p>Pollution chimique de certains habitats important pour des espèces menacées</p> <p><u>Piétinements des milieux dunaires sous l'effet de la surfréquentation</u></p> <p><u>Destruction d'habitats marins par la construction de ports, marinas et autres ouvrages en mer</u></p>

V. CONCILIER LE TOURISME ET LA CONSERVATION DE LA BIODIVERSITE EN MEDITERRANEE

L'analyse des orientations des politiques du tourisme dans les pays méditerranéens montrent que la plupart des pays comptent beaucoup sur leur patrimoine naturel et sa biodiversité pour diversifier leur offre touristique. Le tourisme basé sur la nature et le tourisme rural sont souvent cités comme alternatives prometteuses au tourisme balnéaire. Les pays de la région qui ont opté pour de telles orientations sont condamnés à trouver les moyens de concilier le développement du tourisme avec les impératifs de préservation de la biodiversité, sinon le développement de leur tourisme ne sera pas durable.

1. Rôle des aires protégées méditerranéennes dans le développement du tourisme

Dans plusieurs pays, la relation entre le tourisme et les aires protégées est caractérisée par des incompatibilités et des conflits d'usages. Ceci est visible dans les sites naturels où le tourisme a évolué vers un tourisme de masse dépassant la capacité de charge des sites (exemple: les zones marines du Parc National Mljet en Croatie). C'est le cas aussi des sites particulièrement vulnérables à la fréquentation par le public à cause de la sensibilité de leurs peuplements et espèces. La situation préoccupante de certaines plages de nidification des tortues au Parc national marin de Zakynthos en Grèce est une illustration de ce problème.

En 1998, le chiffre d'affaires généré par l'ensemble des visiteurs du **Parc National de Port-Cros** (France) a été estimé à 107 M euros, soit 5% du chiffre d'affaires touristique du département du Var, principale destination touristique française.

Dans la petite **aire marine protégées des îles Medes** (Catalogne, Espagne), qui figurent parmi les sites méditerranéens les plus fréquentés par les plongeurs sous-marins, l'activité induite par la plongée a été estimée en 2004 à 2 M euros, directement injectés dans l'économie locale.

Source: site web du réseau MedPAN (www.medpan.org)

Mais l'on assiste depuis plusieurs années à une évolution vers une relation "gagnant-gagnant" entre le tourisme et les sites naturels, notamment dans les aires protégées qui ont développé des programmes pour l'accueil du public. La préservation des qualités naturelles des aires protégées profite beaucoup au développement du tourisme notamment parce que cela offre des alternatives intéressantes au tourisme balnéaire. En contre partie, le tourisme pourrait apporter un appui à la viabilité des aires protégées. Parmi les éléments de cet appui on peut citer :

- la génération de revenu pour les populations vivant à l'intérieur ou aux alentours des aires protégées ;
- plus d'arguments pour appuyer la création des aires protégées et leurs objectifs ;
- la génération de recettes financières pour la gestion des aires protégées ;
- la création de nouvelles formes d'activités économiques pouvant remplacer celles entraînant une pression sur les ressources naturelles de l'aire protégée.

Cependant, sauf quelques exceptions, les aires protégées méditerranéennes ne sont pas encore bien préparées pour contribuer efficacement au développement du tourisme. Il ressort de la synthèse des rapports fournis au CAR/ASP par ses points focaux nationaux en 2006 sur l'état de la mise en œuvre du protocole ASP que plusieurs aires protégées marines côtières méditerranéennes ne sont pas encore dotées de plan de gestion. Or, il serait risqué d'ouvrir une aire protégée au tourisme si elle n'a pas préparé une stratégie pour la gestion de la fréquentation et si elle ne dispose pas des équipements et aménagements nécessaires pour que les visites du public puissent se faire dans de bonnes conditions (sentier de visite, signalétique adéquate, etc.). Par ailleurs, l'aire protégée doit disposer de personnel qualifié dans la planification et la gestion quotidienne de l'accueil du public. Elle doit également

mettre en place un programme de suivi permettant dévaluer les impacts des visites sur le patrimoine qu'elle renferme et déterminer ainsi la capacité d'accueil de chaque partie de l'aire protégée.

Le développement du tourisme dans les aires protégées dans les principales destinations touristiques du sud de la Méditerranée reste très limité. Les quelques données disponibles sur la question montrent une progression importante sur certains sites. C'est le cas par exemple du parc national du Toubkal (Maroc) où la fréquentation touristique a été multipliée par 2,5 entre 1993 (15 000 visiteurs) et 2003 (40 000 visiteurs). Les emplois créés ont été estimés en 2004 comme suit :

- Environ 200 dans les refuges, auberges, hôtels et gîtes d'étapes,
- Plus de 300 guides et accompagnateurs de montagnes.

Source des chiffres: Haut Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre La Désertification (Maroc)

Les aires protégées méditerranéennes pourraient jouer un rôle important dans le développement futur du tourisme en Méditerranée. Mais dans plusieurs pays il y a peu de collaboration entre le secteur du tourisme et celui des aires protégées. Ceci est vrai même pour des pays qui affichent depuis des années la volonté de diversifier leur produit touristique. La plupart des aires protégées méditerranéennes ne pourront jouer un rôle efficace dans le développement durable d'un tourisme basé sur la nature qui si des efforts importants sont faits pour pallier aux principales défaillances et qui sont notamment :

- Le manque de personnel qualifié et de ressources financières,
- Le chevauchement des compétences et la fragmentation des responsabilités aggravés par le manque de coordination entre les administrations concernées,
- La mauvaise gestion des interactions avec d'autres activités humaines,
- La faible participation des parties prenantes dans la planification et la gestion des aires protégées,
- Le manque de suivi scientifique.

2. Approches à promouvoir

L'analyse des politiques des pays de la région, en matière de développement du tourisme, montre que la plupart des pays souhaitent utiliser les potentialités naturelles de leurs milieux terrestres et marins pour diversifier le produit touristique. Ceux qui ont déjà développé le tourisme balnéaire évoquent les limites de ce type de tourisme tout en soulignant qu'il restera encore longtemps une composante principale de leur offre touristique. La complémentarité tourisme balnéaire-tourisme nature est aussi évoquée parmi les orientations à promouvoir par ces pays.

Confrontés à des problèmes d'ordre réglementaire, certains pays ont procédé à des révisions de leur réglementation relative au tourisme en vue de l'adapter davantage au développement du tourisme basé sur la valorisation de la nature. C'est le cas par exemple de la Tunisie qui vient de réviser la classification des unités hôtelières et a introduit des nouvelles catégories telles que les gîtes ruraux. L'élaboration des cahiers de charge régissant les nouvelles catégories est en cours, une attention particulière sera accordée à l'intégration du gîte rural dans son environnement naturel ainsi qu'au développement d'activités liées à la nature.

Il ressort donc clairement des déclarations et des documents officiels des instances responsables du tourisme dans la plupart des pays que les considérations relatives à la préservation de l'environnement et à la valorisation des sites naturels sont ou seront des éléments centraux des programmes de développement du tourisme.

Une attention particulière est à accorder au développement du tourisme en Algérie et en Libye. Ces deux pays, qui disposent d'une diversité de paysages des plus remarquables en

Méditerranée, n'ont pas développé le tourisme à grande échelle et ils affichent depuis quelques années une grande volonté à promouvoir ce secteur économique à l'instar de ce qui a été fait en Tunisie et au Maroc.

Quelques expériences isolées mais fort intéressantes ont vu le jour dans certains pays de la région pour mettre en place des formes de tourisme harmonieux avec le milieu naturel et qui tiennent compte du contexte économique et social dans lequel il est pratiqué. Ainsi, le concept "Pescaturismo" a vu le jour depuis quelques années et s'est beaucoup développé notamment en Italie. Il s'inspire du concept de l'agritourisme et consiste à embarquer des touristes sur les bateaux de pêche côtière pour participer à la pêche. Il a été constaté que la pescaturismo contribue à diminuer l'effort de pêche tout en garantissant plus de recettes au pêcheur. Plusieurs sites web (voir par exemple: www.pescaturismo.info, www.pescaturismosicilia.it) sont maintenant consacrés à la promotion de la pescaturismo et le nombre de touristes embarqués semble s'accroître rapidement. Ceci a poussé les autorités italiennes à promulguer un texte pour organiser cette activité. C'est le décret n° 293 du 13 avril 1999, qui définit les activités qui sont considérées de la pescaturismo, fixe les modalités d'embarquement et de débarquement des touristes ainsi que les critères d'attribution de l'autorisation administrative pour la pratique de cette activité

Le concept pescaturismo est particulièrement séduisant pour les gestionnaires des aires marine protégées car il permet de réduire la pression sur les ressources tout en améliorant le revenu de la population locale ce qui est de nature à augmenter l'acceptation de l'aire protégée. Il intègre aussi la notion de tourisme équitable de plus en plus recherché par certains touristes et tour-opérateurs. Le développement du pescaturismo dans certains pays du sud de la Méditerranée devra être accompagné par l'amélioration de la qualité des barques des pêcheurs et probablement par des formations notamment en matière de sécurité et d'accueil de touriste à bord des bateaux de pêche.

Il faut souligner cependant que la pescaturismo et les concepts similaires constituent des opportunités intéressantes pour la conciliation du tourisme et la biodiversité, vue sous l'angle de la conservation de la nature, mais ils ne peuvent pas répondre à la demande de tourisme de masse.

Pour éviter les dérapages de telles pratiques, il est important de mettre en place au niveau régional des codes de conduites ou des chartes pour la pratique de telles activités touristiques. Le concept de charte est déjà appliqué pour certaines activités telles que la plongée sous-marine, l'observation des baleines, l'agritourisme, etc. Souvent, il s'agit de chartes développées et appliquées à une échelle limitée et qui gagneraient en efficacité si elles sont étendues pour couvrir toute la région méditerranéenne. A titre d'exemple, citons ici la charte du plongeur responsable adoptée par Fédération Française d'Études et de Sports Sous-Marins. L'Annexe 6 montre deux exemples de chartes adoptées pour des sites particuliers.

Mais l'approche "charte" et code de conduite" a des limites et ne peut assurer un contrôle efficace de certaines activités liées au tourisme. Il est important d'introduire des instruments plus contraignants sur le plan juridique. Un effort important reste à faire pour le renforcement et l'adaptation des réglementations nationales relatives à la pratique d'activités touristiques liées à la nature.

Les instances internationales, telles que le PAM et ses différents centres d'activités régionales, la FAO et ACCOBAMS, peuvent jouer un rôle important, non seulement dans la coordination régionale mais aussi dans l'assistance des pays dans la mise en œuvre de leurs politiques visant à concilier le tourisme avec la biodiversité. Comme le montre le Tableau 2ci-après, les instances internationales de financement peuvent être sollicitées pour apporter des financements pour des projets importants couvrant un ou plusieurs pays.

Tableau 2 Projets approuvés par le Conseil du FEM visant à promouvoir le tourisme durable

PAYS	PROJET	DOMAINE DU FEM	COUT DU PROJET (MILLION DE DOLLARS DES
------	--------	----------------	---

			EU)
Mozambique	Transfrontier Conservation Areas and Sustainable Tourism Development Project	Biodiversité	23.999
Belize, Équateur	Mainstreaming Biodiversity Conservation into Tourism through the Development and Dissemination of Best Practices	Biodiversité	1.311
Hongrie, Pologne	Conservation and Sustainable Use of Biodiversity through Sound Tourism Development in Biosphere Reserves in Central and Eastern Europe	Biodiversité	1.179
Sénégal, Nigeria, Ghana	Demonstrating and Capturing Best Practices and Technologies for the Reduction of Land-sourced Impacts Resulting from Coastal Tourism	Eaux internationales	23.357

Source: Base de données des projets FEM

3. Indicateurs pour le suivi de l'état de la biodiversité dans les zones touristiques

Parmi les 34 indicateurs prioritaires pour le suivi de la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable, deux concernent la promotion du tourisme durable. Il s'agit des indicateurs n° 13 "Proportion des lits non-balnéaires par rapport au nombre total de lits touristiques" (TOU_P01) et n°14 "Recettes du tourisme international" (TOU_P02).

L'indicateur n° 13 est particulièrement pertinent pour le suivi de l'état de la biodiversité dans les zones touristiques, bien que son calcul ne soit pas facile car les catégories "balnéaire" et "non-balnéaire" ne sont pas adoptées dans les statistiques de plusieurs pays.

D'autres indicateurs seraient également utiles pour le suivi de l'état de la biodiversité, c'est le cas des indicateurs n° 23 "Part du linéaire côtier artificialisé", n° 24 "Pollution opérationnelle par les navires" et n° 26 "Superficie des zones côtières et marines protégées".

Pour plus de détails, il serait utile d'utiliser d'autres indicateurs plus ciblés sur la question tourisme-biodiversité. Les indicateurs suivants sont proposés ; ils sont à appliquer au niveau local :

- nombre d'aires protégées équipées pour l'accueil du public,
- nombre de sites naturels inclus dans les offres des opérateurs du tourisme,
- nombre de plongées touristiques enregistrées annuellement par les clubs de plongée.

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Ben Mustapha, K & El Abed, A, 2001. Données nouvelles sur des éléments du macro benthos
- Bianchi et Peirano, 1995, Urban seagrass: Status of *Posidonia oceanica* facing the Genoa city waterfront (Italy) and implications for management.
- Marine Pollution Bulletin. Volume 54, Issue 2, February 2007, Pages 206-213
- Boudouresque C.F., Bernard G., Bonhomme P., Charbonnel E., Diviacco G., Meinesz A., Pergent G., Pergent-Martini C., Ruitton S., Tunesi L., 2006 - Préservation et conservation des herbiers à *Posidonia oceanica*
- Brigand, L. & Le Berre, S., 2006 - Etude de fréquentation de l'archipel des îles Chausey. Rapport Laboratoire Géomer - Université de Bretagne Occidentale, Conservatoire du littoral, 115 p.
- Brigand, L. & Le Berre, S., 2007 - Joint construction and appropriation of indicators by the users, the managers and the scientist : the example of the touristic frequentation observatory of Port-Cros and Porquerolles, dans *International Journal of Sustainable Development*, Nos 1/2, Vol 10: pp. 139-160.
- CAR/ASP, 2002 - La Biodiversité des zones humides en Méditerranée
- CAR/ASP, 2003 – Impact du tourisme sur la biodiversité marine et côtière de la Méditerranée
- CAR/ASP, 2003 – Programme d'Action Stratégique pour la Conservation de la Diversité Biologique en Méditerranée (PAS-BIO)
- CAR/ASP, 2003 Le coralligène en Méditerranée
- CAR/ASP, 2006 Plan d'action coralligène
- Costas Christ Oliver Hillel Seleni Matus Jamie Sweeting, 2003 - TOURISM AND BIODIVERSITY Mapping Tourism's Global Footprint.
- Document UNEP – Conservation International
- OMT, 2001 - CODE MONDIAL D'ÉTHIQUE DU TOURISME
- Publication de l'Organisation mondiale du Tourisme
- Dris, A.-M., 2006 - Aires marines protégées de Méditerranée et gestion durable du tourisme. Actes du de l'Atelier MedPAN n° 3, 22-25 mars 2006, Collioure (France) et l'Estartit (Espagne), 101 p.
- Dubois, G., Coudert, E., et al, 2005 - Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée.
- Programme des Nations Unies pour l'Environnement, Plan d'Action pour la Méditerranée, Athènes, rapport technique n° 159, 103 p.
- Garrabou, J. E. Sala, A. Arcas & M. Zabala 1998. The impact of diving on rocky sublittoral communities: a case study of a bryozoan population. *Conservation Biology*, 12: 302-312.
- Gaudin, C.; De Young, C. - Recreational fisheries in the Mediterranean countries: a review of existing legal frameworks.
- Studies and Reviews. General Fisheries Commission for the Mediterranean. No. 81. Rome, FAO. 2007. 85p.
- Le Berre, S. & Brigand, L., 2004 - Bountiles Port-Cros (Base d'Observation des Usages Nautiques et Terrestres des Îles et des Littoraux) pour un suivi de la fréquentation touristique de l'île de Port-Cros. Recueil méthodologique
- Laboratoire Géomer - Université de Bretagne Occidentale, Parc National de Port-Cros, 41 p.
- Munoz N., 2007 Utilisation de l'espace et comportement des plongeurs à la réserve marine des îles Mèdes (Espagne)
- Rapport élaboré dans le cadre de MedPAN
- Plan Bleu – 2002 Réunion d'experts" Livre Blanc: Tourisme et développement durable en Méditerranée" Etudes par pays
- Plan Bleu – 2006 Tourisme et développement durable en Méditerranée.
- Compte rendu de la Réunion d'experts, Sophia Antipolis, 24-25 mars 2006
- Plan Bleu – 2007 Indicateurs prioritaires et complémentaires "Tourisme"
- Document de travail du Plan Bleu
- PNUD Tunisie, 2004 Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie

- PNUE DTIE, 2006 Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux du tourisme dans le désert.
- PNUE, 2006 – Vers un Tourisme Durable – Guide à l'usage des décideurs
- PNUE, Conservation International, 2007 – Tourisme et Montagnes: Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagne.
- RAC/SPA, 2004 - Impact du tourisme sur la biodiversité marine et côtière de la Méditerranée
- REMPEC, 2007 – Ligne Directrices concernant les activités de plaisance et la protection de l'environnement marin en Méditerranée
- Riera V., Zaragoza N., Caballero D., Lloret J., 2007 – La chasse sous-marine dans de Parc Naturel de Cap de Creus: aspects biologiques et socioéconomiques
- Romano, J.C., N. Bensoussan, W.A.N. Younes, & D. Arlhac 2000. Anomalies thermiques dans les eaux du Golfe de Marseille durant l'été 1999. Une explication partielle de la mortalité des invertébrés fixés. Comptes Rendus Académie des Sciences Série III, Life Sciences 323: 853-865.
- UNEP 1996 - Tourism and Coastal Resources Degradation in the Wider Caribbean

VII. ANNEXES

Annexe 1 Les zones humides d'importance internationale déclarées par les pays méditerranéens Parties à la Convention sur les zones humides

(Ramsar, Iran, 1971)

Conformément à l'article 2.1 de la Convention Ramsar, chaque Partie contractante devra désigner les zones humides appropriées de son territoire à inclure dans la Liste des zones humides d'importance internationale. Une fois inscrites sur la Liste ces zones humides acquièrent un nouveau statut au niveau national et, aux yeux de la communauté internationale, prennent une importance non seulement pour le pays ou les pays où elles se trouvent mais aussi pour toute l'humanité.

La liste ci-après est extraite du registre tenu par le Bureau de la Convention (extrait effectué le 17 mars 2008)

ALBANIA / ALBANIE (3 Ramsar sites, 83,062 hectares)

Butrint	28/03/03	Vlora	13,500 ha	39°50'N 020°00'E
Karavasta Lagoon	29/11/95	Lushnja	20,000 ha	41°00'N 019°30'E
Lake Shkodra and River Buna	02/02/06	Malesia e Madhe, Shkodra	49,562 ha	40°52'N 19°22'E

ALGERIA / ALGÉRIE / ARGELIA (42 Ramsar sites, 2,959,615 hectares)

Aulnaie de Aïn Khiair	04/06/03	El Tarf	180 ha	36°40'N 008°20'E
Chott Aïn El Beïda	12/12/04	Ouargla	6,853 ha	31°58'N 005°22'E
Chott de Zehrez Chergui	04/06/03	Djelfa	50,985 ha	35°15'N 003°30'E
Chott de Zehrez Gharbi	04/06/03	Djelfa	52,200 ha	34°58'N 002°44'E
Chott Ech Chergui	02/02/01	Saïda	855,500 ha	34°27'N 000°50'E
Chott El Beïdha – Hammam Essoukhna	12/12/04	Sétif, Batna	12,223 ha	35°55'N 005°45'E
Chott El Hodna	02/02/01	M'Sila, Batna	362,000 ha	35°18'N 004°40'E
Chott Melghir	04/06/03	El Oued, Biskra, Khenchela	551,500 ha	34°15'N 006°19'E
Chott Merrouane et Oued Khrouf	02/02/01	El Oued	337,700 ha	33°55'N 006°10'E
Chott Oum El Raneb	12/12/04	Ouargla	7,155 ha	32°02'N 005°22'E
Chott Sidi Slimane	12/12/04	Ouargla	616 ha	33°17'N 003°45'E
Chott Tinsilt	12/12/04	Oum El Bouaghi	2,154 ha	35°53'N 006°29'E
Complexe de zones humides de la plaine de Guerbes-Sanhadja	02/02/01	Skikda, El Tarf	42,100 ha	36°53'N 007°16'E
Dayet El Ferd	12/12/04	Tlemcen	3,323 ha	34°28'N 001°15'W
Garaet Annk Djemel et El Merhsel	12/12/04	Oum El Bouaghi	18,140 ha	35°47'N 006°51'E
Garaet El Taref	12/12/04	Oum El Bouaghi	33,460 ha	35°41'N 007°08'E
Garaet Guellif	12/12/04	Oum El Bouaghi	24,000 ha	35°47'N 006°59'E
Grotte karstique de Ghar Boumâaza	04/06/03	Tlemcen	20,000 ha	34°42'N 001°18'E
Gueltates Afilal	04/06/03	Tamanrasset	20,900 ha	23°09'N 005°46'E
La Réserve Naturelle du Lac des Oiseaux	22/03/99	El Kala	120 ha	36°42'N 008°07'E
La Vallée d'Iherir	02/02/01	Illizi	6,500 ha	25°24'N 008°25'E
Lac de Fetzara	04/06/03	Annaba	20,680 ha	36°47'N 007°32'E
Lac de Télamine	12/12/04	Oran	2,399 ha	35°43'N 000°23'E

PROMOUVOIR UN TOURISME DURABLE EN MEDITERRANEE

Le Cirque de Aïn Ouarka	04/06/03	Nâama	2,350 ha	32°44'N 000°10'E
Les Gueltates d'Issakarassene	02/02/01	Tamanrasset	35,100 ha	22°25'N 005°45'E
Les Salines d'Arzew	12/12/04	Oran, Mascara	5,778 ha	35°40'N 000°81'E
Marais de la Macta	02/02/01	Mascara, Mostaganem, Oran	44,500 ha	35°41'N 000°10'W
Marais de la Mekhada	04/06/03	El Tarf	8,900 ha	36°48'N 008°00'E
Oasis de Moghrar et de Tiout	04/06/03	Nâama	195,500 ha	32°53'N 000°40'E
Oasis de Ouled Saïd MR	02/02/01	Adrar	25,400 ha	29°24'N 000°18'E
Oasis de Tamantit et Sid Ahmed Timmi	02/02/01	Adrar	95,700 ha	27°45'N 000°15'E
Oglat Ed Daïra	12/12/04	Nâama	23,430 ha	33°18'N 001°48'W
Réserve Intégrale du Lac El Mellah	12/12/04	El Tarf	2,257 ha	36°53'N 008°20'E
Réserve Intégrale du Lac Oubeïra	04/11/83	El Tarf	3,160 ha	36°50'N 008°23'E
Réserve Intégrale du Lac Tonga MR	04/11/83	El Tarf	2,700 ha	36°53'N 008°31'E
Réserve Naturelle du Lac de Béni-Bélaïd	04/06/03	Jijel	600 ha	36°53'N 006°05'E
Réserve Naturelle du Lac de Réghaïa	04/06/03	Alger	842 ha	36°46'N 003°20'E
Sebkha d'Oran	02/02/01	Oran	56,870 ha	35°22'N 000°48'W
Sebkhet Bazer	12/12/04	Sétif	4,379 ha	36°05'N 005°41'E
Sebkhet El Hamiet	12/12/04	Sétif	2,509 ha	35°55'N 005°33'E
Sebkhet El Melah	12/12/04	Ghardaïa	18,947 ha	30°25'N 002°55'E
Tourbière du Lac Noir	04/06/03	El Tarf	5 ha	36°54'N 008°12'E

BOSNIA AND HERZEGOVINA / BOSNIE-HERZÉGOVINE / BOSNIA Y HERZEGOVINA (2 Ramsar sites, 10,911 hectares)

Bardaca Wetlands (Bardača-močvarni kompleks)	02/02/07	Republic of Srpska Entity	3,500 ha	45°06'N 017°27'E
Hutovo Blato	24/09/01		7,411 ha	43°03'N 017°37'E

CROATIA / CROATIE / CROACIA (4 Ramsar sites, 86,579 hectares)

Crna Mlaka	03/02/93		625 ha	45°37'N 015°44'E
Delta Neretve	03/02/93		11,500 ha	42°57'N 017°34'E
Lonjsko Polje & Mokro Polje (incl. Krapje Djol)	03/02/93		50,560 ha	45°30'N 017°00'E
Nature Park Kopacki rit (Kopacki rit) MR	03/02/93	Baranya	23,894 ha	45°40'N 018°54'E

CYPRUS / CHYPRE / CHIPRE (1 Ramsar site, 1,585 hectares)

Larnaca Salt Lake	11/07/01		1,585 ha	34°52'N 033°33'E
-------------------	----------	--	----------	------------------

EGYPT / EGYPTE / EGIPTO (2 Ramsar sites, 105,700 hectares)

Lake Bardawil MR	09/09/88		59,500 ha	31°05'N 033°05'E
Lake Burullus MR	09/09/88	Kafr El Sheikh	46,200 ha	31°30'N 030°50'E

FRANCE / FRANCIA (24 Ramsar sites, 828,803 hectares)

Baie de Somme	30/01/98	Picardie	17,000 ha	50°14'N 001°33'E
Baie du Mont Saint-Michel	14/10/94	Basse-Normandie, Bretagne	62,000 ha	48°40'N 001°40'W
Basses Vallées Angevines	01/02/95	Pays de la Loire	6,450 ha	47°34'N 000°28'W
Bassin du Drugeon	02/02/03	Franche-Comté	5,906 ha	46°50'N 006°10'E

Camargue	01/12/86	Provence-Alpes-Côte d'Azur	85,000 ha	43°30'N 004°30'E
Etang de Biguglia	08/04/91	Corse	2,000 ha	42°36'N 009°29'E
Etangs de la Champagne humide	08/04/91	Champagne-Ardenne	135,000 ha	48°35'N 004°45'E
Etangs de la Petite Woëvre	08/04/91	Lorraine	5,300 ha	49°02'N 005°48'E
Etangs du Lindre, forêt du Romersberg et zones voisines	02/02/03	Lorraine	5,308 ha	48°47'N 006°48'E
Golfe du Morbihan	08/04/91	Bretagne	23,000 ha	47°35'N 002°47'W
Grande Briere	01/02/95	Pays de la Loire	19,000 ha	47°22'N 002°10'W
La Brenne	08/04/91	Centre	140,000 ha	46°44'N 001°15'E
La Petite Camargue	08/01/96	Languedoc-Roussillon	37,000 ha	43°30'N 004°15'E
Lac de Grand-Lieu	01/02/95	Pays de la Loire	6,300 ha	47°05'N 001°40'W
Lac du Bourget – Marais de Chautagne	02/02/03	Rhône-Alpes	5,500 ha	45°44'N 005°51'E
Les étangs littoraux de la Narbonnaise	02/02/06	Languedoc-Roussillon	12,334 ha	43°03'N 003°03'E
Marais du Cotentin et du Bessin, Baie des Veys	08/04/91	Basse-Normandie	32,500 ha	49°23'N 001°10'W
Marais du Fier d'Ars	02/02/03	Poitou-Charentes	4,452 ha	46°13'N 001°28'W
Marais salants de Guérande et du Més	01/09/95	Pays de la Loire	5,200 ha	47°20'N 002°30'W
Mares temporaires de Tre Padule de Suartone	02/02/07	Corse	218 ha	41°46'N 009°24'E
Rives du Lac Léman	08/04/91	Rhône-Alpes	3,335 ha	46°23'N 006°28'E

GREECE / GRÈCE / GRECIA (10 Ramsar sites, 163,501 hectares)

Amvrakikos gulf MR	21/08/75	Aitoloakarnania, Preveza, Arta	23,649 ha	39°06'N 020°55'E
Artificial lake Kerkini	21/08/75	Serres	10,996 ha	41°13'N 023°08'E
Axios, Loudias, Aliakmon delta MR	21/08/75	Thessaloniki, Imanthia, Piera	11,808 ha	40°30'N 022°43'E
Evros delta	21/08/75	Evros	9,267 ha	40°50'N 026°04'E
Kotychi lagoons MR	21/08/75	Ileia	6,302 ha	38°01'N 021°17'E
Lake Mikri Prespa	21/08/75	Florina	5,078 ha	40°46'N 021°05'E
Lake Vistonis, Porto Lagos, Lake Ismaris & adjoining lagoons MR	21/08/75	Rodopi, Xanthi	24,396 ha	41°03'N 025°11'E
Lakes Volvi & Koronia MR	21/08/75	Thessaloniki	16,388 ha	40°41'N 023°20'E
Messolonghi lagoons MR	21/08/75	Aitoloakarnania	33,687 ha	38°20'N 021°15'E
Nestos delta & adjoining lagoons MR	21/08/75	Xanthi	21,930 ha	40°54'N 024°47'E

ISRAEL / ISRAËL (2 Ramsar sites, 366 hectares)

En Afeq Nature Reserve	12/11/96		66 ha	32°51'N 035°05'E
Hula Nature Reserve	12/11/96		300 ha	33°04'N 035°35'E

ITALY / ITALIE / ITALIA (50 Ramsar sites, 59,796 hectares)

Bacino dell'Angitola	11/04/89	Calabria	875 ha	38°44'N 016°14'E
Biviere di Gela	12/04/88	Sicilia	256 ha	37°01'N 014°20'E
Isola Boscone	11/04/89	Lombardia	201 ha	45°03'N 011°14'E
Lago dei Monaci	14/12/76	Lazio	94 ha	41°22'N 012°55'E

PROMOUVOIR UN TOURISME DURABLE EN MEDITERRANEE

Lago di Barrea	14/12/76	Abruzzo	303 ha	41°46'N 013°58'E
Lago di Burano	14/12/76	Toscana	410 ha	42°24'N 011°23'E
Lago di Caprolace	14/12/76	Lazio	229 ha	41°20'N 012°58'E
Lago di Fogliano	14/12/76	Lazio	395 ha	41°23'N 012°54'E
Lago di Nazzano	14/12/76	Lazio	265 ha	42°12'N 012°36'E
Lago di Sabaudia	14/12/76	Lazio	1,474 ha	41°16'N 013°01'E
Lago di San Giuliano	13/12/06	Basilicata	2,118 ha	40°38'N 016°29'E
Lago di Tovel	19/09/80	Trentino Alto Adige	37 ha	46°16'N 010°57'E
Laguna di Marano: Foci dello Stella	14/05/79	Friuli-Venezia Giulia	1,400 ha	45°44'N 013°08'E
Laguna di Orbetello	14/12/76	Toscana	887 ha	42°27'N 011°13'E
Laguna di Venezia: Valle Averte	11/04/89	Veneto	500 ha	45°21'N 012°09'E
Le Cesine	06/12/77	Puglia	620 ha	40°20'N 018°21'E
Oasi del Sele-Serre Persano	13/12/06	Campania	174 ha	40°37'N 015°08'E
Oasi di Castelvolturno o Variconi	13/12/06	Campania	195 ha	41°02'N 015°56'E
Ortazzo e Ortazzino	04/09/81	Emilia Romagna	440 ha	44°20'N 012°19'E
Palude Brabbia	05/12/84	Lombardia	459 ha	45°44'N 008°40'E
Palude della Diaccia Botrona	22/05/91	Toscana	2,500 ha	42°48'N 010°57'E
Palude di Bolgheri	14/12/76	Toscana	518 ha	43°13'N 010°33'E
Palude di Colfiorito	14/12/76	Umbria	157 ha	43°01'N 012°53'E
Palude di Ostiglia	05/12/84	Lombardia	123 ha	45°04'N 011°06'E
Pantano di Pignola	13/12/06	Basilicata	172 ha	40°36'N 015°45'E
Piallassa della Baiona e Risega	04/09/81	Emilia Romagna	1,630 ha	44°30'N 012°15'E
Pian di Spagna-Lago di Mezzola	14/12/76	Lombardia	1,740 ha	46°13'N 009°26'E
Punte Alberete	14/12/76	Emilia Romagna	480 ha	44°31'N 012°14'E
Sacca di Belóccchio	14/12/76	Emilia Romagna	223 ha	44°37'N 012°16'E
Saline di Cervia	04/09/81	Emilia Romagna	785 ha	44°15'N 012°20'E
Saline di Margherita di Savoia	02/08/79	Puglia	3,871 ha	41°24'N 016°04'E
Stagno di Cábras	28/03/79	Sardegna	3,575 ha	39°57'N 008°29'E
Stagno di Cagliari MR	14/12/76	Sardegna	3,466 ha	39°13'N 009°03'E
Stagno di Corru S'Ittiri, Stagni di San Giovanni e Marceddi	28/03/79	Sardegna	2,610 ha	39°44'N 008°30'E
Stagno di Mistras	03/05/82	Sardegna	680 ha	39°54'N 008°28'E
Stagno di Molentargius MR	14/12/76	Sardegna	1,401 ha	39°14'N 009°09'E
Stagno di Pauli Maiori	28/03/79	Sardegna	287 ha	39°52'N 008°37'E
Stagno di S'Ena Arrubia	14/12/76	Sardegna	223 ha	39°50'N 008°34'E
Stagno di Sale Porcus	03/05/82	Sardegna	330 ha	40°01'N 008°21'E
Torbiere d'Iseo	05/12/84	Lombardia	325 ha	45°38'N 010°02'E
Torre Guaceto	21/07/81	Puglia	940 ha	40°43'N 017°48'E
Valle Bertuzzi	04/09/81	Emilia Romagna	3,100 ha	44°47'N 012°14'E
Valle Campotto e Bassarone	28/03/79	Emilia Romagna	1,363 ha	44°35'N 011°50'E
Valle Cavanata	10/03/78	Friuli-Venezia Giulia	243 ha	45°43'N 013°28'E
Valle di Gorino	04/09/81	Emilia Romagna	1,330 ha	44°48'N 012°21'E
Valle Santa	14/12/76	Emilia Romagna	261 ha	44°33'N 011°50'E
Valli del Mincio	05/12/84	Lombardia	1,082 ha	45°10'N 010°42'E
Valli residue del comprensorio di Comacchio	04/09/81	Emilia Romagna	13,500 ha	44°37'N 012°11'E

Vendicari	11/04/89	Sicilia	1,450 ha	36°48'N 015°07'E
Vincheto di Cellarda	14/12/76	Veneto	99 ha	46°01'N 011°58'E

LEBANON / LIBAN / LÍBANO (4 Ramsar sites, 21,075 hectares)

Ammiq Wetlands	16/04/99		280? ha	
Deir el Nouriyeh cliffs of Ras Chekaa	16/04/99			
Palm Islands Nature Reserve	03/08/01	Tripoli	415 ha	34°30'N 035°46'E
Tyre Beach	16/04/99		380 ha	

LIBYAN ARAB JAMAHIRIYA / JAMAHIRIYA ARABE LIBYENNE / JAMAHIRIYA ARABE LIBIA (2 Ramsar sites, 83 hectares)

Ain Elshakika	05/04/00	Darnah	33 ha	32°46'N 021°21'E
Ain Elzarga	05/04/00	Darnah	50 ha	32°47'N 022°21'E

MALTA / MALTE (2 Ramsar sites, 16 hectares)

Ghadira	30/09/88		11 ha	35°58'N 014°21'E
Is-Simar	29/01/96		5 ha	35°57'N 014°23'E

MONACO (1 Ramsar site, 10 hectares)

Réserve sous-marine du Larvotto et zone côtière du Portier	20/08/97		10 ha	43°44'N 007°26'E
--	----------	--	-------	------------------

MONTENEGRO / MONTÉNÉGRO (1 Ramsar site, 20,000 hectares)

Skadarsko Jezero	15/12/95	Montenegro	20,000 ha	42°12'N 019°17'E
------------------	----------	------------	-----------	------------------

MOROCCO / MAROC / MARRUECOS (24 Ramsar sites, 272,010 hectares)

Aguelmams Sidi Ali – Tifounassine	15/01/05	Ifrane, Khénifra	600 ha	33°07'N 005°03'W
Archipel et dunes d'Essawira	15/01/05	Essawira	4,000 ha	31°30'N 009°48'W
Baie d'Ad-Dakhla	15/01/05	Ad-Dakhla	40,000 ha	23°45'N 015°50'W
Baie de Khnifiss	20/06/80	Tan Tan	20,000 ha	28°03'N 012°15'W
Barrage Al Massira	15/01/05	Qal'at Essraghna	14,000 ha	32°28'N 007°34'W
Barrage Mohammed V	15/01/05	Nador	5,000 ha	34°41'N 002°57'W
Cap des Trois Fourches	15/01/05	Nador	5,000 ha	35°26'N 002°59'W
Complexe de Sidi Moussa-Walidia	15/01/05	Al Jadida	10,000 ha	32°54'N 008°49'W
Complexe du bas Loukkos	15/01/05	Larache	3,600 ha	35°07'N 006°00'W
Complexe du bas Tahaddart	15/01/05	Tanger	11,000 ha	35°34'N 006°00'W
Embouchure de l'oued Dr'a	15/01/05	Guelmim	10,000 ha	28°34'N 010°58'W
Embouchure de la Moulouya	15/01/05	Berkane	3,000 ha	35°04'N 002°23'W
Embouchures des oueds Chbeyka-Al Wa'er	15/01/05	Tan Tan	8,000 ha	28°14'N 011°42'W
Lac d'Afenhourir	20/06/80	Ifrane	800 ha	33°17'N 005°16'W
Lacs Isly-Tislite	15/01/05	Errachidia	800 ha	32°13'N 005°35'W
Marais ete côte du Plateau de Rmel	15/01/05	Kénitra, Larache	1,300 ha	35°02'N 006°14'W
Merja Sidi Boughaba	20/06/80	Kénitra	650 ha	34°15'N 006°40'W
Merja Zerga	20/06/80	Kénitra	7,300 ha	34°51'N 006°16'W
Moyenne Dr'a	15/01/05	Ouarzazate, Zagora	45,000 ha	30°29'N 006°21'W
Oasis du Tafilalet	15/01/05	Errachidia, Goulmima	65,000 ha	31°17'N 004°15'W

Sebkha Bou Areg	15/01/05	Nador	14,000 ha	35°10'N 002°51'W
Sebkha Zima	15/01/05	Safi	760 ha	32°05'N 008°40'W
Zones humides de l'oued El Maleh	15/01/05	Mohammedia	1,200 ha	33°39'N 007°23'W
Zones humides de Souss-Massa	15/01/05	Agadir	1,000 ha	30°13'N 009°37'W

SLOVENIA / SLOVÉNIE / ESLOVENIA (3 Ramsar sites, 8,205 hectares)

Cerkniško jezero z okolico (Lake Cerknica & its environs)	19/01/06		7,250 ha	45°45'N 014°23'E
Secoveljske soline (Secovlje salt pans)	03/02/93		650 ha	45°29'N 013°36'E
Skocjanske Jame (Skocjan Caves)	21/05/99		305 ha	45°40'N 014°00'E

SPAIN / ESPAGNE / ESPAÑA (63 Ramsar sites, 281,768 hectares)

Aiguamolls de l'Empordà	26/03/93	Cataluña	4,784 ha	42°14'N 003°06'E
Albufera de Adra	04/10/94	Andalucía	75 ha	36°45'N 002°57'W
Albufera de Valencia	05/12/89	Comunidad Valenciana	21,000 ha	39°20'N 000°21'W
Bahía de Cádiz	24/10/02	Andalucía	10,000 ha	36°30'N 006°11'W
Colas del Embalse de Ullibarri	24/10/02	País Vasco	397 ha	42°54'N 002°33'W
Complejo de Corrubedo	26/03/93	Galicia	550 ha	42°33'N 009°02'W
Complejo intermareal Umia-Grove	05/12/89	Galicia	2,561 ha	42°28'N 008°50'W
Complejo lagunar de La Albuera	20/12/02	Extremadura	1,878 ha	38°42'N 006°46'W
Delta del Ebro	26/03/93	Cataluña	7,736 ha	40°43'N 000°44'E
Doñana MR	04/05/82	Andalucía	111,646 ha	37°01'N 006°25'W
Embalse de las Cañas	18/11/96	Navarra	101 ha	42°29'N 002°24'W
Embalse de Orellana	26/03/93	Extremadura	5,500 ha	38°59'N 005°32'W
Embalses de Cordobilla y Malpasillo	04/10/94	Andalucía	1,972 ha	37°19'N 004°40'W
Humedales de la Sierra de Urbión	27/01/06	La Rioja	86 ha	42°01'N 002°53'W
Humedales del Macizo de Peñalara	27/01/06	Madrid	487 ha	40°51'N 003°57'W
Humedales y Turberas de Padul	27/01/06	Andalucía	327 ha	37°00'N 003°36'W
Lago de Banyoles	20/12/02	Cataluña	1,033 ha	42°08'N 002°46'E
Lago de Caicedo-Yuso y Salinas de Añana	24/10/02	País Vasco	26 ha	42°48'N 002°59'W
Laguna de Chiprana	07/06/94	Aragón	162 ha	41°13'N 000°12'W
Laguna de El Hito	20/12/02	Castilla-La Mancha	573 ha	39°52'N 002°41'W
Laguna de Fuente de Piedra	08/08/83	Andalucía	1,364 ha	37°07'N 004°46'W
Laguna de Gallocanta	07/06/94	Aragón	6,720 ha	40°58'N 001°33'W
Laguna de la Nava de Fuentes	24/10/02	Castilla y León	307 ha	42°04'N 004°45'W
Laguna de la Vega (o del Pueblo)	05/12/89	Castilla-La Mancha	34 ha	39°25'N 002°56'W
Laguna de Manjavacas	26/03/93	Castilla-La Mancha	231 ha	39°25'N 002°50'W
Laguna de Pitillas	18/11/96	Navarra	216 ha	42°24'N 001°34'W
Laguna del Prado	26/03/93	Castilla-La Mancha	52 ha	38°55'N 003°49'W

Laguna y Arenal de Valdoviño	26/03/93	Galicia	485 ha	43°36'N 008°10'W
Lagunas de Alcázar de San Juan	26/03/93	Castilla-La Mancha	240 ha	39°24'N 003°15'W
Lagunas de Cádiz (Laguna de Medina y Laguna Salada)	05/12/89	Andalucía	158 ha	36°37'N 006°03'W
Lagunas de la Mata y Torrevieja	05/12/89	Comunidad Valenciana	3,693 ha	38°00'N 000°42'W
Lagunas de Laguardia (Alava): Carralagroño, Carravalseca, Prao de la Paul y Musco	09/12/96	País Vasco	45 ha	42°32'N 002°33'W
Lagunas de Puebla de Beleña	20/12/02	Castilla-La Mancha	191 ha	40°53'N 003°15'W
Lagunas de Villafáfila	05/12/89	Castilla-León	2,854 ha	41°49'N 005°37'W
Lagunas del sur de Córdoba (Zóñar, Rincón y Amarga)	05/12/89	Andalucía	86 ha	37°29'N 004°41'W
Las Tablas de Daimiel MR	04/05/82	Castilla-La Mancha	1,928 ha	39°09'N 003°40'W
Mar Menor	04/10/94	Murcia	14,933 ha	37°43'N 000°48'W
Marismas de Santoña	04/10/94	Cantabria	6,907 ha	43°25'N 003°26'W
Marismas del Odiel	05/12/89	Andalucía	7,185 ha	37°17'N 006°55'W
Marjal de Pego-Oliva	04/10/94	Comunidad Valenciana	1,290 ha	38°52'N 000°04'W
Pantano de El Hondo	05/12/89	Comunidad Valenciana	2,387 ha	38°10'N 000°42'W
Paraje Natural Brazo del Este	27/01/06	Andalucía	1,362 ha	37°08'N 006°02'W
Paraje Natural Lagunas de Palos y Las Madres	27/01/06	Andalucía	635 ha	37°09'N 006°52'W
Paraje Natural Punta Entinas-Sabinar	27/01/06	Andalucía	1,948 ha	36°42'N 002°42'W
Parque Nacional de Aigüestortes i Estany de Sant Maurici	27/01/06	Cataluña	39,979 ha	42°34'N 000°56'E
Prat de Cabanes-Torreblanca	05/12/89	Comunidad Valenciana	812 ha	40°14'N 000°12'E
Reserva Natural Complejo Endorreico de Espera	27/01/06	Andalucía	514 ha	36°52'N 005°52'W
Reserve Natural Laguna de los Jarales	27/01/06	Andalucía	147 ha	37°18'N 004°34'W
Reserva Natural Laguna de Tiscar	27/01/06	Andalucía	185 ha	37°25'N 004°49'W
Reserva Natural Laguna del Chinche	27/01/06	Andalucía	221 ha	37°36'N 004°09'W
Reserva Natural Laguna del Conde o El Salobral	27/01/06	Andalucía	345 ha	37°34'N 004°12'W
Reserva Natural Laguna Honda	27/01/06	Andalucía	368 ha	37°35'N 004°08'W
Reserva Natural Lagunas de Campillos	27/01/06	Andalucía	1,342 ha	37°02'N 004°49'W
Ría de Mundaka-Guernika	26/03/93	País Vasco	945 ha	43°22'N 002°40'W
Ría del Eo	04/10/94	Galicia, Asturias	1,740 ha	43°30'N 007°01'W
Rías de Ortigueira y Ladrado	05/12/89	Galicia	2,920 ha	43°42'N 007°47'W
Saladar de Jandía	24/10/02	Canarias	127 ha	28°03'N 014°20'W
S'Albufera de Mallorca	05/12/89	Baleares	1,700 ha	39°49'N 003°07'E
Salburua	24/10/02	País Vasco	174 ha	42°51'N 002°39'W
Salinas de Ibiza y Formentera	30/11/93	Baleares	1,640 ha	38°46'N 001°26'E
Salinas de Santa Pola	05/12/89	Comunidad Valenciana	2,496v	38°08'N 000°37'W

Salinas del Cabo de Gata	05/12/89	Andalucía	300 ha	36°44'N 002°12'W
Txingudi	24/10/02	País Vasco	128 ha	43°20'N 001°47'W

SYRIAN ARAB REPUBLIC / RÉPUBLIQUE ARABE SYRIENNE / REPÚBLICA ÁRABE SIRIA (1 Ramsar site, 10,000 hectares)

Sabkhat al-Jabbul Nature Reserve	05/03/98	Halap	10,000 ha	36°04'N 037°30'E
----------------------------------	----------	-------	-----------	------------------

TUNISIA / TUNISIE / TÚNEZ (20 Ramsar sites, 726,541 hectares)

Ain Dahab	07/11/07	Siliana	560 ha	35°53'N 009°28'E
Bahiret el Bibane	07/11/07	Médenine	39,266 ha	33°15'N 011°15'E
Barrage Lebna	07/11/07	Nabeul	1,147 ha	36°45'N 010°54'E
Chott El Jerid	07/11/07	Tozeur, Kebili	586,187 ha	33°42'N 008°24'E
Djerba Bin El Ouedian	07/11/07	Médenine	12,082 ha	33°40'N 010°55'E
Djerba Guellala	07/11/07	Médenine	2,285 ha	33°42'N 010°44'E
Djerba Ras Rmel	07/11/07	Médenine	1,856 ha	33°52'N 010°54'E
Garaet Sidi Mansour	07/11/07	Gafsa	2,426 ha	34°14'N 009°29'E
Ichkeul MR	24/11/80	Bizerte	12,600 ha	37°10'N 009°40'E
Iles Kneiss avec leurs zones intertidales	07/11/07	Sfax	22,027 ha	34°22'N 010°20'E
Lac et Tourbière de Mejen Ech Chitan	07/11/07	Bizerte	7 ha	37°09'N 009°06'E
Lagune de Ghar el Melh et Delta de la Mejerda	07/11/07	Bizerte, Ariana	10,168 ha	37°06'N 010°11'E
Lagunes du Cap Bon oriental	07/11/07	Nabeul	504 ha	36°33'N 010°51'E
Les Tourbières de Dar Fatma	07/11/07	Jendouba	13 ha	36°48'N 008°46'E
Salines dy Thyna	07/11/07	Sfax	3,343 ha	34°39'N 010°43'E
Sebkhet Kelbia	07/11/07	Sousse	8,732 ha	35°50'N 010°15'E
Sebkhet Noual	07/11/07	Sidi Bou Zid, Sfax	17,060 ha	34°25'N 009°45'E
Sebkhet Sejoumi	07/11/07	Tunis	2,979 ha	36°45'N 010°09'E
Sebkhet Soliman	07/11/07	Nabeul	880 ha	36°43'N 010°29'E
Zones humides Oasiennes de Kebili	07/11/07	Kebili	2,419 ha	33°30'N 008°55'E

TURKEY / TURQUIE / TURQUÍA (12 Ramsar sites, 179,482 hectares)

Akyatan Lagoon	15/04/98	Adana	14,700 ha	36°37'N 035°16'E
Gediz Delta	15/04/98	Izmir	14,900 ha	38°30'N 026°55'E
Göksu Deltasi	13/07/94	Mersin	15,000 ha	36°18'N 033°58'E
Kizilirmak Delta (Kizilirmak Deltasi)	15/04/98	Samsun	21,700 ha	41°40'N 036°05'E
Kizören Obrouk	02/05/06	Konya	127 ha	38°20'N 033°20'E
Lake Burdur	13/07/94	Burdur, Isparta	24,800 ha	37°44'N 030°11'E
Lake Kus (Manyas)	13/07/94	Balikesir	20,400 ha	40°12'N 028°00'E
Lake Seyfe (Seyfe Gölü)	13/07/94	Kirsehir	10,700 ha	39°12'N 034°25'E
Lake Uluabat	15/04/98	Bursa	19,900 ha	40°10'N 028°35'E
Meke Maar	21/07/05	Konya	202 ha	37°41'N 033°38'E
Sultan Marshes	13/07/94	Kayseri	17,200 ha	38°20'N 035°17'E
Yumurtaalik Lagoons	21/07/05	Adana	19,853 ha	36°42'N 035°38'E

Annexe 2 Extrait de la Loi n° 95-72 du 24 juillet 1995, portant création d'une Agence de protection et d'aménagement du littoral (APAL) en Tunisie.

Les dunes de sables sont mentionnées (Article 1, alinéa 1) parmi les éléments concernés par la protection environnementale dont est chargée l'APAL.

Article premier - La présente loi a pour objet la création d'une agence de protection environnementale du littoral défini comme étant la zone de contact qui concrétise la relation écologique, naturelle et biologique entre la terre et la mer et leur interaction directe et indirecte.

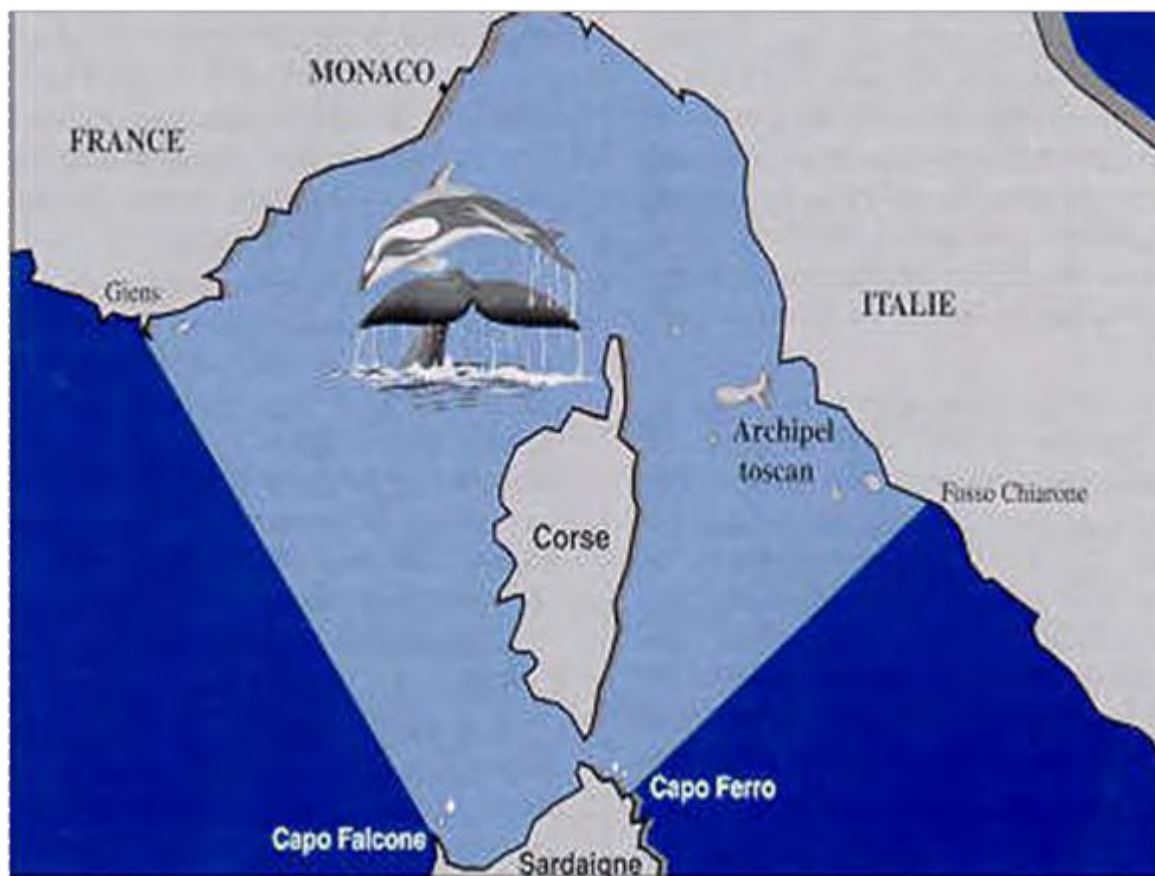
La protection environnementale concerne notamment :

1 - Le rivage de la mer, les plages, les sabkhas, les dunes de sable, les îles, les falaises et les différentes composantes du domaine public maritime à l'exception des forteresses et autres ouvrages de défense.

2 - Les zones intérieures dans des limites variables selon le degré d'interaction climatique, naturelle et humaine entre elles et la mer, tels que les forêts littorales, les estuaires, les caps marins et les zones humides littorales.

Le périmètre de la zone littorale est fixé par décret, sur proposition du Ministre chargé de l'environnement.

Annexe 3 Le Sanctuaire des mammifères marins en Mer Ligure

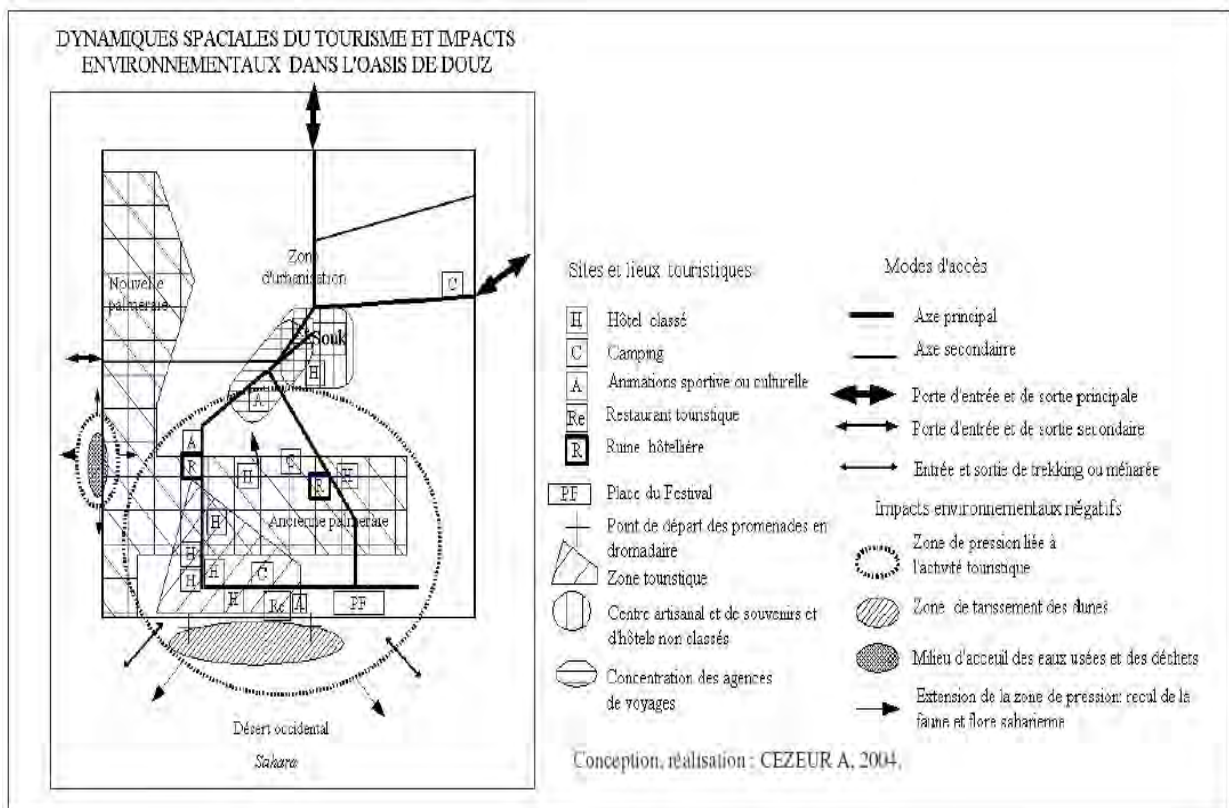


Annexe 4 Exemple de circuits touristiques pour l'observation des oiseaux commercialisés sur Internet

(Ce cas concerne un circuit de 6 jours commençant et finissant à Athènes en Grèce)



Annexe 5 Exemple d'impacts touristiques sur une oasis



Annexe 6 Exemple de chartes adoptées localement pour la pratique de la plongée

CHARTRE DE LA PLONGEE AU VIEUX PASSAGE

Vous vous apprêtez à plonger dans le site du VIEUX PASSAGE, en accord avec la Municipalité de PLOUHINEC et le Comité Interrégional BRETAGNE - Pays de LA LOIRE de la FFESSM (CIBPL), nous vous demandons de respecter les consignes suivantes :

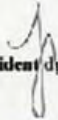
- Ne vous gardez pas en dehors des emplacements autorisés, dans le cas où toutes les places sont occupées, recherchez une autre zone de plongée.
- N'éalez pas votre matériel de plongée afin de ne pas gêner la circulation des véhicules.
- Changez vous avec un minimum de pudeur et de discrétion, votre attitude peut gêner les riverains.
- Le lieu de plongée doit être signalé.
- La zone autorisée à la plongée est matérialisée par le plan ci dessous.
- La mise à l'eau et le retour doivent se faire à partir du point indiqué sur le plan.
- Vous êtes dans une zone portuaire, vous ne devez en aucun cas vous trouver en surface entre les bateaux.
- Au retour de votre plongée, vous ne devez pas rincer votre matériel avec le robinet situé sur le parking.
- Plongée de nuit interdite sans autorisation exceptionnelle délivrée par la Mairie

LE NON RESPECT DE CES CONSIGNES PAR QUELQUES UNS EST PREJUDICIABLE A TOUS !

Le maire de PLOUHINEC



Le Président du CIBPL




Site du Magouer



CHARTRE DE LA PLONGÉE EN RIA D'ETEL

Vous vous apprêtez à plonger dans le site du MAGOUER ou du VIEUX PASSAGE, en accord avec la municipalité de PLOUHINEC et le Comité Interrégional BRETAGNE Pays de LA LOIRE de la FFESSM (CIBPL), nous vous demandons de respecter les consignes suivantes :

- Ne vous gardez pas en dehors des emplacements autorisés, dans le cas où toutes les places sont occupées, recherchez une autre zone de plongée.
- N'éalez pas votre matériel de plongée afin de ne pas gêner la circulation des véhicules.
- Changez vous avec un minimum de pudeur et de discrétion, votre attitude peut gêner les riverains.
- Le lieu de plongée doit être signalé.
- La zone autorisée à la plongée est matérialisée par le plan ci dessous.
- La mise à l'eau et le retour doivent se faire à partir du point indiqué sur le plan.
- Vous êtes en limite d'une zone portuaire, vous ne devez en aucun cas vous trouver en surface entre les bateaux.
- Au retour de votre plongée, vous ne devez pas rincer votre matériel avec le robinet situé sur le parking.

LE NON RESPECT DE CES CONSIGNES PAR QUELQUES UNS EST PRÉJUDICIABLE A TOUS !

Le maire de PLOUHINEC

Le Président du CIBPL

VIII. ACRONYMS AND ABBREVIATIONS

ACCOBAMS	accord sur la conservation des cétacés de la Mer Noire, de la Méditerranée et de la zone Atlantique adjacente
CAR/ASP	Centre d'Activités Régionales pour les Aires Spécialement Protégées
CBD	Convention sur la Diversité Biologique
CGPM	Commission Générale des Pêches de Méditerranée
CICTA	Commission Internationale pour la Conservation des thonidés de l'Atlantique
FAO	Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture
FEM	Fonds Environnemental Mondial
OMI	Organisation Maritime Internationale
PAM	Plan d'Action pour la Méditerranée
PASBIO	Programme d'Action Stratégique pour la conservation de la diversité biologique en Méditerranée
REMPEC	Centre Régional Méditerranéen pour l'Intervention d'Urgence contre la Pollution Marine Accidentelle

IX. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Encadré 1 Répartition en profondeur du coralligène dans différentes régions de la Méditerranée (substrats sub-horizontaux à horizontaux).....	109
Tableau 1 Principales menaces et nuisances pour la biodiversité marine et côtière dans les pays méditerranéens (celles qui sont en caractères soulignés, ont un lien direct avec le tourisme).....	115
Tableau 2 Projets approuvés par le Conseil du FEM visant à promouvoir le tourisme durable.....	119
Annexe 1 Les zones humides d'importance internationale déclarées par les pays méditerranéens Parties à la Convention sur les zones humides	123
Annexe 2 Extrait de la Loi n° 95-72 du 24 juillet 1995, portant création d'une Agence de protection et d'aménagement du littoral (APAL) en Tunisie.	131
Annexe 3 Le Sanctuaire des mammifères marins en Mer Ligure	131
Annexe 4 Exemple de circuits touristiques pour l'observation des oiseaux commercialisés sur Internet	132
Annexe 5 Exemple d'impacts touristiques sur une oasis	132
Annexe 6 Exemple de chartes adoptées localement pour la pratique de la plongée	133

« PLAISANCE ET CROISIÈRE EN MÉDITERRANÉE : BILAN ET PERSPECTIVE »

Alberto Cappato, Secrétaire Général de l'IIC (Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Gênes, Italie) & Sara Canevello, Économiste spécialisée en transports maritime, consultant senior auprès de l'IIC

TABLE OF CONTENT

I. Plaisance et croisière en Méditerranée: bilan et perspectives	139
1. Le contexte géographique de l'étude: la Mer Méditerranéenne	139
2. L'objet de l'étude	140
II. Le marché de la croisière.....	141
1. Le contexte au niveau mondial	141
2. Les itinéraires en Méditerranée.....	147
3. Les performances du secteur.....	152
4. Le poids économique du secteur	155
III. Le secteur de la Plaisance	159
1. Le contexte international	159
2. La production des bateaux de plaisance	161
3. Le chartering	163
4. La situation des ports de plaisance en Méditerranée	163
IV. Tourisme et Environnement.....	166
1. Le contexte	166
2. La durabilité environnementale, les variables à prendre en compte	168
V. Sites web consultés	174
VI. Bibliographie	176
VII. Annexes	177
1. Annexe 1	177
2. Annexe 2 : Les caractéristiques des ports de plaisance en Méditerranée (disponible sur le site web du Plan Bleu).....	178
VIII. Liste des sigles.....	178
IX. Table of illustrations	179

I. PLAISANCE ET CROISIÈRE EN MÉDITERRANÉE: BILAN ET PERSPECTIVES

1. Le contexte géographique de l'étude: la Mer Méditerranéenne

La Mer Méditerranée (du latin *Mediterraneus*, qui signifie «au milieu des terres») est située entre l'Europe, l'Afrique et l'Asie. Sa position l'a placé depuis des siècles au cœur des flux de populations et des échanges entre les civilisations du monde entier. La Méditerranée fut régulièrement au centre des trafics mondiaux de marchandises; à l'aube du troisième millénaire, l'aire Méditerranéenne est à nouveau un des lieux le plus fréquentés du monde pour les raisons et les fonctions les plus diverses: commerciales, sociales et touristiques.

Sa superficie couvre plus de 2,5 millions de km². Son littoral s'étend sur plus de 46 000 km; avec une profondeur moyenne de tout juste 1500 mètres, il s'agit d'une mer semi-fermée. Par conséquent, le renouvellement des eaux par apport d'eaux océaniques prend de 80 à 100 ans (environ 37 000 km³ d'eaux arrivent chaque année de l'Océan Atlantique, la seule vraie ouverture) à travers les deux accès qui sont le détroit de Gibraltar, large d'environ 14 km, et le canal de Suez, large de quelques mètres seulement.

Le bassin Méditerranéen représente environ 20% du périmètre côtier mondial¹, 15% de la population et 16% des activités commerciales. Environ 30% des volumes mondiaux du trafic naval international ont comme destination en transit ou finale au moins un port méditerranéen.

En ce qui concerne la biodiversité, il s'agit d'une des mers les plus riches au monde : 7,5% de toutes les espèces animales et 18% de la flore marine, pour une mer qui représente à peine 0,7 % de la surface totale des océans. La flore et la faune de la Méditerranée sont surtout des espèces de zones tempérées et des espèces tropicales, dont 30% sont endémiques.

Les pays méditerranéens ont une population s'élevant à près de 450 millions d'individus, à laquelle viennent s'ajouter chaque année 170 millions de touristes. Les riverains au sens strict sont 70 millions (données an 2000).

La saturation du trafic maritime en Méditerranée, les actions illicites, ainsi que les effets du réchauffement global représentent des risques importants avec des répercussions sur les économies locales des pays riverains. Ses eaux bordent les pays d'Europe, du Moyen Orient et d'Afrique du Nord, ce qui fait de la région un espace particulièrement complexe du point de vue politique, économique et géographique, mais aussi unique et diverse du point de vue de l'environnement.

¹ Sur un total au niveau mondial de 205 000 km de côtes dont 32 000 en Europe, 26 000 en Afrique, 57 000 en Asie, 69 500 aux Amériques et 20 500 en Australie, les 46 000 km du littoral Méditerranéen représentent environ 20% du total.

Carte 1 Le bassin méditerranéen



2. L'objet de l'étude

Les travaux précédents du Plan Bleu sur l'environnement et le développement – avant même que la notion de développement durable fasse son apparition – ont souligné les interactions entre la démographie, le développement économique, la pression sur le littoral et sur les ressources naturelles telles que l'eau et le milieu naturel. Cette étude, qui n'a pas la présomption d'être complète (étant donné la complexité du phénomène pris en compte), va se présenter sous la forme d'une **analyse rétrospective du secteur des croisières et du secteur de la plaisance**, avec un approfondissement concernant les possibles évolutions des deux phénomènes, qui sont tous les deux en forte croissance en particulier en Méditerranée. Au cours des dix dernières années, sur les **170 millions de touristes** qui chaque année arrivent sur les côtes méditerranéennes, on trouve de plus en plus des croisiéristes et des plaisanciers. Cela explique l'attention qui doit être accordée au développement de ces deux types de phénomènes pour mieux comprendre les impacts sur la Méditerranée que les développements de la croisière et de la plaisance, ainsi que le reste des activités humaines, peuvent générer.

Aujourd'hui, la Mer Méditerranéenne n'est plus une simple infrastructure de transport et de liaison entre l'Europe et l'Afrique (à travers un développement de plus en plus fort des Autoroutes de la Mer, que ce soit pour le trafic passagers, ou pour les marchandises) et entre l'Orient et l'Occident avec les trafics des containers. Récemment la mer est devenue une des destinations les plus demandées pour la réalisation d'itinéraires touristiques, de typologie organisée (forte croissance du marché des croisières) et du style «self-made» (plaisance et chartering).

La Méditerranée permet de naviguer dans une mer protégée, riche de point d'abordage et de ports, caractérisés par une forte présence de sites historiques et culturels très variés, dans des conditions climatiques très favorables pendant une très grande partie de l'année. Cet élément a permis **d'étaler la bonne saison sur presque toute l'année** et eut pour conséquence une forte croissance des flux touristiques, en particulier des croisiéristes. Si, il y a dix ans, les mois de

haute saison pour le secteur en Méditerranée étaient avril-juin et septembre-octobre, **le phénomène est aujourd'hui très bien réparti pendant toute l'année.**

A cela s'ajoute une certaine stabilité politique (mise à part les récents conflits dans l'extrême zone de l'est de la Méditerranée – qui n'est pas encore devenue un endroit privilégié des itinéraires croisiéristes), qui explique que ces dix dernières années le phénomène de la croisière ait connu une forte croissance. Il faut toutefois préciser qu'il s'agit d'un secteur très sensible aux situations de crise politique au niveau mondial (raison pour laquelle les mesures de sécurité prises par les compagnies sont devenues très importantes depuis les événements du septembre 2001²).

En revanche, **l'évaluation de la consistance et des chiffres de la plaisance** est beaucoup plus difficile, phénomène lui aussi en forte croissance surtout sur les rives nord de la Méditerranée, qui offrent environ 300 000 amarrages et plus de 750 ports de plaisance, par rapport aux 130 ports sur les rives sud (avec environ 20 000 places qui correspondent, à titre d'exemple, au nombre de places disponibles dans la seule Région Ligurie en Italie).

II. LE MARCHE DE LA CROISIÈRE

1. Le contexte au niveau mondial

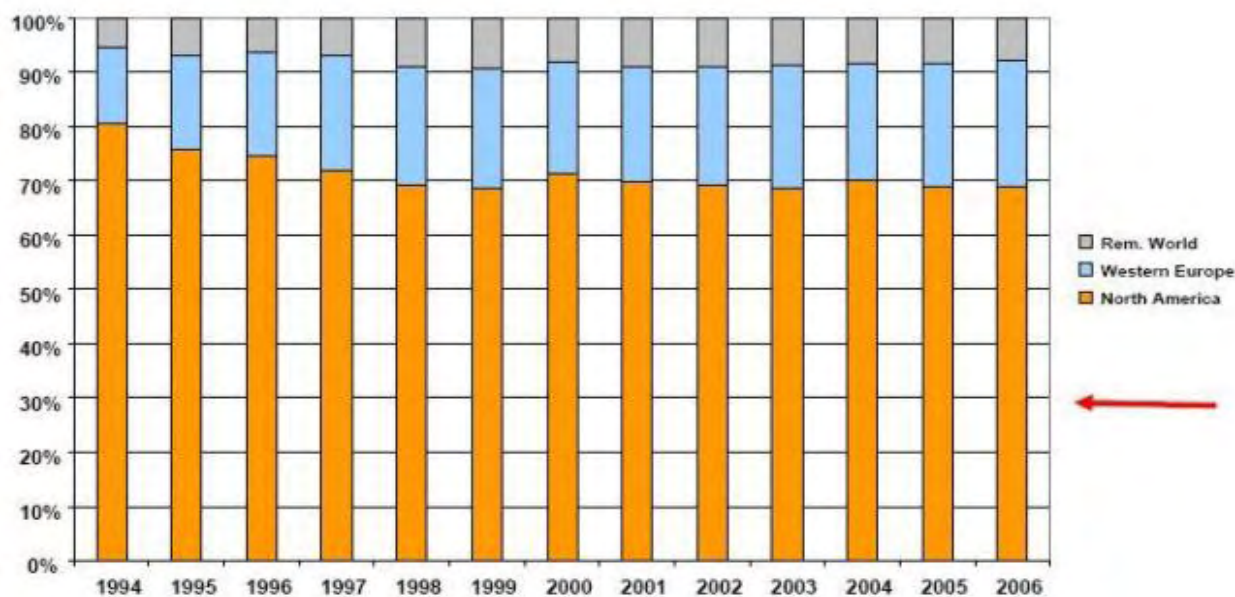
Au niveau mondial, le secteur de la croisière est en croissance continue depuis 25 ans. Ces quinze dernières années le rythme a été particulièrement soutenu grâce à une forte demande en provenance de l'Amérique du Nord pour les destinations du Centre Amérique (Caraïbes en tête).

Tableau 1 Évolution du nombre de croisiéristes en millions

REGION	1995	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nord Amérique	4,35	4,61	6,88	6,91	7,70	8,23	9,14	9,96	10,38	12,00
Europe	1,00	1,20	2,06	2,14	2,39	2,76	2,87	3,19	3,48	4,00
Autres	0,37	0,44	0,78	0,87	0,97	1,05	1,13	1,21	1,29	1,50
TOTAL	5,72	6,26	9,72	9,91	11,05	12,04	13,13	14,36	15,15	17,50
% Europe	17,5%	19,%	21 %	21,5%	21,5%	23 %	22 %	22,2%	23 %	22,8%

Source: G.P. Wild

Graphique 1 Répartition géographique des croisiéristes en pourcentage

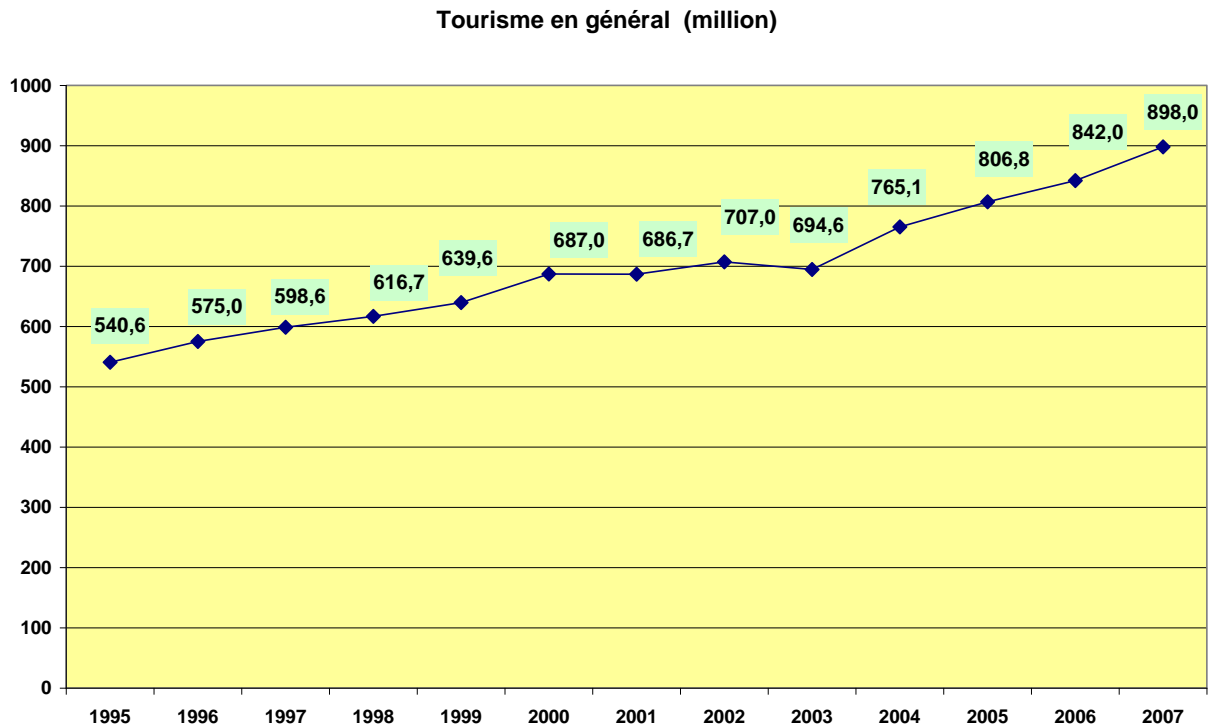


Source: G.P. Wild

² En Méditerranée le dernier accident grave s'est produit au cours du mois d'octobre 1985 quand un bateau de croisière italien, *Achille Lauro*, fut pris en otage par un groupe de terroristes. L'épisode s'est conclu avec l'assassinat d'un passager.

Entre 1995 et 2007, la **demande totale au niveau mondial a triplé**. En Europe, elle a été multipliée par quatre. Entretemps le tourisme en général a augmenté au cours de la même période de 54%, passant de 550 millions d'arrivées à 898 millions en 2007.

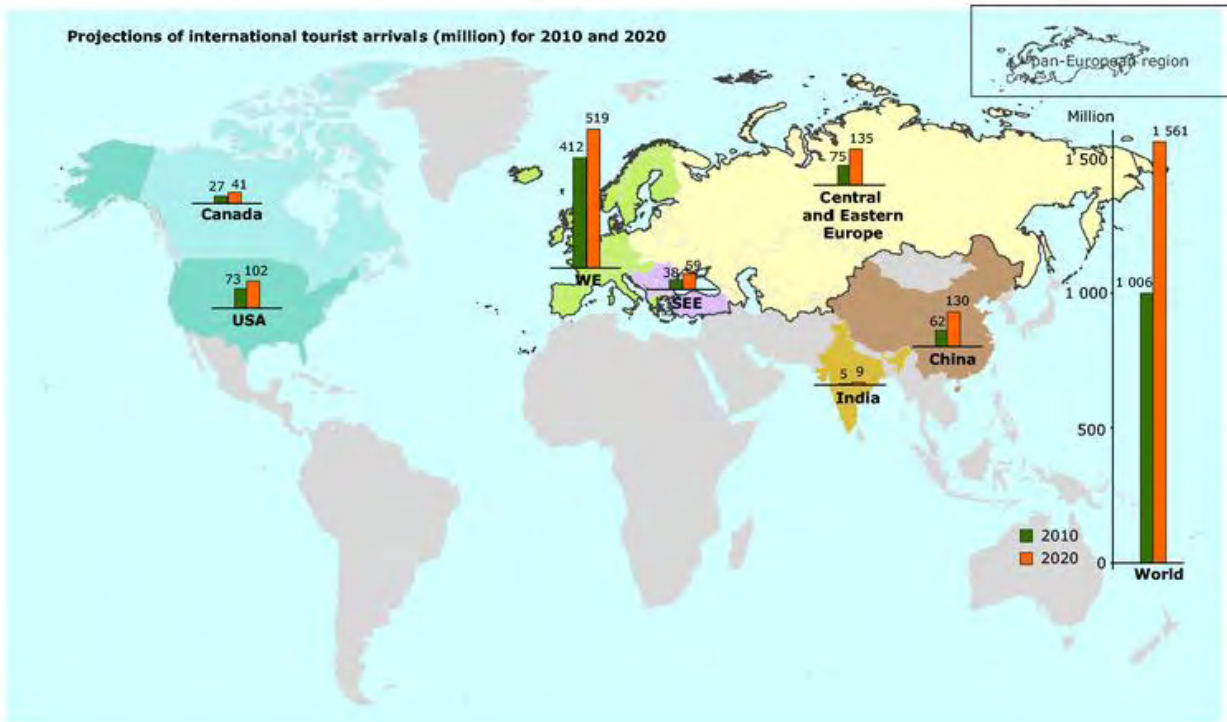
Graphique 2 Évolution du tourisme au niveau mondial sur la période 1995-2007



Source: OMT; IIC

Des récentes prévisions de l'OMT prévoient le quasi doublement du nombre de touristes pour 2020 (jusqu'à 1,6 milliards d'arrivées). On s'attend déjà à dépasser le milliard d'arrivées en 2010, avec une part de marché pour l'Europe supérieure à 40% si la tendance actuelle qui enregistre un fort développement se voit confirmée. Il faut remarquer que la forte progression récente du coût du pétrole et le fort déséquilibre entre le dollar américain et la monnaie européenne pourraient avoir des conséquences sur les flux de touristes différentes de celles prévues par l'OMT. Ces flux pourraient se déplacer d'une région à l'autre de la planète en fonction du contexte des différents pouvoirs d'achat, qui au moment de l'extension de ce rapport, privilégierait les mouvements vers les pays dont les économies sont sous l'influence du dollar américain.

Carte 2 Répartition des flux touristiques - prévisions 2010 et 2020



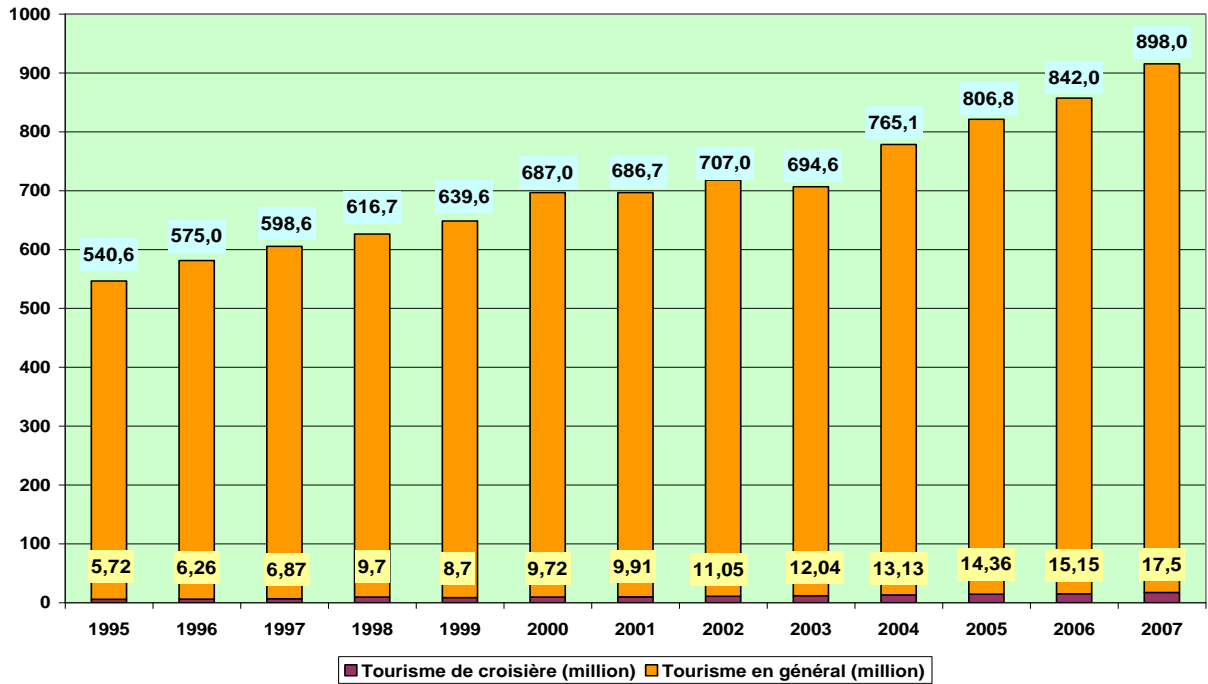
Source: EEA, European Environment Agency

Dans le contexte de cette étude il ne faut pas exclure, à priori, un scénario à long terme qui prévoit une possible augmentation de la prise de conscience des effets des activités humaines (dont le tourisme) sur les conditions de santé de la planète qui pourrait générer des approches pour une consommation des produits touristiques différente de celle actuellement mise en œuvre. Les changements climatiques qui sont prévus pour les années à venir pourront aussi avoir un impact non négligeable sur les mouvements touristiques à l'échelle mondiale (voir plus loin, chapitre 4).

Le format croisière, selon les données officielles, représente seulement 1,8% du tourisme au niveau mondial. Tout cela signifie que les marges de croissance sont encore très importantes. Si l'actuelle tendance de croissance est confirmée on peut s'attendre à plus de 30 millions des croisiéristes en 2020 à l'échelle mondiale.

En réalité si on analyse les motivations des voyages, on s'aperçoit que seulement 51% des mouvements touristiques répertoriés par les organismes internationaux sont de « loisirs et vacance ». Le reste concerne les voyages d'affaires (16%) – pour cette catégorie on pourrait prévoir un développement dans le secteur de la croisière, mais pour le moment ce n'est pas le cas – et 27% qui représente le nombre de personnes qui se déplacent pour rendre visite à des amis, des parents, pour des motivations religieuses ou pour des raisons médicales.

Graphique 3 Chiffres du tourisme de croisière sur le total du tourisme au niveau mondial



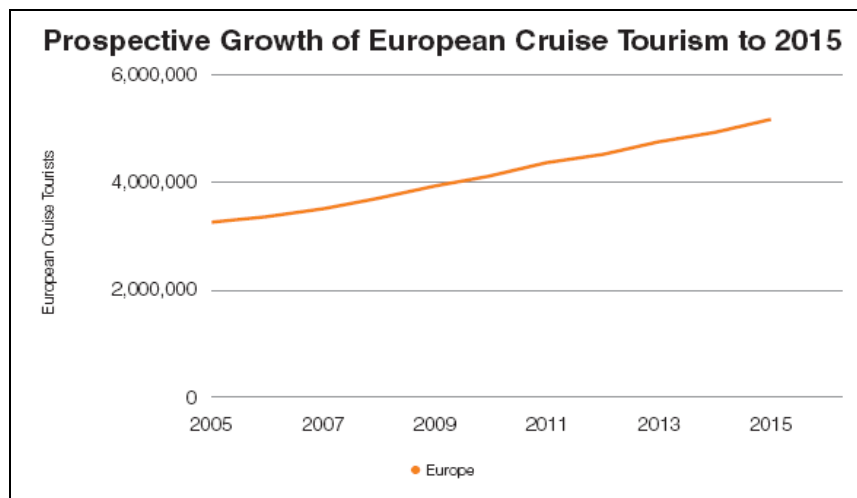
Source: OMT; IIC

Tout cela montre combien le **poids réel de la croisière est sous-estimé par les rapports officiels**. La part de marché de la croisière peut être évaluée autour de 4% du marché du tourisme au niveau mondial. Il s'agit en tout cas d'un pourcentage qui a encore des fortes marges d'augmentation pour les raisons suivantes :

- la formule est, pour le moment, gagnante dans un point de vue commercial et marketing ;
- avec un forfait, on a la possibilité de passer huit à dix jours en moyenne sur un paquebot qui change de destination chaque nuit et qui permet aux passagers, sans refaire leurs bagages chaque jour, de visiter de 5 à 8 destinations différentes, souvent dans des pays différents avec une histoire, une culture et des habitudes différentes (surtout en Méditerranée).

Les prévisions pour l'Europe (qui comprennent aussi les croisières en Mer du Nord et en Mer Baltique, cette dernière en forte croissance) réalisées par les organismes qui analysent le secteur de la croisière, montrent une augmentation du nombre des passagers d'au moins 60% de 2005 à 2015. Le quota de la Méditerranée est en grand partie responsable de cette croissance.

Graphique 4 Prévision de croissance du marché des croisières en Europe jusqu'à 2015



Source: ECC – European Cruise Council – Report 2007

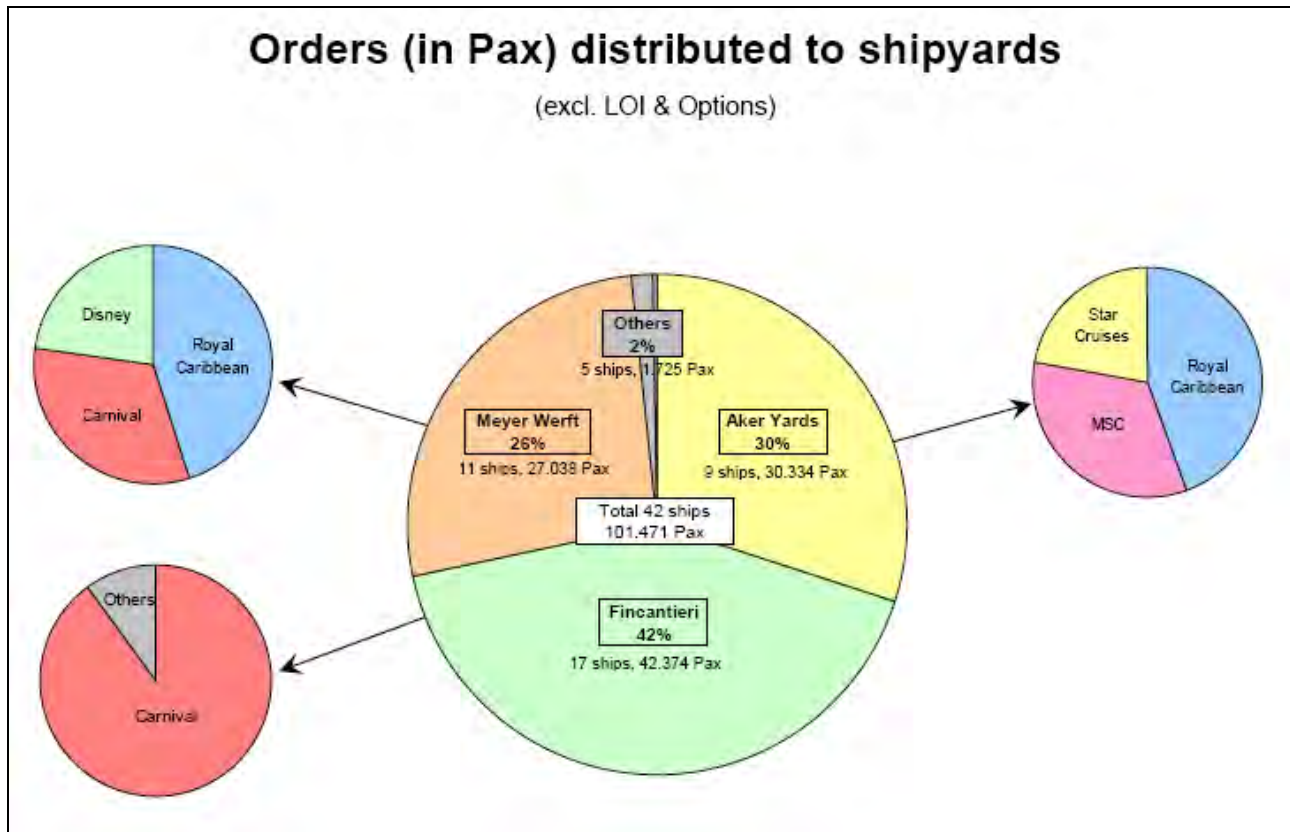
L'offre de nuits de croisière est en croissance continue, soit à cause du prolongement de la saison touristique qui s'est presque étendue à l'année complète en Méditerranée, soit par une augmentation continue des bateaux en service. Au cours de l'année 2008, **dix nouveaux bateaux³ de croisière vont entrer en service avec une augmentation de l'offre de +1,6%**. Comme on considère que le marché des croisières est fixé par l'offre, les prévisions de la CLIA (Cruise Line International Association) pour l'année en cours (2008) parlent d'environ 18 millions de croisiéristes au niveau mondial, soit +1,6% de la demande enregistrée en 2007.

Et les carnets des ordres de construction de nouveaux bateaux dans les chantiers mondiaux sont pleins jusqu'au 2015. **En 2012 il y aura 35 nouveaux bateaux en service⁴**.

Le gigantisme naval qui intéresse le secteur permet d'amortir très vite (moins de cinq ans) les lourds investissements nécessaires pour construire un bateau (500 millions d'euros par bateau en moyenne).

Les tableaux qui suivent (datés de 2007) montrent très clairement quelle est l'évolution de l'offre du secteur ; on s'aperçoit que **l'indice de concentration CR3⁵ du secteur s'élève à 98%** et que les compagnies de croisière plus importantes se partagent les capacités de production de l'industrie de construction, qui connaît un leadership incontesté des chantiers européens. Cet élément n'est pas négligeable au niveau des retombées du secteur sur les économies des pays concernés.

Tableau 2 Les carnets des ordres des principaux chantiers



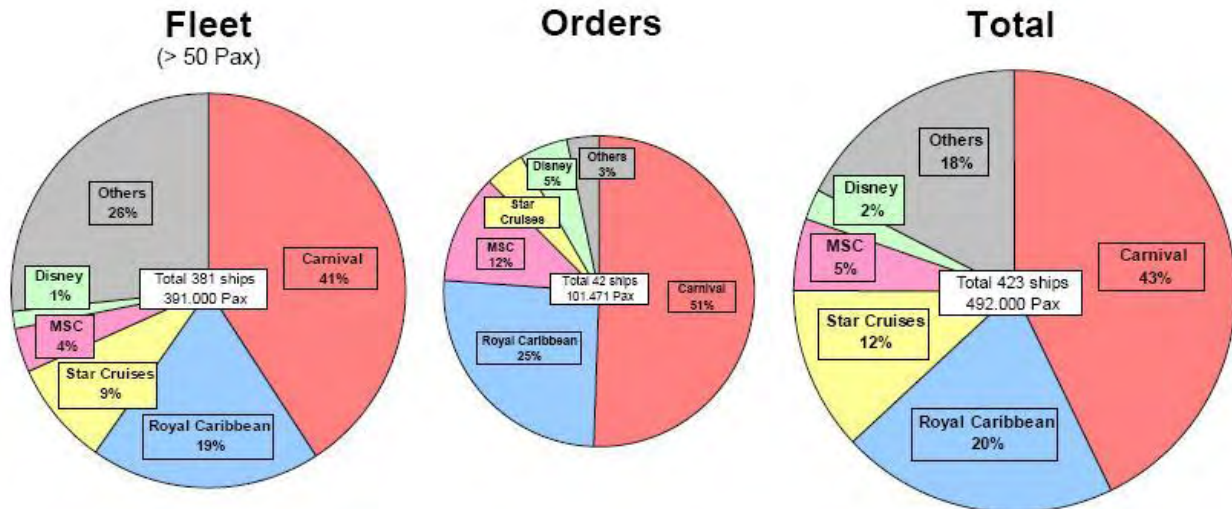
³ A moment de la rédaction de ce rapport – mai 2008, quatre des dix bateaux prévus pour 2008 sont déjà sortis des chantiers.

⁴ Voir annexe relative à l'offre du marché de la croisière. À noter que la plupart des bateaux sont construits dans des chantiers européens avec des retombées économiques et sur l'emploi très importantes.

⁵ Les trois premières industries du secteur se partagent la plus grande partie du marché.

Pax-Capacity distributed to Owners

(excl. LOI & Options)



Source: Meyer Werft

Il faut noter que l'augmentation de l'offre permettra aux compagnies⁶ de **réaliser d'encore plus importantes économies d'échelle** qui vont permettre de proposer des prix au public encore plus intéressants et des **politiques commerciales beaucoup plus agressives que celles actuelles**.

Le niveau de concurrence réalisée sur les produits touristiques traditionnels pourra augmenter de façon non négligeable et par conséquent entrainera un phénomène de restructuration et de mise au niveau des infrastructures touristiques traditionnelles qui seront obligées de mieux répondre aux exigences de la demande pour faire face à la forte montée du secteur des croisières.

Mais la croissance de ce dernier marché a-t-elle des limites ? Bien sûr que oui. Il s'agit de limites internes et externes au secteur spécifique.

La situation économique générale joue un rôle important sur la demande. Nonobstant tout cela, les analystes américains considèrent que, même en situation économique difficile comme c'est le cas actuellement (fin 2007- 2008 - crise des prêts *sub-prime*, etc.), il est beaucoup plus probable que les Américains (qui aujourd'hui représentent environ 70% des clients des compagnies de croisière) renoncent à acheter une nouvelle voiture plutôt qu'ils renoncent à leurs vacances. Tout cela permet aux spécialistes de faire des prévisions qui, si elles ne sont pas exceptionnelles, sont au moins positives.

Les politiques des prix des plus en plus intéressantes, combinées à la concurrence des autres typologies de produits touristiques traditionnels, pourront permettre des performances tout à fait remarquables.

En outre, le développement du marché européen et des marchés émergents pourra donner un élan ultérieur au marché des croisières. On peut remarquer que, depuis 2006, **quelques compagnies européennes sont en train de tester de nouveaux itinéraires** (Pays du Golfe, Chine) ou de déplacer des anciens bateaux sur des marchés émergents moins riches, mais avec un fort potentiel de croissance (Chine).

La forte concentration de paquebots dans la Mer Méditerranéenne génère de plus en plus de difficultés, soit du point de vue logistique, soit opérationnel.

Au cours des dernières années **la croissance du secteur n'a pas été supportée par une expansion adéquate ou une adaptation conséquente des ports.**

⁶ Le taux de concentration du secteur est très haut – voir plus haut, page 10.

Aujourd'hui peu de ports peuvent gérer de façon soutenable (soit du point de vue de la gestion, soit du point de vue de l'environnement) les trafics des bateaux et des passagers.

Beaucoup de navires plus petits ont commencé à réduire les escales dans les ports congestionnés pour choisir des ports plus petits et moins congestionnés. Comme il arrive aux Caraïbes (souvent il s'agit de petits endroits magnifiques où chaque matin trois ou quatre bateaux de croisières sont à l'ancre avec trois mille passagers chacun) même dans quelque destination européenne il arrive souvent d'assister à des «assauts» de croisiéristes (il suffit d'imaginer Portofino ou St.Tropez avec quelques milliers de passagers en transit pour quelques heures, en pleine saison).

Dans la plupart des cas, les croisiéristes ne sont pas toujours considérés comme des bons clients en ce qui concerne les retombées économiques directes sur les activités commerciales des territoires touchés par un itinéraire d'une croisière, exception faite pour certains types de clients qui sont, en nombre, très limités.

Plusieurs analyses commissionnées par les gares maritimes de la façade nord de la Méditerranée montrent qu'une grande partie des passagers rentrent à bord pour déjeuner (étant donné que les repas font partie du forfait déjà payé par les croisiéristes) et la moyenne des dépenses à terre n'est pas toujours intéressante (selon les analyses disponibles, la moyenne des dépenses varie de 25 à 75 euros par passager et par escale en fonction des destinations, des nationalités, des compagnies et des typologies de croisière⁷).

Dans certain cas, il arrive que les compagnies organisent des tours organisés (culturels, de loisirs, mais surtout de shopping) pour faire en sorte de profiter au maximum des dépenses des leurs passagers. En effet les **compagnies réalisent leurs marges les plus importantes grâce aux dépenses réalisées à bord par les clients** et surtout grâce aux excursions à terre qui sont organisées dans la plupart des cas directement par les compagnies. Il faut souligner que le nombre des croisiéristes «free», c'est-à-dire qui descendent à terre en visite sans être accompagnés, n'est pas très important. Il s'agit, en tout cas, d'un phénomène en croissance qui s'accompagne de la réduction des prix, d'une augmentation de la part de marché et du développement du *low-cost* dans ce secteur.

En revanche, les retombées économiques peuvent être différentes et très intéressantes sur les territoires dans le cas des ports tête de ligne. Les bateaux ont besoin de s'approvisionner soit en carburants, soit en denrées alimentaires pour les passagers et les équipages.

2. Les itinéraires en Méditerranée

Les itinéraires classiques peuvent être divisés en deux groupes : ceux qui naviguent à l'est et ceux qui intéressent l'ouest de la Méditerranée⁸.

Les atouts de la Méditerranée sont :

- sa position stratégique entre Europe, Afrique et Asie ;
- la présence de la culture grecque et romaine, l'histoire et la culture égyptienne ;
- la présence de sites archéologiques, églises, musées et palaces tout à fait remarquables, avec des contrastes entre art ancien et moderne et surtout une très grande variété de sites dans des portions de territoire limitées.

Tout cela dans des paysages variés et de grand charme, avec un climat très agréable pendant presque toute l'année.

⁷ Les dépenses à terre des croisiéristes varient en fonction de plusieurs facteurs. Les études menées sur ce thème montrent des différences importantes en fonction des endroits, de la durée de l'escale, mais surtout de la typologie de croisière (très luxe, luxe, moyen, bas). Il faut aussi distinguer entre les dépenses liées aux excursions à terre achetées à bord directement à la compagnie et les dépenses des croisiéristes «free». A titre d'exemple à Nice et Villefranche au cours d'une enquête datée 2001, les dépenses moyennes étaient de 100 euro par passager, à Gênes de 36 euro par passager. Une autre différence peut naître de la nature de l'escale (au port ou en rade) et de l'heure de la rentrée à bord des passagers. Plusieurs passagers rentrent à bord pour le déjeuner et peuvent redescendre si la nature de l'escale le permet.

⁸ Certains experts du secteur préfèrent une division supplémentaire mettant en évidence la Mer Noire et les itinéraires dans les îles grecques.

Mais la vraie **raison du succès d'une croisière en Méditerranée réside dans la diversification du produit** par rapport aux standards des Caraïbes (même s'il faut remarquer qu'une partie non négligeables des croisiéristes, même en Méditerranée, ne descend pas toujours du bateau pendant l'itinéraire). En réalité cette attitude dépend dans une large mesure de l'âge du passager. Si en Europe l'âge moyen des passagers américains est de soixante ans, les passagers d'origine européenne sont en général plus jeunes et voyagent en famille avec les enfants (des très petits aux adolescents).

La Mer Méditerranéenne permet donc la réalisation d'itinéraires très variés et différents en fonction de la période de l'année à laquelle ils se réalisent. Le nombre des escales est très important et en forte croissance depuis le début des années 2000. Beaucoup de ports se présentent chaque année aux compagnies de croisières pour être insérés dans leurs itinéraires. Le nombre des *home ports* (c'est-à-dire des ports origine/destination d'un itinéraire de croisière – tête de ligne) n'atteint pas 12% du total des escales.

Les ports tête de ligne doivent assurer des services, soit aux bateaux, soit aux passagers, services qui ne sont pas présents partout. Dans la liste qui suit sont inscrit, divisés par typologie, les principaux ports visités par les paquebots en Méditerranée.

Carte 3 Les principaux ports de croisière en Méditerranée



(Source : IIC)

Tableau 3 La liste des ports de croisière en Méditerranée

N°	PORT	PAYS	TYPLOGIE
1	Agadir	Maroc	escale
2	Aghios Nikolaos	Greece	escale
3	Ajaccio	France – Corse	escale
4	Alanya - Antalya	Turquie	escale
5	Alexandrie	Égypte	escale
6	Alger	Algérie	escale
7	Alghero	Italie – Sardaigne	escale
8	Alicante	Espagne	escale
9	Almería	Espagne	escale
10	Amalfi	Italie	escale
11	Amorgos	Grèce - Crète	escale
12	Ancône	Italie	escale -tête de ligne
13	Argostoli	Grèce - Cephalonia	escale
14	Ashdod	Israël	escale

N°	PORT	PAYS	TYPLOGIE
15	Barcelona	Espagne	escale -tête de ligne
16	Bari	Italie	escale -tête de ligne
17	Bastia	France - Corse	escale
18	Brac	Croatie	escale
19	Brindisi	Italie	escale
20	Cagliari	Italie - Sardaigne	escale
21	Calvi	France - Corse	escale
22	Canakkale	Turquie	escale
23	Cannes	France	escale
24	Capri	Italie	escale
25	Carthagène	Espagne	escale
26	Casablanca	Maroc	escale
27	Castellón	Espagne	escale
28	Catane	Italie - Sicile	escale -tête de ligne
29	Ceuta	Espagne	escale
30	Civitavecchia - Rome	Italie	escale -tête de ligne
31	Collioure (Port Vendres)	France	escale
32	Corfou	Grèce	escale
33	Crète	Grèce	escale
34	Délos	Grèce	escale
35	Dikili	Turquie	escale
36	Dubrovnik	Croatie	escale
37	Durrës	Albanie	escale
38	Fethiye	Turquie	escale
39	Fiskardho	Grèce - Cephalonia	escale
40	Folegandros	Grèce	escale
41	Gabès	Tunisie	escale
42	Gênes	Italie	escale -tête de ligne
43	Giannutri	Italie	escale
44	Gibraltar	Maroc	escale
45	Haïfa	Israël	escale
46	Héraklion	Grèce - Crète	escale
47	Ibiza	Espagne - Îles Baléares - Ibiza	escale
48	Îles Baléares	Espagne	escale
49	Ilos	Grèce	escale
50	Itea	Grèce	escale
51	Izmir - Smyrne	Turquie	escale
52	Katakolon	Grèce	escale
53	Kavala	Grèce	escale
54	Khios	Grèce	escale
55	Koper	Slovenia	escale
56	Korčula	Croatie	escale
57	Kos	Grèce	escale
58	Kotor	Montenegro	escale
59	Kuşadası	Turquie	escale
60	La Goulette - Tunis	Tunisie	escale
61	La Rochelle	France	escale
62	La Savina	Espagne - Îles Baléares - Formentera	escale
63	La Spezia	Italie	escale
64	La Valette	Malte	escale -tête de ligne
65	Larnaca	Cyprus	escale

N°	PORT	PAYS	TYPLOGIE
66	Lattakia	Siria	escale
67	Le Lavandou	France	escale
68	Lemnos ou Limnos	Grèce	escale
69	Limassol	Cyprus	escale
70	Lipari	Italie - Sicile	escale
71	Livourne	Italie	escale
72	Mahón ou Maó	Espagne - Îles Baléares - Minorque	escale
73	Málaga	Espagne	escale
74	Marmaris	Turquie	escale
75	Marseille	France	escale -tête de ligne
76	Messina - Taormina	Italie - Sicile	escale -tête de ligne
77	Milo ou Milos	Grèce	escale
78	Molyvos	Grèce - Lesvos	escale
79	Monemvasia ou Malvoisie	Grèce	escale
80	Monte-Carlo	Monaco	escale
81	Motril	Espagne	escale
82	Myconos ou Mykonos	Grèce	escale
83	Mytilène Lesbos	Grèce - Lesvos	escale
84	Nafplio - Nauplie	Grèce	escale
85	Naples	Italie	escale -tête de ligne
86	Navplion	Grèce	escale
87	Naxos	Grèce	escale
88	Olbia	Italie - Sardaigne	escale
89	Olimpia	Grèce	escale
90	Palamos	Espagne	escale
91	Palerme	Italie - Sicile	escale -tête de ligne
92	Palma de Majorque	Espagne - Îles Baléares - Majorque	escale -tête de ligne
93	Paphos	Cyprus	escale
94	Paros	Grèce	escale
95	Patmos	Grèce	escale
96	Pescara	Italie	escale
97	Pirée	Grèce	escale-tête de ligne
98	Ploce	Croatie	escale
99	Pollensa	Espagne - Îles Baléares - Majorque	escale
100	Poltu Quatu	Italie - Sardaigne	escale
101	Poros	Grèce	escale
102	Port Saïd	Égypte	escale
103	Porto Azzurro	Italie - Île d'Elbe	escale
104	Porto Cervo	Italie - Sardaigne	escale
105	Porto Empedocle	Italie - Sicile	escale
106	Portoferraio	Italie - Île d'Elbe	escale
107	Portofino	Italie	escale
108	Propriano	France - Corse	escale
109	Pula	Croatie	escale
110	Rapallo	Italie	escale
111	Ravenna	Italie	escale
112	Rethimnon	Grèce - Crète	escale
113	Rhodes	Grèce	escale
114	Rijeka	Croatie	escale
115	Rovinj	Croatie	escale
116	Safaga	Égypte	escale

N°	PORT	PAYS	TYPLOGIE
117	Saint Raphaël	France	escale
118	Saint-Tropez	France	escale
119	Santa Margherita Ligure	Italie	escale
120	Santorini	Grèce	escale
121	Sarande	Albanie	escale
122	Savone	Italie	escale -tête de ligne
123	Sérifos	Grèce	escale
124	Sète	France	escale
125	Šibenik	Croatie	escale
126	Sorrente	Italie	escale
127	Spetses	Grèce	escale
128	Split	Croatie	escale
129	Syracuse	Italie - Sicile	escale
130	Tanger	Maroc	escale
131	Tarragone	Espagne	escale
132	Taşucu	Turquie	escale
133	Thessalonique	Kosovo	escale
134	Toulon	France	escale -tête de ligne
135	Trieste	Italie	escale -tête de ligne
136	Tripoli	Lybie	escale
137	Trogir	Croatie	escale
138	Tunis	Tunisie	escale
139	Valencia	Espagne	escale
140	Venice	Italie	escale -tête de ligne
141	Villefranche - Nice	France	escale -tête de ligne
142	Volos	Grèce	escale
143	Xlendi	Malte - Île de Gozo	escale
144	Zadar	Croatie	escale
145	Zakinthos	Grèce	escale

Source: IIC

La densité des ports d'attache⁹ permet l'organisation d'itinéraires assez différenciés (**en Méditerranée on trouve, en moyenne, une escale tous les 300 km de côte**), mais les paquebots ont besoin de dotations techniques et infrastructurelles spécifiques pour garantir un niveau de service adéquat à leurs besoins, services qui ne sont pas disponibles tous les 300 kilomètres.

Les éléments infrastructurels nécessaires à un port, pour pouvoir accueillir des bateaux de croisière sont :

- Des quais convenables ;
- Des terminaux passagers fonctionnels (surtout dans les ports tête de ligne) ;
- Un très haut niveau de sécurité - (ISPS code¹⁰, x-ray, métal detectors) ;
- Une logistique de compagnie très performante pour les approvisionnements ;
- Un service de traitement de bagages bien organisé et efficace ;
- Des procédures de check-in efficaces ;
- L'optimisation des transferts terrestres via de très bonnes connections au réseau de transport (chemin de fer et aéroport) ;

Au niveau des services mis à disposition par les ports, il est fondamental d'assurer :

⁹ Il s'agit soit des ports tête de ligne, soit des escales.

¹⁰ ISPS Code : International Ship and Port Facilities Security. Pour plus de précisions consulter : www.trans-inst.org/seawords.htm#i

- Une bonne qualité de l'accueil des touristes (informations touristiques et services d'assistance aux passagers) ;
- Une bonne accessibilité au système de transports en commun ;
- Des systèmes pour la sécurité personnelle ;
- Des panneaux d'information pour les touristes (croisiéristes en particulier) ;
- Des itinéraires pédestres bien signalés ;
- Un système de transports en commun efficient ;
- Des horaires flexibles des commerces ;
- Un support local aux excursions organisées par les compagnies.

Plusieurs ports de la Méditerranée ont récemment réalisé, soit directement, soit avec la participation des compagnies de croisières, des terminaux dédiés à cette typologie de trafic (c'est le cas de Barcelone, Marseille, Savone, Civitavecchia, etc.) pour garantir un meilleur niveau de service. **Les compagnies de croisière cherchent de plus en plus à pouvoir gérer de façon exclusive un terminal passager¹¹.**

Si être port tête de ligne d'une ou plusieurs compagnies signifie pour un territoire en général s'assurer des retombées intéressantes sur les économies locales, **être une simple escale peut représenter plus d'inconvénients que d'avantages** si l'on prend en compte les impacts directs et indirects sur le territoire (retombés économiques, emplois, etc.) et sur l'environnement.

3. Les performances du secteur

Les dernières données disponibles, officielles et complètes du secteur concernent l'année 2006.

A la fin de 2006, il y avait 44 compagnies résidentes en Europe avec 118 bateaux en service avec une capacité de 102 000 lits bas. Doivent être ajoutés à ce calcul 47 autres bateaux de compagnies non-européennes avec une capacité de 51 300 lits bas.

Le nombre de passagers européens choisissant une croisière (partout dans le monde) s'élevait à 3,4 millions.

Plus de 3,6 millions des passagers se sont embarqués en Europe, dont 80% de résidents, soit 2,88 millions¹².

En Europe la grande majorité des itinéraires se développent en Méditerranée et en 2006, il y avait 138 bateaux actifs avec une capacité de 132 710 lits bas.

La capacité potentielle des ces bateaux a été de 2,13 millions de passagers sur 2107 croisières avec une capacité totale de 17,22 millions de passagers/nuits pour des croisières de huit nuits en moyenne. Les prévisions pour 2007 selon J.P. Wild sont de 22 millions passagers/nuits pour atteindre 25 millions en 2008 (saison en cours).

Les ports de la Méditerranée qui ont vu les meilleures performances sont listés dans les tableaux suivants. Le premier tableau montre les principaux ports en fonction du nombre de passagers (en milliers) soit qu'il s'agit de port tête de ligne, soit d'escale¹³ en référence aux dernières données disponibles (2006).

Le deuxième tableau montre l'évolution en nombre de passagers (en valeur absolue) de 2004 à 2006 dans les principaux ports tête de ligne qui se trouvent pour la plupart en Espagne et en Italie.

¹¹ A cet égard, un exemple frappant est fourni par la compagnie Costa qui a quitté Gênes comme tête de ligne de référence pour choisir Savone où la compagnie a investi plusieurs millions d'euro pour construire un Palacroisière qui maintenant gère en exclusivité.

¹² Cela signifie que plus de 500 000 citoyens européens ont choisi une croisière hors Europe et donc ont pris l'avion pour rejoindre leur destination finale, soit un minimum de 2500 vols à l'aller et 2500 vols au retour. Si on y ajoute les passagers non-européens (qui ont choisi une croisière en Europe) on doit ajouter au calcul 7200 vols aller/retour.

¹³ Dans ce cas il faut remarquer que les passagers des ports tête de ligne sont, en général, comptés deux fois, c'est-à-dire une première fois à l'occasion de l'embarquement et une deuxième fois à la fin de la croisière.

Tableau 4 Les ports les plus fréquentés en nombre de passagers

PORTS	NOMBRE DE PASSAGERS, 2006			
	<i>EMBARQUES</i>	<i>DEBARQUES</i>	<i>ESCALES</i>	TOTAL
Barcelone	389	393	625	1407
Civitavecchia	258	258	684	1200
Palma Majorque	240	240	525	1005
Naples	50	59	862	972
Savone	299	299	1	599
Venise	362	363	161	886

Source: MedCruise, Cruise

Tableau 5 Les ports tête de ligne

PORT TETE DE LIGNE	PAYS	2004	2005	2006
Barcelone	Espagne	1 024 851	1 228 561	1 407 179
Civitavecchia	Italie	659 277	983 171	1 200 118
Palma Majorque	Espagne	744 974	877 912	1 005 000
Venise	Italie	677 976	815 153	885 664
Savone	Italie	530 057	595 859	599 000
Pirée (Athènes)	Grèce	407 723	502 308	771 241
Gênes	Italie	310 000	362 000	473 333

Source: MedCruise, Cruise Europe et données des ports

Le tableau suivant montre l'évolution du nombre de passagers dans les principaux ports de la Méditerranée. À remarquer les performances du port de Cannes (France), du Pirée (Grèce), de Civitavecchia (port de Rome – Italie) et de Monte Carlo (Principauté de Monaco).

Tableau 6 Les performances en nombre de croisiéristes.

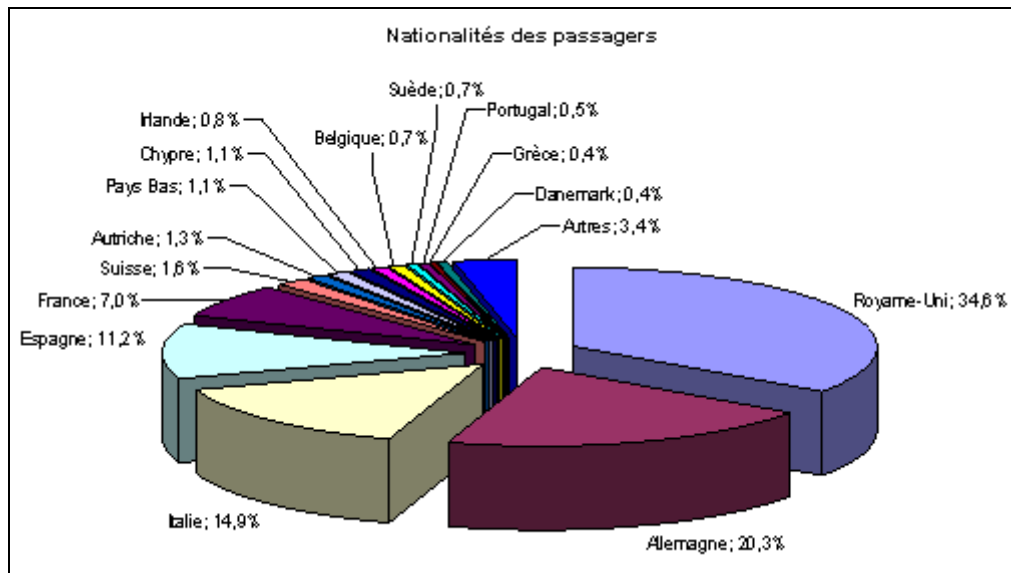
PORTS	PAYS	2004	2005	2006	VAR % 04/06
Barcelone	Espagne	1 024 851	1 228 561	1 407 179	37,31
Civitavecchia	Italie	656 277	983 171	1 200 118	82,87
Palma Majorque	Espagne	744 974	877 912	1 005 000	34,90
Naples	Italie	773 223	830 158	971 874	25,69
Venise	Italie	677 976	815 153	885 664	30,63
Pirée (Athènes)	Grèce	407 723	502 308	771 241	89,16
Savone	Italie	530 057	595 859	599 000	13,01
Gênes	Italie	310 000	362 000	473 000	52,58
Livourne	Italie	387 385	364 908	466 287	20,37
Nice/Villefranche	France	380 210	364 908	466 287	22,64
Limassol/Larnaka	Chypre	378 580	384 670	448 815	18,55
Marseille	France	337 022	361 000	400 000	18,69
Valette	Malta	291 225	320 263	397 673	36,55
Palerme	Italie	193 197	329 589	320 632	65,96
Bari	Italie	262 888	277 979	303 338	15,39
Messine	Italie	219 619	229 935	292 000	32,96
Malaga	Espagne	209 149	204 535	222 275	6,28
Monte Carlo	Monaco	124 309	133 110	219 125	76,27
Kusadasi	Turquie	Nd	Nd	218 603	nd
Gibraltar	Gibraltar - uk	162 780	188 810	210 799	29,50
Ajaccio	France	144 041	163 608	164 495	14,20

PORTS	PAYS	2004	2005	2006	VAR % 04/06
Cannes	France	70 361	129 675	158 729	125,59
Alexandria	Egypte	129 808	159 828	155 700	19,95
Toulon/st-tropez	France	110 506	89 873	140 391	27,04
Valence	Espagne	105 461	106 724	88 170	-16,40

Source: MedCruise, Cruise Europe et données des ports

Pour ce qui concerne les nationalités des passagers, les Anglais, les Allemands, les Italiens, les Espagnols et les Français couvrent ensemble 88% du total.

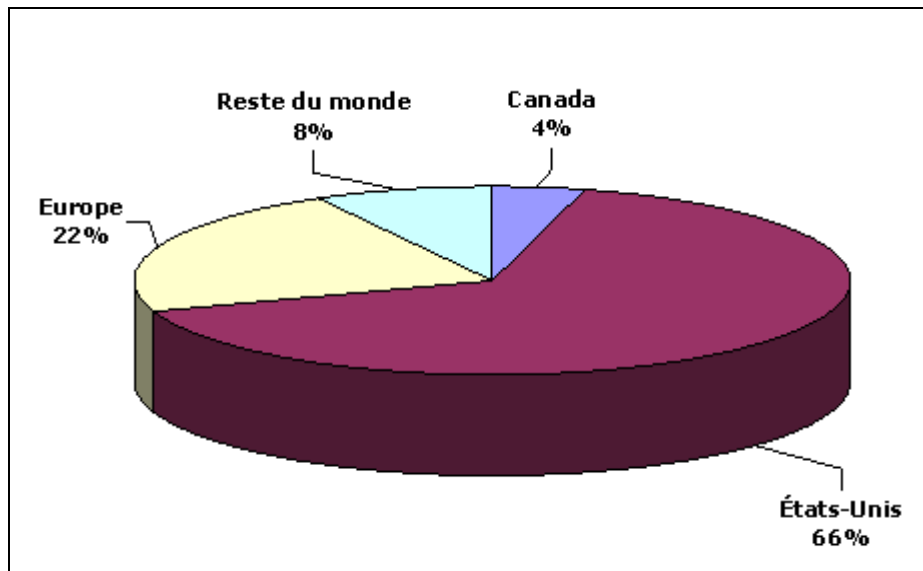
Graphique 5 Les nationalités des passagers



PAYS	NOMBRE PASSAGERS	%
Royaume-Uni	1 204 000	34,6%
Allemagne	705 000	20,3%
Italie	517 000	14,9%
Espagne	391 000	11,2%
France	242 000	7,0%
Suisse	56 000	1,6%
Autriche	44 000	1,3%
Pays Bas	38 600	1,1%
Chypre	38 100	1,1%
Irlande	28 800	0,8%
Belgique	24 300	0,7%
Suède	23 000	0,7%
Portugal	18 000	0,5%
Grèce	15 000	0,4%
Danemark	13 900	0,4%
Autres	116 300	3,4%
Total	3 475 000	100,00%

Source: European Cruise Council

Le graphique suivant montre le poids de l'Europe dans le contexte mondial du secteur en fonction du nombre de passagers.

Graphique 6 Le contexte mondial du secteur en terme de nombre de passagers

Source: J.P. Wild

4. Le poids économique du secteur

L'évaluation du poids économique du secteur est diffusée chaque année par « The European Cruise Council ». Pour 2006 l'impact direct du secteur en Europe a été évalué à 10,6 milliards d'euros avec une augmentation de 27% par rapport à 2005.

Le détail est le suivant :

- les passagers ont dépensé 2 milliards d'euros pendant leurs visites (le calcul comprend aussi les dépenses pré et post croisière dans les ports tête de ligne et tous les achats – cadeaux, etc.). Par rapport à 2005, il y a eu une augmentation de 22% ;
- les chantiers qui construisent les bateaux pèsent pour 4,1 milliards avec une augmentation de 32% par rapport à 2005 ;
- les dépenses des compagnies représentent 3,5 milliards, auxquels il faut ajouter les salaires du personnel ce qui représente environ 1 milliard.

Pour chaque catégorie, il existe des évaluations de détail qui montrent les répartitions ultérieures pour chacune. En ce qui concerne la construction navale, par exemple, l'Italie absorbe 36% du total et donc plus de 1,5 milliards d'euros qui représentent une contribution importante à la balance des paiements du pays en considérant qu'une grande partie des nouvelles réalisations sont produites pour des compagnies étrangères.

Pour ce qui concerne les dépenses des compagnies de croisière (3,5 milliards) :

- 268 millions concernent les denrées alimentaires (*food and bevarage*) ;
- 327 millions pour les carburants ;
- 317 millions sont dépensés pour la gestion des équipements ;
- 495 millions sont payés en commissions aux agences de voyages ;
- 640 millions pour les services financiers et commerciaux (assurances, publicité, consulting, etc.).

Pour ce qui concerne les passagers (2 milliards) :

- 989 millions sont dépensés pour les billets d'avion, les taxes portuaires, les excursions ;
- 1 milliard est dépensé par les croisiéristes.

En ce qui concerne les salaires du personnel des compagnies, il y a environ 5500 personnes qui travaillent dans les bureaux européens des compagnies et 32 400 travaillent sur les bateaux.

Mais le nombre d'emplois directs générés par le secteur s'élève à 107 780, dont le personnel des compagnies est de 37 854 emplois, qui représentent seulement 30% du total.

- 37 014 personnes supplémentaires travaillent pour les chantiers ;
- 4600 dans les agences de voyage ;
- 14 000 dans le secteur du transport ;
- 7400 dans le secteur des services (ingénieurs, consultants, avocats, experts comptables) ;
- 2700 dans l'hôtellerie hors bateaux ;
- 3000 emplois dans le secteur des services personnels et publics.

Tableau 7 Répartition des emplois directs générés par le secteur des croisières

INDUSTRY	DIRECT JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Agr., Mining & Construction	145	9,0%	0,1%
Manufacturing	37 014	28,7%	34,3%
Food & Tobacco	1 209	14,7%	1,1%
Textiles & Apparel	795	29,1%	0,7%
Paper & Printing	392	22,1%	0,4%
Petroleum & Chemicals	581	30,0%	0,5%
Stone, Clay & Glass	75	41,5%	0,1%
Metals	1 376	83,7%	1,3%
Machinery	2 175	9,0%	2,0%
Electrical Machinery	262	34,3%	0,2%
Shipbuilding	29 306	29,6%	27,2%
Other Manufacturing	843	18,7%	0,8%
Trade	4 631	29,2%	4,3%
Wholesale Trade	2 817	30,4%	2,6%
Retail Trade	1 814	27,5%	1,7%
Hospitality	2 728	12,9%	2,5%
Hotels & Restaurants	1 958	8,2%	1,8%
Amusements & Recreation	770	25,8%	0,7%
Transportation & Utilities	13 984	17,5%	13,0%
Air Transport	3 779	13,1%	3,5%
Transport Services	9 260	18,6%	8,7%
Other Transport	683	23,3%	0,6%
Communications & Utilities	262	29,1%	0,2%
Financial and Business Services	8 396	14,6%	7,8%
Finance, Ins. & Real Estate	960	4,9%	0,8%
Business Services	7 436	16,0%	7,0%
Personal Services & Govt	3 028	30,4%	2,9%
Subtotal	69 926	23,9%	64,9%
Cruise Line Employees*	37 854	14,4%	30,1%
Grand Total	107 780	19,6%	100,0%

*European Nationals

Source: JP Wild, 2007

Si on prend en compte les emplois indirects, on arrive au chiffre de 225 586 unités réparties dans les secteurs suivants :

Tableau 8 Répartition des emplois indirects générés par le secteur des croisières

INDUSTRY	TOTAL JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Agr., Mining & Construction	19 044	20,8%	8,4%
Manufacturing	69 242	25,9%	28,3%
Food & Tobacco	2 627	14,6%	1,2%
Textiles & Apparel	3 457	18,5%	1,6%
Paper & Printing	2 561	18,9%	1,2%
Petroleum & Chemicals	3 482	23,3%	1,3%
Stone & Glass	966	28,0%	0,4%
Metals	9 079	31,1%	3,7%
Machinery	5 236	14,8%	2,4%
Electrical Machinery	3 750	23,9%	1,6%
Transportation Equipment ¹⁴	34 913	30,1%	14,3%
Other Manufacturing	3 171	17,8%	1,4%
Trade	14 690	28,8%	6,1%
Wholesale Trade	9 607	28,3%	4,0%
Retail Trade	5 083	29,9%	2,1%
Hospitality	8 986	14,8%	4,2%
Hotels & Restaurants	5 769	11,2%	2,8%
Amusements & Recreation	3 217	22,0%	1,4%
Transportation & Utilities	28 407	18,8%	12,8%
Air Transport	4 619	13,8%	2,2%
Transport Services	14 005	18,4%	6,3%
Other Transport	4 828	21,6%	2,1%
Communications & Utilities	4 955	22,2%	2,2%
Financial & Business Services	35 970	19,9%	16,0%
Finance, Ins. & Real Estate	6 471	17,8%	2,9%
Business Services	29 499	20,3%	13,1%
Personal Services & Govt	11 393	18,0%	5,2%
Subtotal	187 732	22,2%	82,0%
Cruise Line Employees	37 854	12,4%	18,0%
Grand Total	225 586	20,5%	100,0%

Source: JP Wild, 2007

¹⁴ « *Transportation equipment* » comprennent la construction navale, mais aussi la construction des autres équipements de transport, comme les voitures, les bus, les camions, les avions, etc.

La répartition par pays des emplois montre que les dix premiers pays européens se partagent presque 93% du total.

Tableau 9 Répartition des emplois par pays

COUNTRY	TOTAL JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Italy	74 287	20,9%	32,9%
UK	39 423	5,6%	17,5%
Germany	29 925	49,9%	13,3%
Spain	15 496	11,2%	6,9%
Finland	11 668	14,3%	5,2%
France	11 072	52,4%	4,9%
Norway	9 086	11,2%	4,0%
Greece	6 224	28,5%	2,7%
Portugal	5 859	23,5%	2,6%
Poland	5 736	38,2%	2,5%
Top 10	208 776	21,0%	92,6%
Netherlands	3 672	12,5%	1,6%
Malta	2 418	1,3%	1,0%
Hungary	2 045	14,8%	0,9%
Sweden	1 411	1,7%	0,6%
Cyprus	1 385	2,2%	0,6%
Denmark	1 143	2,6%	0,5%
Rest of EU+3	4 736	21,1%	2,2%
Total	225 586	20,5%	100,0%

Source: JP Wild, 2007

La répartition des impacts par pays montre l'importance du secteur pour l'économie italienne, britannique et allemande, avec une très forte croissance par rapport à 2005, tout comme en France et au Portugal.

Tableau 10 Répartition de l'impact économique général par pays

PAYS	IMPACT ECONOMIQUE DIRECT (MILLIONS)	CROISSANCE DEPUIS 2005	% DU TOTAL
Italie	€ 3 199	28%	30,0%
Royaume Uni	€ 1 818	8%	17,2%
Allemagne	€ 1 719	60%	16,3%
France	€ 849	58%	8,0%
Espagne	€ 780	14%	7,4%
Finlande	€ 734	18%	6,9%
Norvège	€ 316	14%	3,0%
Grèce	€ 274	37%	2,6%
Pays Bas	€ 169	8%	1,6%
Portugal	€ 136	44%	1,4%
Top 10	€ 9 994		94,4%
Autres pays Européens	€ 588		5,6%
Total	€ 10 582		100,0%

Source: JP Wild, 2007

III. LE SECTEUR DE LA PLAISANCE

1. Le contexte international

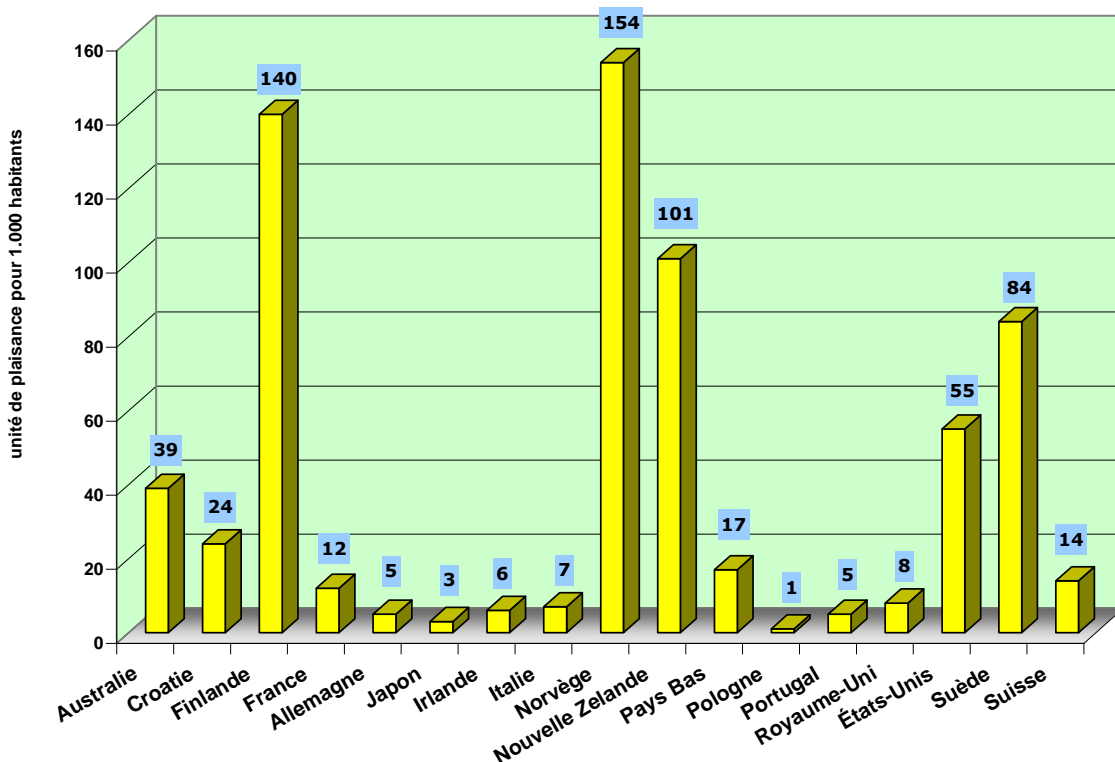
L'International Council of Marine Industry Association (ICOMIA) est l'organisme qui, au niveau mondial, réalise les analyses les plus complètes par rapport au phénomène de plaisance.

Les pays les plus importants du point de vue de la plaisance sont par ordre alphabétique : Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Croatie, Danemark, Grande Bretagne, États-Unis d'Amérique, Finlande, France, Hollande, Japon, Irlande, Italie, Norvège, Nouvelle Zélande, Pologne, Portugal, Suède, Suisse.

D'après cette liste il faut rappeler que, parmi les pays cités, **seulement trois sont des pays méditerranéens**.

Si on fait l'hypothèse qu'un coefficient construit par le rapport nombre de bateaux sur population puisse donner une sorte d'indicateur relatif à la vocation nautique d'un pays, on s'aperçoit que les pays scandinaves ont des indices beaucoup plus élevées que la Croatie, la France et l'Italie qui sont, en tout cas, parmi les pays les plus fréquentés par les plaisanciers en Méditerranée.

Graphique 7 Parc nautique dans le monde. Nombre de bateaux de plaisance par 1000 habitants



Source: ICOMIA

Pour les pays riverains de la Méditerranée, la France a la valeur la plus élevée avec 12 bateaux pour mille habitants, l'Italie s'arrête à sept, 17 en Hollande, 14 en Suisse, 8 en Grande Bretagne. Les données les plus récentes relatives à la subdivision par aire géographique du parc nautique montrent une forte prévalence des États-Unis (71%) sur l'Europe (22%).

Il faut quand même souligner que les données relatives au parc nautique doivent être prises avec prudence¹⁵ parce que, très souvent, les critères utilisés par chaque pays sont différents (à titre d'exemple, des pays ne comptent pas les unités pneumatiques et les navires de plaisance – méga-yacht).

¹⁵ Les données de l'Espagne ne sont pas parvenues en temps utile.

La seule information fiable est la forte prévalence des bateaux à moteur sur les voiliers pour la plupart des pays.

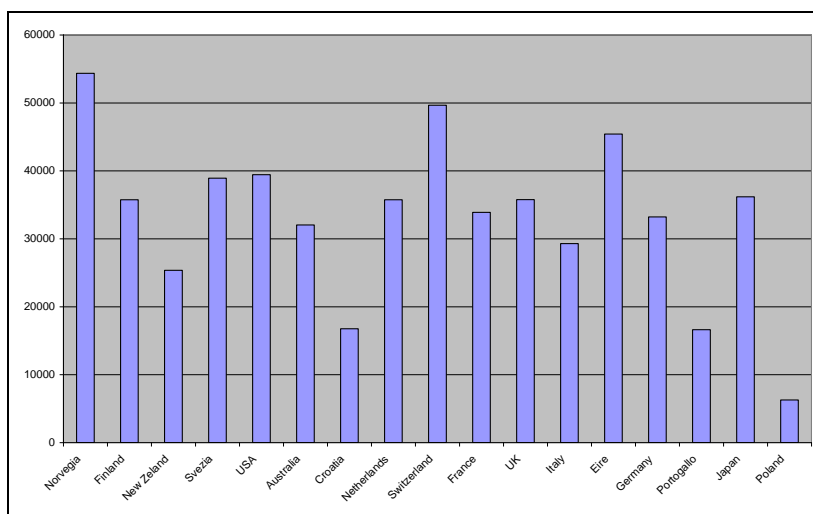
Tableau 11 Nombre de bateaux de plaisance par pays

PAYS	UNITE DE PLAISANCE POUR 1000 HABITANTS	POPULATION	TOTAL PARC NAUTIQUE	UNITE A VOILE	UNITE A MOTEUR IN-BORD OU HORS-BORD	UNITE A MOTEUR HORS-BORD (UNITE MINEURE)	UNITE PNEUMATIQUE
Australie	39	19.100.000	738.948				
Croatie	24	4.442.000	105.000				
Finlande	140	5.236.000	731.000	18.000	92.200	618.800	2.000
France	12	62.000.000	725.935	173.658	142.978	212.976	196.323
Allemagne	5	81.000.000	441.530	120.475	88.932	232.123	
Japon	3	127.734.000	326.000	13.000		298.000	15.000
Irlande	6	4.044.000	25.067	9.702	9.315	3.500	2.550
Italie	7	57.900.000	400.000				
Norvège	154	4.500.000	692.000	50.000	280.000	362.000	
Nouvelle Zelande	101	4.000.000	403.000	36.500	16.500	329.500	20.500
Pays Bas	17	16.100.000	280.000	140.000	84.000	56.000	
Pologne	1	38.700.000	51.170	31.480	1.040	15.800	2.850
Portugal	5	10.356.117	55.000				
Royaume-Uni	8	59.600.000	463.019	113.898	46.844	211.031	91.246
États-Unis	55	293.655.400	16.128.000	1.578.400	3.570.000	10.980.000	
Suède	84	9.011.392	753.000	87.000	83.000	548.000	35.000
Suisse	14	7.418.400	700.656	33.566	59.786	7.304	

Source: ICOMIA

Si on recherche une relation directe entre le PNB par habitant et le nombre de bateaux dans un pays, les données disponibles ne permettent pas de trouver une corrélation directe. On signale que la Norvège et la Suisse, qui sont parmi les pays avec le PNB per capita le plus haut, font aussi partie des pays avec une concentration plus importante de bateaux.

Graphique 8 PNB per capita en euros



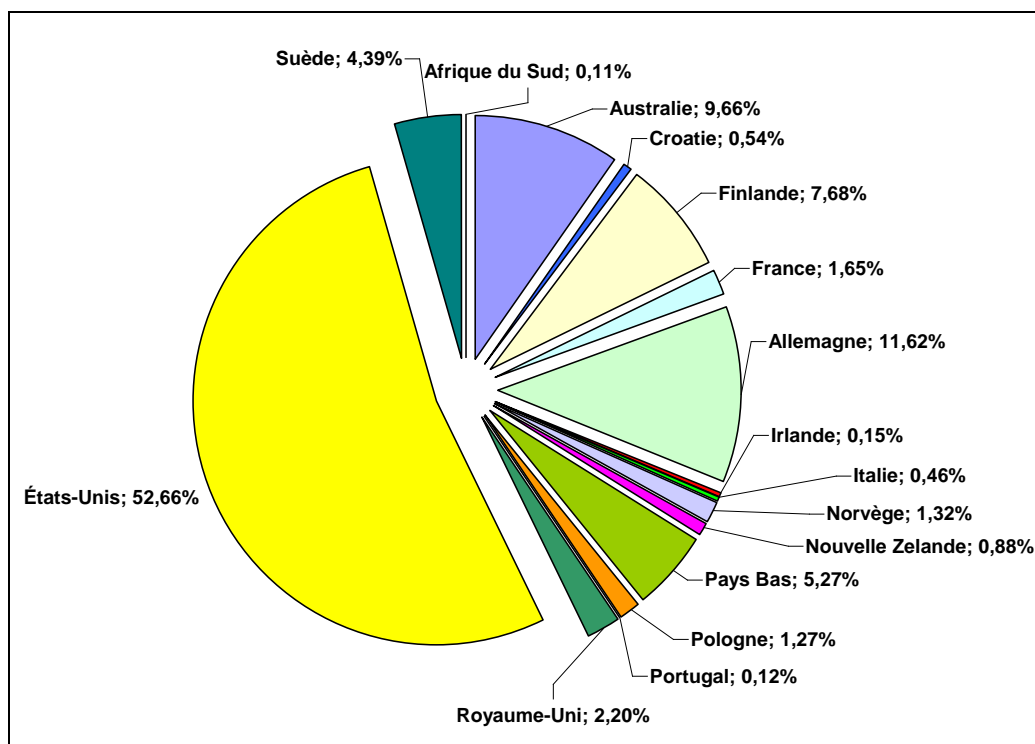
Source: élaboration IIC

Dans ce secteur, on s'aperçoit que les infrastructures nautiques représentent l'élément fondamental du développement du phénomène de la plaisance. Selon les statistiques disponibles, le parc nautique est destiné à augmenter là où les places pour les bateaux augmentent.

Actuellement, seulement 9% des bateaux de plaisance possèdent un amarrage à flot. Selon les experts du secteur, c'est la raison pour laquelle la plaisance est caractérisée par un grand nombre de petites, voir très petites unités.

Si on regarde la distribution des amarrages au niveau mondial, on s'aperçoit que plus de la moitié se trouve aux États-Unis.

Graphique 9 Distribution des amarrages

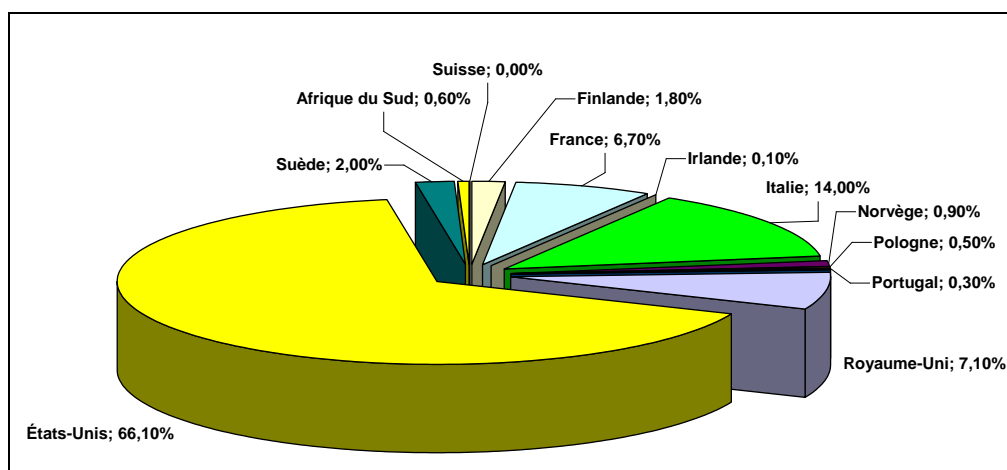


Source: Ucina 2007

2. La production des bateaux de plaisance

La production des bateaux est en forte croissance depuis l'an 2000. Ces quatre dernières années (2003-2007) ont connu des performances exceptionnelles en particulier en ce qui concerne les méga-yachts.

Graphique 10 Production des bateaux de plaisance par pays



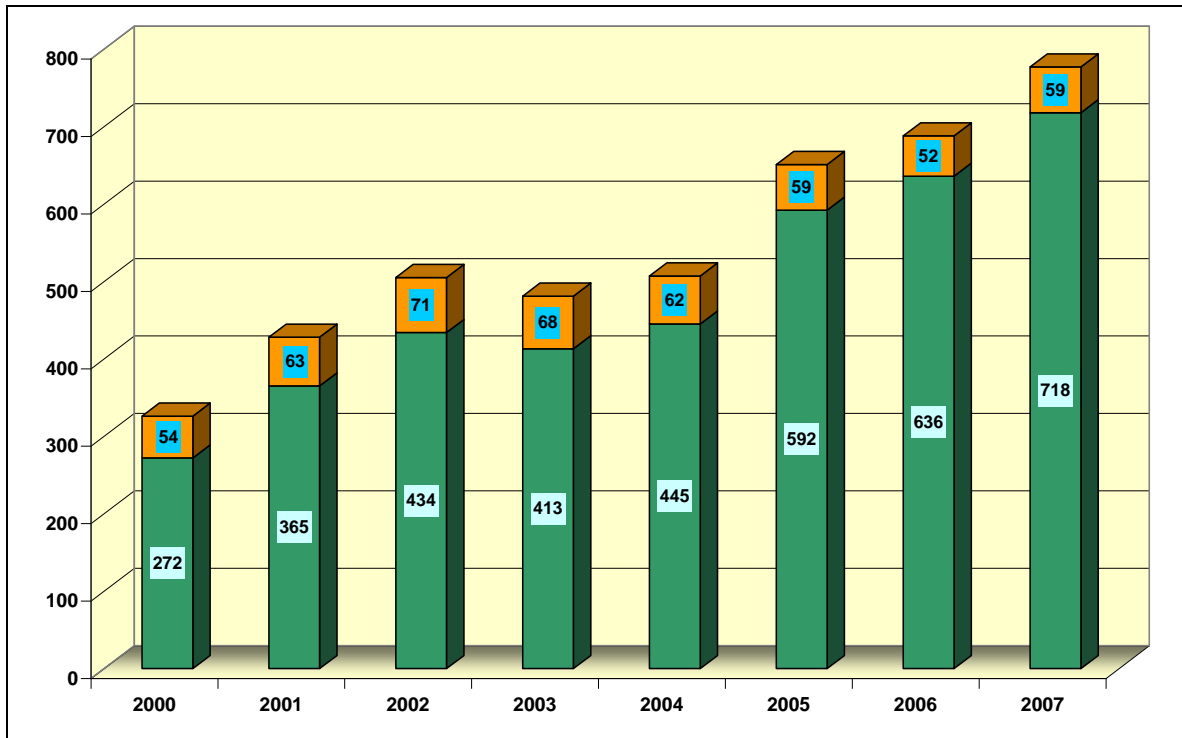
Source: Ucina 2007

Les données 2007 montrent pour les méga-yachts¹⁶ une croissance de la production presque continue. En 2007 les méga-yachts en construction étaient au nombre de 777, dont 45% en production en Italie, qui a actuellement le leadership au niveau mondial pour cette niche de marché.

En termes de différenciation par typologie (voile ou moteur), 92% des méga-yachts sont à moteur.

¹⁶ Bateaux de plaisance de plus de 24 mètres.

Graphique 11 Différentiation voile - moteur pour les méga-yachts



Source: Ucina 2007

Le graphique suivant montre l'évolution de la part de marché des chantiers italiens par rapport au reste de la production mondiale.

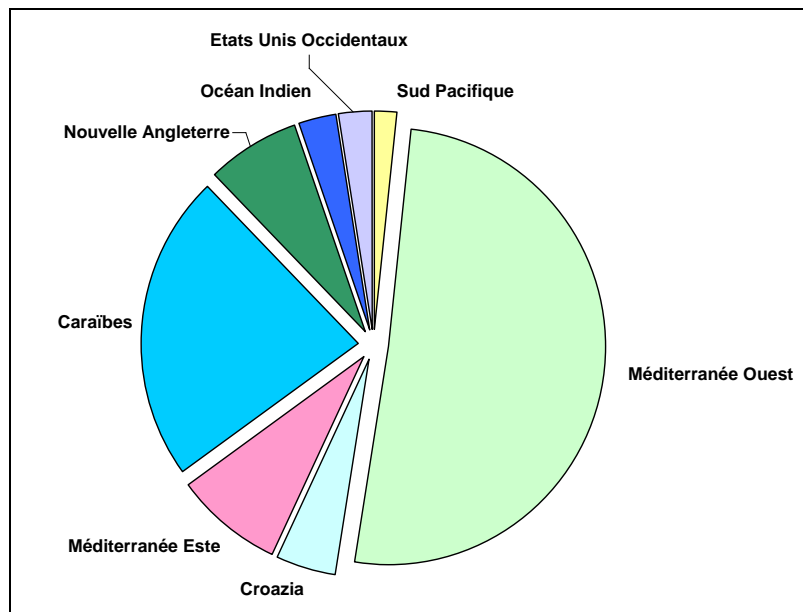
Graphique 12 Évolution de la production italienne des méga-yachts sur le total au niveau mondial



Source: Ucina 2007

3. Le chartering

Il faut enfin citer le phénomène du chartering, c'est à dire la location des bateaux de plaisance pour des périodes plus ou moins longues. Dans ce contexte, on s'aperçoit que la Méditerranée représente un quota très important de ce marché en fort développement.



Source: Ucina 2007)

4. La situation des ports de plaisance en Méditerranée

Cette étude a recensé tous les ports de plaisance en Méditerranée. L'analyse des données disponibles relatives aux ports de plaisance en Méditerranée a permis de recenser 890 ports, répartis géographiquement de la manière suivante : 11 en Albanie, 24 en Algérie, 4 à Chypre, 76 en Croatie, 4 en Égypte, 177 en Espagne, 117 en France, trois à Gibraltar, 133 en Grèce, 8 en Israël, 233 en Italie, 3 au Liban, 15 en Libye, 6 à Malte, 9 au Maroc, 2 au Monténégro, 3 en Slovénie, 3 en Syrie, 29 en Tunisie et 30 en Turquie. Une analyse attentive des caractéristiques et des services disponibles dans ces ports permet de dresser la synthèse suivante¹⁷.

La disponibilité en eau potable dans les ports (92,2%), la présence de bars et restaurants (76,95%), l'électricité (76,74%) et la présence d'un centre commercial (grand ou petit, 69,73%) sont les services les plus présents. Les tableaux qui suivent donnent le cadre complet des résultats du recensement réalisé au cours du premier trimestre 2008 par l'IIC. En ce qui concerne les services de collecte des déchets et des eaux résiduelles et de fond de cale, la situation n'est pas, pour le moment, très positive.

Dans certains ports de plaisance, commence à naître chez des gestionnaires une sensibilité au respect de l'environnement et à des actions concrètes dans cette direction. Dans ce contexte, le rôle des institutions publiques et des fonds communautaire est très important.

Des ressources financières importantes sont prévues pour augmenter le niveau de services aux plaisanciers comme la réservation des places d'un port à l'autre, la connectivité wifi, la gestion des déchets et les campagnes de sensibilisation à des comportements *environmental friendly*.

¹⁷ Voir le fichier Excel disponible sur le site du Plan Bleu pour les données complètes : http://www.planbleu.org/themes/atelier_tourisme.html

PROMOUVOIR UN TOURISME DURABLE EN MEDITERRANEE

NOMBRE DE PORTS	PAYS	BANQUE	EAU POTABLE	BAR/RESTAURANT	WiFi WIRELESS FIDELITY	ÉLECTRICITE	STATION SERVICE
		Données disponibles: 33 OUI:173 NO:684	Données non disponibles: 30 OUI: 793 NO:67	Données non disponibles: 31 OUI: 661 NO:198	Données non disponibles:31 OUI:52 NO:807	Données non disponibles:30 OUI:660 NO:200	Données non disponibles: 30 OUI:186 NO:674
		173; 20,2%	793; 92,21%	661; 76,95%	52; 6,05%	660; 76,74%	186; 21,63%
11	ALBANIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd
24	ALGERIE	0; 0%	2; 0,48%	3; 0,72%	0; 0%	0; 0%	0; 0%
4	CHYPRE	0; 0%	3; 75%	4; 100%	2; 50%	3; 75%	1; 25%
76	CROATIE	2; 2,74%	53; 72,6%	49; 67,12%	2; 2,74%	51; 69,86%	20; 27,39%
4	ÉGYPTE	0; 0%	3; 75%	3; 75%	1; 25%	3; 75%	0; 0%
177	ESPAGNE	53; 30,28%	173; 98,86%	149; 85,14%	18; 10,28%	170; 97,14%	57; 32,57%
117	FRANCE	10; 8,55%	117; 100%	103; 88%	10; 8,55%	112; 9,57%	26; 22,22%
3	GIBRALTER	1; 33,33%	3; 100%	1; 33,33%	0; 0%	3; 100%	1; 33,33%
133	GRÈCE	54; 40,60%	125; 93,99%	112; 84,21%	5; 3,76%	36; 27,07%	8; 6,01%
8	ISRAËL	1; 12,5%	8; 100%	4; 50%	1; 12,5%	6; 75%	1; 12,5%
233	ITALIE	43; 18,45%	230; 98,71%	164; 70,38%	5; 2,14%	204; 87,55%	41; 17,60%
3	LIBAN	0; 0%	2; 66,66%	3; 100%	0; 0%	2; 66,66%	0; 0%
15	LYBIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd
6	MALTE	0; 0%	6; 100%	5; 83,33%	0; 0%	6; 100%	4; 66,66%
9	MAROC	0; 0%	5; 55,55%	4; 44,44%	0; 0%	5; 55,55%	2; 22,22%
2	MONTENEGRO	0; 0%	2; 100%	1, 50%	1, 50%	2; 100%	1, 50%
3	SLOVENIE	0; 0%	3; 100%	3; 100%	0; 0%	3; 100%	0; 0%
3	SYRIE	0; 0%	3; 100%	2; 66,66%	0; 0%	1; 33,33%	0; 0%
29	TUNISIE	3; 10,34%	26; 86,65%	23; 79,31%	0; 0%	25; 86,21%	17, 58,62%
30	TURQUIE	6; 20%	28; 93,33%	28; 93,33%	7, 23,33%	27; 30%	6; 20%

NOMBRE DE PORTS	PAYS	MARCHE	HIVERNAGES	LAVERIE	SERVICE MEDICAL	PHARMACIE	COLLECTE DES EAUX RESIDUELLES	COLLECTE DES EAUX DE FOND DE CALE
		Données non disponibles:31 OUI:599 NO:260	Données non disponibles:31 OUI:42 NO:817	Données non disponibles:31 OUI:181 NO:678	Données non disponibles:31 OUI:99 NO:760	Données non disponibles: 31 OUI:43 NO:816	Données non disponibles: 31 OUI:87 NO:772	Données non disponibles:31 OUI: 112 NO:747
		173; 20,2%	793; 92,21%	661; 76,95%	52; 6,05%	660; 76,74%	186; 21,63%	
11	ALBANIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd	11
24	ALGERIE	0; 0%	2; 0,48%	3; 0,72%	0; 0%	0; 0%	0; 0%	24
4	CHYPRE	0; 0%	3; 75%	4; 100%	2; 50%	3; 75%	1; 25%	4
76	CROATIE	2; 2,74%	53; 72,6%	49; 67,12%	2; 2,74%	51; 69,86%	20; 27,39%	76
4	ÉGYPTE	0; 0%	3; 75%	3; 75%	1; 25%	3; 75%	0; 0%	4
177	ESPAGNE	53; 30,28%	173; 98,86%	149; 85,14%	18; 10,28%	170; 97,14%	57; 32,57%	177
117	FRANCE	10; 8,55%	117; 100%	103; 88%	10; 8,55%	112; 9,57%	26; 22,22%	117
3	GIBRALTER	1; 33,33%	3; 100%	1; 33,33%	0; 0%	3; 100%	1; 33,33%	3
133	GRÈCE	54; 40,60%	125; 93,99%	112; 84,21%	5; 3,76%	36; 27,07%	8; 6,01%	133
8	ISRAËL	1; 12,5%	8; 100%	4; 50%	1; 12,5%	6; 75%	1; 12,5%	8
233	ITALIE	43; 18,45%	230; 98,71%	164; 70,38%	5; 2,14%	204; 87,55%	41; 17,60%	233
3	LIBAN	0; 0%	2; 66,66%	3; 100%	0; 0%	2; 66,66%	0; 0%	3
15	LYBIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd	15
6	MALTE	0; 0%	6; 100%	5; 83,33%	0; 0%	6; 100%	4; 66,66%	6
9	MAROC	0; 0%	5; 55,55%	4; 44,44%	0; 0%	5; 55,55%	2; 22,22%	9
2	MONTENEGRO	0; 0%	2; 100%	1, 50%	1, 50%	2; 100%	1, 50%	2
3	SLOVENIE	0; 0%	3; 100%	3; 100%	0; 0%	3; 100%	0; 0%	3
3	SYRIE	0; 0%	3; 100%	2; 66,66%	0; 0%	1; 33,33%	0; 0%	3
29	TUNISIE	3; 10,34%	26; 86,65%	23; 79,31%	0; 0%	25; 86,21%	17, 58,62%	29
30	TURQUIE	6; 20%	28; 93,33%	28; 93,33%	7, 23,33%	27; 30%	6; 20%	30

IV. TOURISME ET ENVIRONNEMENT

1. Le contexte

Le tourisme est considéré comme un secteur économique extrêmement sensible au climat, au même titre que l'agriculture, les assurances, l'énergie et les transports.

Il ne faut pas oublier que, dans le même temps, le **secteur du tourisme est lui-même un contributeur non négligeable au changement climatique**, du fait des émissions provenant en particulier du transport et de l'hébergement des touristes.

Selon le dernier rapport de l'Organisation Météorologique Mondiale - PNUE, le rythme du changement climatique va « très probablement » (probabilité supérieure à 90%) s'accélérer avec la poursuite des émissions de gaz à effet de serre. Selon les meilleures estimations, les températures moyennes, dans le monde, à la surface des océans augmenteront de 1,8° à 4° C d'ici la fin du siècle en cours.

Il est donc très probable, selon les experts, que les canicules, les vagues de chaleur et les fortes précipitations deviennent de plus en plus fréquentes et concernent des portions de territoire de plus en plus vastes par rapport à la situation actuelle. Il est aussi probable que les futurs cyclones tropicaux deviennent plus violents encore, avec des pointes de vitesse des vents plus importantes et des précipitations plus fortes associées à des augmentations continues des températures à la surface des mers tropicales.

Ces prévisions nous montrent que toutes nos habitudes, comportements et styles de vie pourront être touchés. En ce qui concerne les phénomènes objets de ce rapport (croisière et plaisance), il est évident que les changements climatiques pourront avoir des répercussions importantes sur les stratégies des compagnies de croisière (en termes d'itinéraires, de stratégies commerciales, de résultats financiers, etc.), sur les comportements d'achat des clients, sur les comportements des plaisanciers, des investisseurs dans le secteur, etc.

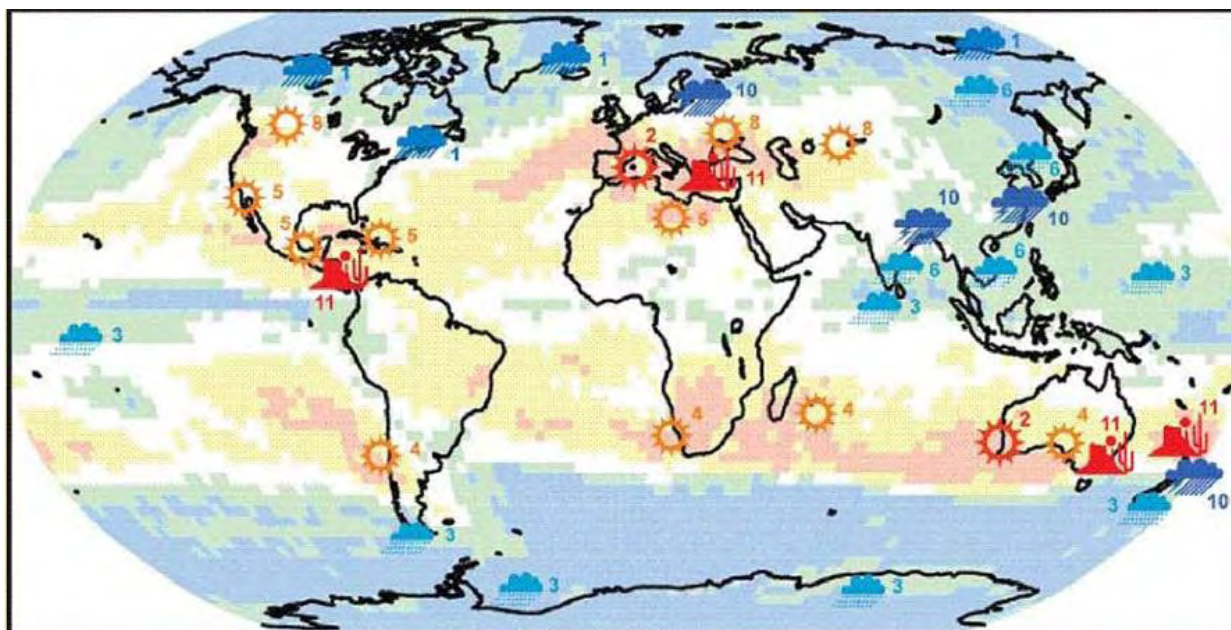
Le secteur du tourisme et les destinations sont à l'évidence fortement sensibles à la variabilité et au changement du climat¹⁸.

Les changements du climat peuvent donc exercer un important effet de dissuasion sur les touristes (à titre d'exemple la diffusion des maladies infectieuses, les feux de forêt, etc.).

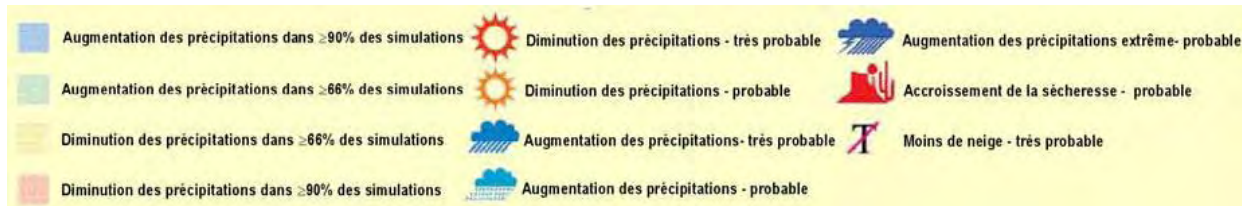
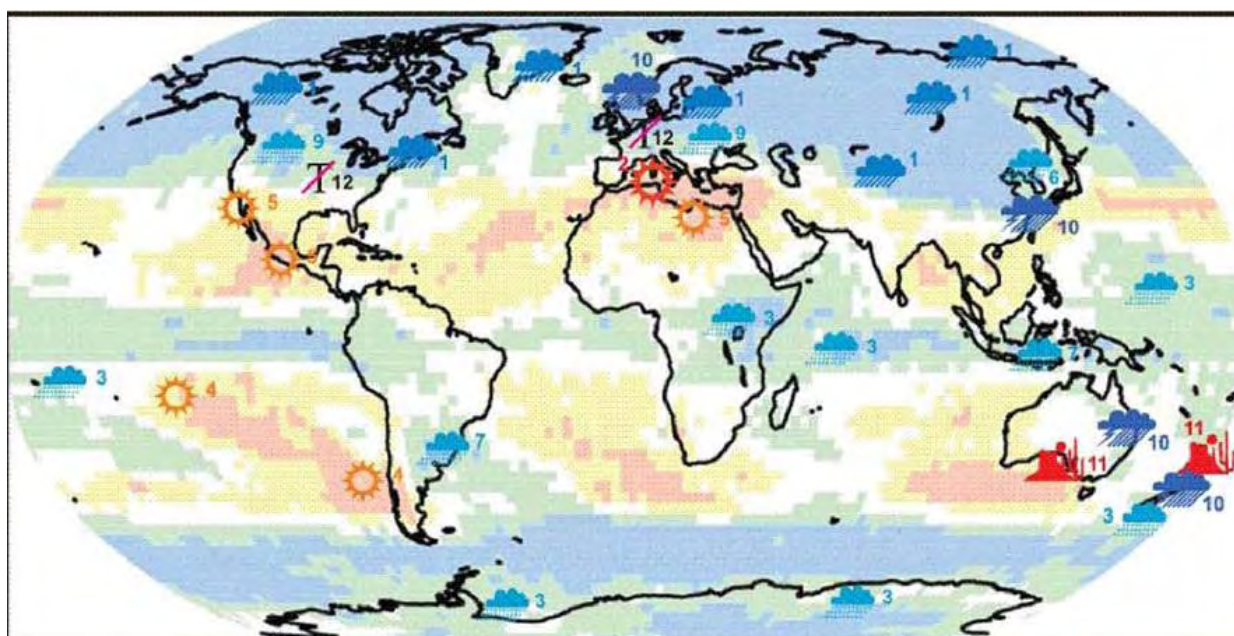
Les prévisions du GIEC, Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, montrent les probables variations suivantes pour les mois de juillet-août et décembre-février:

¹⁸ Le climat définit la durée et la qualité des saisons touristiques et joue un rôle majeur dans le choix des destinations et des dépenses des touristes.

Carte 4 Juillet - Août



Carte 5 Décembre – Janvier – Février



Source: Organisation Météorologique Mondiale

Il suffit d'imaginer un accident à bord d'un paquebot avec 3000 passagers, plus 900 personnes d'équipage, à la suite d'une tempête tropicale pour prévoir des retombées importantes sur les parts de marché du secteur de la croisière. Les menaces sur le secteur qui, dans le passé, venaient uniquement des risques d'attaque terroriste (qui en tout cas persistent) pourraient devenir décisives pour la tenue du secteur.

En revanche, les secteurs objets de ce rapport ont la particularité d'être flexibles en termes de localisation des investissements. C'est-à-dire que les bateaux peuvent être déplacés

d'une zone à l'autre de la planète en quelques semaines (la même chose est évidemment impossible pour un *resort* ou une chaîne d'hôtel).

Les variations climatiques peuvent provoquer une diminution d'intérêt touristique de certaines zones et, entre temps, créer des nouvelles destinations jusqu'à maintenant considérées ou perçues non suffisamment intéressantes pour ce qui concerne les conditions climatiques.

Selon l'OMT, on assistera à un déplacement des conditions climatiques attrayantes pour le tourisme vers des latitudes et des altitudes plus élevées. On s'attend à une détérioration de la position compétitive de certaines régions de vacances aujourd'hui populaires (en particulier la Méditerranée en été), alors que d'autres régions, par exemple le sud de l'Angleterre ou le sud du Canada, devraient connaître une amélioration. Tout cela permet d'envisager la mise en place d'itinéraires de croisière ou de plaisance dans des régions qui sont actuellement peu fréquentées.

Suite aux considérations précédentes, le vrai problème relève de la dotation des structures à terre (dans les ports d'attache et ceux de plaisance) dont l'adéquation n'est pas aussi simple que le déplacement d'un bateau d'une région à l'autre de la planète.

En outre, les changements climatiques peuvent avoir des répercussions sur la stabilité économique, sociale et politique des pays, répercussions qui peuvent générer des atténuations sur la mobilité des touristes.

L'augmentation des coûts de transport pourrait amener les touristes à changer leur mode de transport en choisissant d'autres destinations, plus proches des lieux de résidence. Les destinations lointaines risquent d'être les plus touchées par ce phénomène.

Il faut souligner que les touristes, et plus particulièrement les touristes internationaux, ont, en général, une aversion pour l'instabilité politique et les troubles sociaux.

Toutes les entreprises travaillant dans le secteur du tourisme et les destinations touristiques devront s'adapter au changement climatique pour minimiser les risques qui lui sont associés et profiter des nouvelles opportunités qui pourront se présenter.

L'expérience montre que ce sont les touristes eux-mêmes qui ont la plus grande capacité d'adaptation suite à des événements imprévus.

En revanche, les fournisseurs des services touristiques ont une capacité d'adaptation moindre. Ce sont en particulier les communautés qui vivent dans les destinations touristiques et ceux qui ont beaucoup investi dans des actifs immobiliers (hôtel, complexe de loisir, marina) qui ont la capacité d'adaptation la plus faible.

En tout cas, au moins jusqu'à présent, l'histoire du secteur montre que l'industrie du tourisme a une capacité d'adaptation relativement élevée (SRAS, attentats terroristes, tsunami asiatique...) et que, sur une longue période, les tendances suivent un parcours de développement qui est assez stable.

En tout cas, le phénomène que l'on traite ici (la croisière en particulier) par sa nature permet aux compagnies de déplacer leurs investissements (bateaux) dans les régions du monde où les conditions météo seront les plus favorables et où la demande (spontanée ou induite par les actions marketing) sera la plus forte. Il reste à évaluer les parcours et les moyens de transports qui seront utilisés par les passagers pour rejoindre les bateaux.

2. La durabilité environnementale, les variables à prendre en compte

Mesurer la durabilité environnementale de la plaisance et des croisières ou du phénomène du tourisme en général, représente une tâche très compliquée et difficile à traiter en synthèse.

Au sein de ce rapport, il semble intéressant de proposer une méthodologie d'évaluation originale qui pourra être appliquée par la suite en fonction soit de la typologie des indicateurs utilisés, soit de la compétence des opérateurs et des thèmes à traiter. L'objectif étant de proposer un système d'évaluation multicritère capable d'être utilisé à plusieurs niveaux

d'approfondissement et qui peut bien s'appliquer au concept de durabilité environnementale qui peut avoir, en soit, plusieurs niveaux de détail.

A titre d'exemple, on essayera d'évaluer le poids d'un certain nombre d'indicateurs de la durabilité environnementale (mais pas exclusivement) et de mettre au point un système de calcul simple, mais scientifiquement rigoureux, capable de fournir des résultats utiles, soit pour l'analyse des phénomènes, soit pour la prise de décision.

La difficulté majeure dérive de la coprésence d'indicateurs qui ne sont pas toujours mesurables (quantitativement) et dont l'évaluation peut avoir des éléments subjectifs. Tout cela rend très compliquée une évaluation générale d'un phénomène.

Pour tenter de résoudre cette criticité dans ce rapport, on fait l'hypothèse d'utiliser un opérateur construit en utilisant une approche de logique floue, afin d'évaluer et ordonner cinq ports tête de ligne non seulement en fonction de l'accessibilité pour les passagers (un des critères importants dans ce domaine, soit pour les compagnies, soit pour les ports), mais aussi en fonction de l'attention et de la dotation effectives en termes de durabilité environnementale, critères qui deviennent de plus en plus pertinents et stratégiques dans le contexte traité dans ce rapport. La méthodologie proposée permettra d'analyser ensuite le processus d'analyse des résultats obtenus selon plusieurs points de vue et, entre temps, permettra de mettre en évidence les différentes variables et leurs poids respectifs.

Dans les tableaux suivants, on présente la détermination du classement de chaque port (actions) par rapport aux différentes variables (dimensions ou points de vue) concernant le degré d'accessibilité.

Tableau 12 L'évaluation des villes portuaires - Accessibilité passagers

PORTS (ACTION)	LIAISONS AERIENNES (POINT DE VUE 1)	RESEAU AUTOROUTIER (POINT DE VUE 2)	RESEAU FERROVIAIRE (POINT DE VUE 3)	LIAISONS MARITIMES (POINT DE VUE 4)
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375
Port 2	0.75	0.875	0.75	0.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375
Port 4	0.75	0.875	0.875	0.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.625

Les évaluations du tableau n°12 doivent être établies sur la base de l'échelle de vérité suivante.

Tableau 13 Grille d'évaluation - échelle de vérité concernant les facteurs liés à l'accessibilité

ÉVALUATION	NIVEAU D'ACCESSIBILITE DU PORT
1	L'infrastructure est présente avec un niveau de service excellent (ex. liaisons aériennes : grand nombre de liaisons régulières et dans plusieurs plages horaires, service navette régulier)
0.875	L'infrastructure est présente avec un très haut niveau du service offert
0.75	L'infrastructure est présente avec un bon niveau du service offert (ex. liaisons aériennes : liaisons saisonnières, service navette sur demande)
0.625	Niveau du service discret
0.5	Services sur demande
0.375	L'infrastructure existe, mais les services sont à peine suffisants
0.25	L'infrastructure existe, mais les services n'existent pas - Infrastructuration en cours
0.125	L'infrastructure n'assure pas un niveau de service acceptable ou elle existe mais son degré d'accessibilité est bas par rapport aux autres alternatives
0	Manque total de voies de communication

Dans les tableaux qui suivent, on envisage une évaluation (à ce stade seulement à titre d'exemple et avec une finalité purement méthodologique) de chaque port par rapport aux éléments de durabilité environnementale.

L'échelle de vérité utilisée pour l'évaluation de la dotation de chaque port par rapport aux différentes caractéristiques doit être construite avec le même principe que celui utilisé pour l'évaluation du degré d'accessibilité de chaque port (voir Tableau 15).

Tableau 14 L'évaluation des ports en fonction de critères de durabilité environnementaux retenus

PORTS (ACTION)	SYSTEME DE TRAITEMENT DE DECHETS (POINT DE VUE 5)	SYSTEME D'ALIMENTATION ELECTRIQUE DU BATEAU DANS LE PORT (POINT DE VUE 6)	SERVICES D'APPROVISIONNEMENT DU BATEAU (POINT DE VUE 7)	SYSTEME DE TRAITEMENT DES EAUX (POINT DE VUE 8)
Port 1	1	0.875	0.625	1
Port 2	0.875	0.75	0.875	0.875
Port 3	0.625	1	0.625	0.5
Port 4	0.875	0.75	1	0.875
Port 5	0.75	0.75	0.75	1
PORTS (ACTION)	PRESENCE DE CERTIFICATION OU DE CONTROLES DE QUALITE (POINT DE VUE 9)	NIVEAU DE FORMATION DU PERSONNEL AUX THEMES ENVIRONNEMENTAUX (POINT DE VUE 10)	... (POINT DE VUE 11)	... (POINT DE VUE 12)
Port 1	1	1	1	0.875
Port 2	0.875	0.875	0.75	1
Port 3	0.25	0.625	0.5	0.625
Port 4	0.875	1	0.875	1
Port 5	1	0.75	0.625	0.625

Tableau 15 Grille d'évaluation - échelle de vérité pour l'évaluation de la durabilité environnementale

EVALUATION	NIVEAU DE QUALITE DES SERVICES/PERFORMANCES
1	Excellent
0.875	Très bon
0.75	Bon
0.625	Discret
0.5	Moyen
0.375	Suffisant
0.25	A peine suffisant
0.125	Presque nul
0	Nul

L'information à traiter se présente donc de la manière suivante : dans le tableau ci-dessous, les actions représentent les différents ports, les composantes du point de vue sont représentées par l'évaluation des dotations de chaque port (il s'agit des critères selon lesquels sont évalués les différents sites) : les cases en gris représentent donc l'évaluation faite par un expert des dotations réelles des différents ports et celles en noir représentent l'importance attribuée par le décideur (celui qui décide le poids de chaque composante) à chaque composante des points de vue.

	1	...	j	...	M
	Composantes du point de vue 1	...	1...j...m	...	Composantes du point de vue M
action 1	évaluations des actions sur chaque		.		évaluations des actions sur chaque
...					
action i	Composante du point de vue lpi(i)...	...	Composante du point de vue M
...					
action n			.		

importances des composantes	...	$\pi_1 \dots \pi_j \dots \pi_m$...	importances des composantes
-----------------------------	-----	---------------------------------	-----	-----------------------------

Selon la théorie multicritère, une fois cernée les différentes dimensions relatives à un point de vue particulier, la démarche évaluative s'organise en deux étapes (Roy, 1993) :

- évaluation des actions sur chaque dimension ;

- construction d'une fonction-critère visant, pour chaque action, à résumer les évaluations données à l'étape précédente.

Il faut préciser que cette démarche se veut objective ou, en tout cas, la plus objective possible. Il reste aussi à préciser que l'évaluation des actions sur chaque dimension est faite par un expert qui doit faire l'effort de déterminer la position des actions sur chaque dimension selon sa connaissance technique/scientifique ou tout autre élément extérieur à son propre système de valeurs.

Par contre, pour ce qui concerne la deuxième étape, la construction d'une fonction-critère, l'expert s'efforce d'établir la synthèse des dimensions au sein d'une relation déterminée dans le seul souci de respecter l'axe de signification du point de vue considéré. En réitérant cette démarche pour chaque point de vue, l'expert peut aboutir à la production d'une information qui s'impose objectivement à tous les décideurs "potentiels" ayant opté pour la même liste de points de vue.

Pour ce qui concerne l'importance des composantes, elle est attribuée par le décideur qui redéfinit les différents points de vue, cette fois-ci, selon son propre système de valeurs ou en fonction de l'importance donnée au phénomène à traiter.

Les conditions sont les suivantes :

- aucune restriction n'est imposée aux faisceaux de caractéristiques objectifs des actions ;
- en particulier $P_j(i)$ peut être vide ($\forall j \in J : p_j(i) = 0$) ou plein ($\forall j \in J : p_j(i) = 1$) ;
- pour ce qui concerne le faisceau de caractéristiques recherchées par le décideur, on impose seulement qu'il ne soit pas vide. En d'autres termes, sa cardinalité est positive.

En particulier, on considère que toute dotation en caractéristiques supérieures à la dotation désirée est totalement superflue et donc la différence entre l'évaluation des actions sur chaque composante des points de vue et l'importance des composantes ne contribue pas à l'amélioration (ni à la dégradation) de l'évaluation.

Le tableau suivant reprend les données des tableaux précédents plus une ligne qui considère l'importance attribuée à chaque composante par le décideur.

Tableau 16 L'évaluation des ports - Accessibilité passagers et poids de chaque point de vue attribué par le décideur

PORTS (ACTION)	LIAISONS AERIENNES (POINT DE VUE 1)	RESEAU AUTOROUTIER (POINT DE VUE 2)	RESEAU FERROVIAIRE (POINT DE VUE 3)	LIAISONS MARITIMES (POINT DE VUE 4)
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375
Port 2	0.75	0.875	0.75	0.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375
Port 4	0.75	0.875	0.875	0.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.625
Importance des composantes ¹⁹	0.875	0.75	0.75	0.5
PORTS (ACTION)	SYSTEME DE TRAITEMENT DE DECHETS (POINT DE VUE 5)	SYSTEME D'ALIMENTATION ELECTRIQUE DU BATEAU DANS LE PORT (POINT DE VUE 6)	SERVICES D'APPROVISIONNEMENT DU BATEAU (POINT DE VUE 7)	SYSTEME DE TRAITEMENT DES EAUX (POINT DE VUE 8)
Port 1	1	0.875	0.625	1
Port 2	0.875	0.75	0.875	0.875
Port 3	0.625	1	0.625	0.5
Port 4	0.875	0.75	1	0.875
Port 5	0.75	0.75	0.75	1
Importance des composantes	1	0.875	0.875	1

¹⁹Point de vue du décideur.

PORTS (ACTION)	PRESENCE DE CERTIFICATION OU DE CONTROLES DE QUALITE (POINT DE VUE 9)	NIVEAU DE FORMATION DU PERSONNEL AUX THEMES ENVIRONNEMENTAUX (POINT DE VUE 10)	... (POINT DE VUE 11)	... (POINT DE VUE 12)
Port 1	1	1	1	0.875
Port 2	0.875	0.875	0.75	1
Port 3	0.25	0.625	0.5	0.625
Port 4	0.875	1	0.875	1
Port 5	1	0.75	0.625	0.625
Importance des composantes	0.75	0.875	0.875	1

Le faisceau de caractéristiques objectives de l'action i est représenté par les éléments suivants : liaisons aériennes, réseau autoroutier, réseau ferroviaire, liaisons maritimes, traitement de déchets, alimentation électrique du bateau, approvisionnement du bateau, traitement des eaux, contrôle de qualité, formation aux thématiques environnementaux, etc., les $p_j(i)$ représente ici l'évaluation de chaque caractéristiques donnée par l'homme d'étude, avec $p_j(i) \in [0,1]$, où 0 correspond à une dotation nulle et 1 correspond à une dotation optimale.

Tableau 17 $g_j(i) = V(p_j(i) \wedge \pi_j | \in J)$

PORTS (ACTION)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	SOMME
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375	1	0.875	0.625	1	0.75	0.875	0.875	0.75	9.25
Port 2	0.75	0.75	0.75	0.5	0.875	0.75	0.875	0.875	0.75	0.875	0.75	1	9.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375	0.625	0.875	0.625	0.5	0.25	0.625	0.5	0.625	6.5
Port 4	0.75	0.75	0.75	0.5	0.875	0.75	0.875	0.875	0.75	0.875	0.875	1	9.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.5	0.75	0.75	0.75	1	0.75	0.75	0.625	0.625	8.75

Afin d'obtenir un classement des performances de chaque port en fonction de sa dotation combinée aux préférences des décideurs (importance des composantes), on calcule la relation entre niveau de satisfaction optimal (somme des valeurs relatives à l'importance des composantes) et niveau de satisfaction réelle de chaque action. Tout cela nous amène au Tableau 18), qui nous donne les résultats recherchés.

Tableau 18 Les résultats

PORTS (ACTION)	EVALUATION
Port 1	0.913
Port 2	0.938
Port 3	0.641
Port 4	0.95
Port 5	0.864

Etant donnée l'évaluation de chaque action effectuée par l'expert et les préférences du décideur (importance des composantes), le port 4 obtient le niveau le plus élevé de satisfaction suivi par les ports 2, 1, 5. Le port 3, par contre, occupe la dernière place du classement.

Faute d'une justification théorique solide, cet opérateur bénéficie d'une interprétation économique assez simple. En effet, revenant à l'idée que toute dotation supérieure à la dotation désirée implique une utilité marginale nulle, on considère alors que toute dotation inférieure strictement à la dotation recherchée s'accompagne d'un regret (B. Fustier, 1994).

L'opérateur qu'on vient de proposer paraît capable de fournir une évaluation plus performante par rapport à d'autres opérateurs normalement utilisés en doctrine (ex: maximum pondéré, minimum pondéré et compatibilité) et il se caractérise par une interprétation économique assez simple, qui rejoint la notion de regret (niveau d'insatisfaction atteint).

Les tableaux qui suivent nous permettent de vérifier la crédibilité de la démarche proposée. En fait, le processus va être répété en explicitant le concept de regret. Ce dernier, défini comme niveau d'insatisfaction par rapport au seuil d'acceptation indiqué par le décideur, nous permet de calculer le regret global (dernière colonne du Tableau 19) par la somme des regrets partiels (distance entre dotation demandée et dotation effective). Pour obtenir des variations du regret dans [0,1] on construira un tableau du regret relatif (par rapport au niveau de satisfaction réelle recherchée) pour en calculer ensuite son complément à 1, qui nous donnera le niveau de satisfaction pour chaque action.

Tableau 19 Regret produit par l'évaluation des villes portuaires sur chaque dimension et regret global pour chaque ville portuaire

PORTS (ACTION)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	SOMME
Port 1	0	0.12 5	0.12 5	0.12 5	0	0	0.25	0	0	0	0	0.25	0.875
Port 2	0.12 5	0	0	0	0.12 5	0.12 5	0	0.12 5	0	0	0.12 5	0	0.625
Port 3	0.75	0	0.12 5	0.12 5	0.37 5	0	0.25	0.5	0.5	0.25	0.37 5	0.37 5	3.625
Port 4	0.12 5	0	0	0	0.12 5	0.12 5	0	0.12 5	0	0	0	0	0.5
Port 5	0	0	0.12 5	0	0.25	0.12 5	0.12 5	0	0	0.12 5	0.25	0.37 5	1.375

Tableau 20 Le regret relatif et son complément à 1, qui mène aux mêmes valeurs de l'opérateur hybride

Regret relatif

Port 1	0.0864
Port 2	0.0617
Port 3	0.358
Port 4	0.0493
Port 5	0.1358

niveau de satisfaction

Port 1	0.913
Port 2	0.938
Port 3	0.641
Port 4	0.95
Port 5	0.864

En conclusion le modèle proposé, simple, mais flexible, n'a aucune présomption de représenter une méthodologie capable de se substituer au preneur de décision, mais peut guider le décideur dans son processus de choix lui permettant d'évaluer les différentes performances des actions en fonction de l'importance des composantes, importance qui est chaque fois attribuée par le décideur même aux différentes caractéristiques sur la base desquelles seront évaluées les différentes actions.

Cet exemple, appliqué au problème du classement des ports tête de ligne, permet de proposer une méthodologie de support à l'évaluation et de support à la décision au cas où on est obligé de prendre en compte plusieurs alternatives et un nombre de points de vue (facteurs qui interviennent dans le processus de choix) souvent importants et variés.

V. SITES WEB CONSULTES

Adriatic Cruises: www.adriaticcruises.hr

Aida Cruises: www.aida.de

Aker Yards: www.akeryards.com

Arcalia Shipping Co. : www.crociereonline.net/arcalia.htm

Carnival Cruise Line: www.carnivalcruise.co.uk

CDF, Croisieres de France: www.croisierenet.com/comp_61/croisiere/croisieres/croisieres-de-france/index.html

Celebrity Cruises: www.celebritycruises.com

CLIA - Cruise Line International Association: www.cruising.org

Club med Croisieres: www.clubmed.fr

Compagnie des Iles du Ponant: www.ponant.com

Costa Crociere: www.costacrociere.it

Crocieraonline, l'agenzia di viaggi specializzata i crociere: www.crocieraonline.com

Crociere on line, centro prenotazioni crociere: www.crociereonline.com

Crociere on line: www.crociereonline.net

CroisiMer : http://www.croisierenet.com/comp_54/croisiere/croisieres/croisimer/index.html

Cruise Europe: www.cruiseeurope.com

Cruise2.com: cruise2.agenthub.net

Crystal Cruise Luxury: www.crystalcruises.com

Cunard Line : www.cunard.com

Easy Cruise: www.easycruise.com

ECC, European Cruise Council: www.europeancruisecouncil.com "European Cruise Contribution", Report 2007 et Report 2008

EEA - European Environment Agency: www.eea.europa.eu

Fincantieri: www.fincantieri.it

Fred. Olsen Cruise Lines: www.FredOlsenCruises.co.uk

G.P. Wild International: www.gpwild.com; <http://www.breanet.com>

Holland America Line: www.hollandamerica.com

ICOMIA - International Council of Marine Industry Associazion: www.icomia.com

ICS - The International Chamber of Shipping and ISF - the International Shipping Federation: www.marisec.org Discover Cruises: www.discover-cruises.co.uk

InforMARE: www.informare.it

Island cruises: www.islandcruises.com

L'Avvisatore Marittimo <http://avvisatore.ilsecoloxix.it/avvmar.php>

Louis Cruise Lines: www.louiscruises.com

MedCruise, Association of Mediterranean Cruise Ports: www.medcruise.com

Meyer Werft: www.meyerwerft.de

MSC Crociere: www.msccrociere.it

Nauticard International: www.nauticard.it

Norwegian Cruise Line: www.ncl.co.uk

Ocean Village: www.oceanvillageholidays.co.uk

Oceania cruises: www.oceaniacruises.com

OMT - UNWTO: World Tourism Organization: <http://www.unwto.org>

P&O Cruises: www.pocruises.co.uk

Pagine Azzurre: www.pagineazzurre.com

Plein cap Croisières: www.plein-cap.com

Port Net: Challenges and Future Trends: Ports and Passengers in Europe – The Baltic Range (Tallinn, Riga, Klaipeda and Kaliningrad)), [SPINTER research](#), Ltd. 2007

Princess Cruises: www.princesscruises.co.uk

Pullmantur Cruceros: www.pullmanturcruises.com

Regent Seven Seas Cruises: www.rssc.com

Royal Caribbean International: www.royalcaribbean.co.uk

Seabourn Cruise Line: www.seabourn.com

Seadream: www.seadreamyachtclub.com

Seatrade Cruise Shipping Convention: www.cruiseshipping.net

Seatrade Europe 2007: www.seatrade-europe.com

Silversea Cruises: www.silversea.com

Swan Hellenic Cruises: www.swanhellenic.com

T. Mariotti S.p.A.: www.mariottiyard.it

Ucina 2007: www.ucina.it

Uomo in mare – Il network dei diportisti: www.uomoinmare.it

Windstar Cruises <http://www.windstarcruises.com>

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Cappato A., Musso E. (1997), *Information systems supporting firms location*, Actes du 37th European Congress of Regional Sciences Association, Roma, ERSA
- Camagni R. (1992), *Economia urbana*. Roma, NIS.
- Carvelli A., Morandi S. (1993). *I vantaggi competitivi delle città, un'analisi comparata in ambito europeo*. Milano, Iler.
- Ciciotti E. (1993). *Competitività e territorio*. Roma, NIS.
- Cruise Industry News (1997). *Annual Report 1997 -Tenth Edition*.
- Ferrarini R. (1998). *What a cruise ship needs from a turnaround port*, Seatrade Arabian Gulf and Indian Ocean Cruise Symposium.
- Fustier B. (1994). Approche qualitative d'un problème d'évaluation". *Journal de Mathématiques du Maroc* n°2, pp. 81- 86.
- Fustier B. (1998). *Construction de critères sur une procédure d'agrégation floue*. 47^{èmes} Journées du Group de Travail Européen "Multicriteria Decision Aid", Thessalonique, mars 1998.
- Jones S. (1998). Destination selection - a revealing insight. *International Cruise and Ferry Review*, n°4.
- Isard W. (1956). *Methods of Regional Analysis*. New York.
- Marchese U. (1996). *Lineamenti e problemi di economia dei trasporti*. Genova, ECIG.
- Moses L.N. (1958). Location and the Theory of Production. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Musso E. (1996). *Città portuali: l'economia e il territorio*. Franco Angeli.
- Musso E., Castagnino P. (1997). Avantages compétitifs des villes. Une analyse comparative dans le cadre de l'Europe du Sud. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 1997/1, pp.67-96.
- Musso E., Cappato A. (1997). *La localisation des activités de production: systèmes d'information et de support dans la prise de décision*, Actes du XXXIII^{ème} Colloque de l'A.S.R.D.L.F. Renouveau Régional, Renouveau Urbain, Lille, 1-3 septembre 1997.
- Musso E., Cappato A.(1998). *Evaluation des sites potentiels de localisation*. 47th Meeting of the European Working Group "Multicriteria Aid for Decision ", Thessalonique, mars 1998
- Orsini (1998). La problématique générale de l'évaluation. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* 1998/3, pp. 395-420.
- Pigalle F. (1998). Evaluation stratégique des politiques publiques. Une approche par la logique floue. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* 1998/3, pp. 461-480
- Ponsard C. (1955). *Economie et espace*. Paris, Sedes
- Preto G. (1979). *Economia della localizzazione*. Milano, Angeli.
- Rispoli M., Di Cesare F., Manzelle R. (1997). *La produzione croceristica - I prodotti, le imprese, i mercati*. Torino, G.Giappichelli Editore.
- Roy B., Bouyssou D. (1993). *Aide multicritère à la décision : méthodes et cas*. Paris, Economica.
- Seetrade Cruise Accademy (1999). *The elements of cruise shipping*. Keble College, Oxford, 21-26 mars 1999.
- Sciutto G., Galaverna M., Pozzobon A. (1998). *Transport accessibility and port competitiveness: the case of Savona-Vado, in Maritime Engineering and Port*. WIT Press.
- Weber A. (1928). *Theory of the Location of Industries*. Chicago, University of Chicago Press.

VII. ANNEXES

1. Annexe 1

Tableau 21 Les bateaux de croisière en construction

Livraison prévue	Statut	Compagnie de croisière	Nom du bateau	Dimensions	Passagers	Chantiers
30 Juin 2008	en livraison	Carnival Cruise	Carnival Splendor	GRT : 112 000	3600	Fincantieri - Genova Sestri Ponente, Italie
1 Juillet 2008	en consignation	Holland America	Eurodam	GRT : 86 000	2044	Fincantieri - Marghera, Italie
Octobre 2008	en construction	Celebrity Cruises	Celebrity Solstice	GRT : 118 000	2850 (lits bas)	Meyer Werft - Allemagne
Novembre 2008	en construction	Princess Cruises	Ruby Princess	GRT : 116 000	3100	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2008	en construction	MSC Crociere	MSC Fantasia	GRT : 133 500	3300 (lits bas) 3887 capacité de passagers	Aker France - St. Nazaire, France
Mars 2009	en construction	MSC Crociere	MSC Splendida	GRT : 133 500	3300 (lits bas) 3887 capacité de passagers	Aker France - St. Nazaire, France
Avril 2009	en commande	Costa Crociere	Costa Luminosa	GRT : 92.700	2260 (lits bas)	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2009	en commande	Seabourn Cruises	Seabourn Odyssey	GRT : 32.000	450 (lits bas)	T. Mariotti, Italie
Avril 2009	en commande	Aida Cruises	TBN	GRT : 60 000	2030	Meyer Werft, Allemagne
Avril 2009	en commande	Costa Crociere	Costa Pacifica	GRT : 114 500	3000	Fincantieri - Genova Sestri Ponente, Italie
Juillet 2009	en commande	Celebrity Cruises	Celebrity Equinox	GRT : 118 000	2850 (lits bas)	Meyer Werft - Allemagne
Octobre 2009	lettre d'intention	Silversea	TBN	GRT : 36 000	540 (lits bas)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Octobre 2009	en commande	Carnival Crociere	Carnival Dream	GRT : 130 000	3652	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2009	en commande	Royal Caribbean	TBN	GRT : 220 000	5000 (lits bas) 6400 capacité de passagers	Aker Yards - Finlande
Novembre 2009	en commande	Norwegian Cruise Line	TBN	GRT : 150 000	4200 (lits bas)	Aker France
Novembre 2009	en commande	Sea Cloud	Sea Cloud Hussar	GRT : 5 000	136 (lits bas)	Factoría Naval Marín - Espagne
Mars 2010	en commande	Costa Crociere	TBN	GRT : 92 700	2260 (lits bas)	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2010	en commande	Aida Cruises	TBN	GRT : 60 000	2 030	Meyer Werft, Allemagne
Avril 2010	en commande	Seabourn Cruises	TBN	GRT : 32 000	450 (lits bas)	T. Mariotti, Genova, Italie
Juin 2010	en commande	Celebrity Cruises	Celebrity Eclipse	GRT : 118 000	2850 (lits bas)	Meyer Werft - Allemagne
Juin 2010	en commande	Norwegian Cruise Line	TBN	GRT : 150 000	4200 (lits bas)	Aker France
Juillet 2010	en commande	P&O	TBN	GRT : 116 000	3076 (lits bas)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Juillet 2010	en commande	MSC Crociere	MSC Magnifica	GRT : 89 600	2550 (lits bas) capacité de	Aker France - St. Nazaire, France

Livraison prévue	Statut	Compagnie de croisière	Nom du bateau	Dimensions	Passagers	Chantiers
					passagers 3000	
Octobre 2010	en commande	Holland America Line	TBN	GRT : 86 000	2100 (lits bas)	Fincantieri - Marghera, Italie
Octobre 2010	en commande	Oceania Cruises	TBN	GRT : 65 000	1260 (lits bas)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2010	en commande	Cunard Line	Queen Elizabeth	GRT : 90 000	2000	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2011	en commande	Costa Crociere	TBN	GRT : 114 500	3012	Fincantieri - Marghera (Ve), Italie
Juillet 2011	en commande	Carnival Crociere	Carnival Magic	GRT : 130 000	3652	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Juillet 2011	en commande	Disney Cruises	TBN	GRT : 130 000	2800	Meyer Werft, Allemagne
Juillet 2011	en commande	Oceania Cruises	TBN	GRT : 65 000	1260 (lits bas)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Octobre 2011	en commande	Celebrity Cruises	TBN	GRT : 122 000	2850 (lits bas)	Meyer Werft - Allemagne
Avril 2012	en commande	Costa Crociere	TBN	GRT : 114 500	3012	Fincantieri - Marghera (Ve), Italie
Juillet 2012	en commande	Disney Cruises	TBN	GRT : 130 000	2800	Meyer Werft, Allemagne

TBN : To Be Nominated

GRT : Gross Registered Tonnage

2. Annexe 2 : Les caractéristiques des ports de plaisance en Méditerranée (disponible sur le site web du Plan Bleu)

VIII. LISTE DES SIGLES

OMT – UNWTO: World Tourism Organization

ISPS - ISPS Code: International Ship and Port Facilities Security Code

MSC Crociere: Mediterranean Shipping Company Crociere MSC

EEA: European Environment Agency

ECC: European Cruise Council

CLIA: Cruise Line International Association

ICOMIA: International Council of Marine Industry Association

PNB : Produit National Brut

PNUE : Organisation Météorologique Mondiale

GIEC : Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (en anglais IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change)

SRAS : Syndrome Respiratoire Aigu Sévère

IX. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Évolution du nombre de croisiéristes en millions	141
Tableau 2 Les carnets des ordres des principaux chantiers.....	145
Tableau 3 La liste des ports de croisière en Méditerranée	148
Tableau 4 Les ports les plus fréquentés en nombre de passagers	153
Tableau 5 Les ports tête de ligne	153
Tableau 6 Les performances en nombre de croisiéristes.....	153
Tableau 7 Répartition des emplois directs générés par le secteur des croisières	156
Tableau 8 Répartition des emplois indirects générés par le secteur des croisières	157
Tableau 9 Répartition des emplois par pays	158
Tableau 10 Répartition de l'impact économique général par pays	158
Tableau 11 Nombre de bateaux de plaisance par pays	160
Tableau 12 L'évaluation des villes portuaires - Accessibilité passagers.....	169
Tableau 13 Grille d'évaluation - échelle de vérité concernant les facteurs liés à l'accessibilité	169
Tableau 14 L'évaluation des ports en fonction de critères de durabilité environnementaux retenus	170
Tableau 15 Grille d'évaluation - échelle de vérité pour l'évaluation de la durabilité environnementale	170
Tableau 16 L'évaluation des ports - Accessibilité passagers et poids de chaque point de vue attribué par le décideur.....	171
Tableau 17 $g_j(i) = V(p_j(i) \Delta \pi_i \mid i \in J)$	172
Tableau 18 Les résultats	172
Tableau 19 Regret produit par l'évaluation des villes portuaires sur chaque dimension et regret global pour chaque ville portuaire.....	173
Tableau 20 Le regret relatif et son complément à 1, qui mène aux mêmes valeurs de l'opérateur hybride.....	173
Tableau 21 Les bateaux de croisière en construction	177
Carte 1 Le bassin méditerranéen	140
Carte 2 Répartition des flux touristiques - prévisions 2010 et 2020.....	143
Carte 3 Les principaux ports de croisière en Méditerranée	148
Carte 4 Juillet - Août.....	167
Carte 5 Décembre – Janvier – Février.....	167
Graphique 1 Répartition géographique des croisiéristes en pourcentage	141
Graphique 2 Évolution du tourisme au niveau mondial sur la période 1995-2007.....	142
Graphique 3 Chiffres du tourisme de croisière sur le total du tourisme au niveau mondial	144
Graphique 4 Prévision de croissance du marché des croisières en Europe jusqu'à 2015	144
Graphique 5 Les nationalités des passagers.....	154
Graphique 6 Le contexte mondial du secteur en terme de nombre de passagers.....	155
Graphique 7 Parc nautique dans le monde. Nombre de bateaux de plaisance par 1000 habitants	159
Graphique 8 PNB per capita en euros.....	160
Graphique 9 Distribution des amarrages	161
Graphique 10 Production des bateaux de plaisance par pays	161
Graphique 11 Différentiation voile - moteur pour les méga-yachts.....	162
Graphique 12 Évolution de la production italienne des méga-yachts sur le total au niveau mondial.....	162

TOURISME, EMPLOI ET CREATION DE RICHESSE : BILAN ET PROSPECTIVES

*Valérie Brun, Enseignant-Chercheur - Thierry Sebah, Professeur d'économie
Université Paul Cézanne - Faculté d'économie appliquée*

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	183
I. Introduction.....	184
II. Section 1 Tourisme et emploi dans les pays du bassin méditerranéen	185
1. Remarques liminaires sur l'emploi et la productivité dans le secteur touristique	186
2. Volume l'emploi dans le secteur touristique.....	188
3. Nature de l'emploi dans le secteur touristique	191
III. Section 2 Tourisme et création de valeur dans les pays du bassin méditerranéen.....	200
1. Importance du secteur touristique dans les pays du bassin méditerranéen	200
2. Chiffre d'affaires du secteur touristique et taux de change... ..	202
3. Euro fort et concentration des recettes touristiques.....	204
4. Valeur ajoutée du secteur touristique et productivité apparente du travail	205
IV. Section 3 Tourisme et perspectives dans les pays du bassin méditerranéen.....	206
1. Demande, projections touristiques et emplois	207
2. Emplois et projections démographiques	209
V. Bibliographie	213
VI. Annexes	214
Annexe 1	215
Annexe 2	217
Annexe 3	219
Annexe 4	219
Annexe 5	222
Annexe 6	228
Annexe 7	230
Annexe 8	231
VII. Abbreviations	235
VIII. Table of illustrations	236

RESUME

En novembre 2005, les Parties contractantes à la convention de Barcelone ont adopté la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable et promu le tourisme durable au rang de domaine d'action prioritaire. Dans cette perspective, le Plan Bleu a mandaté une étude sur l'emploi et la création de richesse dans le bassin méditerranéen, deux des trois axes importants du développement durable aux côtés de la préservation de l'environnement. La présente étude dresse un bilan du secteur touristique dans les pays méditerranéens sur la période 1990-2005 et donne des éléments prospectifs à horizon 2015.

Au cours de la première section, la question de l'emploi dans le secteur touristique est analysée. Secteur en forte croissance et, traditionnellement, à faible intensité capitalistique, le tourisme représente un important bassin d'emplois pour l'ensemble des pays riverains de la Méditerranée. Si cette faible intensité en capital signifie une faible productivité, elle implique également de forts besoins en main d'œuvre peu qualifiée. Le secteur du tourisme offre donc un potentiel d'intégration sociale plus important que tout autre secteur. Toutefois, la réalité de cette faible intensité en capital et en qualifications est en train de s'estomper. En effet, depuis 1993, le secteur touristique connaît une profonde mutation. Tout d'abord, tous les pays méditerranéens ont observé une réduction significative de l'emploi des non qualifiés. Ensuite, cette baisse de la part des non-qualifiés s'est accompagnée d'une hausse de l'emploi des qualifiés dont la part dans l'emploi total du secteur a plus que doublé depuis 1993. Cette double tendance traduit un changement dans la structure de l'emploi et la montée en gamme de l'industrie touristique en Méditerranée et la mise en œuvre de stratégies de différenciation, horizontale ou verticale.

Compétitivité hors-prix fondée sur la qualité et le service, montée en gamme et modification de la nature des emplois sont donc des éléments clés permettant de comprendre le tourisme en Méditerranée. L'enjeu est d'importance, car comme cela est rappelé au cours de la seconde section, le tourisme génère, pour les pays méditerranéens, un chiffre d'affaires de près de 200 milliards de dollars. Toutefois, parce que soumis aux aléas des cours des monnaies, le tourisme en Méditerranée fait les frais d'un euro fort. La forte appréciation de l'euro a contribué à rééquilibrer les flux touristiques et la création de valeur dans le bassin méditerranéen au profit des pays n'appartenant pas à la zone euro. Afin de compenser la perte de compétitivité, les entreprises et les territoires peuvent monter en gamme et rechercher des marchés de niche. Cela se traduit par une intensification de la productivité dans le bassin méditerranéen. Toutefois, les pays des rives Nord et Sud ont adopté des stratégies différentes. La productivité du travail s'élève au Nord et se réduit dans de nombreux pays du Sud de la Méditerranée.

Emploi et création de valeur sont donc intimement liés. Au cours de la troisième section, ce sont les perspectives d'emploi et de débouchés qui sont analysés. Si l'on s'attend à une hausse des arrivées touristiques au cours des dix prochaines années, l'impact sur l'emploi total est plus ambigu. En volume, l'emploi devrait rester stable, mais sa structure par qualifications devrait radicalement changer. Cela se traduira par une montée en gamme des produits touristiques offerts dans le bassin méditerranéen et une hausse de la productivité du travail, induisant une hausse de la productivité et donc des rémunérations. Ce sera là le défi à relever pour les pays à démographie vieillissante qui auront à envisager les moyens de répondre à ces attentes exprimées par l'ensemble des acteurs de la profession.

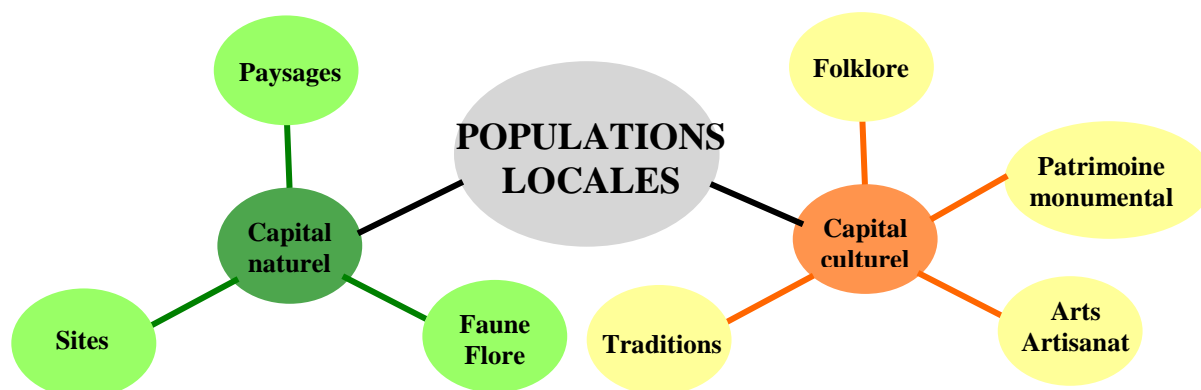
I. INTRODUCTION

Avec 898 millions d'arrivées de touristes internationaux en 2007¹ (soit un taux de croissance annuel moyen de 6,5 % sur la période 1950-2007), le secteur touristique enfonce un nouveau record. Toutes les régions et sous-régions font apparaître une croissance positive, même si les moyennes régionales occultent certaines disparités locales. Les pays riverains de la Méditerranée n'échappent pas à cette tendance, sur une zone où la persistance de flux touristiques littoraux dégrade la bande côtière.

Face à cette dynamique, la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable (SMDD) a retenu la promotion d'un tourisme durable comme l'un des sept axes prioritaires du développement local en Méditerranée. A cet égard, les stratégies pour le secteur sont liées aux trois piliers du développement durable. Elles doivent permettre au tourisme d'être efficace économiquement (premier pilier du développement durable), tout en réduisant les impacts environnementaux (second pilier du développement durable) et en assurant une meilleure implication des populations locales à l'activité (troisième pilier du développement durable).

Les dotations naturelles et culturelles des pays riverains de la Méditerranée sont exceptionnelles mais fragilisées par la densification des flux. L'une des questions centrales est alors de savoir si le secteur touristique pourra permettre, à la fois, de générer de la croissance économique tout en préservant et en valorisant ces patrimoines détenus par les populations locales. Le schéma 1 illustre cet ancrage des populations locales à la valorisation et à la préservation des patrimoines.

Figure 1 Les dotations touristiques permettant le tourisme durable



Le tourisme sera durable si les populations locales peuvent effectivement tirer parti du développement économique induit par le tourisme.

Dans cette perspective, la présente étude constitue un premier bilan économique du tourisme sur les deux dernières décennies et apporte des éléments prospectifs permettant d'évaluer l'avenir du secteur et son importance pour les pays riverains. Conformément aux termes de référence, trois axes seront évalués.

Premièrement, l'évolution de l'emploi et de sa structure par qualification est décrite. Cette première section sera donc l'occasion d'un bilan et du contenu en emplois de la croissance touristique. Évaluer le contenu en emploi d'un secteur d'activité est d'autant plus complexe que le niveau de qualification s'élève. Cette montée en gamme peut, certes, avoir des effets sur la précarité des emplois proposés mais aussi sur la nature des services proposés et donc la création de valeur du secteur.

La problématique de l'emploi ne sera donc pas à dissocier de la question de la création de valeur dans le secteur touristique. La seconde section permettra donc d'évaluer le potentiel de création de valeur et l'importance pour les populations locales du développement touristique.

¹ Contre 846 millions d'arrivées en 2006.

Toutefois, la zone méditerranéenne n'est pas un ensemble homogène. La troisième section fera le point sur les perspectives du tourisme en Méditerranée.

II. SECTION 1 TOURISME ET EMPLOI DANS LES PAYS DU BASSIN MEDITERRANEEN

Comprendre l'importance du secteur touristique pour les pays méditerranéens conduit à s'interroger sur la boucle valeur/emplois et les mesures permettant aux professionnels du secteur de créer de la richesse et, à terme, d'accroître l'emploi dans la branche. Emploi et création de valeur sont donc les deux éléments permettant d'évaluer la soutenabilité économique et sociale des politiques de promotion du tourisme dans les pays méditerranéens.

Les réflexions menées sur l'emploi se heurtent à plusieurs problèmes : la disponibilité des données (pour des pays très hétérogènes en matière de collecte statistique), les dispersions par branches d'activités mais aussi par sexe et par âge, les niveaux de qualifications ou la précarité des emplois.

De plus, les pays méditerranéens ne sont pas tous au même niveau de développement touristique, élément problématique lorsqu'il s'agit de mener une analyse comparative. La zone est marquée par une forte inégalité dans la répartition des flux du tourisme international, ce qui se répercute sur les recettes touristiques et sur la contribution de l'activité à l'emploi et au développement. A cet égard, la typologie des pays par importance des flux touristiques du Plan Bleu² a été reprise. Les chiffres qui ont permis d'établir cette typologie (OMT/WTO 2000) recensent les arrivées depuis 1970³.

Figure 2 La part des différents groupes de pays en fonction des arrivées internationales

Groupe des 75

Groupe moteur

Groupe "convalescent"

Groupe "latent"

Le groupe des 75 constitué de la France, l'Espagne et de l'Italie concentre 75% des touristes internationaux en Méditerranée. Cette proportion s'explique pour des pays dont la tradition touristique est ancienne et qui ont développé sur différentes périodes les infrastructures nécessaires pour les transports et l'hébergement. La part de ce groupe s'érode progressivement du fait, notamment, de la concurrence des destinations.

Les 25% restants sont partagés entre trois groupes.

Le groupe moteur ou à forte croissance : il s'agit du groupe dont la part d'entrées a triplé entre 1970 et 2000 (Malte, Chypre, Grèce, Turquie, Tunisie, Maroc, Egypte) atteignant 18%. Les taux de croissance sont très forts et leur part d'entrées significative. Ils mènent des politiques actives en matière de développement touristique (parfois réalisées à différents moments de la période d'étude).

Le groupe « convalescent » : il s'agit d'un groupe plus hétérogène (Slovénie, Croatie, Bosnie-Herzégovine, Serbie Monténégro, Liban, Israël, Territoires Palestiniens) ayant en commun d'avoir subi (ou de subir encore) des tensions politiques et militaires importantes entre 1970 et 2000 et qui amorce (ou relance) leur activité touristique. Les taux de

² PNUE/PAM/Plan Bleu, 2005, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP, Technical Report Series N°159, cf. p9.

³ Nous privilégions cette approche pour des raisons d'étude comparative. En revanche, l'analyse traditionnelle opère une typologie par zone géographique.

croissance peuvent être élevés pour des pays dont la part des entrées contribue à hauteur de 5% des entrées totales.

Le groupe « latent » : il s'agit des pays qui restent relativement fermés au développement touristique (Albanie, Syrie, Libye, Algérie) et dont les choix à venir seront déterminants pour la zone. Leurs taux de croissance sont faibles ainsi que leur contribution aux entrées.

1. Remarques liminaires sur l'emploi et la productivité dans le secteur touristique

Le *World Travel and Tourism Council* (WTTC) évalue l'emploi direct et indirect généré par le tourisme. A l'emploi direct correspond tout emploi lié directement aux activités réalisées au cours de déplacements et de séjours pour une durée inférieure à l'année et à des fins professionnelles ou d'agrément⁴. Aux emplois directs s'ajoutent des emplois indirects, créés dans les secteurs fournisseurs des entreprises travaillant directement avec les touristes. Si les emplois dans l'hôtellerie sont comptabilisés comme emplois directs, ceux induits par la demande de service de comptabilité, de contrôle de gestion, ou de meubles sont comptabilisés en emplois indirects. Ainsi définies, les statistiques du WTTC conduisent, comme nous le verrons, à un ratio d'un emploi indirect pour un emploi direct.

1.1 Effets d'entraînement du secteur touristique

La demande extérieure est « apportée » sur place : elle est hétérogène mais avec un pouvoir d'achat plus élevé, en moyenne, que celui des pays hôtes. En conséquence, cette demande va offrir des débouchés pour des petits producteurs locaux, ruraux, des micro-entreprises relevant de l'artisanat. Ces producteurs trouvent localement une clientèle à laquelle ils ne pourraient s'adresser étant en dehors des circuits d'exportation⁵.

Le développement touristique a un effet d'entraînement sur les infrastructures (transports, hébergement, télécommunications...) dont les investissements relèvent de partenariats publics-privés, nationaux-internationaux. Ces infrastructures profitent à l'ensemble des acteurs économiques et ne seraient pas réalisés dans les mêmes proportions sans l'activité touristique.

1.2 Les grands traits de l'emploi dans le secteur du tourisme

Si le secteur touristique en Méditerranée présente des spécificités, qui seront développées ultérieurement, il révèle aussi des similarités avec l'ensemble de sa branche⁶.

- 1) L'intensité en emploi : Le tourisme est une activité très intensive en main d'œuvre et ce point permet de comprendre les évolutions et d'analyser l'intensité capitalistique de la zone.
- 2) Localisation de l'emploi : Le tourisme est une source d'emplois alternatifs dans les zones rurales ce qui renouvelle et fixe les activités. Cet aspect est à mettre en perspective avec la « demande littorale » ainsi qu'avec l'évolution des infrastructures permettant d'accéder aux zones rurales. Le rapport du Plan Bleu (2005) présente les déséquilibres géographiques entre zones côtières et zones rurales. De plus, Eurostat indique début 2008 une concentration de l'activité en rapport avec la localisation des aéroports (qui reste le mode de transport privilégié pour accéder à la destination). L'ensemble des infrastructures de transport se développe dans les pays partenaires méditerranéens⁷ : aéroportuaires, portuaires, routiers et ferroviaires ce qui impacte favorablement les flux touristiques internationaux. En revanche, le trafic reste encore très concentré dans les zones où sont implantés les aéroports principaux et le manque d'interconnexions centralise les flux dans les régions desservies par ces aéroports. La concentration des

⁴ Nous reprenons ici la définition de l'OMT pour qui les activités touristiques correspondent aux « activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs pour affaires et autres motifs ».

⁵ Voir SAHLI Mondhler, « Bénéfices et défis du tourisme pour le PMA », *UNCTAD XII*, Genève, Novembre 2007.

⁶ sources: OMT/WTO, CNUCED, BIT/ILO et Eurostat.

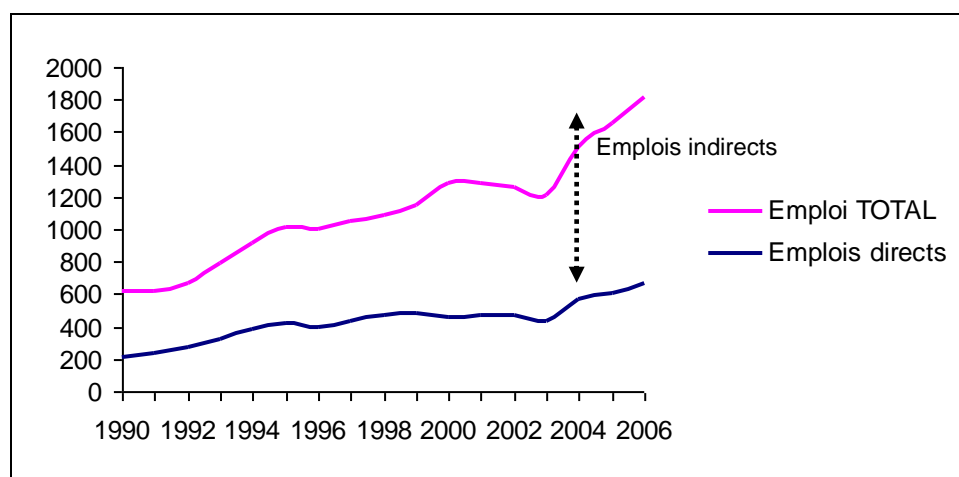
⁷ A savoir Algérie, Egypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Territoires palestiniens, Syrie, Tunisie, Turquie. Eurostat, 2008, *Statistiques en bref*.

activités dans les centres urbains déplace parfois certaines populations dans des conditions précaires. L'idée est alors de trouver un équilibre entre mobilité, source de dynamisme, et maintien des populations rurales garantes des traditions.

- 3) L'emploi, un potentiel pour les jeunes et les femmes : le secteur touristique est une source d'emplois directs, plus particulièrement pour les plus jeunes (15-24 ans) et les femmes.
- 4) Un secteur dominé par des postes à faible qualification : cette tendance sur les qualifications s'inverse et dépend, en grande partie, de la « maturité » touristique de la destination.

Les tendances globales de l'emploi soulignent que sur la période 1990-2006, l'emploi touristique est croissant en volume. Les emplois indirects sont représentés par la différence entre les deux courbes. Ils augmentent donc plus, en proportion, que les emplois directs. En effet, l'écart entre les deux courbes se creuse entre le début et la fin de la période (cf Annexe 1). L'emploi global est ainsi « tiré » par les emplois indirects. Cette tendance concerne l'ensemble des groupes de pays. Deux éléments sont à souligner. D'une part le différentiel existant entre les deux courbes entre le début et la fin de la période ; d'autre part la pente des courbes. Pour le premier point, le différentiel est faible mais permanent pour les pays du groupe des 75. En revanche, il est important pour le groupe moteur et le groupe latent. Les résultats sont plus contrastés pour le groupe convalescent du fait de l'instabilité politique des années 1990. Pour le second point, les pentes sont d'autant plus faibles que les pays constitutifs des différents groupes sont spécialisés dans le secteur touristique.

Figure 3 Structure des emplois (directs et indirects) pour l'ensemble du bassin méditerranéen (1990-2006) en milliers



Source : WTTC

Ces différentes caractéristiques s'analysent aussi au regard de la « maturité » touristique. Les destinations sont moins confrontées aux primo-touristes et l'exigence des clientèles nécessite d'impliquer d'autres acteurs que ceux du secteur.

1.3 Faire attention à l'interprétation de la productivité

Contrepartie de son fort contenu en emplois, la productivité du travail dans le secteur touristique est sensiblement inférieure à celle du reste des économies. Ainsi, par exemple, la productivité du travail dans le secteur de l'hôtellerie à Chypre est quatre fois plus faible que dans le reste de l'économie de l'Union Européenne⁸. Or, plus un secteur utilise de main d'œuvre (i.e. moins le coefficient de capital est fort), plus la productivité est faible. A l'inverse, tout accroissement de l'intensité capitaliste, et donc toute réduction du contenu en emplois de la croissance (d'une zone, ou d'un secteur) doit se traduire par une augmentation de la productivité apparente du travail (PIB/salarié). Une faible productivité du travail dans le secteur touristique ne devra donc pas être comprise comme un signe de mauvaise santé du

⁸ European Commission, 2007, "The European Tourism Industry in the Enlarged Community – Gaps are Potentials and Opportunities", Luxembourg.

secteur, mais comme le reflet du choix d'une technique de production particulière, plus intensive en travail. De même, comparer la productivité du travail dans le secteur touristique en France et en Espagne ou au Liban devra être corrigé du contenu en emploi du secteur. On comprendra aisément que la productivité apparente du travail dans l'hôtellerie tunisienne soit plus faible que dans l'hôtellerie italienne si les dotations en capital diffèrent entre les pays.

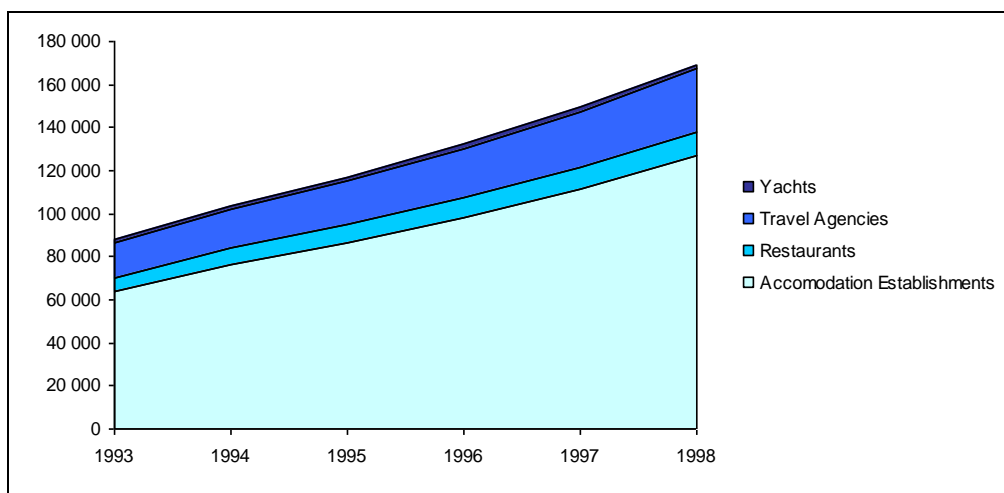
Dans le reste de la section, nous nous attacherons tout d'abord à la mesure de l'emploi et à sa nature dans les pays du bassin méditerranéen. Les analyses seront à la fois globales, mais également « régionales », c'est-à-dire par groupe de pays sélectionnés (groupe des 75, pays à forte croissance et pays convalescents). Il s'agira alors de décrire le potentiel et la structure de l'emploi dans le secteur.

2. Volume l'emploi dans le secteur touristique

A l'instar des activités de services, le tourisme est un secteur traditionnellement à fort contenu en emplois. De fait, tout accroissement de la demande et donc de l'offre touristique doit se traduire par un accroissement plus que proportionnel de l'emploi dans le secteur. Ainsi, contrairement au secteur industriel et manufacturier, l'Hôtellerie / Restauration / Café (ci-après HORECA, connaissent une progression constante de leurs effectifs dans la quasi-totalité des pays méditerranéens. A titre d'exemple, en France, la croissance des effectifs salariés pour le secteur entre 1994 et 2006 s'élève à 3% contre 1,5% pour l'ensemble des secteurs de l'économie⁹.

Les pays européens du groupe à forte croissance (Malte, Chypre, Grèce, Turquie, Tunisie, Maroc et Égypte) connaissent une forte progression de l'emploi dans le secteur HORECA, confirmant ainsi la compétitivité touristique des pays de la zone. Seule la Croatie fait exception à cette tendance, l'emploi dans le secteur HORECA y ayant décliné de 10 à 6,6% sur la période considérée (cf. Annexe 3). En 1998, au Liban, le secteur de l'HORECA occupait encore la majorité des emplois du secteur touristique, secteur qui contribue à hauteur de 7% au PIB du pays. Les deux exemples suivants (Turquie et Liban) illustrent la concentration de l'emploi touristique dans le secteur de l'HORECA.

Figure 4 Turquie : Répartition de l'emploi touristique par secteur d'activité



⁹ Source : Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Emploi et les Qualifications, 2008.

Figure 5 Liban : Contribution des secteurs économiques au PIB

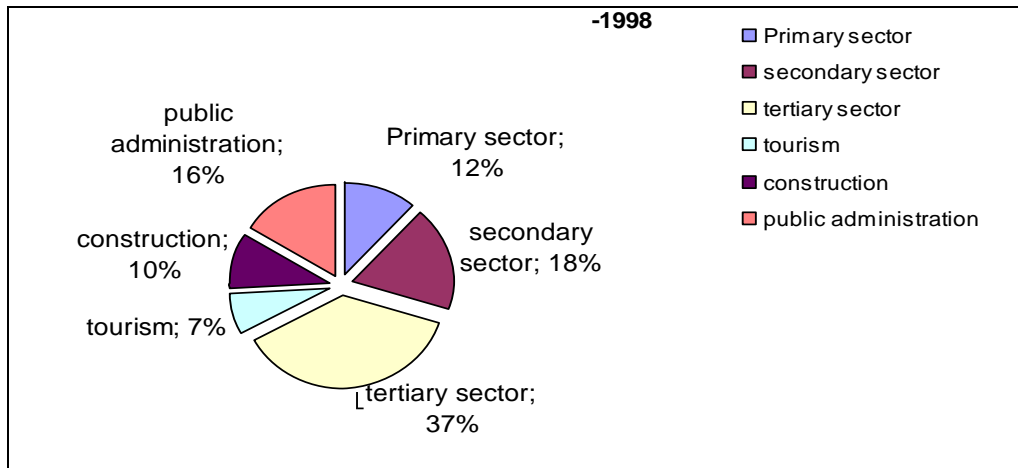
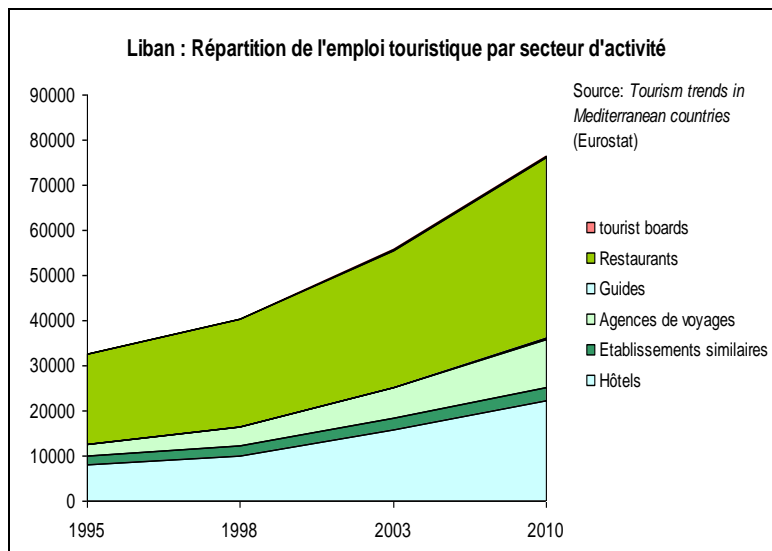


Figure 6 Liban : Répartition de l'emploi touristique par secteur d'activité



Source : Tourism trends in Mediterranean Countries (Eurostat) - 1998

Cette progression de l'emploi dans le secteur HORECA est également observée dans les pays du groupe des 75, reflétant ainsi la tendance à la désindustrialisation des économies développées et l'essor du secteur des services. A lui seul, le secteur HORECA fournit plus d'emplois que l'ensemble du secteur agricole en Europe, occupant 3,8% de la population active européenne. Les conséquences de ce fort contenu en emploi des activités touristiques sont triples.

Premièrement, la productivité apparente du travail et son évolution étant fonction du coefficient de capital (rapport capital/production) et du rythme de l'investissement, il faudra s'attendre à une faible productivité du travail.

Deuxièmement, à technique de production constante (i.e., à intensité capitaliste égale) le développement du secteur touristique devrait avoir un effet amplifié sur l'emploi du secteur.

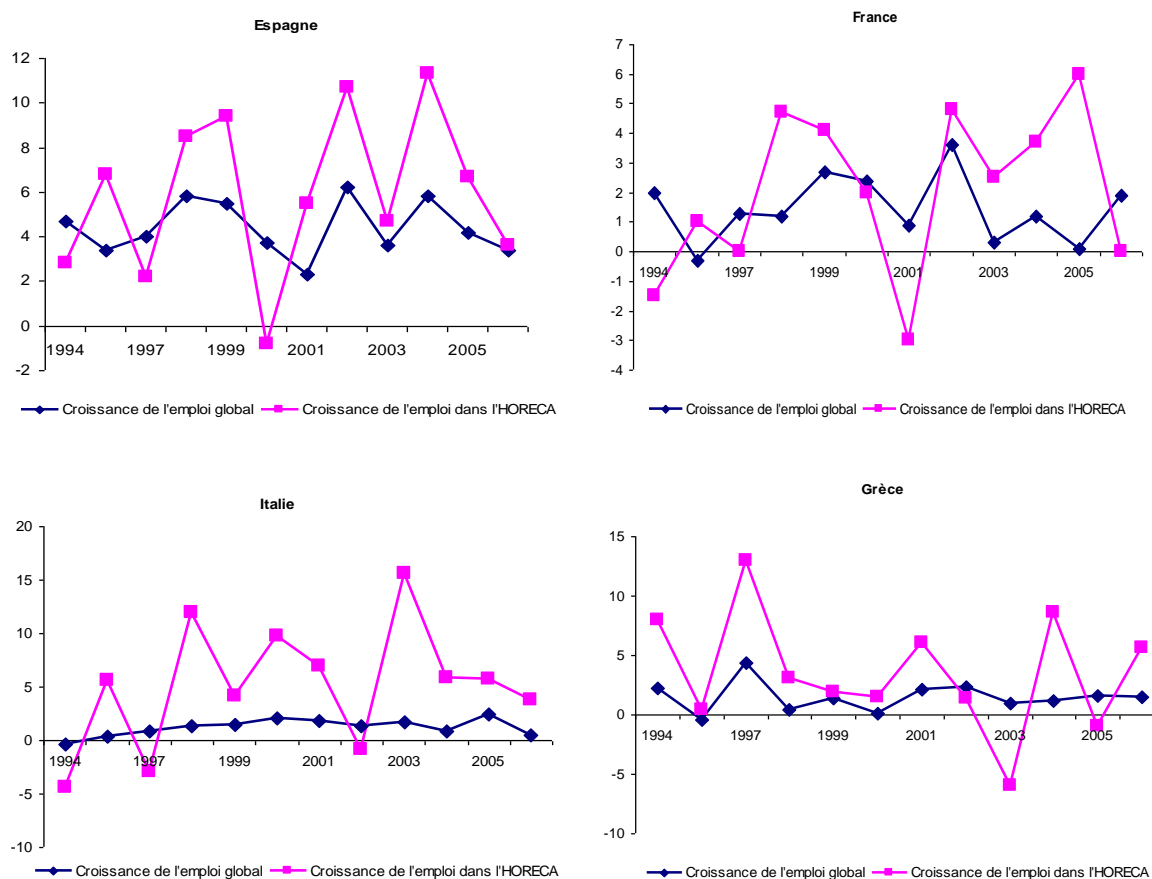
Figure 7 Part des HORECA dans l'emploi total



Source : Eurostat, 2008

La Figure 8 (cf Annexe 5 pour le détail) permet une comparaison des taux de croissance de l'emploi dans le secteur HORECA et dans le reste de l'économie. Le secteur HORECA est, en moyenne, plus dynamique en matière de créations d'emplois que le reste de l'économie. Ainsi, en Grèce par exemple (Tableau 19 et Tableau 20 de l'Annexe 5), le dynamisme des entreprises du secteur HORECA a conduit à créer, en moyenne, près de quatre fois plus d'emplois que dans le reste de l'économie.

Figure 8 Taux de croissance de l'emploi global (toutes branche NACE) et dans le secteur de l'HORECA (%) Source : Eurostat 2008



Il y a une sur-réaction de la part de l'HORECA au marché de l'emploi : les périodes de croissance y sont plus marquées et celles de régression également. Cela s'explique, plus globalement, par le fait que le secteur du tourisme amplifie les mouvements de l'économie globale.

Toutefois, le dynamisme du secteur profite à l'emploi si et seulement si les entreprises maintiennent leur utilisation de main d'œuvre et ne procèdent pas à des restructurations de l'outil productif au profit de technologies plus intensives en capital. C'est dans cette direction que devraient être recherchées les explications de cette apparente déconnexion entre l'évolution de l'emploi dans le secteur HORECA et le reste de l'économie des pays comme Chypre ou la France, où la corrélation croissance de l'emploi toutes branches NACE/croissance de l'emploi secteur HORECA est faible.

Tableau 1 Corrélation croiss. emploi toutes branches NACE confondues / croiss. emploi HORECA

GROUPE DES 75	
Espagne	0,65
France	0,10
Italie	0,58
PAYS A FORTE CROISSANCE	
Grèce	0,61
Chypre	0,08
Malte	0,53
Croatie	0,57

Troisièmement, les salaires étant fonction de la productivité apparente du travail, les rémunérations devraient également être plus faibles dans le secteur HORECA que dans le reste de l'économie.

3. Nature de l'emploi dans le secteur touristique

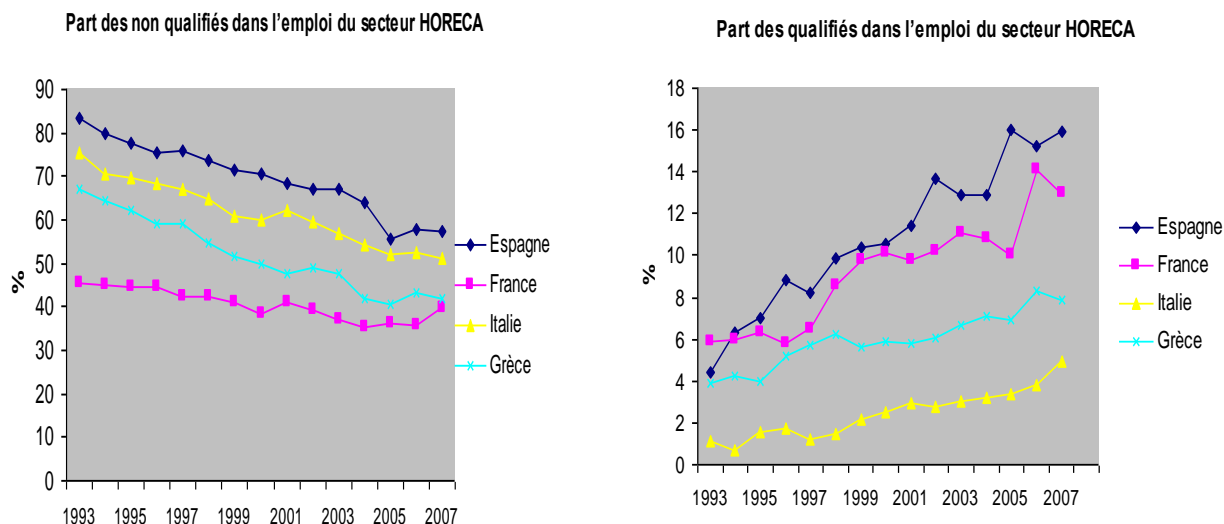
L'étude de la nature de l'emploi nécessite de rendre compte de plusieurs critères qui ont tous un impact important quant aux évolutions de l'emploi pour les populations locales : les niveaux de qualifications, la part de jeunes et des seniors sur le marché de l'emploi, la dispersion temps plein/temps partiel, la précarité et la part des femmes sur le marché.

3.1 Progression du niveau des qualifications le secteur HORECA

Le secteur HORECA a connu, sur la période 1993-2007, une profonde mutation.

Premièrement, tous les pays ont observé une réduction significative de l'emploi des non qualifiés¹⁰ (voir Tableau 22 et Tableau 23 de l'Annexe 5 pour le détail et schémas suivants). Dans le groupe des 75, comme dans le groupe des pays à forte croissance touristique, l'emploi des non-qualifiés s'est très fortement réduit pour représenter un peu moins de la moitié des emplois du secteur HORECA.

¹⁰ Par « non qualifié », on entendra toute personne ayant, au maximum, atteint un niveau ISCED 2.

Figure 9 Part des non qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA


Source : Eurostat, 2008

Deuxièmement, cette baisse de la part des non-qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA s'est accompagnée d'une hausse de l'emploi des qualifiés¹¹, dont la part dans l'emploi total du secteur a plus que doublé sur la période 1993-2007.

Cette double tendance, baisse de l'emploi des non-qualifiés et hausse de l'emploi des qualifiés, masque une double réalité. Tout d'abord, l'allongement de la durée des études et la progression des qualifications dans l'ensemble des pays, développés comme émergents, conduit naturellement à un changement dans la structure de l'emploi. Parallèlement, la montée en gamme des HORECA et la mise en œuvre de stratégies de différenciation, horizontale ou verticale, peuvent également expliquer cette mutation de l'emploi au profit des qualifiés.

Ce changement dans la structure des emplois, résultat de la volonté des entreprises et conséquence involontaire de l'allongement de la durée des études, permet aux entreprises du secteur d'augmenter l'intensité capitaliste de leur activité et aux salariés d'améliorer leur employabilité.

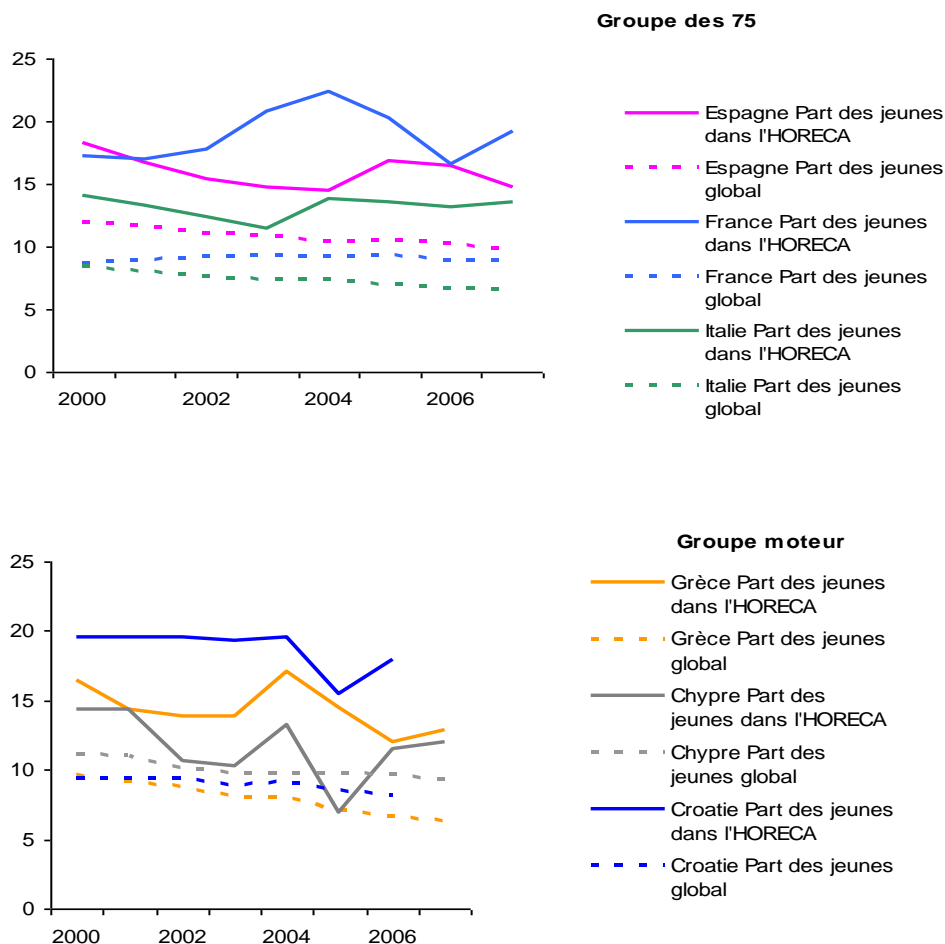
3.2 Un secteur porteur d'emplois pour les jeunes actifs

L'emploi est, dans le secteur HORECA, plus favorable aux jeunes actifs que le reste de l'économie. Alors que, dans le groupe des 75 (voir Tableau 24 de l'Annexe 5), les 15-24 ans ne représentent qu'un peu moins de 10% de l'emploi total toutes branches confondues, ils constituent de 15 à 20% de l'ensemble des besoins en main d'œuvre du secteur HORECA (voir Tableau 25, Annexe 5). A l'exception de Malte, où les jeunes représentent plus de 30% de la main d'œuvre embauchée dans le secteur HORECA, la situation des pays du groupe moteur diffère peu. Les données disponibles pour la Turquie confirment les résultats.

La baisse tendancielle constatée dans l'emploi global des jeunes traduit également l'allongement de la période de formation et le recul de l'âge au premier emploi. A contrario, la tendance dans le secteur de l'HORECA diverge, le recrutement des jeunes restant privilégié.

¹¹ Par « qualifié », on entendra toute personne ayant, au moins, atteint un niveau ISCED 5.

Figure 10 Part des jeunes [15-24 ans] dans l'emploi du secteur de l'HORECA comparée à l'ensemble des branches NACE (en %)



Source Eurostat, 2008

Mais, si l'employabilité des jeunes est plus élevée dans le secteur HORECA que dans le reste des économies méditerranéennes, celle des seniors est moins importante (voir Tableau 26 et Tableau 27, Annexe 5). Ces deux éléments expliquent que l'âge moyen de la population active est plus faible dans le secteur HORECA que dans le reste des secteurs des pays méditerranéens (près de 40 ans en moyenne dans l'Union Européenne toutes branches confondues contre 37 ans dans le secteur HORECA).

Parallèlement, entre 1993 et 2007, l'âge moyen a baissé d'un an dans le secteur HORECA des pays du groupe des 75 (voir Tableau 2). Cette tendance, observée pour les pays les plus riches du bassin méditerranéen, n'est pas vérifiée dans les économies du groupe des pays à forte croissance, où l'âge moyen a eu tendance à progresser, reflétant la moindre proportion des 15-24 ans employés dans le secteur HORECA et la montée en gamme de ce type de pays (passant de 10 à 6% en Grèce, de 21 à 18% à Malte par exemple).

Tableau 2 Age moyen de la population active du secteur HORECA (en années)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,8	36,7	36,6	36,8	36,9
GROUPE DES 75															
Espagne	39,2	37,3	37,4	37,6	37,4	37,5	37,7	37,3	37,6	38,0	38,5	38,3	37,6	37,7	38,1
France	39,2	37,1	37,4	37,3	37,3	37,2	36,8	37,1	37,1	37,2	36,8	36,6	36,7	37,7	37,5
Italie	39,2	38,3	38,0	39,0	38,8	38,6	38,6	38,5	38,7	38,9	38,9	38,5	38,3	38,6	38,2
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	39,3	38,7	38,8	38,9	38,8	37,9	37,8	37,8	38,3	38,6	38,3	37,7	38,3	38,9	38,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,5	38,5	38,5	39,2	39,2	39,3	40,6	40,0	40,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,5	36,6	36,0	37,5	37,6	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,0	36

Source : calculs effectués à partir données Eurostat 2008

3.3 Des emplois moins précaires dans le secteur HORECA

La surreprésentation des jeunes dans le secteur HORECA pourrait masquer une plus grande précarité des emplois offerts. Stricto sensu, la précarité des relations de travail est mesurée en proportion de contrats à durée temporaire dans l'emploi total¹². Dans le groupe des pays à forte croissance comme dans celui des 75, l'emploi temporaire demeure marginal. Avec 3,9%, l'Espagne est le pays où l'emploi temporaire est le plus élevé, tandis qu'avec 0,7/0,8%, la France et la Turquie sont les pays où la précarité de l'emploi est la moins forte.

Tableau 3 Part de l'emploi temporaire dans le total du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	1,0	1,1	1,2	1,2
GROUPE DES 75															
Espagne	3,4	3,9	4,4	3,8	3,6	3,6	3,5	3,5	3,2	3,2	3,4	3,5	4,1	4,8	3,9
France	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8
Italie	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	1,2	1,3	1,4	1,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	1,5	1,3	1,5	1,8	1,9	2,4	2,8	2,5	2,7	2,4	2,5	2,1	2,5	1,9	2,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,1	2,5	1,9	1,4	1,8	2,2	1,7	1,2	1,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,6	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,3	1,6	1,7	1,7	1,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	0,7

Source : Eurostat, 2008

Si les situations sont comparables entre les pays, les analyses intra-pays révèlent que le secteur HORECA génère bien moins de précarité dans les pays du groupe des 75 que dans les pays à forte croissance. Ainsi par exemple, moins de 4% des emplois du secteur HORECA espagnol sont précaires alors que le tiers de la population active espagnole est soumise à ce type d'emplois. Notons également que si une personne sur 7 a un emploi précaire en France, ce rapport tombe à un emploi précaire pour 140 contrats de travail dans le secteur HORECA.

¹² Taux de précarité = pourcentage des contrats à durée déterminée et contrats d'intérim dans l'emploi total.

Tableau 4 Part de l'emploi temporaire dans l'emploi total (toutes branches, en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	13,1	13,7	14,4	14,9	15,1
	GROUPE DES 75														
Espagne	32,1	33,6	34,9	33,8	33,6	32,9	32,8	32,1	31,6	31,2	31,8	32,1	33,3	34,4	31,8
France	10,7	10,8	12,1	12,4	12,9	13,8	13,9	15,3	14,8	14,0	13,6	13,5	14,3	14,2	14,2
Italie	6,1	7,1	7,2	7,4	7,9	8,5	9,8	10,1	9,5	9,9	9,5	11,9	12,4	13,0	13,4
	GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce	10,4	10,3	10,2	11,0	10,9	13,4	13,5	13,8	13,5	11,8	11,3	12,4	12,1	10,9	11,1
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	10,8	10,6	9,1	12,4	13,2	13,9	13,9	12,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,0	3,8	3,9	3,9	3,2	3,9	3,8	6,0
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	3,5	3,9	3,9	3,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,3	nd

Source : Eurostat, 2008

Mais, la précarité n'est pas uniquement affaire de durée des contrats de travail. Elle est aussi affaire d'heures effectivement travaillées. Certes, du temps partiel n'est pas forcément du temps contraint, mais lorsque les conditions de l'emploi deviennent de plus en plus strictes, les entreprises ont tendance à moduler la durée proposée afin d'alléger le coût du travail.

De ce point de vue, les tendances diffèrent radicalement entre les pays du groupe des 75 et ceux du groupe à forte croissance. Les différences s'observent à la fois sur les niveaux et sur les évolutions de l'emploi à temps partiel. En niveau, l'emploi à temps partiel est 1,8 fois plus élevé dans les pays du groupe des 75 que dans ceux à forte croissance, où le temps partiel représente en moyenne 8% des emplois contre 11% dans les économies du groupe des 75.

Tableau 5 Part du temps partiel dans emploi total (toutes branches NACE, en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	17,0	17,8	18,3	18,7	18,9
	GROUPE DES 75													
Espagne	6,5	6,8	7,9	8,1	8,0	8,2	8,0	8,1	8,0	8,3	8,9	12,8	12,2	12,0
France	13,9	14,9	16,0	16,8	17,3	17,3	16,9	16,4	16,2	16,7	16,7	17,2	17,3	17,3
Italie	5,5	6,3	6,6	7,1	7,4	7,9	8,8	9,1	8,6	8,6	12,7	12,8	13,4	13,5
	GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE													
Grèce	4,3	4,8	5,3	4,6	6,0	6,1	4,6	4,1	4,4	4,1	4,6	4,8	5,9	5,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	6,5	8,5	8,4	7,3	8,9	8,6	8,9	7,9	6,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,3	7,5	8,7	9,4	8,2	9,5	9,9	10,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,0	8,4	8,7	10,1	9,1	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,7

Source : Eurostat, 2008

En taux de variation, l'emploi à temps partiel a progressé de 10% par an entre 2000 et 2007 dans le groupe des 75 contre 2,5% dans les économies à forte croissance.

Tableau 6 Part du temps partiel dans emploi HORECA (en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,0	27,3	28,0	28,7	29,3
GROUPE DES 75														
Espagne	8,9	9,2	10,8	13,4	13,0	13,8	13,2	13,0	12,5	12,8	14,1	19,6	18,6	18,5
France	18,6	19,8	21,2	23,1	22,7	23,9	24,3	22,9	22,8	22,3	23,0	23,3	23,1	24,5
Italie	8,3	10,0	11,9	11,6	11,8	11,7	14,1	15,0	16,0	15,2	23,5	24,6	26,4	27,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce	4,9	3,8	5,2	4,8	5,8	6,7	5,9	5,8	6,1	4,4	6,1	7,2	8,0	8,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	7,1	7,1	7,1	7,1	6,9	10,0	10,3	7,7	8,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,4	23,1	16,7	16,7	27,3	27,3	23,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	8,4	4,6	4,8	9,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,7	2,0

Source : Eurostat, 2008

3.4 Plus grande insertion des femmes assortie d'une plus grande précarité de leur statut

Les inégalités de genre sont moins importantes dans le secteur HORECA que dans le reste des secteurs. En 2007, les femmes représentaient un peu plus de 51% des effectifs totaux employés dans le secteur HORECA (contre 42% sur l'ensemble des secteurs NACE), reflétant une tendance à la hausse de l'activité féminine dans l'ensemble des pays du groupe des 75.

A l'exception de Chypre, où les femmes représentent 53% de l'emploi dans le secteur HORECA, les inégalités de genre sont plus marquées dans les économies du groupe à forte croissance. Toutefois, les inégalités y sont moins marquées que dans le reste des économies de ces pays, où, en moyenne, un emploi sur trois est occupé par une femme.

Tableau 7 Effectifs féminins dans emploi total toutes branches NACE confondues (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,9	44,0	44,3	44,4	44,5
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,3	39,1	40,1	40,6	41,0
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	46,0	46,1	46,4	46,4	46,8
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,0	39,1	39,1	39,3	39,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	37,8	38,1	38,2	38,8	38,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,3	43,8	43,4	43,5	44,7
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,2	29,5	31,1	31,6	32,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,2	44,5	45,5	44,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,9	27,1

Source : Eurostat, 2008

Tableau 8 Effectifs féminins dans emploi HORECA (en % du total emploi HORECA)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,1	54,0	54,2	55,4	55,8
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	51,0	50,1	53,4	54,3	55,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	48,5	46,6	47,2	48,7	50,6
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	47,7	50,1	49,6	49,0	49,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	45,6	46,4	45,1	43,9	45,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	55,2	56,7	55,2	53,8	56,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33,3	33,3	36,4	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,2	55,2	53,6	52,4	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,9	14,1

Source : Eurostat, 2008

La situation des femmes est donc plus précaire dans les pays du groupe à forte croissance que dans ceux du groupe des 75. A cette première inégalité de genre s'ajoutent des différences patentes dans les temps de travail proposés suivant le genre. Si, depuis 2003, l'effectif féminin employé à temps partiel a légèrement reculé dans l'ensemble des pays du groupe des 75, le niveau demeure très élevé. En 2007, les 3/4 des emplois à temps partiel étaient occupés par des femmes.

Dans le groupe des pays à forte croissance, les résultats sont contrastés. Dans un premier groupe de pays (Grèce et Chypre), la part des femmes dans les emplois à temps partiel a fortement reculé (de 100% à 50% entre 2003 et 2007 à Chypre). Dans un second groupe de pays (Croatie et Turquie), la situation est inverse, la part des femmes dans les emplois à temps partiel y ayant très fortement progressé.

Tableau 9 Part des femmes à TP dans TP secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	72,4	71,2	71,5	71,8	72,0
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,9	72,8	73,3	71,7	74,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	73,5	68,1	69,7	73,9	69,2
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,6	75,0	77,9	77,9	75,6
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,5	64,7	59,1	54,2	53,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	100,0	66,7	66,7	50,0	50,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	66,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	42,9	nd	75,0	75,0	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,1	45,5

Source : Eurostat, 2008

Cette surreprésentation féminine dans les emplois à temps partiel offerts, n'est, toutefois, pas une spécificité du secteur HORECA. Pour des raisons probablement culturellement et certainement économiques, l'emploi à temps partiel est essentiellement un emploi féminin. Dans les pays du groupe des 75 (resp. à forte croissance), 80% (resp. 70%) des postes à temps partiel sont occupés par des femmes.

Tableau 10 Part des femmes à TP dans TP total (toutes branches NACE)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	78,2	77,9	77,8	77,2	77,1
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	80,2	80,8	78,1	78,2	78,9
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	82,3	82,8	81,7	81,3	82,4
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,3	76,6	78,5	78,5	77,8
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	68,4	71,1	72,5	69,0	70,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	65,5	65,5	67,7	67,9	69,2
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	64,3	66,7	64,3	73,3	76,5
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	58,1	56,9	60,1	55,3	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,8	60,1

Source : Eurostat, 2008

Tendances constatées pour la situation des femmes pour les pays d'Afrique du Nord et du Moyen Orient

En Afrique du Nord, encore près d'1/3 des femmes (32,6%) travaillent dans le secteur agricole. En fait, l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient sont les deux régions où la part des femmes dans l'agriculture augmente sur les 10 dernières années. Ces deux régions contredisent la tendance mondiale du passage des économies du secteur primaire au secteur tertiaire, passage qui profite généralement aux femmes dans la mesure où les hommes restent plus majoritairement dans le secteur agricole. Dans le même temps ; la part des femmes travaillant dans le secteur industriel diminue (de 19,1% à 15,2%). Le secteur des services fournit plus de la moitié des emplois des femmes en Afrique du Nord (52,2%).

Pour résumer, le secteur HORECA présente les caractéristiques suivantes :

- Le secteur de l'HORECA concentre l'emploi touristique direct et continue d'être porteur d'emplois ;
- Ce secteur recrute une part plus importante de salariés qualifiés ;
- Il offre des perspectives d'emplois pour les jeunes ;
- Les emplois y sont moins précaires ;
- En revanche, l'insertion des femmes masque une plus grande précarité de leur statut.

3.5 Une montée en gamme de l'hôtellerie

Les évolutions précédemment décrites masquent, comme nous l'avons vu, des disparités locales. Ces disparités s'expliquent par l'évolution des structures d'accueil des touristes (cf. Annexe 6). En effet, l'hébergement touristique évolue pour monter en gamme, notamment dans les pays du groupe « moteur ». De même, la Tunisie, par exemple, connaît pour les établissements notés 5 étoiles un taux de croissance annuel de plus de 10% du nombre de lits entre 1996 et 1999. Sur la même période, le nombre de lits dans les villages vacances diminue de 5% par an. Bien sûr, pour répondre à ces transformations, la main d'œuvre locale a évolué. On ne recrute pas le même personnel dans un hôtel non classé et dans un hôtel 5 étoiles. Ayant lancé leurs destinations, les pays du groupe moteur mais aussi, plus récemment, du groupe convalescent, semblent désormais désireux de fidéliser une clientèle de touristes de deuxième génération par un programme plus qualitatif. En France, le Plan Qualité Tourisme lancé par le gouvernement Villepin s'inscrit dans cette démarche.

Figure 11 Tunisie

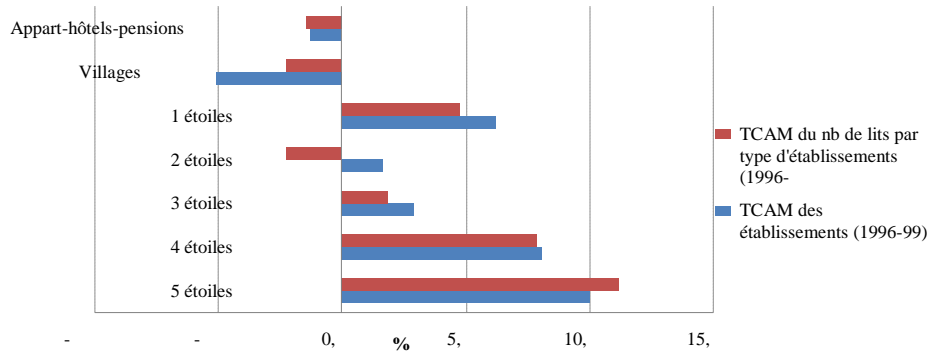


Figure 12 Egypte

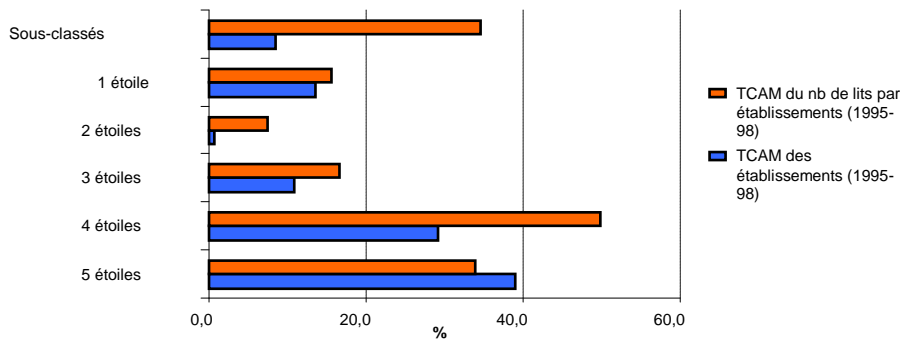


Figure 13 Liban

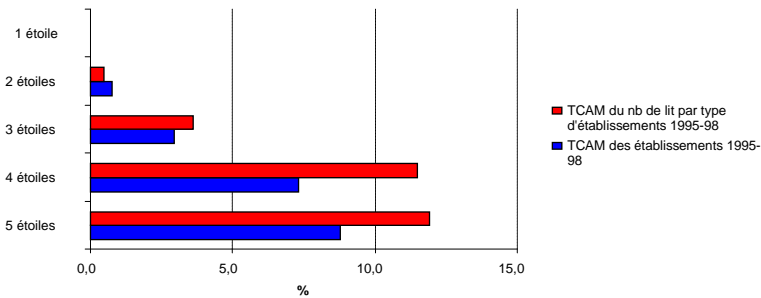
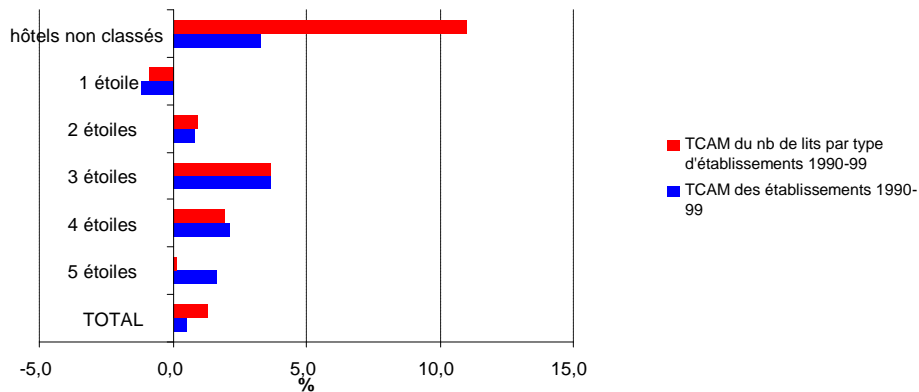


Figure 14 Syrie



A titre d'exemple, le Liban reste très actif dans ses choix de transformation des hébergements avec un effort qui se concentre particulièrement sur les 4 et 5 étoiles. L'ensemble de ces réorientations résulte également des analyses menées sur les différents

« types » de tourisme (loisirs, affaires, religieux...). Les destinations qui connaissent un tourisme d'affaires important ont choisi d'offrir des structures d'accueil adaptées pour conforter cette forme de tourisme dans l'économie.

Seuls les pays du groupe latent sont encore dans une politique timide d'accroissement des capacités d'accueil. Leur choix reste plus quantitatif que qualitatif sur les évolutions des structures d'accueil comme le montrent les chiffres pour la Syrie. Entre 1990 et 1999, le taux de croissance annuel des hôtels non classés est de 11%. L'Algérie connaît la même tendance entre 1990 et 1998 (cf. Annexe 6)

Cette montée en gamme de l'hébergement sur l'ensemble du bassin méditerranéen, hors pays du groupe latent, corrobore les résultats sur la structure des qualifications. Les emplois y sont plus qualifiés et moins précaires ce qui permet de s'adapter aux besoins d'emplois dans les hébergements afin de répondre à une demande diversifiée, plus hétérogène et plus informée.

Conclusion

Contrairement au secteur manufacturier, le secteur HORECA connaît une forte croissance des effectifs employés, alimentée par une demande touristique dynamique. Cette forte croissance de l'emploi permet une plus grande intégration des populations traditionnellement les plus exposées aux risques économiques que sont les jeunes et les moins qualifiés. Pour répondre à la demande, le secteur des HORECA est monté en gamme et a dû modifier la nature de ses emplois et donc de ses recrutements, la part des non qualifiés ayant diminué de moitié en l'espace de 15 ans. La nature des emplois et la montée en gamme des qualifications expliquent alors la moins grande précarité des emplois proposés dans le secteur. Mais, si les emplois sont moins précaires dans le secteur HORECA que dans le reste des économies des pays du bassin méditerranéen, il n'en demeure pas moins des inégalités patentées entre hommes et femmes, ces dernières représentant l'écrasante majorité de ceux employés à temps partiels.

III. SECTION 2 TOURISME ET CREATION DE VALEUR DANS LES PAYS DU BASSIN MEDITERRANEEN

Croissant au rythme annuel moyen de 6,2%, les recettes touristiques¹³ des pays du bassin méditerranéen ont été quasiment triplées sur l'ensemble de la période 1990-2005. En 2005, le secteur touristique générait près de 200 milliards de dollars de chiffre d'affaires au sein des pays du bassin méditerranéen. Afin de déterminer l'importance du secteur touristique pour les pays du bassin méditerranéen, deux questions ont été posées et deux indicateurs ont été définis.

1. Importance du secteur touristique dans les pays du bassin méditerranéen

Première question : le tourisme génère-t-il autant de recettes pour les habitants de chacun des pays qu'en moyenne au sein de la zone méditerranéenne ? Pour répondre à cette question, l'indicateur suivant a été calculé :

$$I_i = \frac{\text{Recettes}_i / \text{hab}_i}{\text{Recettes}_{\text{bassin}} / \text{hab}_{\text{bassin}}}$$

Il rend compte des recettes touristiques par habitant dans un pays choisi (i) au regard de la zone de référence (« bassin »). Trois types de pays se dégagent alors (voir Tableau 11). Dans le premier groupe (France, Italie, Israël et Slovaquie), $1 \leq I_1 \leq 2$, le secteur touristique n'est pas significativement plus important pour le pays considéré. Avec un PIB par habitant aux alentours de 30.000\$ par an, ces pays sont les plus riches du bassin

¹³ Les recettes touristiques ci-après évaluées sont les sommes effectivement engagées sur les lieux touristiques à l'exception des dépenses de transport.

méditerranéen. Dans ce groupe, la recette touristique par habitant s'établit entre 400 et 600\$ par an.

Dans le second groupe de pays (Espagne, Malte, Chypre, Grèce, Croatie et Liban), $I_1 > 3$, le secteur touristique est un enjeu pour les populations locales. Pratiquement tous les pays de ce groupe sont des économies émergentes ou ayant émergé récemment. Dans ces pays, le PIB/habitant est en moyenne à 19 000\$ et la recette touristique par habitant est significativement supérieure à 1000\$/an.

Enfin, dans le troisième groupe de pays, $0 \leq I_1 \leq 1$, le secteur touristique est soit en phase de développement (représentant un potentiel de richesse pour les populations locales) soit d'une faible importance pour l'économie du pays. Ainsi par exemple, le tourisme ne génère-t-il que 5\$ de recette par habitant en Algérie contre 200\$ en Tunisie. Si les pays de ce groupe offrent des structures institutionnelles et économiques homogènes, cela laisse donc présager un potentiel de développement touristique important pour les pays les moins avancés du groupe.

Seconde question : le pays dispose-t-il d'un avantage comparatif dans son offre touristique, conduisant à une surreprésentation du secteur dans l'économie locale ? L'indicateur suivant a été calculé :

$$I'_i = \frac{\text{Recettes}_i / \text{PIB}_i}{\text{Recettes}_{\text{bassin}} / \text{PIB}_{\text{bassin}}}$$

Les pays où la recette touristique/habitant est la plus élevée ne sont pas nécessairement ceux où le secteur touristique est surreprésenté. Si Malte, Chypre et le Liban sont effectivement des pays où le tourisme est un secteur important ($I' > 3$), la réalité diffère en Grèce et en Espagne. Dans ces deux derniers pays, $1 < I' < 2$ et $I > 3$. Dans ces pays, le secteur touristique s'avère un élément important du développement local, mais les économies ont su tirer profit de la ressource touristique pour se diversifier.

Tableau 11 Importance du tourisme pour les populations locales

	recettes mds \$, 2004	recettes en mds \$, 2005	tourisme pays i/ tourisme PBM 2005	recette/hab	PIB/hab	recette hab i/ recette/hab zone
GROUPE DES 75						
France	40,861	42,276	0,8	660	33800	1,6
Spain	45,248	47,891	1,4	1182	33700	2,9
Italy	35,656	35,398	0,8	609	31000	1,5
GROUPE MOTEUR						
Malta	0,79	0,775	3,3	1938	23200	4,7
Cyprus	2,253	2,329	4,3	2911	27100	7,0
Greece	12,872	13,731	1,7	1283	30500	3,1
Turkey	15,888	18,152	1,1	252	9400	0,6
Morocco	3,924	4,617	1,4	135	3800	0,3
Tunisia	1,97	2,063	1,1	198	7500	0,5
Egypt	6,125	6,851	0,6	84	5400	0,2
GROUPE CONVALESCENT						
Slovenia	1,63	1,801	1,3	901	27300	2,2
Croatia	6,848	7,463	4,3	1658	15500	4,0
Bosnia & Herzg	0,519	0,567	0,8	123	6600	0,3
Serbia & Montenegro	0,201	0,201	0,1	18	7500	0,0
Lebanon	5,411	5,411	5,3	1353	10400	3,3
Israel	2,38	2,853	0,6	402	28800	1,0
Palestine	0,021	0,026	0,2	10	1100	0,0
GROUPE LATENT						
Albania	0,735	0,861	1,7	239	5500	0,6
Libyan Arab Jamahiriya	0,218	0,218	0,1	35	13100	0,1
Syrian Arab Republic	2,057	2,13	1,0	108	4300	0,3
Algeria	0,178	0,178	0,0	5	8100	0,0
TOTAL	185,785	195,792	1	415		1

Source : UNWTO, 2008

Le secteur touristique participe donc au développement économique local et, à terme, à sa diversification. Le développement économique et touristique dépend certes de conditions

institutionnelles et géographiques, mais également de conditions économiques et financières. L'appréciation continue de l'euro depuis 2002 rend les destinations de la zone euro plus chères et donc moins attractives pour les touristes européens et internationaux.

2. Chiffre d'affaires du secteur touristique et taux de change...

L'évolution de l'euro pose également le problème de l'évaluation des recettes touristiques. Doivent-elles être mesurées en dollars ou en euros ? Exprimées en euros, les recettes tirées du tourisme ont accusé un ralentissement jusqu'en 2004 pour augmenter de nouveau et atteindre 152 milliards en 2005 (soit une progression de plus de 5%). Mais, une forte hausse des recettes en euros ne signifie pas nécessairement une plus grande compétitivité de la zone. En effet, toute appréciation de l'euro se traduit par une augmentation des recettes converties en cette monnaie.

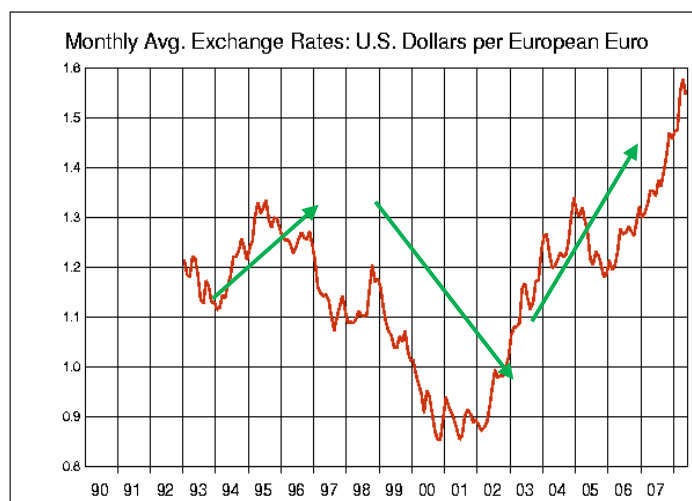
Tableau 12 Recettes touristiques (hors dépenses de transport) dans les pays du bassin méditerranéen (en millions d'euros et en pourcentage)

	1990		1995		2000		2003		2004		2005	
	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %
total	53 266	100	76 159	100	135 912	100	143 554	100	144 090	100	152 524	100
GROUPE DES 75	43 289	81	62 362	82	95 514	70	95 017	66	97 874	68	100 929	72
France	15 850	30	21 091	28	33 301	25	32 349	23	32 833	23	33 981	24
Spain	14 515	27	19 306	25	32 446	24	35 047	24	36 376	25	38 495	28
Italy	12 924	24	21 965	29	29 767	22	27 621	19	28 665	20	28 453	20
GROUPE MOTEUR	8 539	16	8 580	11	29 745	22	31 869	22	35 229	24	38 997	19
Malta	389	1	505	1	660	0	618	0	635	0	623	0
Cyprus	988	2	1 375	2	2 102	2	1 782	1	1 811	1	1 872	1
Greece	2 032	4	3 161	4	9 981	7	9 495	7	10 348	7	11 037	8
Turkey	2 533	5	379	0	8 268	6	11 672	8	12 773	9	14 590	1
Morocco	989	2	991	1	2 208	2	2 851	2	3 154	2	3 711	3
Tunisia	744	1	117	0	1 822	1	1 399	1	1 584	1	1 658	1
Egypt	864	2	2 052	3	4 704	3	4 052	3	4 924	3	5 506	4
GROUPE CONVAL.	1 097	2	4 178	5	8 876	7	14 742	10	8 424	6	10 194	7
Slovenia		0	827	1	1 045	1	1 184	1	131	0	1 447	1
Croatia	..	nd	1 031	1	3 012	2	5 573	4	5 506	4	5 999	4
Bosnia & Herzg	..	nd	..	nd	252	0	332	0	417	0	455	0
Serbia & Montenegro	..	nd	32	0	32	0	178	0	..	nd	..	nd
Lebanon	..	nd	..	nd	..	nd	5 635	4	435	0	..	nd
Israel	1 097	2	2 288	3	4 426	3	1 821	1	1 914	1	2 293	2
Palestine	..	nd	..	nd	109	0	19	0	21	0	..	nd
GROUPE LATENT	341	1	1 039	1	1 777	1	1 926	1	2 563	2	2 404	2
Albania	3	0	50	0	421	0	461	0	591	0	692	0
Libya	5	0	2	0	81	0	181	0	175	0	..	nd
Syria	251	0	962	1	1 171	1	1 185	1	1 654	1	1 712	1
Algeria	82	0	25	0	104	0	99	0	143	0	..	nd

Source : UNWTO, 2008

Entre 1990 et aujourd'hui, l'évolution du cours de l'euro peut être découpée en trois étapes (voir graphique ci-dessous). 1990-1995 correspond à une période d'appréciation des monnaies européennes. Les recettes mesurées en dollar ont donc augmenté plus rapidement que celles converties en euros (ou en ECU). Au cours de la seconde phase, 1995-2000, les monnaies européennes, puis l'euro à partir de 1999, s'est déprécié. Les recettes en euros ont donc naturellement augmenté plus vite (+10% en rythme annuel moyen) que celles en dollars (+3% de croissance annuelle moyenne). Enfin, sur la période 2000-2005, l'euro a connu une appréciation qui se traduit par une forte hausse des recettes en dollars (+7,6% en rythme annuel moyen) et une quasi-stagnation des recettes en euros (progressant de 0,9% par an, voir Tableau 13).

Figure 15 Taux d'échanges mensuels moyen



Source : Pacific Exchange Rate Service, 2008

L'appréciation de l'euro a été particulièrement handicapante pour les pays du groupe des 75 ainsi que l'ensemble des économies de la zone euro. En effet, les recettes ont pratiquement stagné dans ces pays (+0,5% en rythme annuel moyen) tandis que les recettes dans les pays du groupe moteur ont progressé de 1,7%, inversant ainsi le rapport par rapport à la période 1990-1995 où les recettes touristiques ont progressé plus vite dans les pays du groupe des 75.

Tableau 13 Taux de croissance annuels moyens des recettes et des flux touristiques

	TCAM 1990-1995			TCAM 1995-2000			TCAM 2000-2005		
	recettes USD	recettes EUR	arrivées	recettes USD	recettes EUR	arrivées	recettes USD	recettes EUR	arrivées
TOTAL	7,6	2,9	2,3	2,9	10,1	5,2	7,6	1,9	1,8
GRUPE DES 75	6,7	1,3	1,8	1,3	7,4	4,7	6,1	0,9	0,2
France	5,3	1,8	2,3	1,8	7,9	4,3	5,4	0,3	-0,3
Spain	5,3	2,9	0,4	2,9	9	5,4	8,1	2,9	2,5
Italy	9,7	-0,7	2,6	-0,7	5,2	4,8	4,3	-0,7	-2
GRUPE MOTEUR	7,8	8,3	2,6	8,3	23	5,3	9,9	4,6	6,1
Malta	4,9	-1,3	4,2	-1,3	4,6	1,4	4,1	-1	-0,6
Cyprus	6,1	1,3	5,1	1,3	7,3	4,2	3,1	-1,9	-1,4
Greece	8,1	14,3	2,2	14,3	21,1	4,4	6,9	1,7	1,4
Turkey	7,4	7,5	6,7	7,5	67,2	5,2	15,5	9,9	13,3
Morocco	0,5	7,8	-7	7,8	14,3	8,6	14,6	9	5,3
Tunisia	8,3	1,6	4,3	1,6	58	3,5	3,5	-1,6	3,9
Egypt	16	8,4	3	8,4	14,8	10,1	7,9	2,7	8,3
GRUPE CONVALESCENT	25,5	7	29,9	7	13,4	13,3	14,1	2,3	4,5
Slovenia	nd	-1,9	nd	-1,9	4	6,9	11	5,6	6,1
Croatia	nd	12,8	nd	12,8	19,6	25,6	17,9	12,2	6,4
Bosnia & Herzg	nd	nd	nd	nd	nd	nd	16	10,3	3,7
Serbia & Montenegro	nd	-5,5	nd	-5,5	0	0,8	-100	nd	20,3
Lebanon	nd	nd	nd	nd	nd	8,7	nd	nd	7,4
Israel	13,6	5,3	13	5,3	11,6	1,5	-5,8	-10,4	-3,9
Palestine	nd	nd	nd	nd	nd	nd	-100	nd	-18,9
GRUPE LATENT	20,9	3,2	-4	3,2	9,4	9,7	10,5	5,2	11,8
Albania	59,2	34,7	4,9	34,7	42,6	-3,7	14,2	8,6	6,2
Libya	-16,7	83	-8,6	83	85,3	20,8	-100	nd	-100
Syria	25,6	-2,5	6,4	-2,5	3,3	9,6	12	6,5	15,5
Algeria	-17,5	19,5	-12,2	19,5	26,8	8,9	-100	-100	8,9

Source : UNWTO, 2008

Le taux de change influence les recettes mais aussi l'attractivité de la zone et peut également agir sur les entrées touristiques dans la zone. Dans les pays du groupe des 75, les arrivées sur la période 2000-2005 ont quasiment stagné, n'augmentant que de 0,2% par an (voir Tableau 13). A l'inverse dans les pays du groupe moteur (notamment en Turquie, au Maroc, en Tunisie et en Égypte), les arrivées ont connu une plus forte hausse que les recettes en euro.

La forte hausse de l'euro a, semble-t-il, contribué à l'intensification des flux au profit des pays en dehors de la zone euro. En effet, il y a un décalage entre les périodes 1995-2000 et 2000-2005. Sur la période 1995-2000, les arrivées dans les pays du groupe moteur augmentaient au même rythme que celles de l'ensemble de la zone méditerranéenne (taux de croissance annuel moyen de 5,3%). En revanche, sur la période 2000-2005, elles deviennent beaucoup plus importantes (3 fois plus) dans ce même groupe de pays que pour l'ensemble de la zone. Les arrivées croissent au rythme moyen de 6% alors qu'elles n'évoluent qu'au rythme de 1,8% pour l'ensemble des pays méditerranéens.

3. Euro fort et concentration des recettes touristiques

Analyser l'importance du secteur touristique pour les populations des pays du bassin méditerranéen nécessite donc de différencier les effets volume des effets change. La question est alors de savoir comment cette appréciation de l'euro influence et influencera les structures productives dans le bassin. En d'autres termes, la hausse de l'euro conduit-elle à un rééquilibrage des recettes et des arrivées touristiques dans la zone ou bien à un renforcement des flux des pays de la zone euro ?

Notons, tout d'abord, qu'en dépit de la diversité de destinations offertes sur l'ensemble du bassin méditerranéen, le marché des destinations reste plutôt concentré. L'Indice Hirschman Herfindhal (IHH) calculé sur la base des parts dans les recettes touristiques totales de la zone exprimées en euros dépassait les 6800 points en 1990¹⁴. Depuis, l'IHH en euros a baissé de 27% (voir Tableau 14), traduisant ainsi la plus grande concurrence entre les lieux touristiques.

Tableau 14 Concentration des flux touristiques dans le bassin méditerranéen

	1990	1995	2000	2003	2004	2005
IHH RECETTES TOURISTIQUES EUR	6866	6864	5462	4981	5249	5080
IHH RECETTES TOURISTIQUES USD	6867	6273	5462	4981	4947	4845
IHH FLUX DE TOURISTES ENTRANT	6703	6359	6052	5769	5448	5287

Calculs réalisés à partir de : UNWTO, 2008

La comparaison des IHH en euro et en dollar et de leurs évolutions s'avère intéressante. Si, en 1990, le change n'avait aucune importance sur la concentration des recettes touristiques dans le bassin, l'IHH en euro comme en dollar se situant à près de 6900 points, la situation se modifie radicalement par la suite. Tout d'abord, l'IHH en dollar accuse une baisse constante entre 1990 et 2005, impliquant une plus grande concurrence des lieux touristiques en Méditerranée. Ensuite, l'appréciation de l'euro coïncide parfaitement avec le décrochage des indices Hirschman Herfindhal en euros et en dollars. En effet, alors que l'IHH en euros

¹⁴ L'Indice Hirschman Herfindhal est la somme des parts de marché au carré.

$$IHH = \left[\sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2 \right] \times 10000 \text{ où } q_i \text{ et } Q \text{ sont respectivement le volume produit par le secteur } i \text{ considéré et la production totale.}$$

Plus l'IHH est proche de zéro, plus le secteur est concurrentiel. Plus l'IHH est élevé, plus le secteur est concentré.

Effectivement, si le secteur ne comprenait qu'une seule zone touristique dont la part de marché serait, de fait, 100%, l'IHH serait : $100^2 = 10\,000$ points. Si, en revanche, le secteur comportait n zones touristiques de même taille, chacune détenant alors $1/n\%$ du marché, l'IHH serait alors : $n(1/n)^2$ (l'IHH serait égal à 100, si 100 zones se partageaient le marché). En droit américain (1992 Mergers Guidelines), tout secteur dont l'IHH dépasse 1 800 points est considéré comme fortement concentré.

augmente à partir de 2003, l'IHH en dollar continue de baisser pour atteindre 4845 points (contre 5080 pour l'IHH en euros en 2005).

Cette baisse de l'IHH en dollar ne traduit-elle qu'un effet change ou reflète-t-elle également une plus grande concurrence touristique en Méditerranée ? L'IHH des arrivées selon le pays de destination évolue dans le même sens que l'IHH en dollar. La région méditerranéenne est donc plus concurrentielle aujourd'hui qu'en 1990.

4. Valeur ajoutée du secteur touristique et productivité apparente du travail

Le clivage zone euro et zone hors euro se retrouve. Les pays de la zone euro vont compenser l'appréciation de l'euro et la perte de compétitivité induite par une productivité accrue. Dans l'ensemble de la zone, la productivité du travail a légèrement diminué entre 2000 et 2005 pour s'établir à 18 000 euros par emploi dans le secteur touristique (voir Tableau 15).

Dans le groupe des 75 (zone euro), la productivité du travail a, au contraire, progressé au rythme de 2% par an entre 2000 et 2005. Dans les pays du groupe moteur (hors euro pour certains), la tendance globale se retrouve, la productivité ayant régressé au rythme annuel moyen de 0,6% entre 2000 et 2005 pour s'établir à 10 500€/emploi.

Dans le groupe moteur, Malte, Chypre et la Grèce ont une position à part. Dans ces trois pays, la productivité du travail y est aussi forte que dans les pays du groupe des 75. On retrouve l'effet « zone euro » inhérent à l'évolution monétaire. Cela reflète également le dynamisme du secteur ainsi que celui de la politique touristique menée.

Tableau 15 Productivité dans le secteur touristique (recette en euro/emploi)

	1990	1995	2000	2003	2004	2005
TOTAL	9 789	12 430	18 365	18 202	17 508	18 111
GROUPE DES 75	13 627	19 525	24 297	25 736	26 612	27 439
France	13 242	17 056	21 916	23 615	24 518	26 084
Spain	14 327	18 840	24 673	26 509	27 415	28 072
Italy	13 372	23 550	27 144	27 619	28 331	28 331
GROUPE MOTEUR	4 949	3 844	10 817	9 601	9 833	10 458
Malta	12 352	15 847	25 928	23 255	26 107	26 684
Cyprus	14 939	21 464	29 041	28 589	31 990	33 707
Greece	5 536	7 944	24 335	22 421	24 358	24 642
Turkey	6 881	691	12 622	14 692	17 430	19 966
Morocco	3 617	3 268	4 315	4 503	4 482	4 549
Tunisia	4 768	566	7 940	6 541	6 678	6 042
Egypt	1 865	3 017	5 563	3 477	3 509	3 986
GROUPE CONVALESCENT	3 321	14 748	33 645	32 800	21 104	25 092
Slovenia	0	30 383	36 860	42 581	4 716	47 670
Croatia	nd	9 079	25 233	32 548	35 555	38 348
Bosnia & Herzg	nd	nd	11 374	12 624	15 744	17 325
Serbia & Montenegro	nd	580	953	5 345	nd	nd
Lebanon	nd	nd	nd	35 772	3 304	nd
Israel	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Palestine	nd	nd	nd	nd	nd	nd
GROUPE LATENT	1 632	2 487	3 898	4 520	4 495	3 954
Albania	151	2 803	13 634	13 579	16 830	17 306
Libya	414	59	1 747	3 123	3 086	nd
Syria	2 201	3 578	4 374	5 411	4 723	4 407
Algeria	1 301	257	938	859	1 116	0

Source : UNWTO, 2008

L'analyse par pays met en évidence des stratégies différentes suivant les pays. Si les pays les plus riches ont fait le choix de la productivité, soit par une montée en gamme soit par une hausse de l'investissement et des moyens en capital technique et humain, certains pays émergents (comme la Tunisie ou l'Égypte et l'ensemble des pays du groupe convalescent, voir tableau ci-dessous) ont apparemment fait le choix d'augmenter le contenu en emploi du secteur, l'emploi augmentant plus rapidement que les recettes touristiques. De là, la

productivité apparente du travail dans le secteur touristique tunisien et égyptien a-t-elle diminué entre 2000 et 2005 (voir Tableau 16).

Tableau 16 Evolution de la productivité par emploi dans le secteur touristique (%)

	TCAM 1990-1995		TCAM 1995-2000		TCAM 2000-2005	
	recettes EUR	emploi	recettes EUR	emploi	recettes EUR	emploi
TOTAL	2,9	2,0	10,1	3,2	1,9	2,2
GROUPE DES 75	1,3	0,1	7,4	3,5	0,9	-1,1
France	1,8	0,5	7,9	3,5	0,3	-2,5
Spain	2,9	0,2	9,0	4,2	2,9	0,7
Italy	-0,7	-0,6	5,2	2,7	-0,7	-1,5
GROUPE MOTEUR	8,3	4,4	23,0	3,5	4,6	5,2
Malta	-1,3	0,2	4,6	-3,7	-1,0	-1,4
Cyprus	1,3	-0,5	7,3	2,1	-1,9	-4,3
Greece	14,3	1,4	21,1	0,5	1,7	1,5
Turkey	7,5	6,9	67,2	3,0	9,9	1,8
Morocco	7,8	1,7	14,3	9,1	9,0	8,1
Tunisia	1,6	4,8	58,0	1,8	-1,6	3,0
Egypt	8,4	6,6	14,8	3,7	2,7	8,5
GROUPE CONVALESCENT	7,0	-2,5	13,4	-1,2	2,3	7,5
Slovenia	-1,9	-2,0	4,0	0,7	5,6	1,1
Croatia	12,8	-3,0	19,6	0,8	12,2	4,6
Bosnia & Herzg	nd	0,9	nd	8,0	10,3	2,9
Serbia & Montenegro	-5,5	-0,6	0,0	-7,9	nd	-0,9
Lebanon	nd	1,0	nd	-8,7	nd	-3,4
Israel	5,3	-4,4	11,6	-6,0	-10,4	4,0
Palestine	nd	-10,4	nd	6,6	nd	30,1
GROUPE LATENT	3,2	nd	9,4	nd	5,2	nd
Albania	34,7	nd	42,6	nd	8,6	nd
Libya	83,0	12,2	85,3	1,5	nd	4,9
Syria	-2,5	-1,7	3,3	9,6	6,5	4,4
Algeria	19,5	18,7	26,8	5,4	-100,0	2,1

Source : UNWTO, 2008

Conclusion

Avec un taux de croissance annuel moyen supérieur à 6%, le secteur touristique offre un potentiel de croissance et de développement significatif pour l'ensemble des pays du bassin méditerranéen. Mais, la création de valeur dans le secteur et la compétitivité de la zone dépendent de la valeur de la monnaie. La forte appréciation de l'euro a nui à l'attractivité des pays membres de la zone euro et a contribué à rééquilibrer les flux touristiques et la création de valeur dans le bassin méditerranéen. Afin de compenser la perte de compétitivité, les entreprises et les territoires peuvent monter en gamme et rechercher des marchés de niche. Cela se traduit par une intensification de la productivité dans le bassin méditerranéen. Toutefois, les pays des rives Nord et Sud ont adopté des stratégies différentes. La productivité du travail s'élève au Nord et se réduit dans de nombreux pays du Sud de la Méditerranée. Les conséquences seront alors doubles. Tout d'abord, le potentiel d'emplois se trouve modifié – plus faible au Nord et plus important au Sud. Ensuite, la structure des emplois et la productivité sont, elles aussi, affectées. En d'autres termes, il devrait y avoir moins d'emplois mais plus qualifiés et mieux payés au Nord, et plus d'emplois mais moins qualifiés et moins bien rémunérés au Sud.

IV. SECTION 3 TOURISME ET PERSPECTIVES DANS LES PAYS DU BASSIN MEDITERRANEEN

Les analyses prospectives sont délicates du fait du manque de données homogènes sur le segment de l'emploi. Si les données agrégées sur l'ensemble du secteur sont souvent disponibles, les études prospectives sur le volume et la structure de la demande de travail dans le secteur touristique manquent. Au cours de cette section, les principales tendances et perspectives d'emplois (directs et indirects) seront évaluées. Évaluer l'avenir conduit à

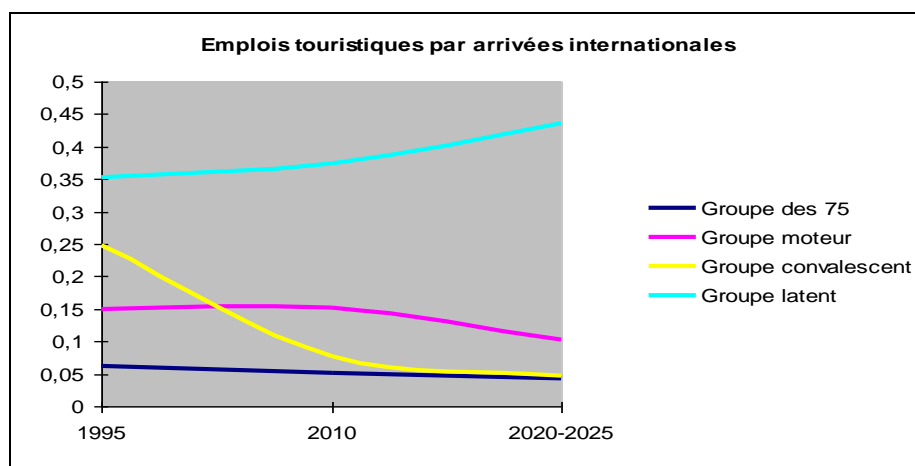
s'interroger sur des éléments de demande et d'offres. Côté demande, l'objectif est d'évaluer le potentiel touristique de la zone et l'impact sur l'emploi de ces tendances. Côté offre, il convient de s'interroger sur la capacité des économies à offrir la main d'œuvre nécessaire aux besoins du secteur. L'évolution touristique ne peut donc être dissociée des questions démographiques.

1. Demande, projections touristiques et emplois

Une approche en termes de spécialisation touristique a été jusqu'ici préférée à une approche géographique. Il s'agissait de comprendre la « maturité » touristique en évaluant la spécialisation du secteur mesurée en termes d'arrivées internationales et de valeur ajoutée.

Cette approche permet de comprendre la boucle emplois/valeur et de s'interroger sur le nombre d'emplois générés par une arrivée touristique. Le schéma suivant fait apparaître une chute des emplois associés aux entrées de touristes. Seul le groupe latent montre une croissance persistante des emplois. En revanche, ce constat est dû au fait que les pays constitutifs de ce groupe n'ont pas encore réellement connu de phase de développement du secteur et entament donc leur ouverture touristique (cf. Annexe 7), l'article sur les projets de la Libye).

Figure 16 Emplois touristiques par arrivées internationales



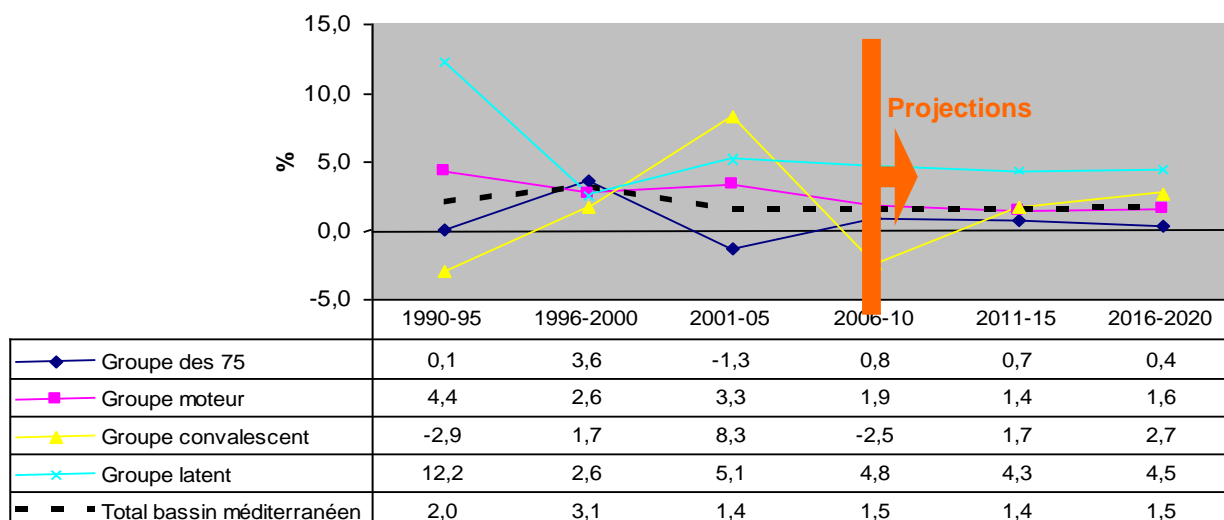
Sources : Plan Bleu 2005 et WTTC

Le nombre d'emploi par arrivée internationale décline. Par exemple, dans le groupe des 75, il y avait 0,06 emploi touristique par arrivée internationale en 1995 et ce chiffre chute à 0,04 à horizon de 2020-25. Comment interpréter ce résultat ? Il ne faut pas rester sur l'aspect quantitatif, seul élément figurant ici. En fait, force est de constater que le secteur change structurellement et que la main d'œuvre évolue. On est passé d'un tourisme de masse très intensif en emplois à un tourisme plus choisi avec une orientation plus qualitative. Cela s'explique au regard de l'évolution des structures d'accueil, d'une demande plus exigeante et, probablement (bien que non étudié ici) de la prise en compte des NTIC pour que les destinations restent concurrentielles sur un marché mondial en mutation.

En fait, plus la destination est mature d'un point de vue touristique, plus la corrélation emploi/arrivée est faible.

La comparaison des taux de croissance annuels moyens des emplois directs pour les différents groupes de pays du bassin (le détail des pays constitutifs se trouve en annexe) rend compte de ce scénario fonction des différents degrés de développement touristique¹⁵.

¹⁵ On fait l'hypothèse d'une corrélation positive entre degré de développement touristique et volume d'emplois.

Figure 17 Taux de croissance annuels moyens (TCAM) de l'emploi direct par groupe de pays (1990 à 2020)


Source WTTC

Les taux de croissance annuels moyens de l'emploi trouvent un certain rythme après de fortes variations liées aux différentes situations politiques des pays. Sur l'ensemble du bassin méditerranéen, le taux de croissance annuel moyen de l'emploi direct oscille entre 2%, en début de période, pour atteindre 1,4% sur la première tranche des années 2000 et 1,5% à horizon 2020. On est bien en deçà des taux de croissance annuels moyens anticipés sur les flux d'arrivées.

L'évolution comparée des arrivées internationales par groupe de pays et de l'emploi indique un décrochage entre arrivées et emplois.

Tableau 17 Evolution comparée des arrivées internationales et de l'emploi

	t0 : 95-2010	t1 : 95-2025	$\Delta(t1-t0)$
Groupe des 75			
Arrivées internationales	0,33	0,49	0,16
emplois directs	0,18	0,24	0,06
Groupe moteur			
Arrivées internationales	0,45	0,70	0,25
emplois directs	0,47	0,56	0,09
Groupe convalescent			
Arrivées internationales	0,77	0,89	0,12
emplois directs	0,30	0,46	0,16
Groupe latent*			
Arrivées internationales	0,51	0,63	0,12
emplois directs	0,51	0,71	0,20

*en considérant les arrivées de la Syrie constantes à 2006

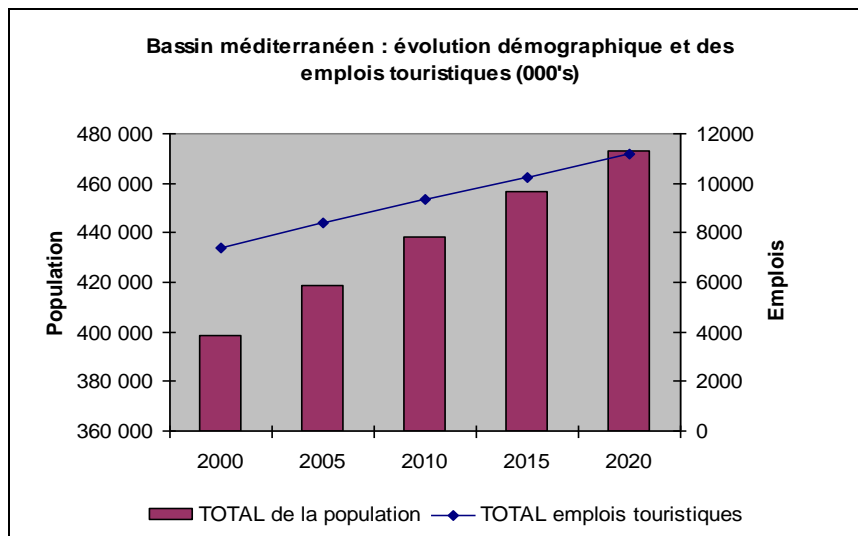
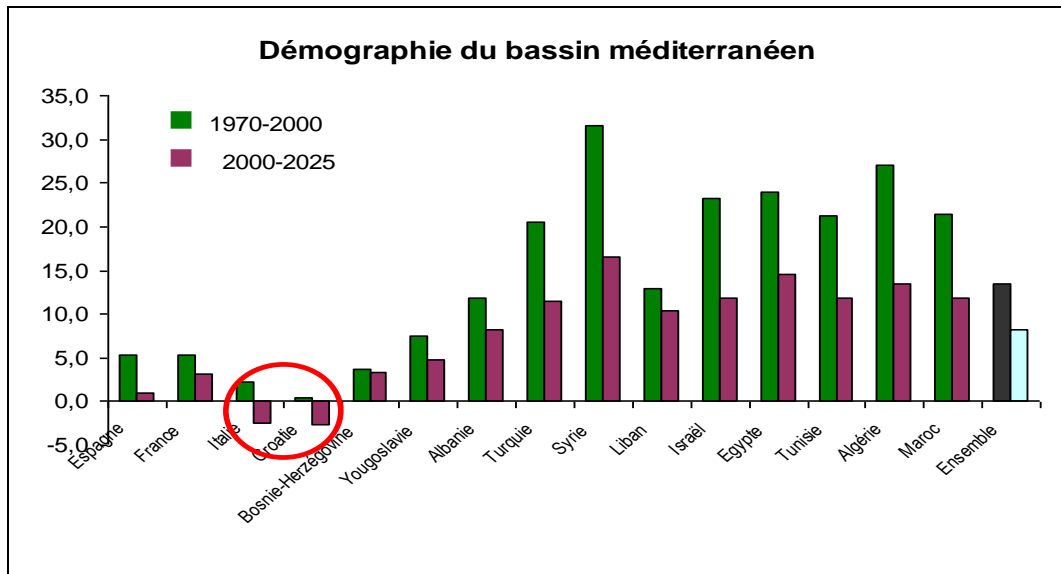
Source : Plan Bleu et WTTC

L'emploi augmente moins vite que les flux d'arrivées, ce qui suggère un passage du quantitatif vers du qualitatif à mesure que la « maturité » touristique de la destination s'élève. Ainsi pour le groupe des 75, le rythme de progression annuel des arrivées devrait augmenter de 0,16 points entre les périodes 1995-2010 et 2010-2025, tandis que celui des emplois ne devrait s'élever que de 0,06 entre les deux mêmes périodes. La tendance est encore plus marquée pour le groupe moteur dont les arrivées internationales continuent à progresser à un rythme plus soutenu que les emplois augmentent. Enfin, la situation s'inverse pour le groupe latent, groupe pour lequel les emplois augmentent plus que les arrivées. Ce groupe est encore dans une phase intensive en main d'œuvre et plus quantitative en termes d'emplois que les autres groupes. Le principal avantage est que cela profite aux populations locales pour la formation et la lutte contre la précarité. On emploie et on forme mieux dans ce contexte économique que dans les phases précédentes.

2. Emplois et projections démographiques

La demande de travail dans le secteur demeurant forte, les questions démographiques et de disponibilité de main d'œuvre s'avèrent cruciales pour la pérennité de l'industrie touristique. Certains pays, comme l'Italie ou la Croatie, risquent d'être confrontés à des difficultés. Pour mesurer cet impact, les graphiques suivants présentent les évolutions comparées des projections de population et de création d'emplois directs dans le secteur touristique (les résultats par pays sont présentés en Annexe 8).

Figure 18 Taux de croissance annuels moyens (en ‰)

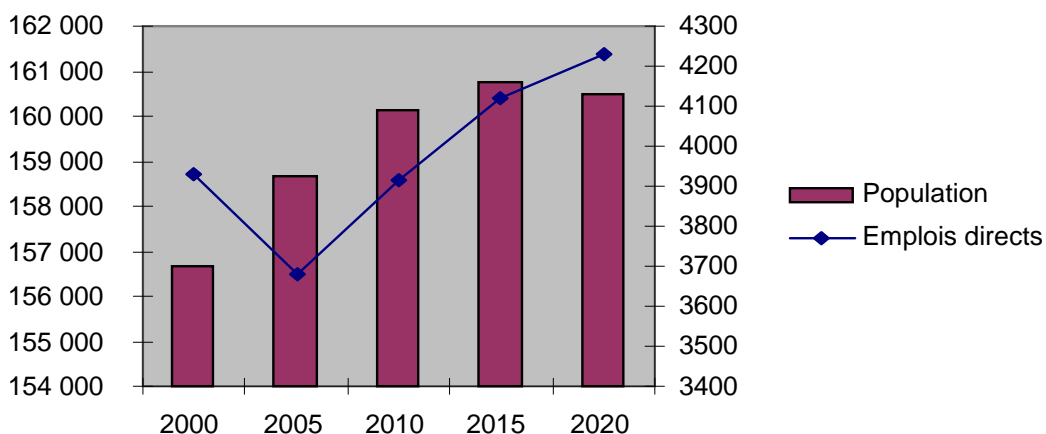


Source : Plan Bleu et WTTC

La situation démographique des pays frontaliers du bassin méditerranéen rend compte d'une évolution de la population qui peut permettre de s'ajuster aux besoins du secteur en termes de main d'œuvre. En revanche, une forte disparité existe entre les groupes et au sein des groupes de pays. En ce qui concerne le groupe des 75, les pays ont bénéficié d'une évolution de la population qui suivait les besoins en main d'œuvre.

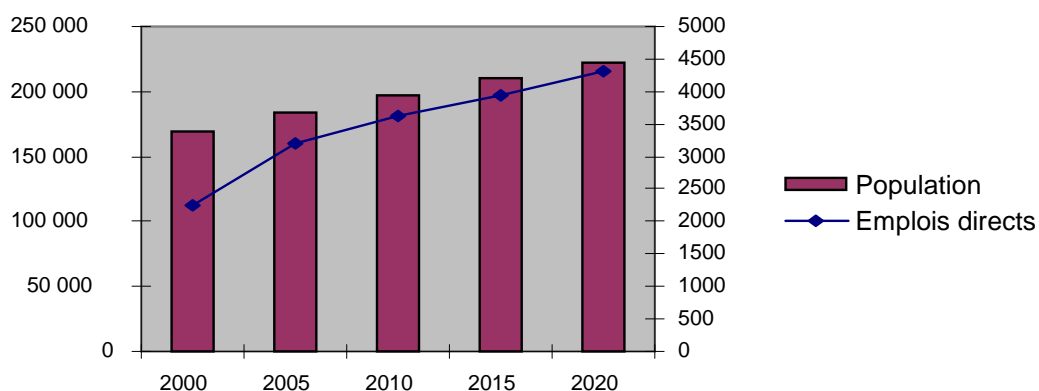
En revanche, cette situation risque de se dégrader au-delà de 2015. Cette tendance concerne essentiellement l'Italie (cf. Annexe 8) dont la population vieillissante pourrait affecter le secteur et le recrutement local.

Figure 19 Groupe des 75 : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



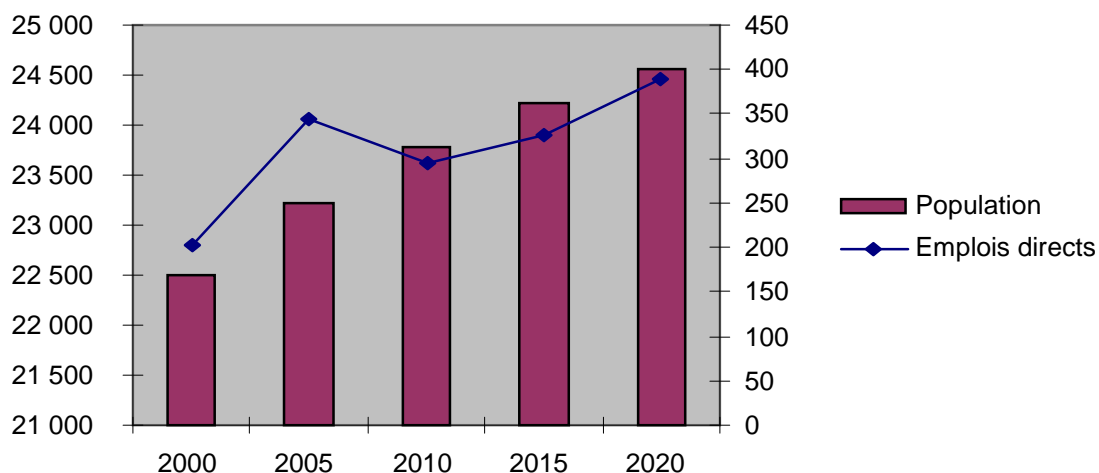
Le groupe moteur connaît une évolution démographique en phase avec les besoins d'emplois. L'excédent démographique de la Turquie nécessite malgré tout une réflexion pour une meilleure formation et intégration par le travail.

Figure 20 Groupe moteur : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



Le groupe convalescent connaît à peu près la même évolution avec des situations plus contrastées entre les pays : certains, comme la Croatie, risquent de connaître des tensions par déficit démographique alors que d'autres, comme la Bosnie-Herzégovine ou le Liban, sont en excédent.

Figure 21 Groupe convalescent : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



L'intégration économique des femmes sur le segment touristique ne peut exister que lorsque les barrières sur le marché de l'emploi sont faibles. Les femmes ont un accès équivalent au travail décent et leur emploi reste une nécessité pour le développement économique.

D'un point de vue régional et dans la perspective de réduction des barrières à l'entrée, le développement touristique passe aussi par l'intégration des femmes dans le secteur.

En Afrique du nord, le Bureau International du Travail note encore une forte disparité hommes/femmes et un taux de chômage pour les femmes qui demeure très élevé. En 2015, la part des jeunes en âge de travailler atteindra 25% de la population totale en âge de travailler. La région risque d'être confrontée à une perte économique par manque de contribution de la part de la population jeune. Il semble encore nécessaire de réduire les barrières suivantes :

- la discrimination à l'emploi au profit des hommes ;
- l'image des postes offerts aux femmes.

L'avantage comparatif en matière d'emploi de la région ne réside pas en une main d'œuvre bon marché mais plutôt en un capital humain permettant le développement de la production de biens et services à forte productivité.

Au Moyen-Orient, l'évolution démographique reste forte et les femmes sont globalement confrontées au chômage et à l'emploi vulnérable. Des disparités considérables existent entre les pays de la région : entre les pays producteurs de pétrole et les pays en situation de conflit (Liban, Palestine). L'évolution du taux d'activité des femmes au marché de l'emploi dépend de leur motivation mais aussi de la capacité de la société dans laquelle elles vivent à accepter qu'elles jouent un nouveau rôle permettant leur intégration économique.

Pour les pays du groupe convalescent, notamment ceux d'**Europe centrale et orientale**, l'égalité des sexes qui prévalait (et qui était même « historique ») se dégrade. Les barrières à la participation économiques des jeunes (hommes et femmes) sont plutôt de nature économique. Dans cette région, le chômage est assez élevé pour les jeunes comme pour les adultes. Certains jeunes se disent découragés face à la complexité du marché de l'emploi, cela se fait au détriment des jeunes femmes. C'est ce qui constitue le signal d'une dégradation de l'égalité hommes/femmes.

Il y a un déplacement de la main d'œuvre (hommes/femmes). Celle-ci quitte le secteur agricole mais aussi le secteur industriel au profit du secteur des services. La part des femmes employée dans les services augmente de 12 points passant à 62,8%. Cela représente la plus forte croissance sectorielle de toutes les régions. Il y a une réduction progressive de l'emploi vulnérable (2 personnes sur 10 sont en situation d'emploi précaire).

Ces tendances sur l'emploi global se répercutent sur le segment du tourisme dont on a montré la sur-réactivité. La démarche d'ingénierie visant à connaître les forces et faiblesses des composantes du marché de l'emploi touristiques permet d'imaginer les solutions pour confirmer que le développement du secteur se fera au profit des populations en réduisant ces barrières à l'entrée.

Conclusion

Si les perspectives d'arrivées touristiques sont orientées à la hausse, les effets sur l'emploi sont plus complexes, le volume comme la nature de l'emploi étant affectés par cette croissance. S'il faut s'attendre à de faibles effets en termes de volume, la structure même des qualifications devrait radicalement changer au cours des années à venir. La hausse des qualifications aura un impact à la fois sur la nature des produits et services proposés dans le secteur mais également sur la productivité, les rémunérations et les conditions de travail offertes aux populations locales. Effectivement, cette hausse des qualifications permettant une montée en gamme devrait se traduire par une hausse de la productivité et, de fait, des rémunérations. La forte progression des flux touristiques attendue pour les années prochaines devrait donc se traduire non pas par une progression de l'emploi dans le secteur mais une profonde modification de sa structure par niveau de qualification. Ce sera là le défi à relever pour les pays à démographie vieillissante qui auront à envisager les moyens de répondre à ces attentes exprimées par l'ensemble des acteurs de la profession. Si les pays à forte démographie peuvent saisir cette opportunité pour former une main d'œuvre de qualité, alors le dynamisme du secteur sera confirmé par l'emploi.

Conclusion générale

L'étude « Tourisme, emplois et création de richesse en Méditerranée » poursuivait trois objectifs : évaluer le potentiel d'emploi du secteur, mesurer la création de valeur induite par l'activité et prévoir les évolutions et les changements à opérer.

Le secteur touristique, et plus spécifiquement celui de l'HORECA connaît une forte croissance, se traduisant par une progression de ses effectifs et donc une meilleure intégration des populations locales. La croissance de l'emploi s'est accompagnée d'une modification de la nature de la demande de travail en faveur des qualifiés, profitant ainsi aux plus jeunes – généralement mieux formés que les segments plus âgés de la population. Ce biais en défaveur des non qualifiés se traduit également par une baisse de la précarité de l'emploi dans le secteur touristique.

Niveau de formation plus élevé et montée en gamme des professionnels ont, bien entendu, des effets sur la richesse créée et expliquent la forte progression des flux touristiques entrant dans le bassin méditerranéen. Parallèlement, l'appréciation constante de l'euro depuis 2004 a contribué au rééquilibrage des flux touristiques, profitant aux pays non-membres de la zone euro.

Au cours des années à venir, cette tendance à la hausse des flux touristiques devrait se confirmer dans les pays méditerranéens. Mais, la modification des flux et des volumes devrait également s'accompagner d'une modification des structures et des qualifications demandées dans le secteur.

Concevoir des politiques touristiques innovante et compétitive passe donc par un effort de formation et la promotion d'un tourisme montant en gamme, générateur d'emplois plus qualifiés et, de fait, mieux rémunérés.

V. BIBLIOGRAPHIE

ATTANE Isabelle et COURBAGE Youssef, La démographie en Méditerranée, Situations et Projections, Les Fascicules du Plan Bleu 11, Economica, 2001.

BIT/LBO, Global Employment Trends for Women, March 2008, Geneva.

CNUCED, Manuel de Statistiques de la CNUCED, 2006.

European Commission, 2007, "The European Tourism Industry in the Enlarged Community – Gaps are Potentials and Opportunities", Luxembourg.

Eurostat, Tourism Trends in Mediterranean Countries, 2001, European Commission, Theme 4 Industry, trade and services.

KOGUT-KUBIAK Françoise, « Les certifications du tourisme : panorama et tendances », Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Emploi et les Qualifications, 2008.

PNUE/PAM/Plan Bleu, 2005, Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée, MAP, Technical Report Series N°159

SAHLI Mondhler, « Bénéfices et défis du tourisme pour le PMA », UNCTAD XII, Genève, Novembre 2007.

STRELOW Hans, « Développement considérable des infrastructures de transport dans les pays partenaires méditerranéens », Eurostat, Statistiques en bref, 2008.

UNWTO/OMT, Faits saillants du tourisme, Edition 2007

World Travel and Tourism Council, TSA Tourism Satellite Accounting, Executive summary, 2008.

Sites internet

Administration Centrale de la Statistique et Ministère du tourisme, Liban

BIT/LBO

CNUCED

Direction de la statistique et Ministère du Tourisme, Maroc

Direction du Tourisme, France

Eurostat

Institute of statistics, Albanie

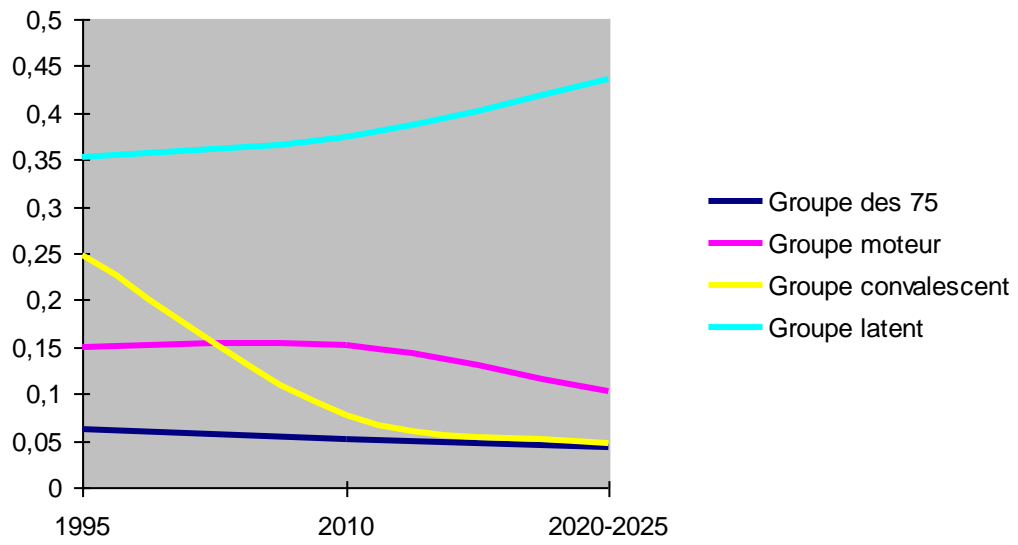
OCDE

OMT/UNWTO

World Travel and Tourism Council

VI. ANNEXES

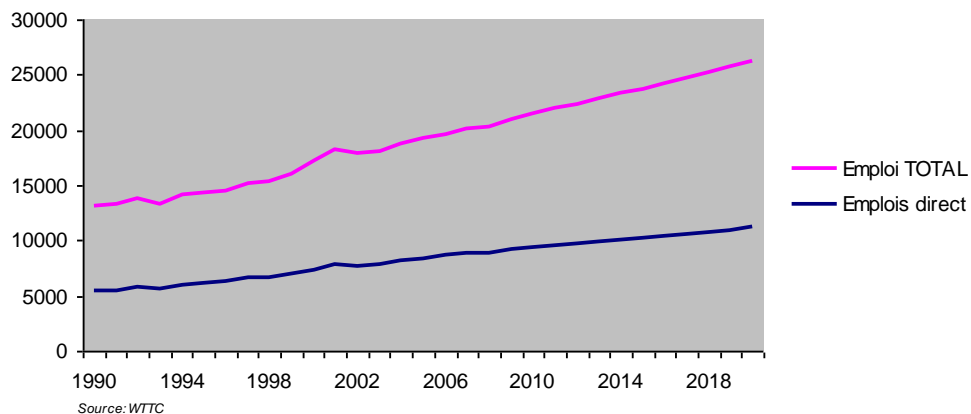
Figure 22 Emplois touristiques par arrivées internationales



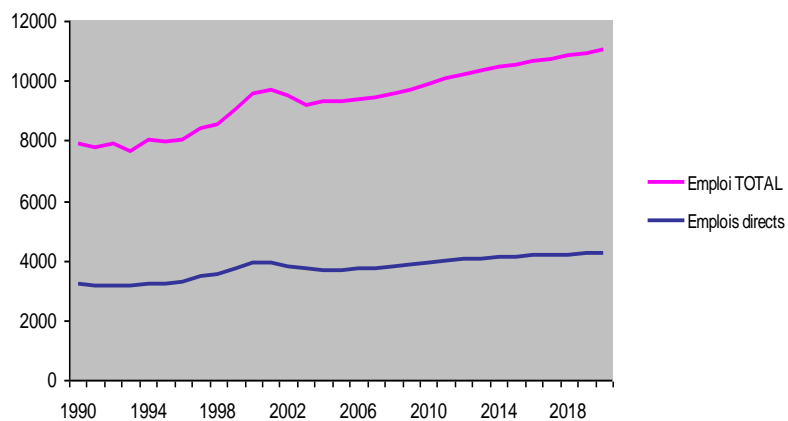
Annexe 1

Figure 23 Structure globale de l'emploi par répartition d'emplois directs et indirects (Source : WTTC)

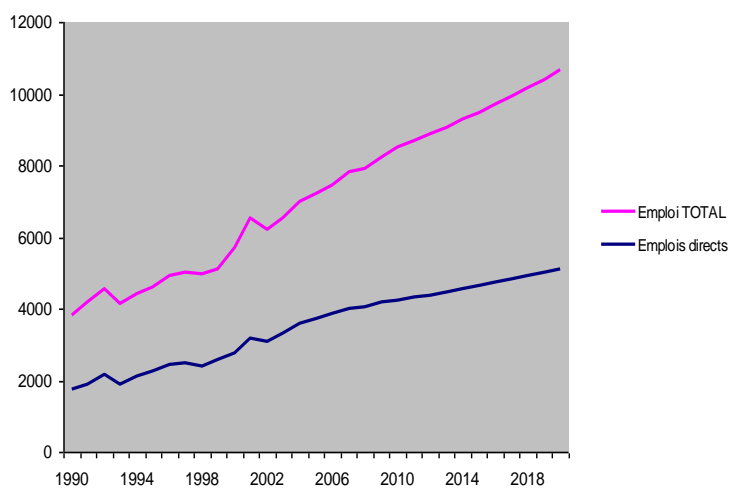
Ensemble du bassin méditerranéen (1990-2020)



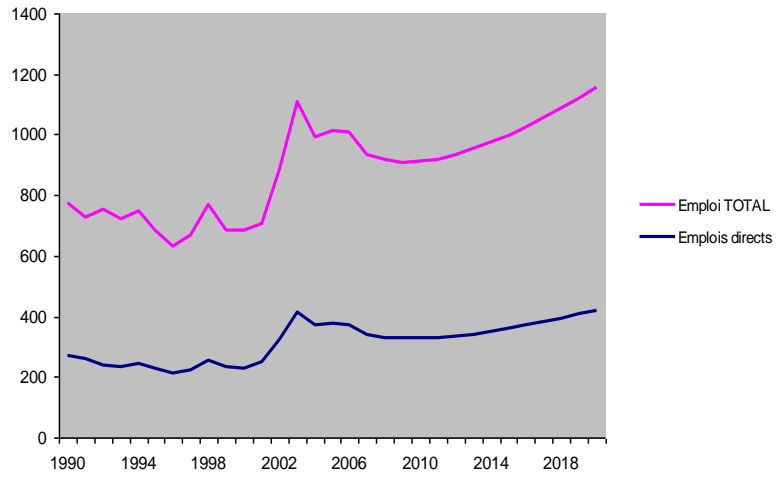
Groupe des 75



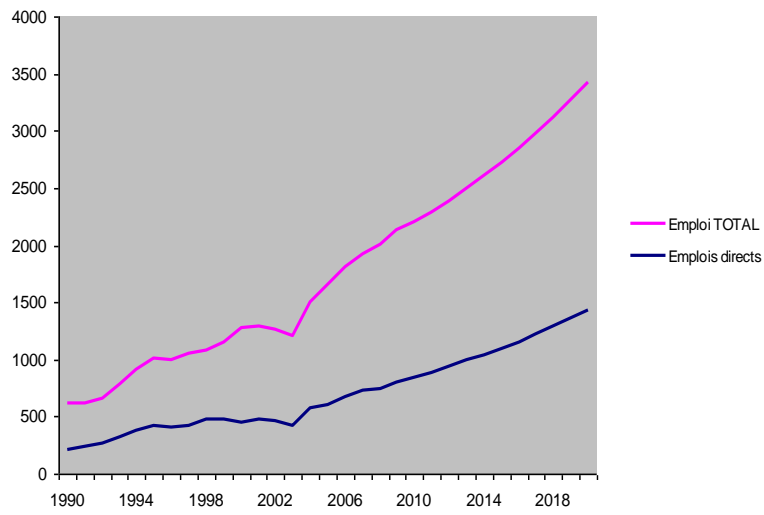
Groupe moteur



Groupe convalescent

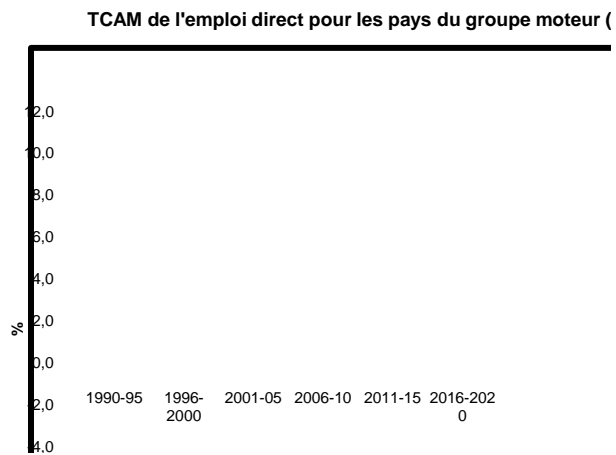
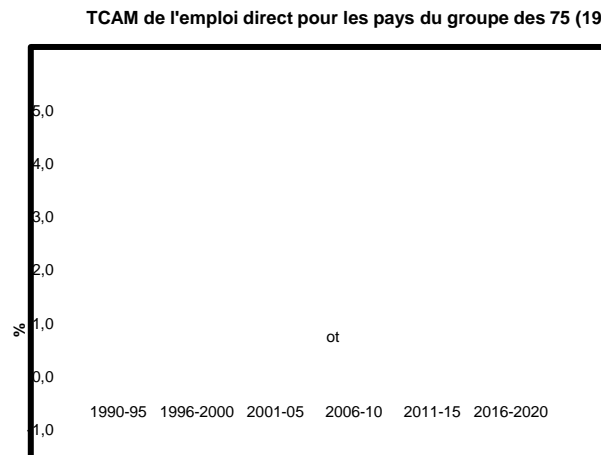
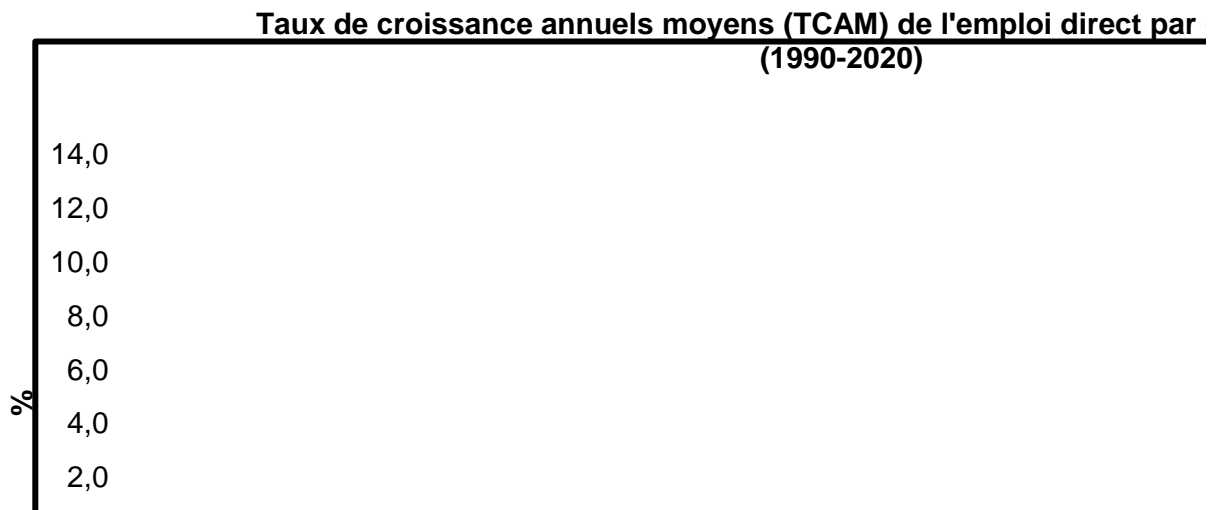


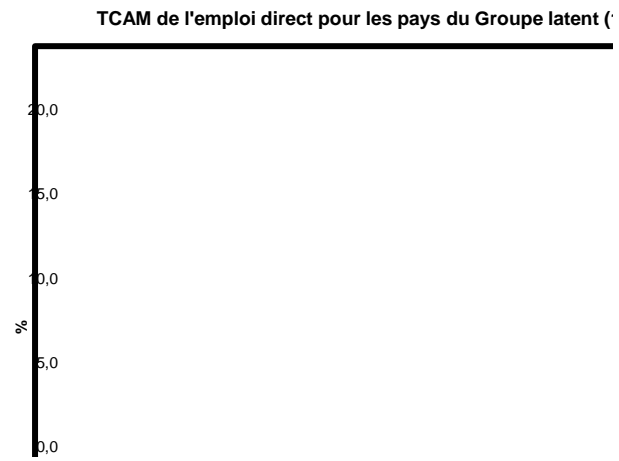
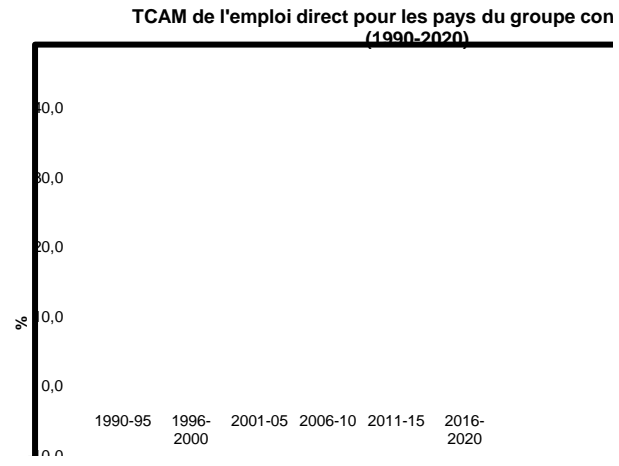
Groupe latent



Annexe 2

Figure 24 Taux de croissance annuels moyens de l'emploi direct par groupe de pays sur la période 1990-2020 (Source : WTTC)





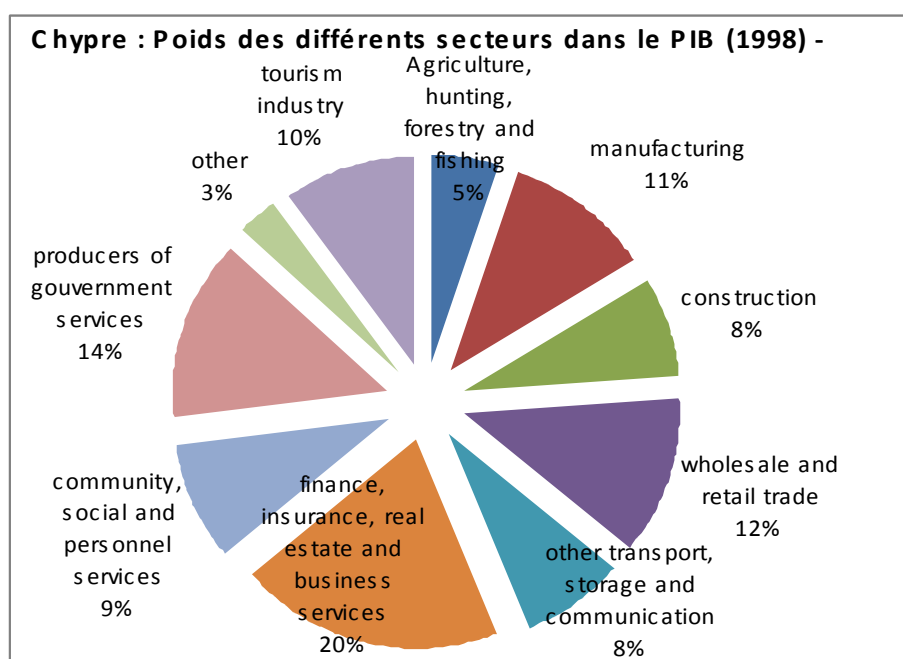
Annexe 3

Tableau 18 Part des HORECA dans l'emploi total

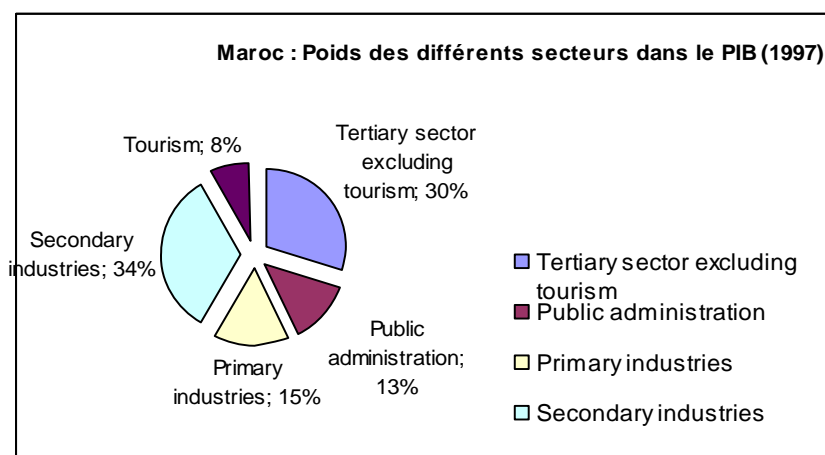
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4
GROUPE DES 75															
Espagne	5,5	6,1	6,4	6,0	6,2	6,1	6,2	6,5	6,2	6,4	6,6	6,7	7,1	7,2	7,2
France	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,3	3,4	3,4	3,2	3,3	3,4	3,4	3,6	3,6
Italie	3,1	3,4	3,2	3,2	3,4	3,3	3,6	3,7	4,0	4,2	4,1	4,6	4,9	5,0	5,2
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	5,5	5,6	5,8	5,9	6,0	6,5	6,6	6,7	6,8	7,0	7,0	6,5	6,9	6,8	7,0
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,0	9,5	9,0	8,9	8,9	8,9	8,3	7,3	6,6
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,0	8,8	8,7	8,1	8,2	7,4	7,2	8,3

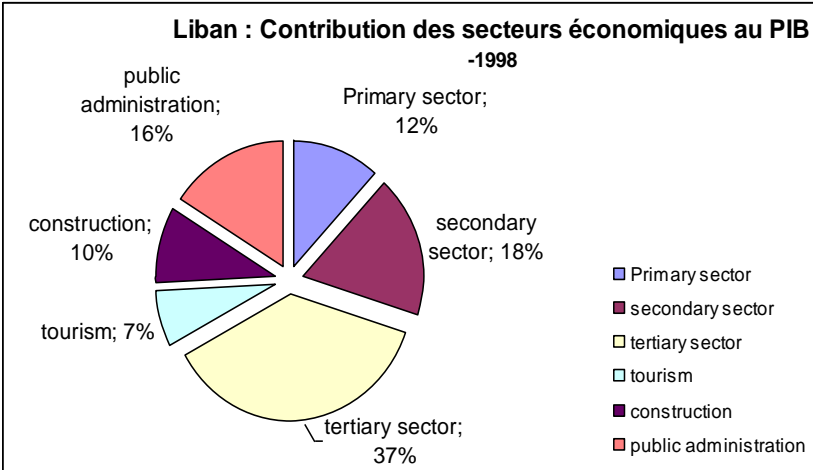
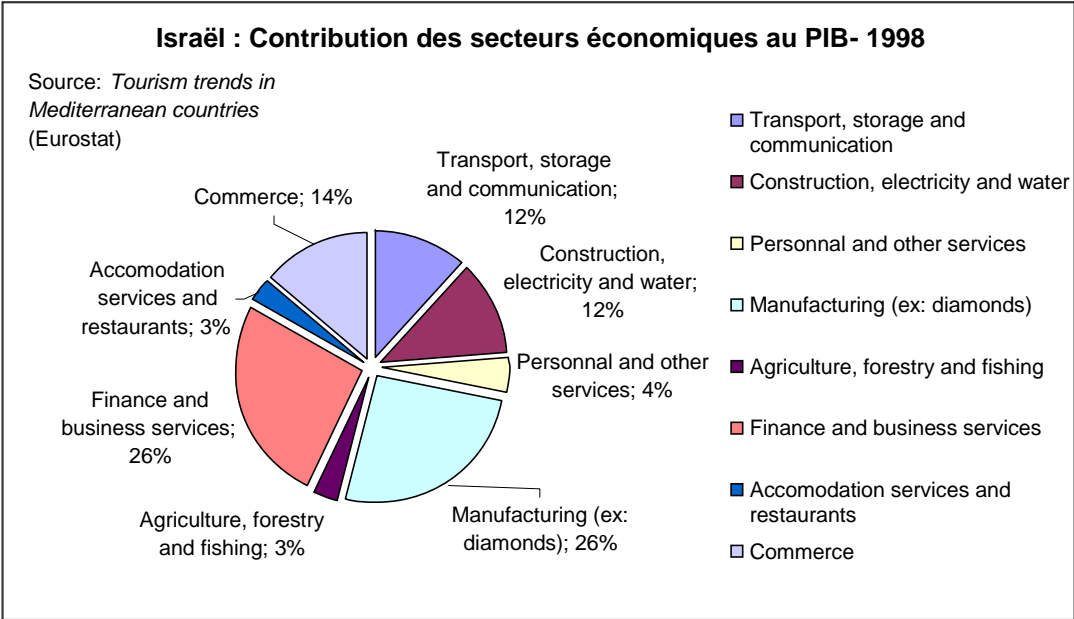
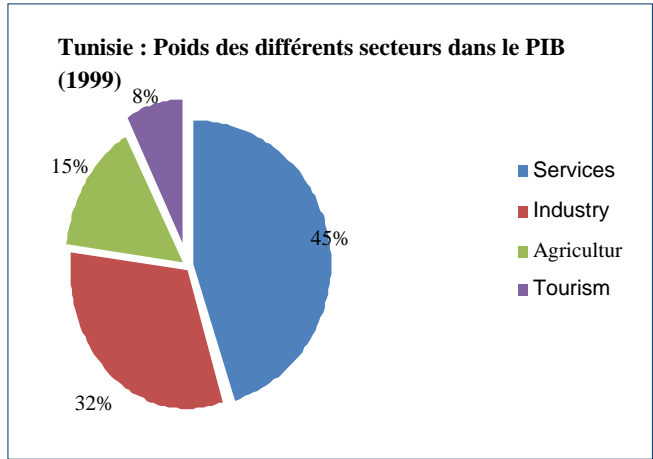
Source : Eurostat, 2008

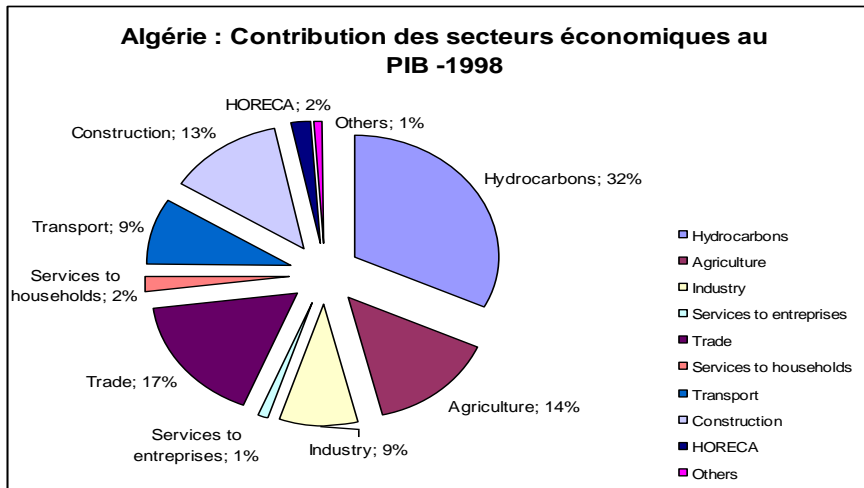
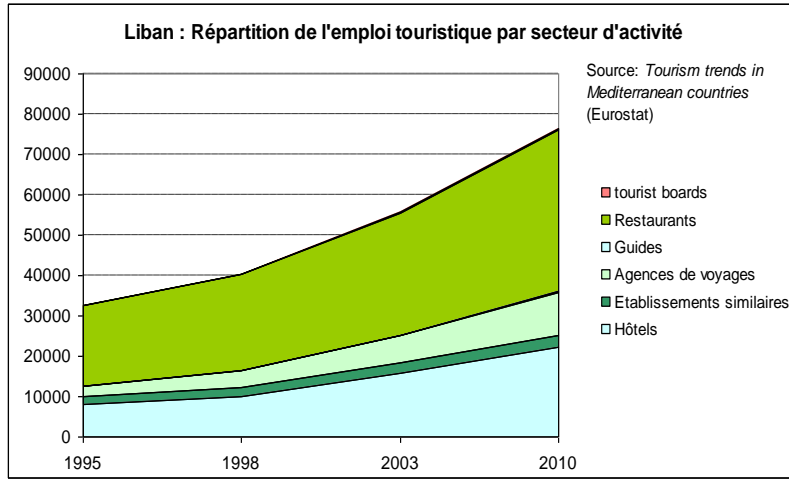
Annexe 4

Figure 25 Contribution des différents secteurs économiques au PIB des pays


Source: Tourism trends in Mediterranean countries (Eurostat)







Annexe 5
Tableau 19 Taux de croissance de l'emploi global (toutes branches NACE, en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,4	1,8	1,9	1,9	
GROUPE DES 75														
Espagne		4,7	3,4	4,0	5,8	5,5	3,7	2,3	6,2	3,6	5,8	4,2	3,4	
France		2,0	-0,3	1,3	1,2	2,7	2,4	0,9	3,6	0,3	1,2	0,1	1,9	
Italie		-0,4	0,4	0,9	1,3	1,5	2,1	1,8	1,4	1,7	0,9	2,4	0,5	
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce		2,2	-0,4	4,4	0,4	1,4	0,1	2,1	2,3	1,0	1,2	1,6	1,5	
Chypre		nd	nd	nd	nd	5,4	5,4	1,6	3,8	2,8	3,6	2,3	6,2	
Malte		nd	nd	nd	nd	nd	2,8	1,4	0,0	-2,0	1,4	2,7	2,6	
Croatie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,1	2,9	-1,1	-1,1	Nd	
Turquie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,0	

Source : Eurostat, 2008

Tableau 20 Taux croissance de l'emploi dans le secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,1	5,5	4,9	3,7	
GROUPE DES 75														
Espagne		2,8	6,8	2,2	8,5	9,4	-0,8	5,5	10,7	4,7	11,3	6,7	3,6	
France		-1,5	1,0	0,0	4,7	4,1	2,0	-3,0	4,8	2,5	3,7	6,0	0,0	
Italie		-4,4	5,6	-2,9	11,9	4,2	9,8	6,9	-0,9	15,6	5,8	5,7	3,8	
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce		8,0	0,4	13,0	3,1	1,9	1,5	6,1	1,4	-6,0	8,6	-1,0	5,6	
Chypre		nd	nd	nd	nd	0,0	0,0	0,0	3,6	3,4	-3,3	-10,3	-3,8	
Malte		nd	nd	nd	nd	nd	30,0	0,0	-7,7	0,0	-8,3	0,0	18,2	
Croatie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	-4,6	4,8	-3,4	0,0	nd	
Turquie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	

Source : Eurostat, 2008

Tableau 21 Corrélation croiss. emploi toutes branches NACE confondues / croiss. emploi HORECA

GROUPE DES 75	
Espagne	0,65
France	0,10
Italie	0,58
PAYS A FORTE CROISSANCE	
Grèce	0,61
Chypre	0,08
Malte	0,53
Croatie	0,57

Tableau 22 Part des non qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,1	40,6	39,4	39,5	39,7
GROUPE DES 75															
Espagne	83,3	80,0	77,8	75,6	75,8	73,6	71,4	70,7	68,3	67,1	66,9	63,9	55,8	57,7	57,5
France	45,3	45,2	44,6	44,4	42,2	42,3	41,1	38,4	41,1	39,1	36,9	35,3	36,0	35,6	39,5
Italie	75,5	70,8	69,5	68,6	66,9	65,0	60,8	59,8	62,0	59,7	56,8	54,2	52,1	52,5	51,0
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	67,0	64,2	62,3	59,0	59,1	54,6	51,5	49,8	47,7	49,0	47,7	41,8	40,5	43,2	42,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,9	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd	nd

Source : Eurostat, 2008

Tableau 23 Part des qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,6	9,0	9,5	9,8	10,2
GROUPE DES 75															
Espagne	4,4	6,3	7,0	8,8	8,2	9,9	10,4	10,6	11,4	13,7	12,9	12,9	16,0	15,2	15,9
France	5,9	6,0	6,3	5,8	6,5	8,6	9,8	10,1	9,8	10,2	11,1	10,8	10,0	14,1	13,0
Italie	1,1	0,7	1,6	1,7	1,2	1,5	2,2	2,5	2,9	2,8	3,0	3,2	3,4	3,8	4,9
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	3,9	4,2	4,0	5,2	5,7	6,2	5,6	5,9	5,8	6,1	6,7	7,1	6,9	8,3	7,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd	nd

Source : Eurostat, 2008

Tableau 24 Part des jeunes [15-24 ans] dans l'emploi du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	22,2	22,9	22,4	22,2	22,1
GROUPE DES 75															
Espagne	17,9	18,8	17,9	17,3	18,8	17,9	16,7	18,3	16,7	15,4	14,7	14,5	16,9	16,4	14,8
France	19,5	19,7	18,1	18,7	18,2	18,4	19,0	17,2	17,0	17,8	20,8	22,4	20,3	16,6	19,2
Italie	18,1	15,8	16,0	13,3	14,3	15,4	13,2	14,1	13,3	12,4	11,4	13,8	13,5	13,1	13,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	16,7	16,0	14,8	15,3	16,1	17,7	17,5	16,5	14,4	13,9	13,8	17,1	14,5	12,0	12,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	14,3	14,3	14,3	10,7	10,3	13,3	6,9	11,5	12,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,0	38,5	30,8	33,3	33,3	27,3	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	19,5	19,3	19,5	15,5	17,9	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	20,4	20,1

Source : Eurostat, 2008

Tableau 25 Part des jeunes [15-24 ans] – toutes branches NACE confondues (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,8	10,5	10,4	10,3	10,3
GROUPE DES 75															
Espagne	13,0	12,5	12,3	11,6	11,5	11,6	12,0	12,0	11,7	11,0	10,9	10,4	10,5	10,3	9,8
France	9,6	8,7	8,6	8,3	7,8	8,0	8,3	8,7	9,0	9,2	9,4	9,2	9,4	9,0	9,0
Italie	11,6	10,7	10,1	9,6	9,2	9,0	8,6	8,4	8,0	7,6	7,4	7,4	7,0	6,7	6,6
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	10,6	9,9	9,6	9,0	8,8	10,4	9,9	9,7	9,1	8,8	8,1	8,1	7,1	6,7	6,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,5	11,2	11,0	10,2	9,8	9,8	9,8	9,6	9,3
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	21,0	21,1	20,8	20,1	18,5	18,9	17,8	17,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	9,4	8,9	9,1	8,6	8,2	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	16,5	16,1

Source : Eurostat, 2008

Tableau 26 Part des seniors [55 ans +] dans l'emploi du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	9,6	9,6	9,0	9,4	10,0
GROUPE DES 75															
Espagne	10,4	8,9	8,4	9,2	9,5	9,0	9,1	8,3	8,4	9,3	10,8	9,8	8,6	8,6	9,3
France	8,7	8,6	8,8	8,6	8,2	8,1	7,0	6,6	6,3	7,6	8,4	9,0	7,5	8,9	10,4
Italie	10,6	10,9	10,1	12,5	12,0	12,1	10,2	10,5	10,7	10,7	9,9	9,9	8,7	10,0	8,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	13,3	13,2	12,6	13,5	13,9	10,8	10,1	9,2	9,7	10,5	9,1	9,3	9,9	10,6	10,7
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,7	10,7	10,7	10,7	10,3	13,3	13,8	15,4	16,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	6,0	3,4	7,1	9,5	Nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,2	3,9

Source : Eurostat, 2008

Tableau 27 Part des seniors [55 ans +] – toutes branches NACE confondues (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	12,0	12,3	12,7	13,0	13,4
GROUPE DES 75															
Espagne	13,0	12,2	11,5	11,3	11,0	10,9	10,3	10,3	10,5	10,6	10,7	10,7	11,0	11,2	11,1
France	8,5	8,3	8,2	7,9	7,6	7,3	7,2	7,3	7,5	8,5	9,6	10,0	10,8	10,9	11,4
Italie	11,4	11,2	11,0	11,2	11,1	10,8	10,6	10,3	10,1	10,5	10,8	11,0	11,2	11,6	12,0
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	17,0	17,5	17,6	17,6	17,3	14,2	13,8	13,6	13,2	13,2	13,6	12,8	13,3	13,6	13,7
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	12,5	13,6	13,2	13,0	13,8	14,0	14,1	14,0	15,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,8	8,7	9,4	9,6	9,5	9,2	7,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	12,7	13,5	15,0	15,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,9	9,0

Source : Eurostat, 2008

Tableau 28 Age moyen de la population active du secteur HORECA (en années)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,8	36,7	36,6	36,8	36,9
GROUPE DES 75															
Espagne	39,2	37,3	37,4	37,6	37,4	37,5	37,7	37,3	37,6	38,0	38,5	38,3	37,6	37,7	38,1
France	39,2	37,1	37,4	37,3	37,3	37,2	36,8	37,1	37,1	37,2	36,8	36,6	36,7	37,7	37,5
Italie	39,2	38,3	38,0	39,0	38,8	38,6	38,6	38,5	38,7	38,9	38,9	38,5	38,3	38,6	38,2
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	39,3	38,7	38,8	38,9	38,8	37,9	37,8	37,8	38,3	38,6	38,3	37,7	38,3	38,9	38,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,5	38,5	38,5	39,2	39,2	39,3	40,6	40,0	40,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,5	36,6	36,0	37,5	37,6	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,0	36

Source : calculs effectués à partir données Eurostat 2008

Tableau 29 Part de l'emploi temporaire dans le total du secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	1,0	1,1	1,2	1,2
GROUPE DES 75															
Espagne	3,4	3,9	4,4	3,8	3,6	3,6	3,5	3,5	3,2	3,2	3,4	3,5	4,1	4,8	3,9
France	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8
Italie	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	1,2	1,3	1,4	1,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	1,5	1,3	1,5	1,8	1,9	2,4	2,8	2,5	2,7	2,4	2,5	2,1	2,5	1,9	2,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,1	2,5	1,9	1,4	1,8	2,2	1,7	1,2	1,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,6	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,3	1,6	1,7	1,7	1,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	0,7

Source : Eurostat, 2008

Tableau 30 Part de l'emploi temporaire dans l'emploi total (toutes branches, en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	13,1	13,7	14,4	14,9	15,1
GROUPE DES 75															
Espagne	32,1	33,6	34,9	33,8	33,6	32,9	32,8	32,1	31,6	31,2	31,8	32,1	33,3	34,4	31,8
France	10,7	10,8	12,1	12,4	12,9	13,8	13,9	15,3	14,8	14,0	13,6	13,5	14,3	14,2	14,2
Italie	6,1	7,1	7,2	7,4	7,9	8,5	9,8	10,1	9,5	9,9	9,5	11,9	12,4	13,0	13,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	10,4	10,3	10,2	11,0	10,9	13,4	13,5	13,8	13,5	11,8	11,3	12,4	12,1	10,9	11,1
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	10,8	10,6	9,1	12,4	13,2	13,9	13,9	12,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,0	3,8	3,9	3,9	3,2	3,9	3,8	6,0
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	3,5	3,9	3,9	3,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,3	nd

Source : Eurostat, 2008

Tableau 31 Part du temps partiel dans emploi total (toutes branches NACE, en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	17,0	17,8	18,3	18,7	18,9
GROUPE DES 75														
Espagne	6,5	6,8	7,9	8,1	8,0	8,2	8,0	8,1	8,0	8,3	8,9	12,8	12,2	12,0
France	13,9	14,9	16,0	16,8	17,3	17,3	16,9	16,4	16,2	16,7	16,7	17,2	17,3	17,3
Italie	5,5	6,3	6,6	7,1	7,4	7,9	8,8	9,1	8,6	8,6	12,7	12,8	13,4	13,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce	4,3	4,8	5,3	4,6	6,0	6,1	4,6	4,1	4,4	4,1	4,6	4,8	5,9	5,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	6,5	8,5	8,4	7,3	8,9	8,6	8,9	7,9	6,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,3	7,5	8,7	9,4	8,2	9,5	9,9	10,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,0	8,4	8,7	10,1	9,1	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,7

Source : Eurostat, 2008

Tableau 32 Part du temps partiel dans emploi HORECA (en %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,0	27,3	28,0	28,7	29,3
GROUPE DES 75														
Espagne	8,9	9,2	10,8	13,4	13,0	13,8	13,2	13,0	12,5	12,8	14,1	19,6	18,6	18,5
France	18,6	19,8	21,2	23,1	22,7	23,9	24,3	22,9	22,8	22,3	23,0	23,3	23,1	24,5
Italie	8,3	10,0	11,9	11,6	11,8	11,7	14,1	15,0	16,0	15,2	23,5	24,6	26,4	27,5
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE														
Grèce	4,9	3,8	5,2	4,8	5,8	6,7	5,9	5,8	6,1	4,4	6,1	7,2	8,0	8,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	7,1	7,1	7,1	7,1	6,9	10,0	10,3	7,7	8,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,4	23,1	16,7	16,7	27,3	27,3	23,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	8,4	4,6	4,8	9,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,7	2,0

Source : Eurostat, 2008

Tableau 33 Effectifs féminins dans emploi total toutes branches NACE confondues (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,9	44,0	44,3	44,4	44,5
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,3	39,1	40,1	40,6	41,0
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	46,0	46,1	46,4	46,4	46,8
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,0	39,1	39,1	39,3	39,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	37,8	38,1	38,2	38,8	38,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,3	43,8	43,4	43,5	44,7
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,2	29,5	31,1	31,6	32,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,2	44,5	45,5	44,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,9	27,1

Source : Eurostat, 2008

Tableau 34: Effectifs féminin dans emploi HORECA (en % du total emploi HORECA)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,1	54,0	54,2	55,4	55,8
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	51,0	50,1	53,4	54,3	55,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	48,5	46,6	47,2	48,7	50,6
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	47,7	50,1	49,6	49,0	49,4
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	45,6	46,4	45,1	43,9	45,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	55,2	56,7	55,2	53,8	56,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33,3	33,3	36,4	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,2	55,2	53,6	52,4	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,9	14,1

Source : Eurostat, 2008

Tableau 35 Part des femmes à TP dans TP secteur HORECA (en %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	72,4	71,2	71,5	71,8	72,0
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,9	72,8	73,3	71,7	74,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	73,5	68,1	69,7	73,9	69,2
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,6	75,0	77,9	77,9	75,6
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,5	64,7	59,1	54,2	53,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	100,0	66,7	66,7	50,0	50,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	66,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	42,9	nd	75,0	75,0	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,1	45,5

Source : Eurostat, 2008

Tableau 36 Part des femmes à TP dans TP total (toutes branches NACE)

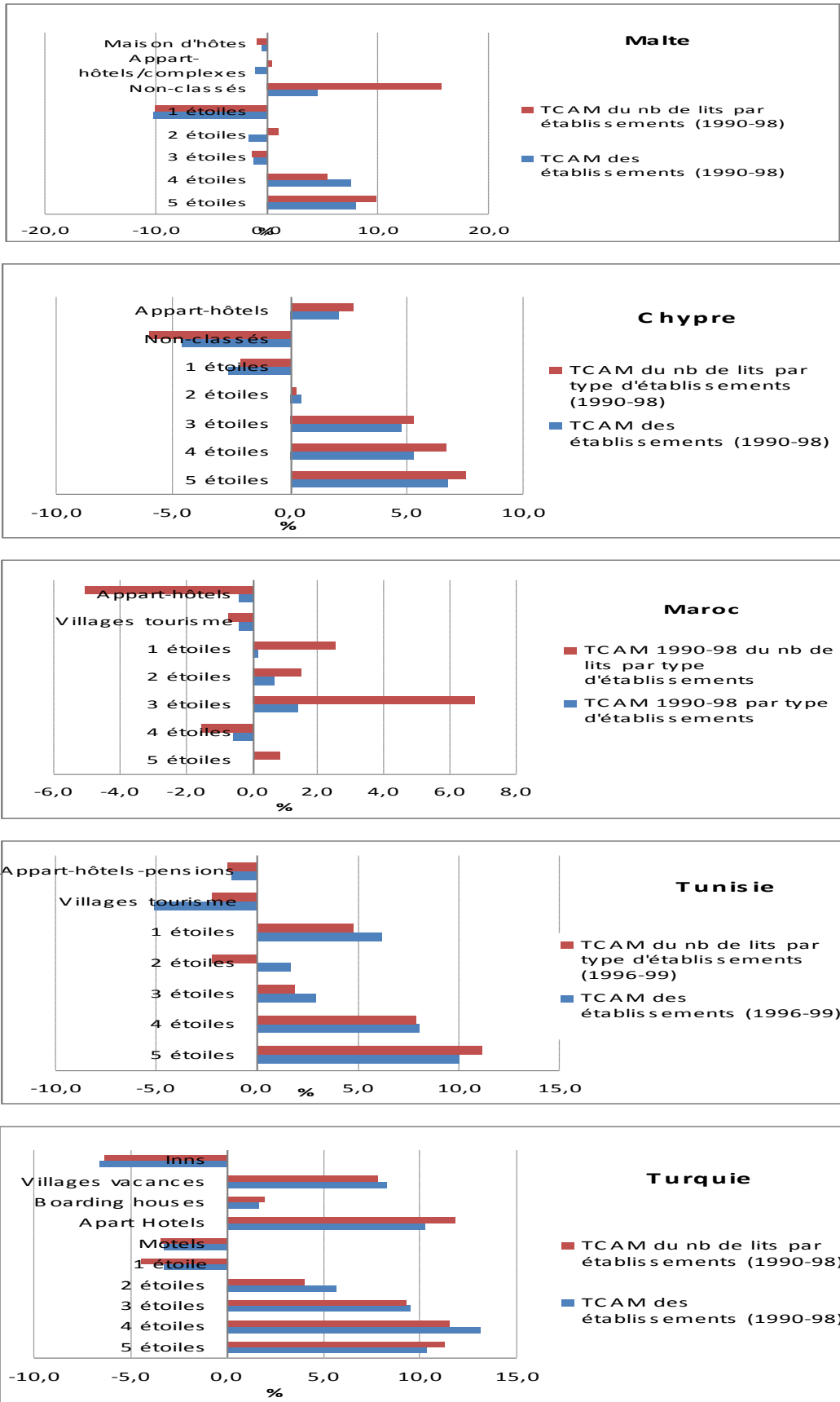
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	78,2	77,9	77,8	77,2	77,1
GROUPE DES 75															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	80,2	80,8	78,1	78,2	78,9
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	82,3	82,8	81,7	81,3	82,4
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,3	76,6	78,5	78,5	77,8
GROUPE DES PAYS A FORTE CROISSANCE															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	68,4	71,1	72,5	69,0	70,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	65,5	65,5	67,7	67,9	69,2
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	64,3	66,7	64,3	73,3	76,5
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	58,1	56,9	60,1	55,3	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,8	60,1

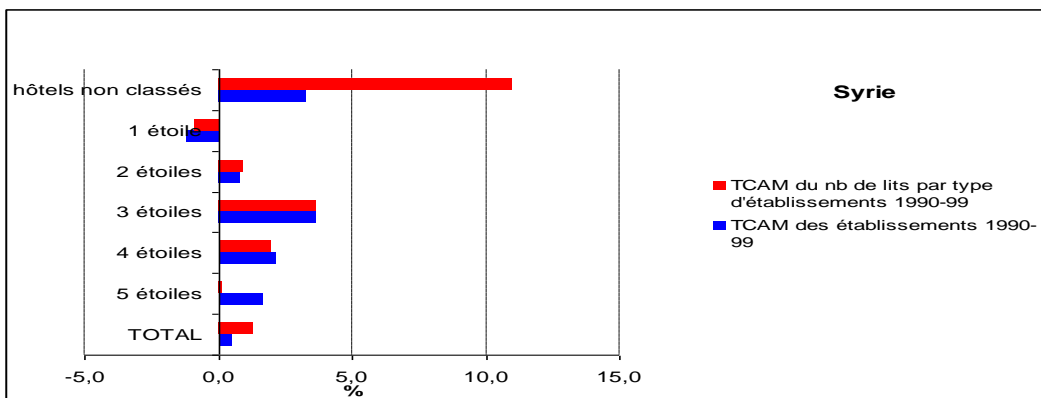
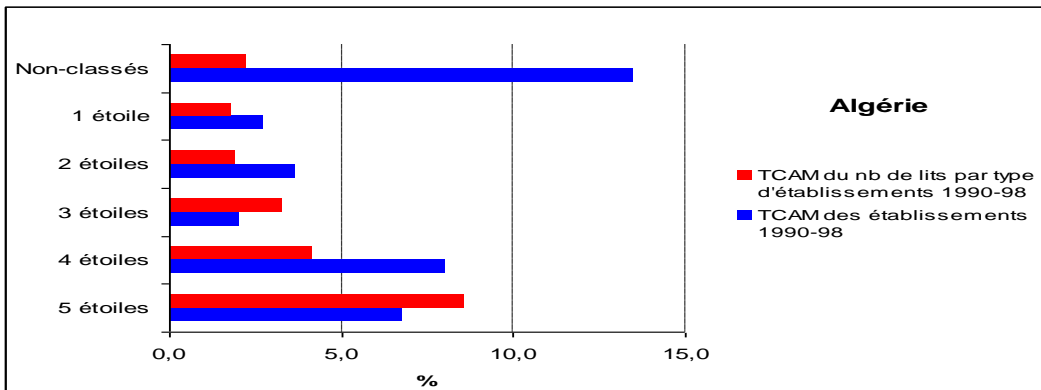
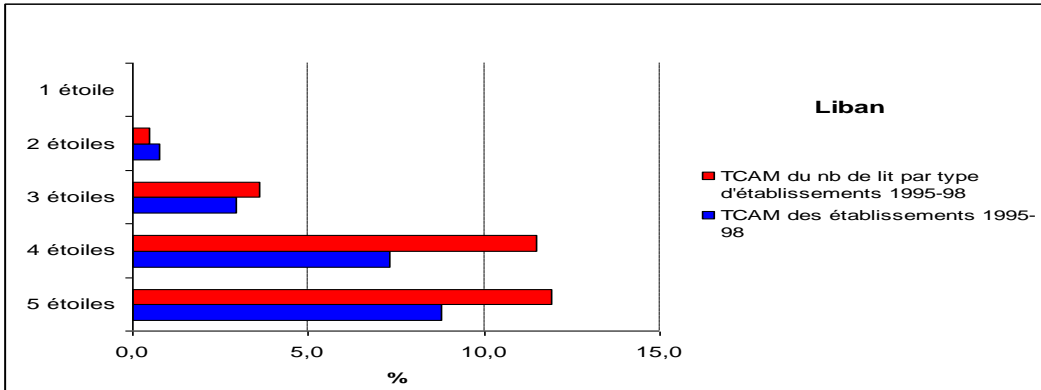
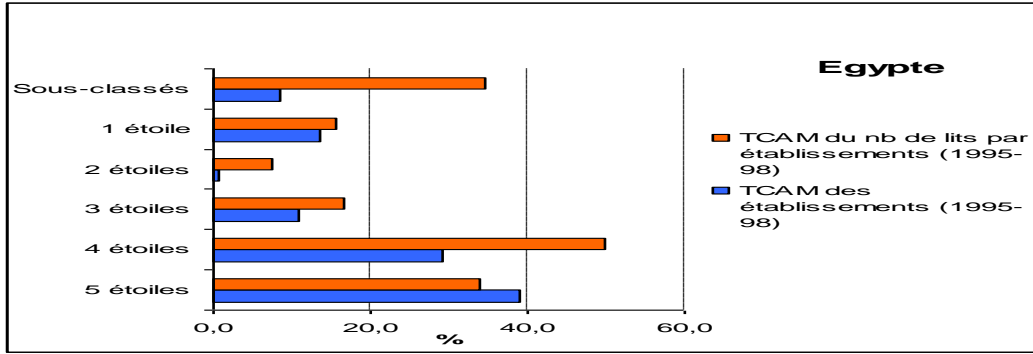
Source : Eurostat, 2008

Annexe 6

Graphique 1 Evolution (taux de croissance annuels moyens) des structures d'hébergement par pays

Source: Tourism trends in Mediterranean countries (Eurostat)





Annexe 7

Salon international du tourisme de Tripoli le 12 mai prochain

Tripoli, Libye - La Foire internationale de Tripoli abritera du 12 au 15 mai prochain le premier "Salon international du tourisme de Tripoli" avec la participation de 44 sociétés locales et étrangères agissant dans le secteur de l'industrie et de l'investissement.

Au total 5 pays, à savoir, la Libye, la Tunisie, l'Egypte, le Mali et la Turquie prennent part à cette manifestation économique organisée par l'Office général libyen du tourisme et de l'industrie artisanale sous le thème "Connais ton pays".

Dans une déclaration à la PANA mercredi à Tripoli, le chef du département de l'information de l'Office général libyen du tourisme et de l'industrie artisanale Zakaria Abouzid a indiqué que l'objectif de ce salon est de faire connaître les régions du pays à fort attrait touristique.

Il s'agit aussi de mettre en exergue les atouts dont dispose la Libye en matière d'industrie touristique, à présenter les opportunités d'investissement dans le pays et les projets en cours d'exécution dans le secteur ainsi qu' à sensibiliser le citoyens libyen sur l'importance du secteur touristique et ses retombées économiques.

Il a indiqué aussi que ce Salon vise à donner l'opportunité aux décideurs et aux entrepreneurs de se rencontrer afin de se consulter, d'établir des partenariats et de créer des projets d'investissement communs en plus de la promotion de l'industrie artisanale dans le pays.

De nombreux observateurs estiment que la Libye qui dispose d'énormes potentialités touristiques, oeuvre à les mettre en exergue en vue de leur exploitation dans le cadre de la nouvelle politique adoptées par les autorités libyennes visant à diversifier les revenus du pays et à trouver une alternative au pétrole considéré comme un ressource tarissable.

Depuis la décision en 2006 de la transformation du comité populaire général libyen du tourisme en un office général de tourisme et de l'industrie artisanale, qui selon les mêmes observateurs, vise à concentrer les activités de cet organe et à lui donner davantage d'efficacité, le secteur touristique a connu, en un laps de temps, un développement fulgurant lui ayant permis d'enregistrer d'excellents indicateurs.

Ainsi, des statistiques récentes de l'office libyen de tourisme indiquent que 5.700 touristes ont visité la Libye en mars 2008 accusant une nette augmentation par rapport aux années précédentes.

Au niveau de l'hébergement en hôtel, quelques 62.522 touristes dont le tourisme intérieur des libyens, le tourisme inter-arabe et celui des étrangers ont fréquenté les différents hôtels en Libye au mois de mars 2008.

En ce qui concerne les marchés exportateurs de touristes vers la Libye, ils s'établissent comme suit: première position est occupée par la France avec 2.596 touristes suivie de l'Italie avec 2.445, de l'Allemagne 1.355 touristes, de la Grande Bretagne 932 touristes, de l'Autriche 655 touristes, de l'Espagne 645 touristes, de l'Australie 297 touristes et du Japon 246 touristes.

Tripoli - 07/05/2008

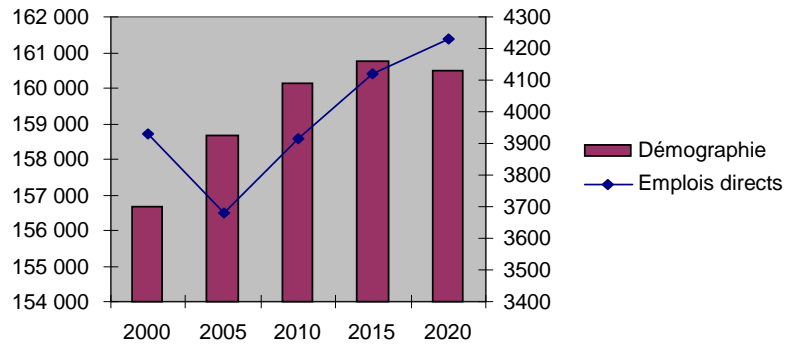
Source Panapress

Annexe 8

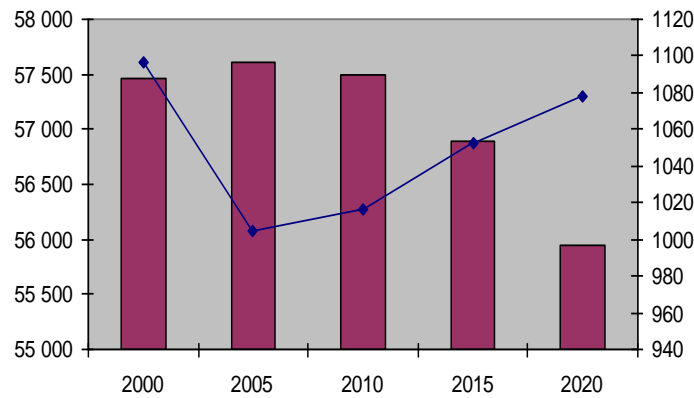
Graphique 2 Évolution démographique des pays au regard des perspectives d'emplois directs dans le secteur du tourisme

Sources : Plan Bleu et WTTC)

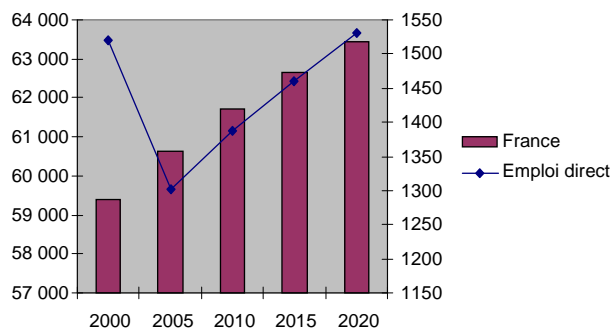
Groupe des 75 : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



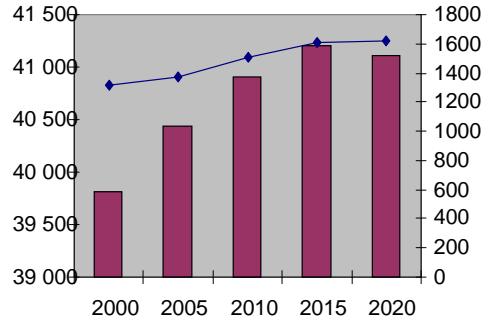
Italie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



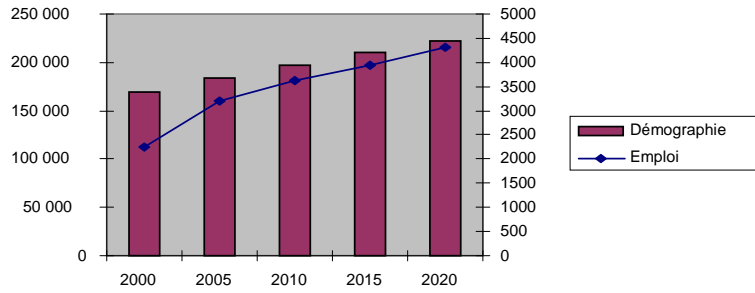
France : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



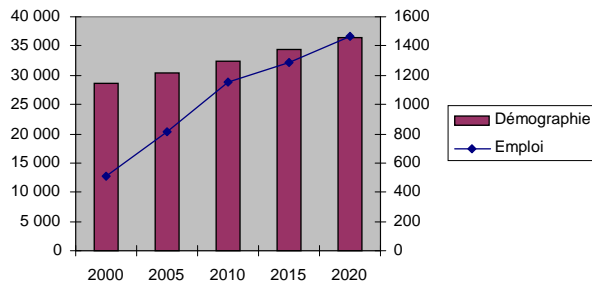
Espagne : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



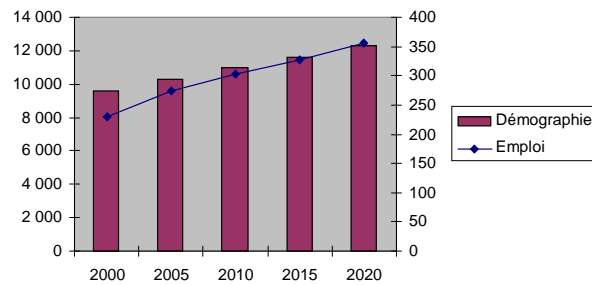
Groupe moteur : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



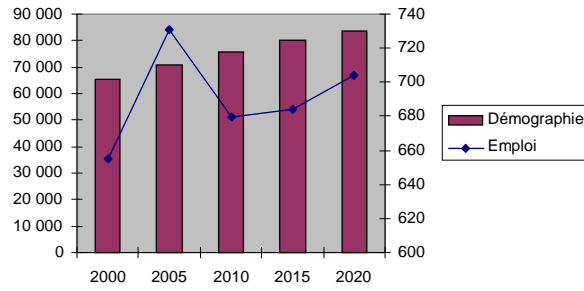
Maroc : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



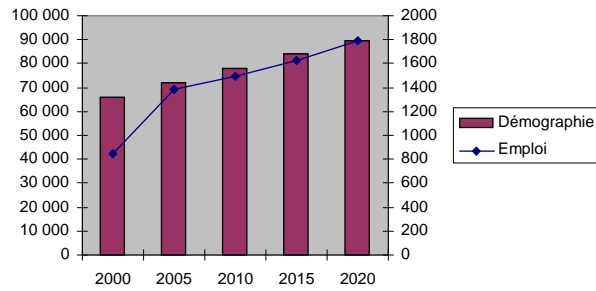
Tunisie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



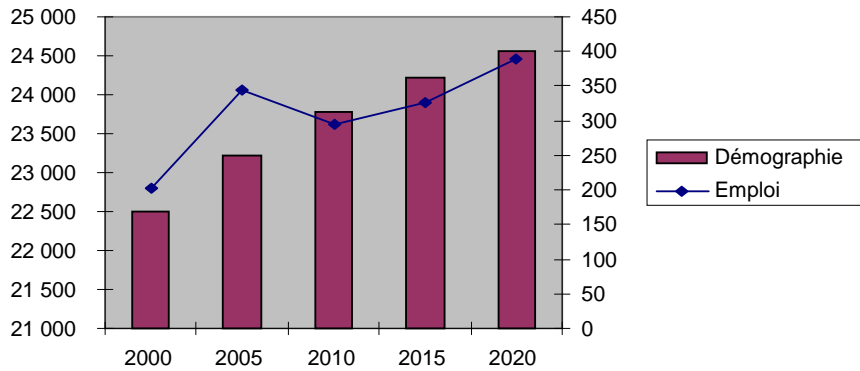
Turquie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



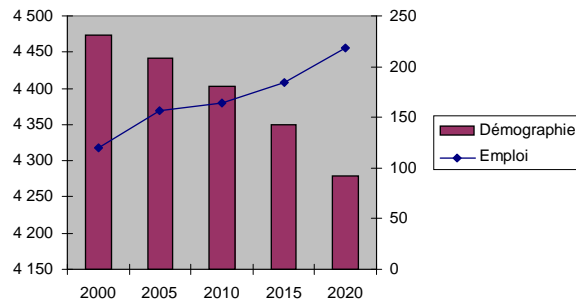
Egypte : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



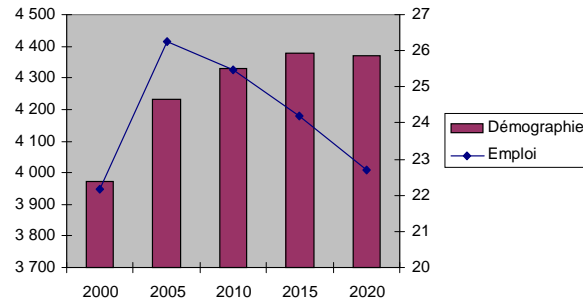
Groupe convallescent : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



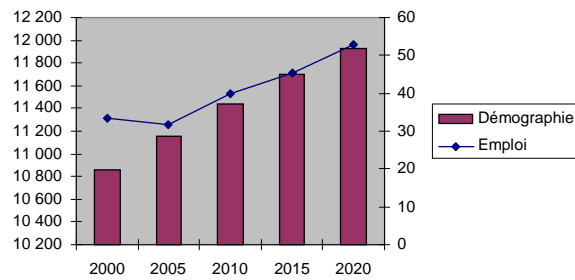
Croatie : évolution démographique et de l'emploi dans le tourisme (000)



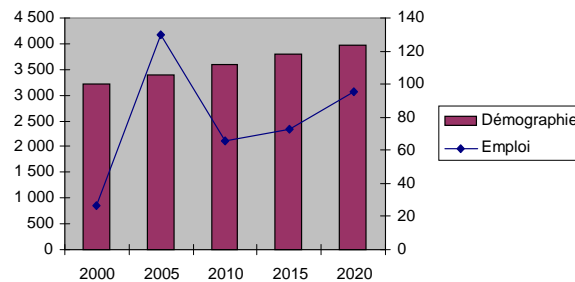
Bosnie-Herzégovine : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



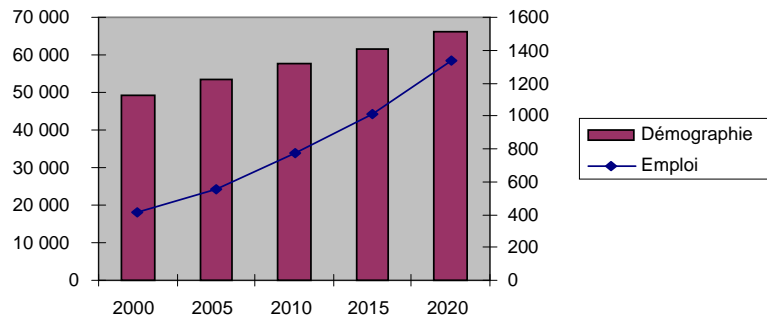
Serbie-Monténégro : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



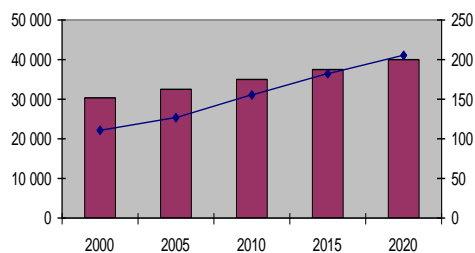
Liban : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



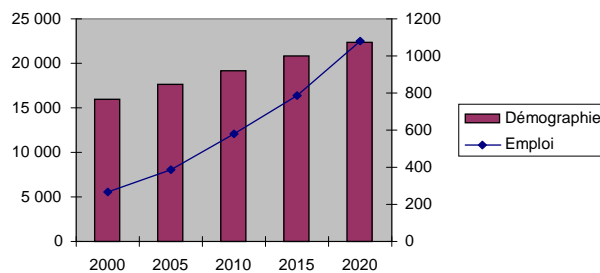
Groupe latent : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



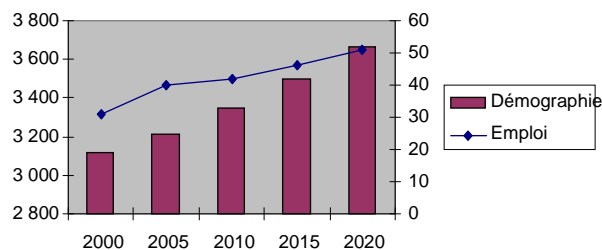
Algérie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



Syrie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



Albanie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



VII. ABBREVIATIONS

UE : Union Européenne

HORECA : Hôtellerie- Restaurant- Café

IHH : Indice Hirschman Herfindhal

ISCED: International Standard Classification of Education

NACE : Nomenclature d'Activité de la Communauté Européenne

Mds : milliards

mio : million

nd : non disponible

NTIC : Nouvelles Technologies Information Communication

TCAM : Taux de croissance annuel moyen

TP: Temps partiel

WTTC: World Travel and Tourism Council

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1	Corrélation croiss. emploi toutes branches NACE confondues / croiss. emploi HORECA	191
Tableau 2	Age moyen de la population active du secteur HORECA (en années).....	194
Tableau 3	Part de l'emploi temporaire dans le total du secteur HORECA (en %).....	194
Tableau 4	Part de l'emploi temporaire dans l'emploi total (toutes branches, en %).....	195
Tableau 5	Part du temps partiel dans emploi total (toutes branches NACE, en %).....	195
Tableau 6	Part du temps partiel dans emploi HORECA (en %).....	196
Tableau 7	Effectifs féminins dans emploi total toutes branches NACE confondues (en %).....	196
Tableau 8	Effectifs féminins dans emploi HORECA (en % du total emploi HORECA).....	197
Tableau 9	Part des femmes à TP dans TP secteur HORECA (en %).....	197
Tableau 10	Part des femmes à TP dans TP total (toutes branches NACE).....	198
Tableau 11	Importance du tourisme pour les populations locales.....	201
Tableau 12	Recettes touristiques (hors dépenses de transport) dans les pays du bassin méditerranéen (en millions d'euros et en pourcentage).....	202
Tableau 13	Taux de croissance annuels moyens des recettes et des flux touristiques.....	203
Tableau 14	Concentration des flux touristiques dans le bassin méditerranéen.....	204
Tableau 15	Productivité dans le secteur touristique (recette en euro/emploi).....	205
Tableau 16	Evolution de la productivité par emploi dans le secteur touristique (%).....	206
Tableau 17	Evolution comparée des arrivées internationales et de l'emploi.....	208
Tableau 18	Part des HORECA dans l'emploi total.....	219
Tableau 19	Taux de croissance de l'emploi global (toutes branche NACE, en %).....	222
Tableau 20	Taux croissance de l'emploi dans le secteur HORECA (en %).....	222
Tableau 21	Corrélation croiss. emploi toutes branches NACE confondues / croiss. emploi HORECA.....	222
Tableau 22	Part des non qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA (en %).....	223
Tableau 23	Part des qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA (en %).....	223
Tableau 24	Part des jeunes [15-24 ans] dans l'emploi du secteur HORECA (en %).....	223
Tableau 25	Part des jeunes [15-24 ans] – toutes branches NACE confondues (en %).....	223
Tableau 26	Part des seniors [55 ans +] dans l'emploi du secteur HORECA (en %).....	224
Tableau 27	Part des seniors [55 ans +] – toutes branches NACE confondues (en %).....	224
Tableau 28	Age moyen de la population active du secteur HORECA (en années).....	224
Tableau 29	Part de l'emploi temporaire dans le total du secteur HORECA (en %).....	225
Tableau 30	Part de l'emploi temporaire dans l'emploi total (toutes branches, en %).....	225
Tableau 31	Part du temps partiel dans emploi total (toutes branches NACE, en %).....	225
Tableau 32	Part du temps partiel dans emploi HORECA (en %).....	226
Tableau 33	Effectifs féminins dans emploi total toutes branches NACE confondues (en %).....	226
Tableau 34	Effectifs féminin dans emploi HORECA (en % du total emploi HORECA).....	226
Tableau 35	Part des femmes à TP dans TP secteur HORECA (en %).....	227
Tableau 36	Part des femmes à TP dans TP total (toutes branches NACE).....	227
Figure 1	Les dotations touristiques permettant le tourisme durable.....	184
Figure 2	La part des différents groupes de pays en fonction des arrivées internationales.....	185
Figure 3	Structure des emplois (directs et indirects) pour l'ensemble du bassin méditerranéen (1990-2006) en milliers.....	187
Figure 4	Turquie : Répartition de l'emploi touristique par secteur d'activité.....	188
Figure 5	Liban : Contribution des secteurs économiques au PIB.....	189
Figure 6	Liban : Répartition de l'emploi touristique par secteur d'activité.....	189
Figure 7	Part des HORECA dans l'emploi total.....	190
Figure 8	Taux de croissance de l'emploi global (toutes branche NACE) et dans le secteur de l'HORECA (%) Source : Eurostat 2008.....	190
Figure 9	Part des non qualifiés dans l'emploi du secteur HORECA.....	192
Figure 10	Part des jeunes [15-24 ans] dans l'emploi du secteur de l'HORECA comparée à l'ensemble des branches NACE (en %).....	193
Figure 11	Tunisie.....	199
Figure 12	Egypte.....	199
Figure 13	Liban.....	199
Figure 14	Syrie.....	199
Figure 15	Taux d'échanges mensuels moyen.....	203

Figure 16 Emploi touristiques par arrivées internationales	207
Figure 17 Taux de croissance annuels moyens (TCAM) de l'emploi direct par groupe de pays (1990 à 2020)	208
Figure 18 Taux de croissance annuels moyens (en ‰).....	209
Figure 19 Groupe des 75 : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)	210
Figure 20 Groupe moteur : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)	210
Figure 21 Groupe convalescent : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000).....	210
Figure 22 Emplois touristiques par arrivées internationales	214
Figure 23 Structure globale de l'emploi par répartition d'emplois directs et indirects (Source : WTTC).....	215
Figure 24 Taux de croissance annuels moyens de l'emploi direct par groupe de pays sur la période 1990-2020 (Source : WTTC)	217
Figure 25 Contribution des différents secteurs économiques au PIB des pays	219
Graphique 1 Evolution (taux de croissance annuels moyens) des structures d'hébergement par pays.....	228
Graphique 2 Évolution démographique des pays au regard des perspectives d'emplois directs dans le secteur du tourisme	231

PARTIE 3

SUIVI DE LA MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE MEDITERRANEENNE POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE : ETUDES NATIONALES

CROATIE

Mr Zoran Klaric, Institut pour le Tourisme

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	243
I. Partie I Contexte et tendances, politiques et stratégies touristiques	244
1. Introduction.....	244
2. Principales caractéristiques du développement du tourisme.....	247
II. Partie II Bilan des progrès réalisés	251
1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme	251
2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable	256
3. Développer la coopération Méditerranéenne	259
III. Partie III Les bonnes pratiques.....	261
1. Transports	261
2. Énergie	262
3. Eau	263
4. Eaux usées.....	264
5. Déchets	264
6. Construction	265
7. Écosystèmes	266
8. Patrimoine culturel.....	267
9. Économie locale	268
10. Formation	268
11. Aménagement du territoire.....	269
12. Changement climatique	270
13. Biodiversité	270
14. Protection des mers et des océans.....	270
15. Croissance et répartition de la croissance	271
16. Emploi	271
17. Régulation de la mondialisation	272
18. Accès aux services de base pour tous.....	272
19. Renforcement des systèmes de santé et d'éducation	273
20. Lutte contre les discriminations.....	273
IV. Partie IV Propositions	274
V. Table of illustrations	276

RESUME

La partie introductive de l'étude présente des données de base sur la Croatie en tant que pays européen relativement nouveau, en cours de finalisation de son processus d'adhésion à l'Union Européenne. En ce qui concerne le développement touristique, l'étude souligne le rôle extrêmement important joué par le tourisme au sein de l'économie nationale, et le fait qu'il soit très fortement orienté vers le tourisme côtier et balnéaire de manière générale. Par ailleurs, l'étude rappelle que la dissolution de l'ancienne Yougoslavie et la guerre qui a eu lieu entre 1991 et 1995 ont sérieusement affecté l'industrie touristique et entravé le processus de repositionnement du produit touristique. Par conséquent, malgré des taux de croissance élevés, la Croatie n'a pas encore atteint le nombre de nuitées enregistrées dans les années 1980. En revanche, elle a été épargnée de la construction excessive de capacité de réception dans les zones côtières, comme ce fut le cas dans plusieurs pays européens développés du bassin méditerranéen.

L'évaluation approfondie du progrès enregistré révèle que le rythme très fort et accéléré de construction de résidences secondaires en zone côtière pendant les dix dernières années (appelé « appartementisation ») est perçu comme la menace principale, pesant sur l'avenir du tourisme croate. Ce processus est rendu encore plus complexe par la faiblesse des instruments juridiques à même de l'endiguer, due au processus de transition et à la corruption induite par les profits extrêmement élevés du secteur du bâtiment. Les conséquences ont été particulièrement négatives surtout que ces constructions occupent des zones très vastes du littoral, rendant toute activité touristique rentable quasiment impossible. Un autre aspect négatif est que la plupart de ces constructions s'accordent peu avec le paysage et diminuent, de ce fait, la valeur esthétique des zones côtières, lesquelles constituent la ressource touristique croate la plus importante.

En dépit de ces processus négatifs, les zones côtières croates restent encore assez bien conservées par rapport à la majorité des pays méditerranéens. Ceci s'explique par une densité assez faible de la population des zones côtières et l'existence de plusieurs espaces à l'état naturel, y compris plusieurs aires jouissant du statut d'aires spécialement protégées. Parmi les aspects d'attractivité les plus importants, on citera également la grande diversité des paysages croates, le patrimoine culturel riche et varié, et la grande biodiversité. Cela est dû à la position de la Croatie, au croisement de grands écosystèmes naturels et au carrefour de plusieurs influences culturelles. Etant donné que de vastes espaces du pays sont à l'état naturel, qu'il y a peu de grandes villes et très peu d'industries polluantes, la Croatie n'a, généralement, pas de problèmes écologiques importants.

L'évaluation approfondie a également révélé que le tourisme en Croatie est encore perçu comme une activité majoritairement positive. Ceci s'explique en partie par le faible nombre de nuitées compte tenu des possibilités spatiales, le nombre très réduit d'unités hôtelières construites les vingt dernières années, mais aussi par la part importante de l'hébergement de petite échelle en pensions de famille. Le tourisme constituant en même temps probablement l'activité économique la plus importante du pays, le niveau de vie est bien meilleur dans les zones côtières de la Croatie que dans les zones intérieures où le tourisme n'est presque pas développé.

L'évaluation des bonnes pratiques a mis en exergue l'orientation excessive de la Croatie vers le trafic automobile, quoique cela n'induit encore pas de problèmes sérieux car les autoroutes nouvellement réalisées ont été construites relativement loin de la frange côtière. La situation environnementale est assez bonne en ce qui concerne les ressources d'eau douce, la pollution hydrique n'est pas très élevée, et les déchets solides n'induisent pas de problèmes sérieux, et ce malgré les faibles normes de recyclage. Des problèmes concernant la production énergétique sont probables, mais on remarquera que la production énergétique n'est pas encore très élevée. Par conséquent, la situation environnementale globale est assez bonne, et la Croatie figure parmi les pays dont les effets négatifs sur les changements climatiques en Europe sont les plus négligeables.

Les principaux problèmes du développement futur seront probablement relatifs aux aspects juridiques, ceux induits par les processus de transition, ainsi que par les adaptations rapides aux normes de l'Union Européenne pour le processus d'adhésion. Ainsi, la plupart des propositions faites dans la dernière partie de l'étude portent sur les écarts entre une législation très complexe et son faible niveau d'application. Ceci est important parce que des instruments législatifs et fiscaux adéquats sont nécessaires pour résoudre les principaux problèmes du développement touristique. Il s'agit d'abord de la construction excessive dans les zones côtières, notamment de résidences secondaires, et de la très forte disproportion entre le tourisme côtier et le tourisme intérieur de manière générale. Des instruments législatifs et fiscaux simples et efficaces sont, donc, des éléments clés pour le développement futur ; en effet, c'est de l'application efficace de mesures adéquates dont dépend le développement d'un tourisme durable à l'avenir.

I. PARTIE I CONTEXTE ET TENDANCES, POLITIQUES ET STRATEGIES TOURISTIQUES

1. Introduction

La Croatie se situe au centre nord du bassin méditerranéen, entre la plaine de Pannonie et la mer Adriatique, dans la région la plus septentrionale de la Méditerranée. Devenue indépendante en 1991 après la dissolution de l'ex-Yougoslavie, la Croatie est actuellement dans le processus d'adhésion à l'Union européenne, en tant que 28^{ème} membre et pays le plus à l'ouest de l'ancien bloc communiste non encore membre de l'UE.

La Croatie s'étend sur une superficie de 56 594 km² pour une population de 4,5 millions d'habitants en 2008 (4 381 352 selon le dernier recensement de 2001). Elle possède une mer territoriale d'une superficie de 31 067 km² et son littoral sur la mer Adriatique s'étend sur 5 385 kilomètres, dont 4 058 kilomètres le long de ses 1 185 îles, rochers et récifs. Comme la majeure partie de la côte orientale et des îles de l'Adriatique appartiennent à la Croatie, le littoral croate est plus long que celui de tous les autres pays réunis riverains de la mer Adriatique (Italie, Slovénie, Bosnie-Herzégovine, Monténégro, Albanie).

Bien qu'elle soit un pays relativement petit, la Croatie se caractérise par une grande diversité. On peut distinguer trois grandes régions naturelles:

- la plaine de Pannonie, qui recouvre près de la moitié du territoire et où vivent les deux tiers de la population ;
- la Croatie montagneuse, qui représente environ 15% du territoire et seulement 2% de la population ;
- la Croatie méditerranéenne, qui représente un tiers du territoire et près de 30% de la population.

Environ 10% du territoire est protégé et la biodiversité est l'une des plus riches d'Europe. Les parcs nationaux et naturels les plus importants et les plus populaires sont ceux marqués par les phénomènes karstiques – cascades, roches calcaires, îles dentelées.¹

La plaine de Pannonie se caractérise par un climat continental modéré, marqué par des étés chauds et des hivers froids ; la partie montagneuse est un peu plus froide avec beaucoup de neige en hiver ; et l'on trouve un climat typiquement méditerranéen près des côtes, avec des étés chauds et secs et des hivers doux et humides. Le sommet le plus élevé est le pic de Dinara, culminant à 1 831 mètres au dessus du niveau de la mer. Les cours d'eau les plus longs sont la Save (942 km, dont 562 km en Croatie) et le Danube (2 857 km, dont 188 km en Croatie). Le lac de Vransko est le plus grand lac du pays avec une superficie de 31 km².

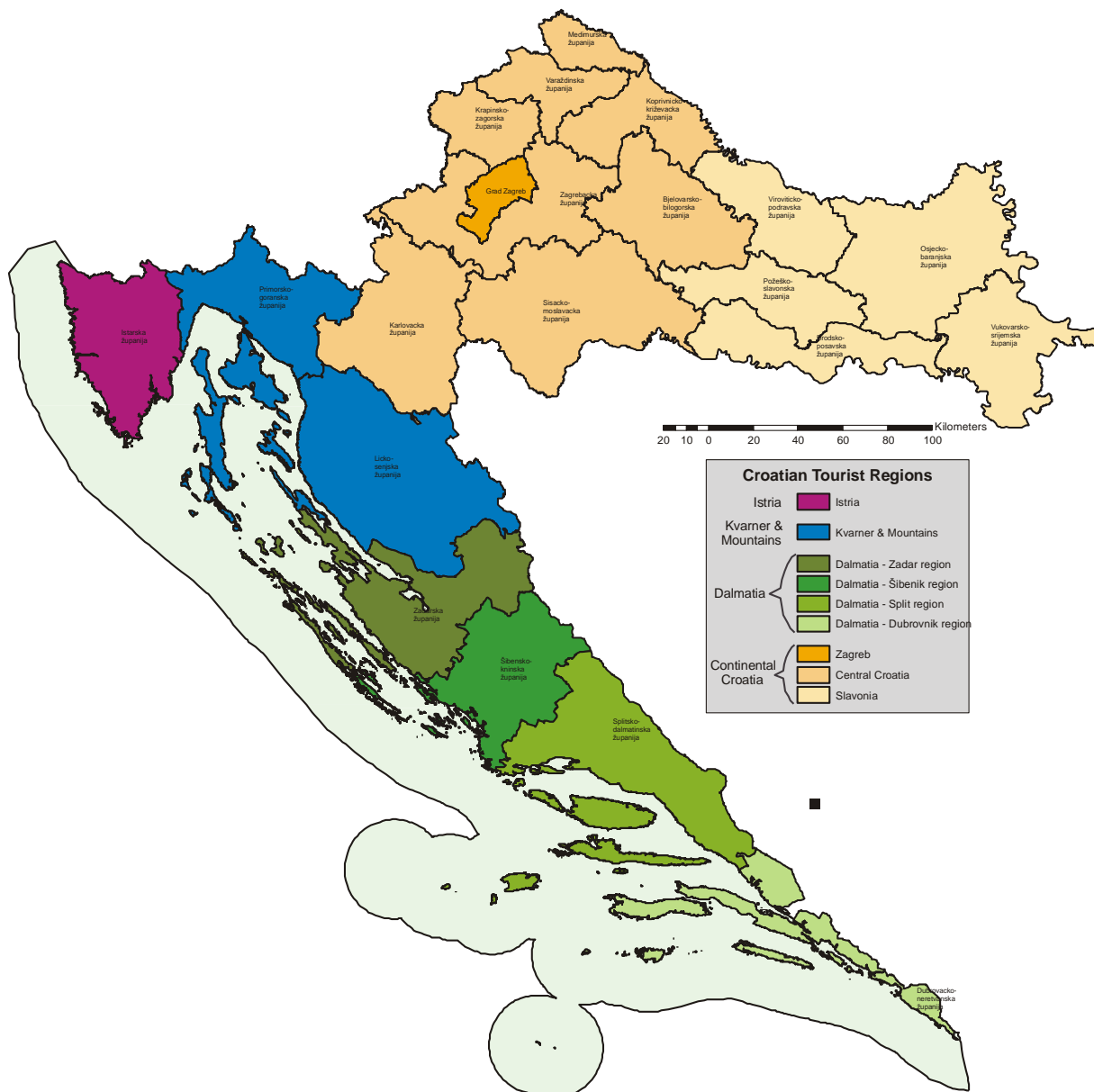
Étant donné sa position aux carrefours du continent – entre l'Europe centrale, l'Europe du Sud et l'Europe de l'Est – la Croatie est influencée par nombre de cultures différentes. La région continentale, plus étendue et comprenant également les montagnes, fait partie de

¹ On peut noter l'importance du karst croate par l'usage des termes originels croates dans la littérature technique internationale employés pour la majorité des formes particulières de karst, par exemple uvala, polje, hum.

l'Europe centrale tandis que la région côtière méditerranéenne, plus réduite, est rattachée à l'Europe du Sud. Ceci est dû aux liens historiques entretenus d'une part avec l'Empire des Habsbourg (l'Autriche actuelle) à l'intérieur et, d'autre part, avec l'Empire Romain et la République de Venise (Italie) dans la partie méditerranéenne. En dépit d'une longue histoire partagée avec l'Empire Ottoman, dont la Croatie était frontalière, on n'observe quasiment aucune influence orientale dans le pays et la majorité de la population est catholique romaine. Le patrimoine culturel embrasse toutes les grandes époques de l'histoire et sa valeur unique est mise en évidence par le fait que cinq sites sont classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, soit l'une des plus fortes concentrations au monde compte tenu de la taille de la Croatie et de son nombre d'habitants.

Toutes ces caractéristiques sont extrêmement favorables au développement du tourisme : plus particulièrement la côte très dentelée et ses nombreuses îles, le climat agréable et l'excellente localisation du pays, très proche du marché touristique européen. Toutefois, il faut noter que ce développement s'applique presque uniquement au tourisme côtier, focalisé sur le produit « mer et soleil », tandis que d'autres formes de tourisme sont encore inexploitées. Certains éléments favorisent de façon évidente ce type de développement touristique, notamment un tourisme hivernal handicapé par le manque de neige dû à la faible altitude des montagnes, ou un tourisme thermal qui s'adresse essentiellement aux nationaux, du fait de la contribution financière qu'apporte l'assurance maladie. Par ailleurs, le tourisme culturel et rural sont développés bien en deçà des potentialités, en particulier dans la partie continentale du pays. Dans le même temps, les pays voisins (la Slovénie en premier lieu) proposent de très bonnes offres touristiques dans ces secteurs, ce qui limite les chances d'un développement plus rapide, notamment pour ce qui est du tourisme thermal et rural.

Figure 1 Régions touristiques croates



On observe une forte concentration touristique près des côtes : en effet, les sept comitats² littoraux, qui recouvrent 42% du territoire et abritent 32% de la population croate, concentrent 95,7% du total des nuitées, et 97,5% des nuitées passées par les étrangers. Sur l'étriquette côtière (municipalités et villes littorales), où le tourisme est presque exclusivement balnéaire, on atteint 94,7% du total des nuitées et 97,5% des nuitées étrangères. Les seules destinations touristiques en Croatie continentale enregistrant plus de 100 000 nuitées sont la ville de Zagreb avec 1 133 172 nuitées et la région autour du parc national des lacs de Plitvice avec 361 332 nuitées en 2007, soit près des deux tiers de l'ensemble du tourisme continental.

² Plus large division administrative de la Croatie (N.d.T.)

Tableau 1 Le nombre de nuitées en Croatie par région touristique³⁾ de 1989 à 2007

Région touristique	1989	1992	1996	2000	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL DES NUITÉES	61.848.887	10.724.549	21.455.422	38.405.930	46.635.139	47.797.287	51.420.948	53.006.946	56.005.492
ISTRIE ^{*)}	19.743.443	6.197.533	9.509.821	14.284.770	16.213.896	16.532.510	16.649.944	16.968.695	17.613.132
KVARNER & MONTAGNES ^{**)}	14.971.753	2.644.503	6.766.810	9.894.307	11.176.954	11.199.518	11.622.030	11.926.053	12.430.024
DALMATIE ^{***)}	23.484.162	447.661	3.881.406	12.891.210	17.466.692	18.259.331	21.180.201	21.928.330	23.589.709
CROATIE CONTINENTALE ^{****)}	3.649.529	1.434.852	1.297.385	1.335.643	1.777.597	1.805.928	1.968.773	2.183.868	2.372.627
NUITÉES ÉTRANGÈRES	54.466.290	7.554.766	16.545.626	33.307.408	41.323.148	42.516.325	45.986.517	47.021.944	49.574.630
ISTRIE ^{*)}	18.459.322	5.213.280	8.728.416	13.642.180	15.514.783	15.711.376	15.963.668	16.201.050	16.876.916
KVARNER ET MONTAGNES ^{**)}	13.076.560	1.640.474	5.135.841	8.408.519	9.705.302	9.840.671	10.220.672	10.374.808	10.866.000
DALMATIE ^{***)}	20.876.261	128.534	2.105.201	10.658.095	15.217.410	16.020.634	18.750.982	19.285.385	20.584.982
CROATIE CONTINENTALE ^{****)}	2.054.147	572.478	576.168	598.614	885.653	943.644	1.051.195	1.160.701	1.246.732

Source : République de Croatie – Bureau central des statistiques

*) Comitat d'Istrie

**) Comitats de Primorje-Gorski Kotar et Lika-Senj

***) Comitats de Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmatie et Dubrovnik-Neretva

****) Les 13 autres comitats continentaux et la Ville de Zagreb

2. Principales caractéristiques du développement du tourisme

Le tourisme est devenu l'une des principales activités économiques en Croatie au cours des quarante dernières années. Après un essor rapide entre la fin des années 1960 et le début des années 1980, le développement de cette activité a atteint son apogée entre les années 1985 et 1989 avec plus de 60 millions de nuitées, dont plus de 50 millions de nuitées étrangères. Après une période de crise en ex-Yougoslavie et surtout après la guerre des années 1991-1995, l'industrie du tourisme a été presque entièrement détruite. Les dégâts furent importants, surtout en Dalmatie qui était directement impliquée dans des opérations militaires et coupée du reste du pays en raison de l'occupation d'une partie de la Croatie par les forces paramilitaires serbes.

Le nombre total des nuitées est tombé à seulement 10 millions, et celui des nuitées étrangères à 7 millions en 1991-1992. Près de 30 % des touristes étrangers pendant cette période venaient de la Slovénie voisine et se concentraient principalement en Istrie, la seule région de Croatie qui n'était pas menacée pendant la guerre. En Dalmatie, la plus grande région touristique, le nombre de nuitées étrangères est passé de plus de 20 000 000 en 1989 à 129 000 en 1992. À l'évidence, le nombre élevé de nuitées étrangères en Croatie continentale pendant cette période s'explique principalement par la présence de personnel militaire, d'observateurs internationaux et de journalistes qui couvraient le conflit en Croatie et en Bosnie-Herzégovine. Les seules régions de Croatie qui ont connu un « véritable »

³⁾ L'Organisation Nationale de Croatie divise officiellement le pays en huit régions touristiques – la Dalmatie est elle-même divisée en quatre régions représentant chacune un comitat (Dalmatie – région de Zadar, Dalmatie – région de Šibenik, Dalmatie – région de Split, et Dalmatie – région de Dubrovnik), et la Croatie continentale en trois régions – Zagreb (la Ville de Zagreb), la Croatie centrale (comitats de Zagreb, Krapina-Zagorje, Varaždin, Međimurje, Koprivnica-Križevci, Bjelovar-Bilogora, Karlovac et Sisak-Moslavina) et la Slavonie (Virovitica-Podravina, Požega-Slavonia, Slavonski Brod-Posavina, Osijek-Baranja et Vukovar-Sirmium). Mais dans la plupart des analyses du tourisme croate et pour des raisons de marketing, on continue de faire référence aux quatre plus grandes régions touristiques susmentionnées.

tourisme à cette époque étaient l'Istrie et les environs de la baie de Kvarner, où aucune opération militaire ne se déroulait et où la vie suivait en général son cours normal.

Tableau 2 Superficie et population par région touristique en 2001

REGION TOURISTIQUE	SUPERFICIE EN KM ²		POPULATION EN 2001		PAR KM
	TOTAL	%	TOTAL	%	
ISTRIE	2.813	5,0	206.344	4,7	73,4
KVARNER ET MONTAGNES	8.940	15,8	359.182	8,2	40,2
DALMATIE	12.943	22,9	849.844	19,4	65,7
CROATIE CONTINENTALE	31.898	56,4	2.965.982	67,7	93,0
TOTAL	56.594	100,0	4.381.352	100,0	77,4

Source : République de Croatie – Bureau central des statistiques

Le tourisme croate a commencé à se redresser en 1994, mais s'est à nouveau interrompu à cause d'une intensification du conflit au cours de l'année 1995, due essentiellement à l'opération militaire « Tempête » lancée en août 1995, lorsque la majorité des anciens territoires occupés ont été libérés par l'armée croate. Le secteur a connu un nouveau rebond en 1996, lorsque le chiffre de 20 millions de nuitées a été une fois de plus atteint. Cet essor s'est poursuivi lentement jusqu'en 1999, en raison de nouvelles menaces apparues en 1998 du fait de la crise au Kosovo et de l'action de l'OTAN en Serbie.

Le véritable essor a débuté après 1999 : entre 1999 et 2000, le nombre de nuitées est passé de 27 à 39 millions. Cette expansion s'est ensuite confirmée année après année et continue encore aujourd'hui. En effet, l'évolution positive après l'an 2000 s'explique par une stabilisation de la région, par un changement pacifique du gouvernement croate en 2000 et par les négociations d'adhésion à l'UE entamées en 2005. Ces dernières années, c'est en Dalmatie que la croissance touristique a été la plus significative grâce à la construction d'une nouvelle autoroute depuis Zagreb, mais aussi grâce au fait que le redressement du secteur dans l'immédiat après-guerre y avait été plus lent.

En dépit d'une telle croissance, plus élevée que dans la plupart des autres pays d'Europe riverains de la Méditerranée, la Croatie n'a pas encore atteint le nombre de nuitées étrangères qu'elle avait connu à la fin des années 1980. Seuls les revenus du tourisme sont aujourd'hui bien plus élevés qu'à l'époque de l'ex-Yougoslavie, même si ces chiffres ne peuvent être comparés à ceux enregistrés avant 1991⁴. Il faut noter à ce propos que des tendances négatives ont commencé à apparaître dès la fin des années 1980, avant le début de la crise en ex-Yougoslavie. Cette évolution était due à l'état de maturité de l'offre touristique croate, qui était, il y a 20 ans, l'exemple typique du tourisme balnéaire de masse orienté principalement vers une demande à faible pouvoir d'achat. La guerre n'a donc pas seulement détruit des aspects physiques du tourisme, mais a aussi occulté les vraies raisons à l'origine des changements négatifs apparus durant cette période.

Si la situation du tourisme croate avant la guerre est parfois considérée plus favorable qu'elle ne l'a réellement été, cela tient également aux changements observés dans la répartition des touristes par pays de provenance. Dans le passé, la part de touristes issus des pays occidentaux développés était bien plus importante qu'aujourd'hui, ce qui a fait naître l'idée fautive selon laquelle le produit touristique était plus compétitif à cette époque. L'Allemagne est resté le principal marché, mais sa part est passée de 28 % en 1989 à seulement 22 % en 2007, et la part de pays occidentaux plus éloignés, autrefois très présents, comme le Royaume-Uni, les pays scandinaves ou les États-Unis, a été divisée par trois. Dans le même temps, la part des pays anciennement communistes tels que la République tchèque, la

⁴ Si l'on considère le fait que la Croatie représentait pas loin de 80% des revenus du tourisme étranger de l'ex-Yougoslavie, on peut en conclure que les revenus réels du tourisme de près de 10 milliards de dollars sont bien plus élevés qu'ils ne l'ont jamais été avant l'indépendance de la Croatie. Il faut en revanche préciser que toute comparaison avec la période qui a précédé l'indépendance est impossible, étant donné que la méthodologie utilisée en ex-Yougoslavie pour calculer les revenus du tourisme était en tous points différente, et donnait des valeurs bien inférieures à celles trouvées par la méthodologie plus récente conforme aux normes européennes.

Slovaquie, la Hongrie ou la Pologne est aujourd'hui bien plus élevée qu'avant 1991, lorsque la Croatie faisait partie de la Yougoslavie communiste.⁵

Tableau 3 Nombre de visiteurs et de nuitées par nationalité en 2006 et 2007

PAYS	VISITEURS		NUITEES		% IN 2007
	2006	2007	2006	2007	
Total	10.384.921	11.162.406	53.006.946	56.005.492	100,0
Touristes nationaux	1.726.045	1.855.715	5.985.002	6.430.862	11,5
Touristes étrangers	8.658.876	9.306.691	47.021.944	49.574.630	88,5
Allemagne	1.544.801	1.554.794	10.986.866	10.848.939	21,9
Slovénie	913.072	1.015.379	5.245.881	5.689.746	11,5
Italie	1.235.413	1.249.343	5.474.456	5.451.968	11,0
République tchèque	593.276	669.132	3.921.345	4.394.711	8,9
Autriche	790.083	839.717	4.069.302	4.244.607	8,6
Pays-Bas	241.856	264.664	1.938.295	2.030.442	4,1
Hongrie	402.782	381.202	2.196.365	1.984.644	4,0
Pologne	275.845	322.890	1.612.013	1.833.961	3,7
Slovaquie	217.986	280.586	1.428.346	1.831.655	3,7
France	505.139	473.806	1.707.718	1.664.973	3,4
Royaume-Uni	268.777	267.159	1.366.266	1.275.609	2,6
Autres pays de l'UE ^{*)}	-	705.671	-	2.922.041	5,9
Russie	108.672	157.259	936.639	1.288.828	2,6
Bosnie-Herzégovine	188.774	222.135	948.397	1.146.799	2,3
Autres pays d'Europe	951.482	394.826	4.194.822	1.790.723	3,6
Pays hors Europe	420.918	508.128	995.233	1.174.984	2,3

Source : République de Croatie – Bureau central des statistiques^{*)} En 2006, il n'existait pas de données séparées pour tous les pays de l'UE, certains ont donc été regroupés dans la ligne « Autres pays d'Europe »^{**)}
La part de pays particuliers a été calculée en lien avec les « Touristes étrangers »

La récession du tourisme pendant la guerre n'aura eu qu'un seul effet positif : épargner la Croatie d'une urbanisation à grande échelle et du phénomène d'« appartementisation »⁶⁾, qui a détruit de nombreuses régions côtières dans les pays développés du bassin méditerranéen, notamment en Espagne. Malheureusement, ces tendances sont aussi apparues en Croatie ces dernières années et nombre d'observateurs craignent que l'intégration à l'UE ne fasse qu'aggraver la situation, étant donné l'attrait qu'exerce le littoral croate sur les citoyens de l'Union pour la construction de résidences secondaires.

Si l'on compare la situation actuelle du tourisme en Croatie avec celle d'il y a vingt ans, il faut signaler que l'importance économique du secteur est plus grande aujourd'hui à presque tous les égards en dépit d'une baisse du nombre de nuitées enregistrées. En effet, la part du tourisme dans l'ensemble de l'économie croate a augmenté du fait que les autres secteurs – en particulier l'industrie – ont connu une croissance plus lente, mais aussi grâce à des ressources financières plus abondantes. Il importe également de souligner que, la Croatie étant aujourd'hui un pays indépendant, tous les revenus fiscaux issus du tourisme restent sur le territoire croate. Or en ex-Yougoslavie, ces revenus étaient gérés (et perçus) par le gouvernement central de Belgrade, qui se trouvait constamment en situation de déficit budgétaire. Cela fut d'ailleurs une des raisons principales de la violente dissolution de l'ex-Yougoslavie.

⁵ En 1989, les cinq pays qui comptabilisaient le plus de nuitées en Croatie étaient l'Allemagne (28,3 %), l'Italie (13,5 %), le Royaume-Uni (8,2 %), l'Autriche (7,2 %) et les Pays-Bas (5,1 %). La part de l'ex-Tchécoslovaquie n'était que de 3,5 %, et celle de la Hongrie et de la Pologne de moins de 2 %. Seule la part de la Slovénie est restée approximativement stable.

⁶ Le terme « appartementisation » (en Croate « apartmanizacija ») est largement employé pour la construction de ce qu'on appelait officiellement les « appartements touristiques », en réalité des résidences secondaires pour la plupart, égrainées le long du littoral. Les entreprises du bâtiment emploient le terme « appartements touristiques » afin de dissimuler la véritable finalité de ces constructions, à savoir des résidences secondaires et très rarement des logements de tourisme marchand. En l'absence de traduction adéquate, ce terme est également souvent employé par les consultants étrangers travaillant en Croatie.

D'autre part, les répercussions socioculturelles du tourisme sont aujourd'hui plus fortes, le tourisme étant considéré comme l'un des pans les plus importants et à la fois les plus sains de l'économie croate. C'est généralement dans les régions plus développées, exposées à une immigration issue d'autres régions moins avancées, que l'on trouve une activité touristique forte : en dehors de la capitale, Zagreb, le comitat le plus développé est l'Istrie, suivi par d'autres comitats côtiers. Les flux migratoires se dirigent aussi vers les îles croates qui voient leur population augmenter depuis une dizaine d'années, alors qu'elle avait baissé dans les périodes précédentes.⁷

Les répercussions environnementales sont aussi plus importantes aujourd'hui que par le passé. En effet, le tourisme représente désormais une menace pour l'environnement local, du fait notamment de la construction d'appartements sur le littoral. Auparavant, l'incidence écologique du tourisme était généralement perçue comme positive puisque la construction de capacités d'hébergement touristique paraissait moins néfaste pour l'environnement que l'introduction de nouvelles capacités industrielles.

Tous les types de tourisme, mis à part le tourisme balnéaire, étant encore inexploités, la quasi-totalité des répercussions potentiellement négatives mentionnées ne s'appliquent qu'au tourisme balnéaire. Étant donné que toutes les autres formes de tourisme sont bien loin d'atteindre les seuils limites de capacités d'accueil, elles continuent d'être vues comme favorables à l'environnement. C'est particulièrement le cas du tourisme culturel et du tourisme rural, considérés comme importants pour le développement économique des régions dépeuplées et pour la préservation du patrimoine matériel, notamment dans les zones moins développées.

On peut en conclure qu'il y a nécessité d'une nouvelle distribution spatiale et d'une nouvelle structuration du tourisme en Croatie, par type par exemple. Les stratégies touristiques lancées par les autorités interviennent régulièrement en faveur de ces objectifs, notamment au moyen de plans, tels que le Plan-cadre pour la Croatie établi par DEG (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH) en 2002, la Stratégie de développement du tourisme croate élaborée par le Ministère du tourisme en 2003, ou encore le Plan stratégique de marketing pour le tourisme croate, suivi du Plan-cadre pour le tourisme d'Istrie, en tant que principale région touristique, préparé par THR Barcelona en 2001.

Malheureusement, ces plans ne sont pas suivis par l'introduction des instruments nécessaires à une correcte mise en œuvre, notamment en ce qui concerne l'aménagement du territoire. Dès lors, la situation n'évolue guère. Les plans les plus efficaces ont probablement été le plan-cadre pour l'Istrie et le plan marketing pour l'ensemble de la Croatie, mais ils se limitent encore essentiellement au tourisme balnéaire. En conséquence, la part du tourisme balnéaire est aujourd'hui plus forte qu'il y a vingt ans et le tourisme continental est en général bien moins développé en Croatie que dans les pays voisins.

Au-delà des raisons objectives susmentionnées concernant le tourisme de montagne et le tourisme thermal, il faut admettre que les mesures incitant au changement ne sont pas encore aussi développées que dans la plupart des autres pays d'Europe, notamment dans les pays limitrophes tels que la Slovénie, l'Autriche et la Hongrie. Par conséquent, le déséquilibre entre tourisme balnéaire et tourisme continental est toujours extrêmement marqué, malgré une inversion progressive de la tendance observée ces 8 dernières années. On peut s'attendre à l'avenir à ce que le tourisme culturel, le tourisme rural et l'écotourisme joueront un rôle plus important en Croatie, même s'il restera moins significatif que dans les pays voisins plus développés. La même constatation peut être faite concernant les objectifs de la Stratégie méditerranéenne pour le développement durable, parce qu'ils ne sont pas systématiquement intégrés dans les stratégies touristiques officielles.

⁷ L'augmentation de la population dans les îles de Croatie durant la décennie du dernier recensement (1991-2001) n'est pas relayée par une augmentation parallèle de l'économie. Cela est dû en partie au fait que une large part des immigrants qui arrivent sur les îles sont des retraités qui ont choisi de s'installer de façon permanente dans leur résidence secondaire, et que des personnes s'y établissent afin de profiter des avantages fiscaux offerts par les îles afin d'endiguer le dépeuplement des époques passées.

II. PARTIE II BILAN DES PROGRES REALISES

1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme

1.1 Prévenir et réduire les impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures touristiques sur la frange littorale

En comparaison avec la plupart des autres pays du nord de la Méditerranée, la Croatie occupe une place particulière compte tenu de son littoral relativement préservé. En effet, les régions côtières voisines d'Italie et de Slovénie, ainsi que le littoral méditerranéen en France et en Espagne, concentrent en général des densités de population, d'infrastructures touristiques et d'installations nautiques plusieurs fois supérieures rapportées à la longueur du littoral.

Cela s'explique en partie par une faible densité de population dans les régions côtières croates, due à des conditions naturelles particulières et à l'histoire. Ainsi, de nombreuses portions du littoral ne sont pas fertiles ou sont escarpées et difficiles d'accès. De plus, au cours de l'histoire, la partie côtière du pays s'est presque toujours trouvée à la lisière de grands empires et souvent exposée à la guerre, étant donné son emplacement à la frontière entre l'Empire ottoman et des États chrétiens d'Europe (Croatie médiévale, Habsbourg et Empire austro-hongrois, République de Venise). Il faut aussi signaler qu'en raison des récents événements historiques, le développement du tourisme n'a toujours pas atteint les valeurs que le pays a connues il y a vingt ans, ce qui laisse penser qu'il reste encore de grandes marges de progression pour le développement et l'urbanisation.

Cependant, la construction de résidences secondaires dans les régions côtières est devenu ces dix dernières années un phénomène de grande ampleur. Ce processus, généralement dénommé « appartementisation », s'est développé de façon si forte et si rapide qu'il est devenu aujourd'hui la principale menace pour l'avenir du tourisme croate. En effet, la recrudescence continue et incontrôlée de ces « appartements » fragilise l'industrie hôtelière réglementaire et altère l'image de la Croatie, cette destination de qualité connue pour être « La Méditerranée retrouvée ». En outre, ces bâtiments se caractérisent par une qualité médiocre, un manque de charme, des solutions architectoniques inappropriées et ils recouvrent habituellement de vastes zones sur les parties les plus attrayantes de la côte.

Pour mettre fin à ce phénomène, le gouvernement de la République de Croatie a publié le 9 avril 2004 un décret pour la réglementation et la préservation des espaces côtiers protégés. Ce décret vise à garantir une protection spéciale sur une bande côtière de 1 000 mètres de large, où toute nouvelle construction immobilière est interdite, sauf dans quelques cas exceptionnels à des fins strictement touristiques. Dans le même temps, de nombreuses actions ont été entreprises pour démolir nombre de maisons construites sans autorisation sur le littoral. Il s'agissait là d'une pratique fréquente dans certaines localités, à cause du manque de moyens de planification pendant la période de transition d'une société communiste à une économie de marché, tel qu'en Dalmatie du Nord notamment.

Tableau 4 Nombre de résidences secondaires par région touristique en 1981, 1991 et 2001

REGION TOURISTIQUE	1981	1991	2001
Istrie	5.372	9.180	14.696
Kvarner et Montagnes	19.090	32.992	38.535
Dalmatie	30.332	65.410	64.662
Croatie continentale	29.523	69.263	64.620
Total Croatie	84.317	176.845	182.513

Source : République de Croatie - Bureau central de statistiques

*) y compris la ville de Pag et les municipalités de Poveljana et Kolan aujourd'hui en Dalmatie

*) y compris la municipalité de Donji Lapac aujourd'hui dans Kvarner et montagnes

Il est malheureusement impossible d'estimer le nombre de nouveaux « appartements » construits, les données correspondantes n'étant recueillies que tous les dix ans lors du recensement de la population. Néanmoins, les informations pour ces années de recensement indiquent que le processus d'« appartementisation » s'est amorcé bien avant 2001 dans les régions de Croatie épargnées par la guerre (l'Istrie et les régions voisines de Kvarner), et constitue une menace sérieuse sauf dans les zones continentales.

Quant aux recommandations de la Commission méditerranéenne du développement durable dans ce domaine, on peut conclure de façon générale que les instruments nécessaires à l'évaluation des répercussions sur l'environnement des programmes touristiques et des projets de grande envergure existent à un certain niveau. Même si des progrès ont été faits, ils sont encore trop faibles pour endiguer les tendances négatives, étant donné les pressions exceptionnelles que suscite la forte rentabilité de ce type d'activités immobilières. Seules les régions très saturées bénéficient d'évaluations de la capacité d'accueil de leur sites touristiques, telles que la région de Crikvenica dans la baie de Kvarner, mais ce procédé n'est pas systématique dans toutes les régions où il s'avèrerait nécessaire.

Comme indiqué plus haut, les instruments législatifs et réglementaires existent et ont participé au ralentissement de certains phénomènes négatifs, mais nombre de ces réglementations ne sont pas correctement suivies dans la pratique, notamment dans les zones moins développées et les régions du pays qui ont été détruites pendant la guerre de 1991-1995. La préservation des sites naturels de grande valeur n'est donc effective que dans des zones bénéficiant d'une protection spéciale comme les parcs nationaux ou les parcs naturels, où en outre les instruments de planification sont généralement plus puissants. Des plans de développement et d'aménagement du territoire qui tiennent compte des questions environnementales sont élaborés dans d'autres régions, mais ils ne sont en général pas mis en œuvre, surtout si les autorités locales ont certains intérêts dans le processus d'« appartementisation ».

Pour ce qui est de l'urbanisation près des côtes et de la construction de routes, la situation est légèrement meilleure du fait que certaines mesures visant à limiter les constructions sur une bande littorale étroite sont partiellement appliquées. L'infrastructure routière a été relativement bien planifiée dans le passé, notamment en Istrie, la première région touristique, où il existe très peu de routes principales qui mènent au littoral. Grâce à la nouvelle autoroute adriatique construite bien à l'intérieur des terres, l'ancienne route du littoral adriatique est aujourd'hui moins empruntée. On observe également une tendance à l'accroissement des zones piétonnes dans les villes côtières. La bande littorale étroite devient ainsi souvent interdite à la circulation.

Toutefois, la Croatie continue de privilégier le trafic routier pour son tourisme et la nouvelle autoroute côtière contribue à l'augmentation du nombre de touristes qui arrivent en voiture. Ces derniers deviennent désormais la majorité, même en Dalmatie du sud, plutôt orientée jusqu'ici vers le trafic aérien. Ce problème est particulièrement présent dans la plus importante destination touristique, Dubrovnik, confrontée à de très nombreux problèmes de stationnement. Compte tenu de la faible fréquence des vols, de la qualité médiocre des aéroports et du peu de compagnies qui desservent le pays, la qualité du trafic aérien en Croatie est jugée très insuffisante. Même les îles sont presque exclusivement desservies par

le trafic routier du fait qu'elles sont toutes reliées par des lignes de ferry et qu'elles ne possèdent pas d'aéroport.⁸

Les sites naturels littoraux les plus importants sont pris en charge par le Ministère de la culture en tant qu'espaces protégés. Notons au passage que les huit parcs nationaux de Croatie sont situés dans des comitats côtiers : trois d'entre eux sur le littoral (l'archipel de Brijuni, l'archipel des Kornati et la partie occidentale de l'île de Mljet) et les deux autres aux abords de la côte (les gorges de Paklenica et la rivière Krka). Trois parcs naturels s'étendent aussi sur de larges parts du littoral – le Parc naturel de Velebit et la Réserve mondiale de la Biosphère de l'UNESCO (la zone protégée la plus vaste de toute la Croatie), la baie de Telascica sur l'île de Dugi otok et l'archipel de Lastovo.

De nombreux espaces côtiers plus petits bénéficient d'autres formes de protection. Parmi eux, les plus importants sont des paysages protégés qui comptent quelques plages, comme celle de Zlatni rat (Cap d'or) sur l'île de Brac ou Sapunara sur l'île de Mljet, une côte et des îles proches de la ville de Rovinj en Istrie, la plage de Zrce sur l'île de Pag, etc. Le problème majeur vient du fait que ces espaces recouvrent un pourcentage relativement faible du littoral et les constructions sont généralement autorisées en dehors de ces zones.

Tableau 5 Nombre de visiteurs dans les parcs nationaux de Croatie en 2007

PARC NATIONAL	REGION TOURISTIQUE	TOTAL	LOCAUX	ÉTRANGERS
total		2.136.096	372.358	1.763.738
Brijuni	Istrie	178.073	69.336	108.737
Risnjak	Kvarner & montagnes	24.831	19.797	5.034
Lacs de Plitvice	Kvarner & montagnes	927.661	86.795	840.866
Velebit du Nord	Kvarner & montagnes	11.949	6.786	5.163
Paklenica	Dalmatie	110.338	15.550	94.788
Kornati	Dalmatie	94.605	34.847	59.758
Krka	Dalmatie	700.823	125.639	575.184
Mljet	Dalmatie	87.816	13.608	74.208

Source: République de Croatie - Bureau central des statistiques

Les régions les plus précieuses du patrimoine naturel de Croatie comprennent 447 zones protégées différentes recouvrant au total 5 178 km², soit environ 10 % du territoire. Outre les huit parcs nationaux susmentionnés, on dénombre onze parcs naturels⁹ et deux réserves naturelles intégrales (le Biješe et le Samarske dans le massif de la Kapela et Rosanski et Hajdučki dans le massif du Velebit) qui constituent les destinations les plus importantes. On compte également 426 autres espaces moins étendus et éléments de patrimoine bénéficiant d'une protection : 78 réserves spéciales (botaniques, forestières, géomorphologiques, hydrologiques, ichtyologiques, ornithologiques, maritimes et zoologiques), 38 parcs forestiers, 71 paysages et sites exceptionnels, 104 monuments naturels (géologiques, géomorphologiques, paléontologiques et des espèces d'arbre rares) et 135 monuments d'architecture de parc (arboretums, jardins botaniques, parcs, groupes d'arbres et arbres individuels).

S'il n'existe pas de programmes spéciaux visant à réhabiliter les destinations respectueuses de l'environnement parvenues à maturité, en revanche de nombreuses initiatives sont menées au niveau local. Les fonds pour de telles actions sont collectés au moyen de paiements touristiques spéciaux à visée marketing mais utilisés aussi pour la protection et la gestion des sites naturels et culturels. Une des actions les plus importantes a été la

⁸ Le seul aéroport insulaire de Croatie capable d'accueillir des avions standards se trouve sur l'île de Krk, mais il dessert la ville de Rijeka, située sur le continent et reliée à l'île par un pont. Le trafic est rare dans cet aéroport, Rijeka se trouvant à proximité de l'aéroport de Zagreb et de celui de Ljubljana. Il est donc utilisé par les charters et les compagnies low-cost. Il existe deux petits aéroports au trafic encore plus faible sur les îles de Lošinj et de Brac, mais ils n'accueillent que les petits avions et surtout les vols charters. Il n'existe pas à l'heure actuelle d'autre aéroport insulaire, quoique des plans soient en préparation pour les îles de Hvar et de Korcula.

⁹ Il existe trois parcs naturels qui s'étendent sur des zones humides (Lonjsko polje, Kopacki rit et le lac de Vransko), deux sur des régions insulaires (la baie de Telascica, sur l'île de Dugi otok, et l'archipel de Lastovo), et six sur des zones montagneuses (Papuk, Medvednica et Žumberak-Samoborsko gorje sur la partie continentale, et Učka, Velebit et Biokovo près du littoral).

signalisation des sites touristiques et la traduction des informations destinées aux visiteurs dans la quasi-totalité des comitats de Croatie. Étant donné les fonds limités octroyés par la taxe touristique dans les régions éloignées de la côte, le Ministère du tourisme s'est engagé à verser 50 % de fonds à ces actions dans les comitats continentaux.

1.2 Réduire la consommation des ressources naturelles et les pollutions induites par les hébergements et activités touristiques

Comme vu précédemment, le tourisme (marchand) n'est pas encore considéré comme une menace sérieuse pour les ressources naturelles, en raison de sa relative petite échelle vu les capacités spatiales du pays. Il faut aussi noter que les capacités totales dans les hôtels et autres établissements similaires restent bien inférieures à celle d'il y a vingt ans, et très peu d'hôtels entièrement nouveaux ont été construits au cours des 20 dernières années. En outre, le fait que la Croatie est un des rares pays d'Europe à bénéficier d'importantes ressources en eau, potable dans tout le pays, favorise la poursuite du développement. L'eau potable est acheminée du continent vers la majorité des îles par des canalisations, rendant les problèmes d'eau potable rares, se limitant presque uniquement aux petites îles reculées. Certains problèmes de consommation des ressources naturelles concernent surtout les espaces sujets à la construction de résidences secondaires (ou « appartements »). Mais il s'agit là bien plus d'un problème de pollution visuelle et d'atteinte à la beauté des paysages que d'un problème de pollution de l'eau ou de l'air.

L'arrêt de l'activité de nombreuses industries polluantes pendant la guerre, notamment dans les villes de Sibenik et Split en Dalmatie, constitue un autre point positif concernant la consommation des ressources naturelles. Cet arrêt a entraîné une baisse de la pollution de l'air, de l'eau et des sols ; à noter toutefois une augmentation de la pollution de l'air dans certaines zones exposées à un trafic routier bien plus élevé qu'auparavant. Par ailleurs, le processus d'adhésion à l'UE a obligé la Croatie à améliorer les normes relatives au traitement des eaux usées et des déchets, de sorte que la pollution dans les espaces côtiers n'existe pour ainsi dire plus qu'à proximité des principales villes, Split (baie de Kastela) et Rijeka (baie de Bakar).

Il faut néanmoins signaler que de graves problèmes écologiques ont été causés par de vieilles industries dans certaines régions, notamment une ancienne usine d'amiante dans la baie de Kastela près de Split et une industrie pétrochimique dans la ville de Sisak, à l'intérieur des terres. La situation du traitement des déchets est plus problématique du fait de l'insuffisance des normes relatives au ramassage des déchets solides un peu partout dans le pays : ainsi, dans de nombreuses régions, les déchets solides continuent d'être simplement déposés dans les décharges désignées à cet effet.

Plus préoccupant encore est le problème de l'énergie. En effet, la Croatie a hérité des privations d'énergie de l'ex-Yougoslavie et doit importer son énergie des pays voisins. La situation n'est pas encore critique, mais l'on peut s'attendre à ce que des problèmes surviennent, particulièrement pendant la saison estivale où le nombre d'unités de logement augmente et où l'usage de la climatisation s'intensifie. L'utilisation de l'énergie solaire et de technologies de construction moins consommatrices d'énergie (« maisons intelligentes ») est encore très marginal en Croatie.

La gestion environnementale des installations touristiques et des sites est soumise à la législation actuelle, en voie d'adaptation aux critères de l'UE. Des marches à suivre respectueuses de l'environnement ont été énoncées, mais elles n'intègrent pas de mesures incitatives significatives. La construction d'« appartements » est ainsi devenue l'une des nouvelles activités principales dans les régions touristiques et le soutien financier régional est limité compte tenu du peu de ressources disponibles.

Certains comitats, notamment l'Istrie, la région la plus développée sur le plan touristique, ont instauré des mesures d'encouragement, telles que la mise en application du Plan stratégique de marketing préparé par THR Barcelona. L'Istrie représente un cas intéressant : elle est non seulement la région côtière avec la plus forte concentration touristique, mais elle connaît aussi une saison touristique plus longue, ce qui permet aux régions de l'arrière-pays de jouer

un rôle important dans l'ensemble du produit touristique côtier. Cela est illustré par le fait que l'Istrie est la région touristique qui accueille la plus grande part de touristes étrangers, qui pratique les prix les plus élevés et qui compte le plus d'unités de tourisme rural.

S'agissant des déchets solides et de la pollution aquatique, il faut admettre que la situation en Croatie n'est pas mauvaise, si on la compare à celle de la plupart des pays méditerranéens d'Europe ; mais cela s'explique surtout par une production industrielle relativement faible, une densité de population assez peu élevée et l'absence de grandes agglomérations urbaines. Cependant, cette situation a des effets négatifs dans le domaine du traitement des déchets, puisqu'elle ne favorise pas la mise en place de mesures visant à l'introduction de techniques sophistiquées. Par conséquent, les questions écologiques font partie des points les plus problématiques dans le processus d'adhésion à l'UE de la Croatie.

La situation relative au traitement des déchets et aux normes communales est en général bien meilleure sur la partie côtière du pays, et ce principalement en raison du développement du tourisme. Le pourcentage d'habitations raccordées aux réseaux d'en eau et d'assainissement est habituellement proche de 99 % dans les zones côtières, et généralement inférieur à 90 % dans les régions rurales de la Croatie continentale. Seul le système de chauffage central est moins présent dans les zones côtières étant donné la douceur du climat.

Tableau 6 Équipements et installations dans les foyers de Croatie en 2001

		TOTAL FOYERS & HABITANTS	TOILETTES	SALLE DE BAIN	CUISINE	ÉLECTRICITÉ	APPROVISIONNEMENT EN EAU	SYSTEME D'ÉVACUATION DES EAUX USEES	CHAUFFAGE CENTRAL
Foyers	total	1.421.623	1.272.344	1.256.698	1.409.247	1.414.274	1.331.431	1.318.594	514.386
	%	100,0	89,5	88,4	99,1	99,5	93,7	92,8	36,2
Habitants	total	4.400.000	4.028.595	4.004.904	4.378.165	4.384.900	4.189.293	4.156.740	1.684.553
	%	100,0	91,6	91,0	99,5	99,7	95,2	94,5	38,3

Source : République de Croatie - Bureau central des statistiques

Le processus de certification et l'introduction des normes ISO ont commencé d'être appliqués, mais se limitent encore principalement aux entreprises exportatrices qui tentent de s'imposer sur le marché international. Cette évolution est généralement présente dans le secteur du tourisme, mais surtout dans les entreprises étrangères d'une certaine taille et pour des produits d'un niveau de qualité assez élevé. La majorité des hébergements touristiques, qui sont encore des pensions de famille, n'ont pour le moment pas intérêt à s'engager dans ce processus et n'y sont d'ailleurs pas incités.

1.3 Maîtriser l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier

Les principaux loisirs touristiques affectant la mer et l'environnement côtier sur le littoral croate sont liés au tourisme nautique. Le nombre de bateaux de plaisance naviguant sur l'Adriatique augmente chaque année, provoquant différents types de pollution –carburant, peinture et déchets jetés à la mer. Afin de maîtriser et réduire ces formes de pollution, le Ministère de la mer, du transport et de l'équipement a mis en place différentes mesures, en particulier ces deux dernières années.

Le contrôle renforcé des bateaux de plaisance entrant dans les eaux croates s'accompagne d'une politique de construction de marinas tout équipées, pourvues notamment des installations nécessaires à l'évacuation des déchets solides et liquides. À cela s'ajoute une politique de limitation des entrées de bateaux de plaisance dans les ports existants et d'installation de mouillage dans certaines baies. Ces mesures ont été appliquées afin de réduire la pratique omniprésente de l'ancrage dans presque tous les endroits possibles et le rejet des déchets directement à la mer. Le principal but de ces actions est d'imposer très prochainement une loi qui interdira partout l'ancrage de bateaux de plaisance la nuit, hormis à des emplacements bien définis.

Le tourisme de plongée n'est pas encore considéré comme une activité susceptible de nuire sérieusement à l'environnement, car cette activité n'est pas encore très répandue en Croatie contrairement à d'autres pays du bassin méditerranéen. Étant donné le nombre relativement peu élevé d'espèces animales protégées susceptibles d'attirer les plongeurs, la principale menace dans ce domaine est l'extraction illégale et la détérioration du patrimoine culturel sous-marin (notamment des amphores et œuvres d'art des épaves). Quant aux scooters des mers, leur usage est interdit près des plages, mais plus pour éviter les accidents que pour préserver l'environnement côtier de cette activité encore peu répandue.

La Croatie continue de mener une politique générale d'accès et d'usage publics des plages, si bien qu'il est presque impossible d'avoir un accès privé à la mer. On peut encore trouver à de nombreux endroits des coins isolés pour nager, et la pratique consistant à laisser des plages naturelles vierges de tout équipement est encore largement répandue. Les plages payantes sont très rares (ce sont en général celles qui arborent le « Pavillon Bleu ») et l'opinion est généralement fermement opposée à cette pratique dans la plupart des zones côtières. Toutefois, compte tenu de la fréquentation des plages locales dans certaines régions, en particulier par des visiteurs venus de l'arrière-pays pour la journée, de nombreuses initiatives sont lancées pour restreindre l'usage des plages aux non-résidents.

2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable

En dépit de nombreuses influences négatives, le tourisme continue d'être perçu comme une activité favorable à l'environnement. C'est particulièrement le cas dans les régions qui subissent une forte pollution industrielle sur le littoral et dans toutes les régions continentales. Le tourisme est également considéré comme une ressource susceptible de servir le patrimoine naturel et culturel, car il peut garantir des fonds pour sa protection, notamment pour celle du patrimoine culturel, et prévenir d'autres types de pratiques plus nocives (déforestation, chasse, construction de barrages, etc.).

Le fait que la construction de nouveaux hôtels et d'établissements similaires reste limitée renforce aussi l'image positive du tourisme. Certes, la construction d'« appartements », c'est-à-dire de résidences secondaires, est généralement considérée comme une activité négative, en particulier dans les zones côtières. Néanmoins, elle n'est pas perçue comme une forme de développement touristique, mais plutôt comme une activité relevant du secteur du bâtiment ou même comme un fléau causé par l'avidité des personnes impliquées dans cette activité temporairement très lucrative.

2.1 Élaborer des stratégies nationales et locales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable

Afin de mieux concilier tourisme et environnement, il existe différents instruments et formes de coopération entre les principales parties prenantes. L'instrument le plus efficace reste le système de taxe sur le revenu touristique transférée au niveau à l'office local (villes et municipalités), à l'office régional (20 comitats et la ville de Zagreb) et à l'office national du tourisme. Cette taxe étant principalement calculée à partir du nombre de nuitées, de nombreux offices du tourisme locaux disposent d'un grand pouvoir, notamment dans des villes et municipalités relativement petites mais dotées d'importantes capacités d'hébergement. Même si ce revenu est en principe destiné essentiellement au marketing, les offices du tourisme locaux peuvent avoir une influence sur l'ensemble du développement touristique et fonctionnent comme des intermédiaires très utiles pour les autorités chargées du tourisme dans certaines destinations.

Bien qu'ils ne disposent pas en général des ressources suffisantes et qu'ils dépendent par conséquent des autorités locales et régionales, les offices du tourisme jouent souvent un rôle de premier plan dans la préparation de plans marketing stratégiques, de plans d'ensemble sur le tourisme ou même de projets concrets pour la région dont ils sont responsables. Le Ministère du tourisme élabore des dispositions légales qui donneront plus de pouvoir aux offices du tourisme locaux et régionaux, les autorisant à développer des activités de gestion

des sites et à jouer en quelque sorte un rôle de médiateur entre l'industrie du tourisme et la communauté locale.

Dans certains cas, d'importantes entreprises du tourisme participent aussi à l'élaboration de dossiers stratégiques pour des régions bien définies, en particulier si une grande entreprise (hôtelière) est dominante dans la région. C'était plus souvent le cas autrefois : les entreprises du tourisme s'implantaient en général dans une zone bien précise (municipalité, ou anciennes municipalités plus grandes) ; dans ce cas, elles étaient souvent l'acteur le plus important dans ladite zone et y contrôlaient la majorité des emplois. Elles avaient donc une très forte influence sur le gouvernement local.

Toutefois, les processus de privatisation les plus récents, notamment du fait d'acquisitions par de grandes chaînes d'hôtels, ont réduit cette influence et les intérêts des nouveaux propriétaires se limitent très souvent à leur entreprise. Ce phénomène rend la gestion des sites plus difficile car les autorités locales et les offices du tourisme locaux se retrouvent à assumer de plus grandes responsabilités. Or ils n'ont la plupart du temps pas assez de pouvoir et/ou de connaissances pour gérer le développement touristique de la région qu'ils administrent, et se retrouvent alors parfois impliqués dans différentes affaires liées à des investissements douteux ou à de la corruption.

Il est intéressant de noter que la majorité des affaires financières et de corruption survenues en Croatie ces dix dernières années sont liées au tourisme. Cela s'explique par les phénomènes de rachat des anciennes entreprises socialistes et de transformation de terres agricoles en zones touristiques.

Selon l'opinion publique générale, la qualité des plans d'aménagement touristique s'est dégradée par rapport au passé. Les nouveaux documents de planification sont perçus comme pas assez précis, ou favorables aux entreprises du bâtiment ayant de gros intérêts financiers dans les constructions neuves, notamment les résidences secondaires dans les zones côtières ou les nouveaux appartements et bureaux dans le centre des grandes villes.

Bien que de nouvelles réglementations adaptées aux normes de l'UE devraient permettre une certaine amélioration de la situation, il existe une crainte généralisée que les pressions exercées en faveur de la construction de résidences secondaires pour les citoyens de l'Union aboutissent à un nouvel accroissement des investissements et mettent en danger l'environnement côtier. En témoigne l'augmentation du prix des terrains qui est aujourd'hui de cinq à dix fois plus élevé qu'il y a dix ans. C'est notamment le cas dans les destinations touristiques les plus prisées telles que Dubrovnik, Hvar ou Opatija, ainsi que dans les zones rurales environnantes, ou près des nouvelles autoroutes.

Ces phénomènes ont fait naître une vive opposition contre les nouvelles constructions au sein de la population locale et des ONG, dont l'action est très souvent tournée vers ces questions. On compte aussi de plus en plus de groupes de pression locaux qui se battent principalement contre la dévastation des terres par des constructions abusives.

2.2 Promouvoir la diversification du tourisme et un aménagement équilibré des territoires

La diversification du produit touristique comptait parmi les principaux objectifs de la quasi-totalité des dossiers stratégiques pour le tourisme croate. L'expansion du tourisme dans les régions continentales constituait aussi un grand enjeu dans les stratégies touristiques et il n'est pas un comitat en Croatie continentale qui n'ait pas défini le développement touristique comme l'une des activités économiques les plus importantes. Malheureusement, il ne s'agissait là que de déclarations d'intention et en réalité l'équilibre entre le tourisme côtier et le tourisme continental reste extrêmement favorable au premier.

Ce déséquilibre peut s'expliquer par plusieurs raisons, déjà présentées dans l'introduction de ce document, mais la principale tient au fait que le développement du tourisme continental exige de nombreux efforts dans la création du produit touristique et du marketing. La situation est bien plus aisée avec le tourisme côtier, puisque la conjugaison de paysages attrayants, d'un climat agréable et d'une localisation facile d'accès permet d'obtenir de bons résultats sans guère d'efforts. Il faut aussi noter qu'il existe une très faible demande

domestique pour le tourisme continental, du fait que le marché du tourisme national, peu développé et financièrement faible, se concentre traditionnellement sur un seul grand départ en vacances en bord de mer.

L'Office national du tourisme s'efforce de promouvoir des formes de tourisme autres que balnéaire par différents types d'actions. Parmi les mesures les plus populaires, citons la promotion spéciale du tourisme culturel et rural, les subventions à but promotionnel pour les comitats continentaux, l'organisation d'opérations marketing spéciales portant exclusivement sur la partie continentale du pays, etc. Il existe un office national du tourisme spécifique pour le tourisme culturel, principalement chargé d'inciter les touristes à inclure le patrimoine culturel croate dans leur visite. Ont également été mises en place des mesures incitatives ainsi qu'une nouvelle législation pour le développement du tourisme rural, généralement perçu comme respectueux de l'environnement.

Ces huit dernières années, l'action de l'Office national du tourisme dans le domaine de la signalisation touristique (les « panneaux marron ») a grandement contribué à mettre en valeur le patrimoine culturel et naturel. Or il s'agissait dans le passé d'une des remarques les plus fréquentes de la part des touristes étrangers concernant l'offre touristique, d'autant plus que la majorité des touristes viennent en Croatie en voiture. Aujourd'hui, dans la majeure partie du pays, on peut trouver de nombreux panneaux de signalisation marrons qui dirigent les visiteurs vers les sites les plus importants, ce qui s'avère très utile pour les dépenses des touristes et la promotion du patrimoine naturel et culturel.

Par ailleurs, l'ensemble des dossiers stratégiques, tant à l'échelle nationale que régionale, mentionnent la question de la coordination entre le tourisme et d'autres secteurs économiques, tels que l'agriculture, la pêche ou l'artisanat. Les résultats sont encore très limités, et ce du fait essentiellement de la situation générale de l'agriculture en Croatie, pas assez compétitive par rapport aux marchandises importées. Cela s'explique en partie par le développement du tourisme qui offre des emplois beaucoup plus attractifs que le secteur agricole, notamment dans les espaces côtiers, pourtant riches en terres arables inexploitées.

L'offre de produits nationaux de haute qualité n'existe que pour certaines cultures, comme celles du vin et des olives. On a pu observer ces dix dernières années une légère remontée de la production d'olives et de vin classé, en particulier en Istrie et en Dalmatie du sud. La production d'aliments sains tente de s'implanter également, mais elle reste très limitée malgré les possibilités considérables qu'offrent les nombreuses terres arables inexploitées. Actuellement, seul 0,7 % des terres arables sont consacrées à la production biologique, dont l'essentiel appartient à une seule ferme dans le comitat de Požega-Slavonie au nord-est de la Croatie.

La production de poisson est elle aussi très faible par rapport aux possibilités, bien que de nombreuses espèces de poisson dans la partie croate de l'Adriatique soient de très bonne qualité. La majorité des prises sont donc exportées, notamment vers l'Italie ou vers le Japon pour le thon. En résulte un prix du poisson élevé, surtout dans les restaurants, et une très faible consommation de poisson par la population locale.

D'autre part, l'industrie agro-alimentaire est l'une des industries les plus saines en Croatie, regroupant de nombreuses marques de qualité, qui vendent toutefois souvent des marchandises importées, notamment pour ce qui est de la viande. Or le marché intérieur est très fortement orienté vers les produits nationaux. À noter aussi que cette industrie est bien plus développée dans la partie continentale du pays. Par conséquent, la qualité de la nourriture proposée en Croatie est globalement bonne (en particulier dans les restaurants), bien que les synergies entre tourisme et agriculture restent faibles comme en atteste le fort pourcentage de produits importés.

Les dossiers stratégiques de planification traitent aussi très souvent de la question des synergies entre tourisme côtier et tourisme continental, mais avec peu de résultats concrets. Les exemples les plus réussis se trouvent en Istrie, la région touristique la plus développée, un peu sur le modèle de la province italienne de Toscane avec laquelle elle partage des caractéristiques physiques similaires. Les paysages pittoresques à l'intérieur des terres sont devenus des destinations très appréciées pour les excursions, le cyclisme, le vin et le

tourisme rural. L'Istrie est connue pour ses mesures incitatives et ses aides pour encourager le développement du tourisme rural et elle compte, par conséquent, plus d'unités de tourisme rural que le reste du pays.

L'Istrie est aussi l'une des rares régions de Croatie où les résidences secondaires ne représentent pas en général une menace, mais au contraire embellissent très souvent l'environnement. En effet, nombre d'entre elles étaient auparavant des maisons détériorées dans de petits villages abandonnés qui ont été reconstruites de façon traditionnelle. Elles ont de fait pour ainsi dire redonné vie à de nombreux villages quasiment dépeuplés. Ce développement tient à différents facteurs, notamment la proximité par voie routière de l'Italie et une connaissance répandue de l'italien. Les Italiens représentent ainsi la demande la plus importante pour le tourisme rural.

Il n'existe dans l'ensemble aucun programme d'action spécifique visant au développement durable des régions particulièrement fragiles. La politique de l'État à ce sujet a été d'octroyer des avantages fiscaux ou autres aux personnes vivant sur les îles, dans les zones montagneuses ou dans les « zones sous assistance spéciale de l'État »¹⁰ Ces avantages étaient octroyés afin d'inciter les habitants à retourner vivre dans ces régions fortement touchées par le dépeuplement mais ils n'étaient généralement pas accompagnés de dispositions en faveur du développement durable. Dans certains cas, ces mesures ont incité à des comportements non durables, notamment sur les îles où certains commencent à construire des maisons qu'ils déclarent résidences principales mais qui sont en réalité des résidences secondaires.¹¹

Le développement et le tourisme durables sont bien plus présents dans les zones humides. En effet, deux des plus grandes et des plus importantes, Lonjsko polje au sud-est de Zagreb et Kopački rit près de Osijek, sont des parcs naturels protégés et des sites Ramsar. La majorité des autres zones humides sont également protégées : le lac de Vransko près de Zadar, déclaré parc naturel, et beaucoup d'autres désignées réserves ornithologiques ou forestières. Crna Mlaka au sud-ouest de Zagreb et un ensemble de réserves ornithologiques dans le delta de la Neretva figurent aussi sur la liste des sites Ramsar. Dans le parc naturel de Lonjsko polje, la campagne et ses maisons traditionnelles en bois sont donc bien protégées, y compris entre autres Cigoc, le premier village de cigognes en Europe.

Le soutien financier apporté aux espaces protégés est relativement bon pour les parcs nationaux, un peu moins pour les parcs naturels, et insuffisant pour tous les autres espaces protégés ou sites gérés par les comitats. Le parc national des lacs de Plitvice et celui de Krka, les deux plus réputés, ont des revenus propres très importants (provenant principalement des tickets d'entrée), et sont donc en mesure d'investir des sommes conséquentes pour la protection du site. La situation est relativement bonne dans les autres parcs nationaux et les parcs naturels de Lonjsko polje et de Kopački rit, puisqu'ils bénéficient eux aussi de revenus propres et d'un plus grand nombre d'employés. En ce qui concerne les autres parcs naturels, le financement de la protection est plus difficile l'entrée y étant gratuite, et plus difficile encore pour d'autres espaces protégés qui ne disposent pas d'employés permanents.

Les espaces protégés bénéficient d'une bonne assistance technique et de nombreux projets nationaux ou internationaux traitent de la protection de la nature sous différents aspects. Ces actions sont menées principalement dans les espaces naturels les plus attractifs comme Plitvice et le parc national de Krka ou encore dans trois parcs naturels situés dans des zones humides très riches en espèces ornithologiques – Lonjsko polje, Kopački rit et le lac de Vransko.

3. Développer la coopération Méditerranéenne

¹⁰ Terme employé pour les régions sévèrement détruites pendant la guerre, notamment celles temporairement occupées par les forces paramilitaires serbes.

¹¹ En raison des différents avantages fiscaux et de la baisse du prix des ferrys, de nombreuses personnes, en particulier les retraités, se sont déclarées résidentes de communes insulaires bien qu'elles habitent souvent l'essentiel du temps dans leur résidence située sur le continent.

La coopération entre la Croatie et les pays du bassin méditerranéen existe dans de nombreux domaines, notamment avec les pays bordés par la mer Adriatique et la mer Ionienne. Le projet de coopération le plus important est l'Initiative Adriatique-Ionienne fondée en l'an 2000 et qui regroupe l'Italie, la Slovénie, la Croatie, la Bosnie-Herzégovine, le Monténégro, l'Albanie et la Grèce. Le but de l'initiative est d'encourager la coopération de ces pays dans le domaine de la culture, de l'éducation, de l'économie, de l'environnement, des transports et de la prévention du crime organisé. Cette coopération se concentre tout particulièrement sur les questions d'environnement, étant donné la fragilité de la mer Adriatique en tant que mer fermée, et sur les questions de transport pour la promotion des mers Adriatique et Ionienne comme axes de transport.

Il existe aussi divers projets de moindre ampleur entre la Croatie et les pays voisins bordant la Méditerranée, qui jouent souvent un rôle important dans la promotion du tourisme durable. Les projets les plus significatifs sont ceux élaborés entre la Croatie et la Slovénie autour des zones frontalières, sur la rivière Kupa et entre la montagne Zumberacka et la rivière Sutla. Il existe aussi d'autres formes de coopération entre la Croatie et la Bosnie-Herzégovine, la principale portant sur la zone des courants de fond de la rivière Neretva, l'une des zones humides les plus importantes des deux pays.

Malgré le fait que des contrôles frontaliers existent entre la Croatie et les pays limitrophes, contrairement à ce qui se passe dans l'UE, on constate une forte collaboration transfrontalière au niveau touristique. Cela est visible principalement au niveau des excursions, notamment depuis la partie croate de l'Istrie vers Venise en Italie ou vers la grotte de Postojna, les grottes Škocjan ou le haras de Lipica en Slovénie. De nombreuses excursions partent de la côte sud de la Croatie, en particulier de Dubrovnik, vers le site de pèlerinage de Međugorje ou la ville de Mostar en Bosnie-Herzégovine, vers Boka Kotorska ou Cetinje dans le Monténégro, ou même vers Shkodra en Albanie. Inversement, de nombreuses excursions partent de Bosnie-Herzégovine et du Monténégro vers la Croatie, notamment vers Dubrovnik, ou de Slovénie et, moins fréquemment, d'Italie vers les lacs de Plitvice et le parc national de Brijuni.

Des opérations de sensibilisation à échelle régionale sont menées dans les destinations touristiques, principalement par les ONG dont les activités sont bien rapportées par les médias et qui ont une grande influence sur l'opinion publique. En dépit de l'engagement de diverses institutions internationales offrant une assistance technique, telles que l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) ou l'Agence de coopération technique allemande (GTZ), l'opinion générale craint que le processus d'adhésion à l'UE augmente les pressions sur l'environnement. En effet, à l'augmentation du prix de l'immobilier et aux fortes pressions en faveur de la construction de résidences secondaires, s'ajoutent les pressions exercées par le secteur industriel.

L'exemple le plus significatif est le refus d'un investissement dans une usine de laine de roche en Istrie centrale par les autorités croates après une ferme opposition des ONG locales. Depuis que l'UE a envoyé des notes au gouvernement croate dans lesquelles elle l'accuse de saper l'action des entrepreneurs, les ONG locales ont adressé des lettres de protestation aux fonctionnaires de l'UE, auteurs des notes en question, les accusant de mettre en danger l'environnement et de soutenir l'industrie polluante en Croatie. Des protestations plus vives encore ont été émises il y a quelques années contre le projet de transport de pétrole et de gaz vers le port de Omisalj sur l'île de Krk – un projet qui risque donc d'être rejeté à son tour.

Les échanges entre les acteurs du tourisme en Croatie et dans les autres pays sont relativement rares et se font en majorité dans le cadre des coopérations entre villes jumelées. Or comme celles-ci sont dans la plupart des cas situées dans les pays limitrophes (principalement en Bosnie-Herzégovine et en Slovénie), les effets de cet échange ont une influence très limitée.

Les programmes de formation pour les autorités locales et les professionnels sont aussi peu fréquents bien qu'il existe quelques initiatives, lancées principalement par divers fonds de l'UE et par la Banque mondiale. L'une des plus importantes est le Projet de développement

régional pour la région de Zadar-Šibenik, en Dalmatie du nord. Mais malheureusement, la population croate n'est traditionnellement pas habituée à l'éducation permanente, alors même que de nombreuses personnes travaillant dans l'industrie du tourisme n'ont jamais fait d'études. Le problème majeur est le niveau d'éducation du personnel dans les offices du tourisme locaux et dans les petits hôtels et autres établissements similaires. Depuis quelques années, on assiste à une légère évolution de la situation : de nouvelles lois conformes aux critères de l'UE sont en préparation, qui imposeront certains diplômes, notamment pour le personnel des offices du tourisme locaux.

Les réseaux méditerranéens entre professionnels ou entre certaines régions sont également très rares ou bien proviennent d'initiatives personnelles. Une relation très intéressante lie l'île de Hvar en Croatie et celle de Paros en Grèce, l'île de Hvar (à l'époque Faros) ayant été une ancienne colonie fondée par les Grecs depuis l'île de Paros. En 2003, une expédition en bateau depuis Hvar jusqu'à Paros a été retransmise à la télévision. Une coopération plus poussée entre les deux îles a été envisagée, mais rien n'a encore été concrétisé.

Le seul label écologique largement répandu en Croatie est le Pavillon Bleu, géré par la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement (FEE). Cent-dix-sept plages ont obtenu le pavillon bleu en 2007 ainsi que 20 marinas. Outre son engagement pour le respect de l'environnement, la campagne du pavillon bleu a joué un rôle très important dans la promotion du tourisme. Il est intéressant de noter que l'Istrie, la région qui concentre le plus de touristes, compte le plus grand nombre de plages arborant le pavillon bleu (53 au total), et la Dalmatie seulement 28 bien que son littoral soit beaucoup plus étendu. En effet, de nombreuses plages exceptionnellement belles, comme la plage de Zlatni rat sur l'île de Brač, la plus populaire de Croatie, ou Saplunara sur l'île de Mljet, n'ont pas besoin de respecter les critères du pavillon bleu.

Le slogan touristique officiel de la Croatie, « La Méditerranée retrouvée », peut aussi être considéré comme une sorte de label écologique européen – un label qui a réussi à attirer de nombreux touristes. À noter une forme intéressante de label de qualité : la promotion, par la Chambre de Commerce, de produits nationaux de haute qualité grâce aux désignations « Qualité croate » et « Création croate », pour lesquelles les marques croates liées à la gastronomie, au tourisme et à la Méditerranée jouent un rôle décisif. Parmi les produits authentiques estampillés du label « Création croate » figurent par exemple la dentelle spéciale ou le fromage unique de l'île de Pag, le « Morcic », souvenir de Rijeka, de nombreux types particuliers de jambon cuit ou cru de Dalmatie, la liqueur de cerise Maraska, des vins uniques comme ceux de Dingač, Postup, Ivan Dolac, etc.

III. PARTIE III LES BONNES PRATIQUES

1. Transports

La situation des transports en Croatie peut être décrite comme peu conforme au développement durable, sans qu'elle ait pour autant trop de conséquences néfastes sur l'environnement étant donné la faible densité de population du pays et l'absence de grandes métropoles.¹² Parmi les pratiques non durables citons par exemple un usage très limité des transports ferroviaires et aériens en faveur du transport routier, utilisé de façon presque exclusive, notamment par les touristes. Cela vaut aussi sur les îles, où le ferry constitue un moyen de transport omniprésent.¹³

Hormis dans les zones piétonnes, il n'existe pas de restrictions à l'usage de l'automobile dans les centres-villes ni de mesures incitant les conducteurs à adopter une attitude « écologique », telles que des systèmes de « zones à faibles émissions polluantes », de « covoiturage » ou d'« autopartage ». La principale méthode de désengorgement du trafic

¹² Zagreb, la capitale croate, compte 779 145 habitants selon le dernier recensement de 2001, et Split, la deuxième ville du pays, 188 694 habitants. Seules deux autres villes, Rijeka et Osijek, dépassent les 100 000 habitants.

¹³ Outre le fait que le trafic aérien est négligeable sur les îles de Croatie, l'usage de navires rapides, qui ne transportent pas de voitures et qui relient les villes principales des îles à celles du continent, reste très faible. Étant donné que bon nombre de ports ferry sur les îles et le continent sont éloignés des grandes villes, les gens se tournent de plus en plus vers le trafic routier.

routier dans les centres-villes reste le parking payant à un prix prohibitif et à durée limitée. D'ailleurs, le paiement du parking grâce au téléphone portable, très simple et commode, a été inventé à Zagreb et est aujourd'hui utilisé presque partout en Croatie et dans bien d'autres pays.

Les transports en commun constituent un aspect positif : ils sont à la fois de bonne qualité et peu onéreux, aussi bien au niveau interrégional qu'urbain. À Zagreb, les transports collectifs sont gratuits ou extrêmement bon marché pour près de 80 % d'habitants, et d'autres villes offrent aussi de nombreux avantages. Compte tenu du prix relativement élevé du carburant et du stationnement pour le niveau de vie du pays, une grande partie de la population utilise les transports en commun (principalement le bus, seules Zagreb et Osijek étant équipées de tramways).

La nouvelle autoroute qui relie Zagreb à la Dalmatie (l'autoroute « Dalmatina »), servant aussi en partie d'autoroute côtière, peut être considérée comme bien conçue d'un point de vue écologique : elle a été construite loin du littoral, en évitant des zones écologiquement sensibles, et elle est équipée de ponts spéciaux pour le passage des ours, loups et autres animaux afin de préserver l'équilibre écologique. Parmi les bonnes pratiques citons également le grand nombre de zones piétonnes, présentes dans toutes les villes, même les plus grandes, et qui ne cessent de s'étendre chaque année.

Le cas de la ville de Koprivnica au nord de la Croatie représente un très bon exemple de bonne pratique dans le domaine des transports. Cette ville relativement petite (30 994 habitants en 2001) offre à ses habitants 60 kilomètres de piste cyclable ainsi qu'un système de vélos en libre-service. Koprivnica a ainsi remporté le premier prix de la Semaine européenne de la mobilité, en récompense pour sa réussite à mettre en œuvre des programmes de développement durable en 2007, tandis que 2015 villes issues de 35 pays différents participaient à l'opération.

L'usage fréquent du vélo reste actuellement une pratique répandue essentiellement dans le nord de la Croatie, notamment dans la région proche du Drave et de la frontière hongroise. Le vélo devient aussi plus populaire dans la capitale, Zagreb, bien que cela soit principalement dû à la fréquence des embouteillages et au coût du stationnement. Il l'est en revanche moins dans les régions côtières, notamment dans les villes, d'une part parce que le littoral est trop escarpé et les rues trop étroites et, d'autre part, parce que cette pratique n'est pas ancrée dans les mœurs locales.

2. Énergie

L'énergie risque de devenir l'un des problèmes majeurs pour l'avenir économique de la Croatie, la production nationale étant insuffisante et les prix relativement élevés. D'ailleurs, les problèmes d'énergie sont de plus en plus souvent quotidiennement évoqués dans les médias. Le secteur énergétique, représenté par l'entreprise publique HEP, est considéré comme un secteur puissant et fondamentalement tourné vers des pratiques non durables, bien que HEP se présente comme une entreprise respectueuse l'environnement. En conséquence, de nombreuses et très fortes protestations sont régulièrement émises par des ONG, des associations écologistes ou par la population locale contre certains projets énergétiques. Toutefois, comme pour les problèmes de transports, des pratiques non durables occasionnelles dans le secteur énergétique ont peu de conséquences néfastes sur l'environnement. Pour cause, la Croatie produit peu d'énergie et détient le plus faible taux d'émission de gaz à effet de serre et de gaz acides en Europe, par habitant et en valeur absolue.

Un autre aspect positif à souligner tient au fait que la majorité de la production d'énergie de la Croatie provient de sources renouvelables, à savoir de l'énergie hydroélectrique. En outre, le pays ne dispose pas de centrales nucléaires,¹⁴ et l'opinion publique s'oppose fermement à

14 Il existe toutefois une centrale nucléaire dans la ville de Krsko en Slovénie près de la frontière croate, qui avait été construite conjointement par la Slovénie et la Croatie à l'époque de la Yougoslavie pour la production électrique des deux pays. Après la dissolution de la Yougoslavie, la gestion de la centrale, la distribution de l'énergie et l'élimination des déchets nucléaires sont

leur implantation malgré les pressions du « lobby énergétique ». La majorité des centrales thermoélectriques utilisent le gaz et/ou l'huile légère comme combustible, et seules quatre d'entre elles ont une puissance de plus de 100 MW. Étant situées à proximité d'usines dans les grandes villes industrielles de Zagreb, Rijeka et Sisak, ou dans leurs environs, elles ne sont pas considérées comme de très grandes menaces pour l'environnement.

La situation était différente pour la centrale de Plomin en Istrie, la seule grande centrale thermoélectrique située en dehors des grandes villes et utilisant le charbon comme combustible. Chaque plan d'expansion de cette centrale est donc devenu la cible principale des contestations d'ONG en Istrie et dans la région de Rijeka. Les protestations ont commencé en l'an 2000 lorsqu'une seconde tranche a été construite et elles continuent aujourd'hui contre le projet d'une troisième tranche. Étant donné l'engagement très fort de la population locale dans cette contestation, dont l'argument principal était les menaces que faisait peser le nouveau projet sur le tourisme en Istrie – une activité qui requiert un environnement sain, ces actions peuvent être citées comme un exemple de bonne pratique dans le secteur énergétique.

Le même phénomène s'est produit concernant les projets de construction de deux nouvelles centrales hydroélectriques avec des lacs artificiels : la centrale de Novo Virje sur le Drave et celle de Dobra sur la rivière du même nom. La première était susceptible de mettre en danger une importante zone humide, appartenant à un parc national du côté hongrois de la frontière, mais les protestations des activistes locaux et étrangers ont conduit à l'abandon du projet. Cela n'a malheureusement pas été le cas pour la centrale de Dobra qui est aujourd'hui en construction, en dépit des violentes protestations contre la destruction de la rivière qui était probablement le meilleur parcours de rafting de toute la Croatie. La construction du barrage a été justifiée par l'approbation de l'étude d'impact environnementale effectuée il y a vingt ans, avant que la rivière Dobra ne soit proposée aux touristes comme lieu de rafting, et par le fait que la rivière Dobra n'était pas désignée comme un espace naturel protégé.

S'il s'agit là sans aucun doute d'une mauvaise pratique, cet événement malheureux aura au moins servi à préconiser de nouvelles lois, instaurant notamment une période plus courte de la validité des études d'impact environnementales et la reconnaissance au secteur du tourisme du droit de protéger ses ressources.

En l'absence de bonnes pratiques plus avancées dans la production d'énergie, l'installation d'éoliennes en Croatie peut être vue en partie comme un élément positif. Bien que ce type de production d'énergie soit considéré comme renouvelable et inoffensif pour le changement climatique, de nombreuses ONG et autres parties prenantes restent critiques à ce sujet, craignant une pollution visuelle de l'environnement et des effets négatifs sur la faune et la flore, notamment sur les oiseaux. Pour le moment, il n'existe que deux sites de « parcs éoliens » en Croatie, tous deux proches de la zone côtière exposée à des vents violents et fréquents. Il existe une forte opposition à leur implantation près des côtes de façon générale, et plus particulièrement sur les îles.

3. Eau

La quantité totale d'eau douce par habitant en Croatie est une des plus élevées d'Europe et l'eau est potable dans tout le pays, ce qui est souvent souligné comme un important aspect positif par de nombreux touristes étrangers. Les rares pénuries d'eau ne se produisent que dans les quelques zones qui ne sont pas reliées au système général de canalisations ou, dans certains cas, lorsque la capacité des canalisations est trop faible. Si la qualité de l'eau est légèrement moins bonne dans les basses terres à l'est de la Croatie et meilleure dans les villes côtières qui utilisent l'eau des rivières karstiques, l'eau du robinet reste partout potable.

Des incidents éventuels de pollution ne surviennent qu'en cas d'inondation dans les basses terres, phénomène très rare étant donné l'excellent système anti-inondation mis en place le

devenus des sujets de mésentente pour les deux pays indépendants. Il est ainsi question que la Croatie cède sa part de la centrale à la Slovaquie.

long de la rivière Save.¹⁵ Quelques rares cas de pollution aquatique ont considérablement alerté l'opinion publique et la population est devenue très sensible à la qualité de l'eau. Le déclencheur a été un incident survenu dans des logements neufs à Zagreb, causé probablement par la qualité médiocre des canalisations d'eau. Par ailleurs, une large partie de l'opinion estime que les entreprises d'eau en bouteille incitent le public à douter de la qualité globale de l'eau afin de soutenir la vente de leurs produits.

D'un autre côté, l'abondance en eau douce n'encourage pas à des pratiques durables à l'égard de cette ressource. L'eau potable est donc utilisée aussi bien pour l'agriculture que pour les réseaux d'égouts ou l'industrie, et des fuites en font perdre une certaine quantité. Les demandes des écologistes pour des pratiques plus durables ont reçu peu d'échos, et les pratiques non durables sont toujours largement répandues.¹⁶ Le seul argument qui a été entendu concerne l'augmentation du prix de l'eau, qui a été très forte ces dernières années. La raison n'était pas tant l'augmentation des dépenses d'approvisionnement en eau, mais principalement le monopole des entreprises de distribution d'eau dans certaines villes.

4. Eaux usées

Le cas des eaux usées est comparable à celui des transports et de l'énergie. La pollution étant assez limitée du fait d'une faible densité de population et d'une production industrielle réduite, les mesures prises en matière de traitement des eaux usées sont bien en dessous des normes de l'UE dans de nombreuses régions. Actuellement, seulement 25 % environ des eaux usées urbaines sont traitées, dont l'essentiel seulement au niveau 1 (mécanique). Le niveau 2 du traitement ne concerne que 18 % des eaux usées traitées, soit moins de 5 % de la totalité des eaux usées.

Les eaux usées industrielles reliées à l'ensemble du système d'assainissement collectif sont généralement traitées au préalable lorsqu'elles contiennent des substances dangereuses, mais dans la plupart des cas le traitement n'est pas plus avancé que pour les eaux usées urbaines. Du fait que des incidents écologiques graves ne se sont jamais produits, aucune mesure incitative n'a été lancée pour faire évoluer la situation. En ce sens, les exigences d'adhésion à l'UE aideront la Croatie à améliorer les normes écologiques, notamment en matière de traitement des eaux usées – un domaine crucial –, mais elles exerceront une forte pression sur le budget de l'État.

Bien qu'il n'existe pas d'exemples significatifs de bonnes pratiques en Croatie concernant le traitement des eaux usées, la campagne du Pavillon Bleu pour les plages et les marinas a eu une bonne influence dans ce domaine. La qualité de l'eau de mer près des plages ou dans les marinas étant un des éléments clés pour l'obtention du Pavillon Bleu, de nombreuses villes et municipalités du littoral ont été incitées à résoudre leur problème d'assainissement afin de préserver l'industrie du tourisme – activité principale dans la majorité des zones côtières. La solution retenue se limite généralement à la construction d'une canalisation de 300 à 500 mètres de long pour rejeter simplement les eaux usées dans la mer. Toutefois, cette pratique peut être en général admise dans les zones urbaines peu étendues étant donné les capacités d'absorption de la mer.

5. Déchets

Le traitement des déchets est un des problèmes environnementaux les plus importants en Croatie, car dans la plupart des régions les déchets solides sont simplement déposés sans traitement ni recyclage dans les décharges désignées à cet effet. Le tri sélectif des déchets a été mis en place dans quelques villes, mais encore à très faible échelle et le nombre de personnes qui y participent reste très réduit. Les plans actuels en Croatie ne prévoient que

¹⁵ Après une inondation catastrophique dans la capitale Zagreb en 1964, un système de canaux et des zones de rétention menant au Parc naturel de Lonjsko polje ont été réalisés. Depuis, Zagreb et les régions environnantes n'ont plus connu aucune inondation, et le reste du pays seulement occasionnellement dans quelques petites zones rurales.

¹⁶ La majorité des immeubles collectifs dans les villes grandes et moyennes sont encore équipés d'un seul compteur d'eau pour tous les appartements. Le prix final de l'eau est alors divisé par le nombre de personnes vivant dans l'immeuble, ce qui pousse en pratique à une consommation d'eau excessive. Les tentatives d'installation de compteurs séparés pour chaque appartement n'ont pas abouti car les locataires et les entreprises de distribution d'eau refusent d'en financer l'installation.

25 % de déchets recyclés d'ici à 2025, bien que ce pourcentage soit déjà nettement dépassé dans certaines zones.

Des efforts ont été faits à Jakusecac près de Zagreb, la plus grande décharge de tout le pays, aujourd'hui transformée en une colline recouverte d'herbe. Mais nombre d'écologistes craignent qu'à cause des déchets partiellement toxiques et de la forte concentration de méthane la décharge ne devienne une « bombe écologique ». En effets, plusieurs incidents écologiques impliquant des déchets chimiques, médicaux, organiques ou amiantés ont déjà eu lieu dans différentes parties du pays.

La situation s'améliore toutefois grâce à l'adoption des critères de l'UE et à une politique de création d'un grand site central d'élimination des déchets solides par comitat et de fermeture des sites sur les îles. De nouvelles décharges plus grandes devraient être pourvues des équipements nécessaires au recyclage et sécurisées afin d'éviter toute pollution environnementale.

En dépit des problèmes mentionnés ci-dessus, il existe un exemple de bonne pratique dans le domaine de la collecte des déchets qui affiche de bons résultats. Il s'agit d'une action, lancée il y a quelques années par le Ministère de la protection de l'environnement, de l'aménagement du territoire et de la construction, consistant à encourager la collecte et le rachat de bouteilles en plastique pour les recycler. Cette initiative a été bien accueillie par le grand public et a accru la sensibilité de la population aux questions d'environnement. Il faut toutefois signaler que le succès de cette action est principalement dû au fait qu'elle représente un revenu supplémentaire pour de nombreux chômeurs et retraités, qui se trouvent souvent au bas de l'échelle sociale.

6. Construction

Comme nous l'avons déjà mentionné, les activités de construction sont probablement l'une des principales causes de pollution environnementale en Croatie dans le domaine du tourisme. Les dégradations sont essentiellement dues à l'implantation de résidences secondaires sur les espaces côtiers les plus attractifs, constructions sources de profit seulement temporaire et n'offrant que très peu d'emplois nouveaux. En outre, étant en général peu attrayants d'un point de vue esthétique, ces bâtiments diminuent la valeur des ressources du tourisme et de l'ensemble des destinations touristiques.

Les nouvelles activités de construction ont aussi un impact essentiellement négatif dans les grandes villes, notamment à Zagreb et Split, car les bâtiments neufs sont pour la plupart construits sur des zones urbaines déjà existantes. Ils réduisent donc les ceintures vertes et accroissent les pressions déjà très fortes sur l'infrastructure, en particulier sur le réseau routier. Parallèlement, les nouveaux investissements dans les infrastructures routières et les transports en commun ne sont pas à la hauteur de l'ampleur de la nouvelle urbanisation, ce qui a pour conséquence l'intensification des embouteillages et la hausse de la pollution de l'air.

Les constructeurs croates ont inventé une nouvelle forme spéciale d'architecture appelée « villa urbaine », qui correspond à une petite résidence de quatre à douze appartements. Cette forme a été inventée principalement dans le but d'augmenter le profit des entreprises du bâtiment, compte tenu d'un coût par appartement réduit, et mise sur le marché sous le nom de « villa urbaine » afin d'attirer une demande potentielle. Les « villas urbaines » sont particulièrement néfastes, car elles sont généralement construites sur des espaces auparavant destinés à des logements individuels sur des terrains relativement réduits. Par conséquent, elles réduisent la valeur marchande d'espaces potentiellement réservés à une élite et exercent une pression supplémentaire sur une infrastructure qui n'a pas été prévue pour un si grand nombre d'habitants.

Les exemples de bonne pratique dans le domaine du bâtiment sont donc malheureusement très rares. Il s'agit en général de quelques maisons individuelles construites par des particuliers sensibles aux questions d'écologie et d'architecture, principalement de riches intellectuels. Les maisons à base d'« éco-matériaux », utilisant l'énergie solaire, des systèmes d'isolation de pointe (« maisons intelligentes »), etc. sont aussi très rares. Le seul

endroit où la construction peut être considérée comme durable d'un point de vue écologique, socioculturel et esthétique est probablement le centre de l'Istrie. Dans cette région, la majorité des résidences secondaires sont soit d'anciennes maisons traditionnelles abandonnées qui ont été rénovées, soit des maisons neuves à l'aspect traditionnel mais avec des exigences élevées de confort et de construction. Elles appartiennent pour la plupart à des personnes riches originaires de diverses parties d'Europe, mais certaines d'entre elles sont aussi construites par des entrepreneurs croates qui les mettent en location, en général à des prix très élevés étant donné le déséquilibre entre une demande forte et une offre réduite.

Cette bonne pratique s'étend aujourd'hui à d'autres parties de la Croatie, notamment en Dalmatie du sud, une région toujours très attractive et relativement préservée des constructions abusives. Malheureusement, dans la majeure partie de la baie de Kvarner et de la Dalmatie du nord, de nombreuses régions sont déjà irrémédiablement dégradées par des constructions abusives et ont donc cessé d'attirer le tourisme d'élite. En revanche, l'essentiel de la partie continentale du pays, hormis quelques zones aux alentours des grandes villes, se porte mieux grâce à un nombre restreint de résidences secondaires. Cependant, les maisons neuves à usage permanent suivent hélas souvent les mauvais exemples cités plus haut.

7. Écosystèmes

La beauté de la nature est un des éléments clés qui attire les touristes en Croatie. La biodiversité et le pourcentage d'espaces protégés et de zones à l'état naturel sont parmi les plus élevés d'Europe, tout comme le nombre de paysages attrayants. Cela s'explique par l'emplacement de la Croatie au carrefour de divers espaces naturels et écosystèmes, qui la classe parmi les premiers pays d'Europe en termes de variété des paysages rapportée à la surface totale des terres. Malgré l'existence de différents types de pollution, une grande partie du pays est encore à l'état naturel, du fait d'une densité de population et d'un nombre d'industries polluantes relativement faibles, notamment dans les zones naturelles les plus belles.

Même si le littoral reste la partie la plus attrayante du pays d'un point de vue touristique, les écosystèmes préservés les plus importants se situent dans les montagnes et les basses terres : de vastes zones montagneuses marquées par de nombreux phénomènes karstiques, d'immenses espaces de forêts vierges ou presque vierges, et des espaces forestiers marécageux naturels le long de grandes rivières continentales parmi les plus étendus d'Europe, restés pour l'essentiel dans leur état originel. La faune et la flore sont aussi très bien préservées, avec 846 espèces animales (dont 339 oiseaux et 74 mammifères), 809 espèces végétales et 314 espèces de champignons sous protection.

L'une des bonnes pratiques les plus importantes dans ce domaine est le système global de protection, géré par la Direction de la protection de la nature, intégrée au Ministère de la culture. Outre le fait que les espaces protégés représentent une vaste surface totale, le niveau de protection de ces espaces est relativement élevé par rapport à la majorité des pays d'Europe. Il est par exemple plus élevé dans les parcs naturels croates que dans de nombreux parcs nationaux d'Europe (notamment les parcs nationaux du Royaume-Uni, d'Italie ou de Hongrie), ou comparable dans les parcs nationaux à celui des pays scandinaves, pourtant réputés pour leurs règles de protection intransigeantes.

Contrairement à de nombreux parcs nationaux d'Europe, comme ceux des Alpes françaises qui incluent souvent des stations de ski très fréquentées, les parcs nationaux et naturels en Croatie recouvrent en général des écosystèmes homogènes ou des bassins hydrographiques. Même si ce système de protection doit parfois faire face à des problèmes de capacités touristiques à l'intérieur des parcs, il a le mérite de mieux protéger l'ensemble des écosystèmes. Le principal problème tient au fait que les mesures de protection sont parfois trop strictes au sein des zones protégées et très limitées en dehors des parcs étant donné l'absence de zones tampons. Par conséquent, il est généralement très difficile de

définir de nouvelles zones protégées et les habitants des espaces protégés existants reconnaissent très souvent que l'économie et les conditions de vie leur sont défavorables.¹⁷

Il existe de nombreux autres exemples de bonnes pratiques dans le domaine des écosystèmes, telles que les actions menées pour la protection des forêts et des espèces végétales, ainsi que les campagnes de protection de certaines espèces animales comme les vautours fauves, les loups ou les ours. On trouve d'ailleurs un centre écologique spécial dans le petit village de Beli sur l'île de Cres qui se consacre à la protection du vautour fauve, ainsi qu'un refuge d'ours dans le village de montagne de Kutuvero, dans le parc naturel de Velebit, qui prend en charge les ours orphelins.

8. Patrimoine culturel

Le patrimoine culturel de la Croatie ne compte pas de monuments culturels exceptionnels qui attirent des millions de touristes, comme le patrimoine de la France, de l'Italie, de la Grèce ou de l'Égypte, mais il possède une grande valeur et une grande diversité. Il témoigne en effet de toutes les périodes majeures de l'histoire ainsi que d'influences très variées, grâce à la situation de carrefour du pays. On dénombre d'importants sites paléontologiques, des vestiges de l'ère préhistorique, de la Grèce et de la Rome antiques, de l'architecture byzantine, des vestiges de la période de domination ottomane ou de l'ère romane, de l'architecture typique de la Vieille Croatie, du gothique italien, du baroque de l'Europe centrale, de l'Art Nouveau, des restes de l'ère communiste, etc. Il existe un important réseau de musées à travers tout le pays, y compris dans les petites villes, qui exposent diverses collections archéologiques, historiques et ethnographiques, ainsi que des galeries d'art.

La Croatie s'étant essentiellement orientée vers le tourisme balnéaire, le patrimoine culturel a été jusqu'à peu négligé en tant que facteur important susceptible d'attirer les touristes. Quelques exceptions cependant, notamment cinq sites inscrits au Patrimoine mondial (dont la vieille ville de Dubrovnik et le Palais de Dioclétien à Split) et quelques petites villes insulaires pittoresques telles que Hvar ou Korcula, la ville de naissance présumée de Marco Polo. Il existe aussi du tourisme culturel à Zagreb et ses environs, réputés pour ses vieux châteaux et ses églises baroques, mais il attire bien moins de touristes que des sites comparables en Slovénie, Hongrie ou République tchèque. La majorité des musées ne sont pas conçus pour attirer les touristes et leurs horaires d'ouverture ne sont d'ailleurs pas adaptés aux besoins touristiques.

Afin d'inverser la tendance, l'Office national du tourisme croate a créé un bureau spécialement chargé du tourisme culturel. Cette initiative en ayant entraîné d'autres, qui ont permis d'améliorer le statut du patrimoine culturel et de l'inclure à sa juste valeur dans l'offre touristique, il s'agit peut-être là de la mesure la plus importante prise en la matière. Ainsi, ces dernières années, de nombreux musées ont amélioré la qualité de leurs interprétations et l'emploi des langues étrangères ; la plupart des sites culturels sont désormais signalés par un panneau marron et de nombreuses manifestations culturelles ont fait des progrès, etc.

Un exemple typique de cette nouvelle volonté s'est produit en 2006, déclarée « année Nikola Tesla », du nom d'un des plus grands scientifiques croates. Cette année-là, le mémorial Nikola Tesla a été érigé sur son lieu de naissance, comprenant un petit musée retraçant sa vie dans la maison même où il a vu le jour. Autour de la maison, sont exposées en extérieur des répliques de ses inventions, telles que la célèbre station expérimentale de Colorado Springs ou le moteur à courant alternatif, son invention la plus connue. Il s'agit peut-être aujourd'hui du musée le plus moderne de Croatie, attirant les touristes dans la partie centrale de la région montagneuse de Lika, une région qui était restée jusqu'à récemment à son niveau de développement d'après-guerre et n'était quasiment pas visitée.

¹⁷ Le meilleur exemple à ce sujet est le Parc Naturel de Kopacki rit aux confluent du Drave et du Danube. Dans la majorité des pays d'Europe, cette zone serait classée parc national étant donné l'attrait exceptionnel des zones de marécage vierges et la diversité de sa faune et de sa flore (présence de daims, notamment). Mais la chasse, la pêche et la coupe de bois dans les parcs nationaux étant selon les lois croates strictement interdites, il n'a pas été possible d'y établir un parc national en raison d'une forte opposition du lobby de la chasse. Parallèlement, la Hongrie a créé le parc national Danube-Drave de l'autre côté de la frontière sur la rive gauche du Drave, dont les mesures de protection sont moins drastiques que dans le parc naturel de Kopacki rit.

9. Économie locale

Le tourisme a une incidence considérable sur l'économie locale dans toutes les régions où il est présent et a été, depuis ses débuts, l'un des facteurs de développement les plus importants. Certaines régions croates considérées il y a cinquante ans comme peu développées comptent aujourd'hui, grâce à un essor remarquable du tourisme, parmi les plus développées du pays. Outre des avantages directs en termes de création d'emplois, l'économie locale des régions côtières a aussi pu bénéficier d'une modernisation générale des infrastructures routières et urbaines, d'une amélioration des services de santé et d'une augmentation du prix de vente des propriétés terriennes.

Les répercussions positives du tourisme sur l'économie locale en Croatie ont été relativement plus marquées que dans la majorité des pays du bassin méditerranéen. Cela s'explique par une nette orientation vers les hébergements en chambres d'hôtes et par le nombre restreint de grandes entreprises internationales qui rapatrient leurs profits à l'étranger. Pour la majorité de la population, les emplois offerts par le tourisme sont toujours plus séduisants que ceux offerts par l'agriculture et l'industrie, qui sont habituellement les principales alternatives au tourisme. Celui-ci constitue donc en général l'activité la mieux accueillie dans presque toutes les régions de Croatie et il n'est pratiquement aucun comitat qui n'ait placé le tourisme parmi ses priorités pour son développement futur.

Certaines réticences à l'égard du tourisme subsistent néanmoins, principalement dans les régions touristiques les plus attractives, dues au prix élevé de l'hébergement, des biens et des services, ainsi qu'à la très forte augmentation de la population pendant la saison estivale. Mais ces réticences proviennent surtout des personnes qui ne bénéficient pas des répercussions positives du tourisme. Il est également manifeste que les propriétaires d'hébergements en chambres d'hôtes ou d'appartements de location pour touristes peuvent s'assurer des conditions de vie confortables en ne travaillant que deux ou trois mois par an. Par conséquent, les efforts d'extension de la saison touristique ne portent pas toujours leurs fruits, en dépit des plaintes exprimées par les personnes ayant seulement un emploi saisonnier dans le tourisme.

Comme dans beaucoup d'autres pays du bassin méditerranéen, ces emplois saisonniers mal rémunérés posent problème, notamment les postes de serveur et de femme de chambre, car ils n'attirent pas en général la population locale. Ces postes sont donc souvent pourvus par de jeunes lycéens ou étudiants pendant les vacances d'été et par une main d'œuvre venant de régions moins développées de Croatie ou de la Bosnie-Herzégovine voisine. Au vu de la croissance du tourisme ces dernières années, le problème du personnel devient de plus en plus inquiétant et il est très probable que la Croatie se voie contrainte à l'avenir d'importer des travailleurs d'autres pays.¹⁸

Parmi les évolutions que connaît le tourisme, il faut citer l'augmentation de chaînes d'hôtel internationales qui s'implantent en Croatie, une baisse de l'attractivité des hébergements locaux en chambres d'hôtes, l'accroissement du nombre d'étrangers propriétaires d'une résidence secondaire et la montée en flèche des coûts d'hébergement dans les zones côtières. En raison de ces tendances, une part croissante de la population locale installée dans les régions les plus attrayantes bénéficieront moins de l'impact du tourisme, ce qui conduira à l'abandon de certaines bonnes pratiques du passé. On verra cependant probablement perdurer les efforts pour une amélioration générale des infrastructures et pour une augmentation de l'offre d'emplois attractifs.

10. Formation

Il existe en Croatie une longue tradition de formation dans le domaine du tourisme, notamment dans le secondaire avec des écoles de tourisme et d'hôtellerie-restauration dans presque toutes les villes côtières ainsi que dans de nombreuses villes plus grandes de la

¹⁸ L'avantage de la main d'œuvre saisonnière de Bosnie-Herzégovine et, moins fréquemment, de Serbie tient à la langue, très proche de la langue croate. Une main d'œuvre éventuellement importée d'autres pays pourrait donc poser des problèmes de communication et créer des conflits sociaux.

partie continentale du pays. Bien qu'il existe nombre de facultés orientées vers le tourisme, principalement rattachées aux facultés d'économie, les programmes ne sont pas suffisamment adaptés aux évolutions actuelles et la qualité du personnel n'est pas toujours d'assez haut niveau pour le marché mondial. Les directeurs d'hôtel sont donc encore très souvent étrangers, notamment dans les hôtels appartenant à des entreprises étrangères, et la qualité de la gestion locale est souvent mentionnée comme une déficience importante du tourisme croate. À noter en outre, le peu d'intérêt porté à la formation permanente dans le secteur du tourisme, sauf principalement dans les agences de voyage et chez les guides touristiques, qui sont obligés de suivre en intégralité des cours de formation spéciale afin d'obtenir un permis de travail.

La qualité du personnel est donc relativement bonne dans les agences de voyage et les postes de cadres intermédiaires dans l'industrie hôtelière, mais elle l'est moins au niveau des postes de cadres supérieurs. Le manque de main d'œuvre qualifiée est flagrant dans les offices du tourisme, les hébergements en chambres d'hôtes et dans de nombreux restaurants, notamment en ce qui concerne les chefs. Nombre de ces emplois sont effectués par un personnel insuffisamment qualifié, ce qui s'avère très grave, en particulier dans le cas des offices du tourisme étant donné leur importance dans le domaine de la gestion des sites. Une mesure préconisée dans la quasi-totalité des dossiers de planification plaidait en faveur de la transformation des hébergements en chambres d'hôtes en petits hôtels, mais elle a singulièrement échoué à cause de la réticence des propriétaires et de leurs employés à améliorer leur niveau de formation et être ainsi suffisamment qualifié pour pouvoir gérer un petit hôtel.

Ces dix dernières années, des changements positifs se sont toutefois produits dans ce secteur. De nouvelles facultés et de nouveaux lycées publics et privés ont été créés – dont certains spécialisés dans la gestion touristique – et l'offre de formation permanente a été considérablement enrichie. Le Ministère du tourisme prépare une loi qui obligera le personnel des offices du tourisme à suivre leurs études dans certaines facultés ou à terminer du moins des cours de formation spéciale. Nombre de nouvelles sociétés hôtelières, notamment des grandes chaînes étrangères, ont fait beaucoup d'efforts pour former leur personnel grâce à des cours spécialisés tenus au sein même de l'entreprise ou en finançant de meilleures formations en Croatie ou à l'étranger.

11. Aménagement du territoire

L'aménagement du territoire en Croatie était relativement bien organisé dans le passé : les règles étaient claires et l'organisation était partagée entre différents niveaux. Le principal changement opéré après l'indépendance du pays en 1991 a été l'installation, dans chacun des 21 comitats, d'un bureau chargé de la préparation et de l'adoption du plan du comitat ainsi que de l'aménagement de 127 villes et de 429 municipalités définies comme unités territoriales de base. Cette organisation se distinguait de l'ancien système qui divisait la Croatie en 102 municipalités aux responsabilités plus étendues et dix « associations de municipalités » qui n'avaient que très peu de moyens d'agir.

Bien que le nouveau système soit plus logique, la décentralisation à un niveau plus bas de l'aménagement du territoire pose le problème du financement, qui est limité dans les villes et municipalités. À cela s'ajoute un autre problème dû aux processus de transition après la dissolution de la Yougoslavie et du système communiste, d'autant plus difficiles à gérer pendant la guerre de 1991-1995. Aggravés par les fortes pressions exercées par les entreprises du bâtiment, ces problèmes ont engendré bon nombre d'affaires et de cas de corruption, principalement dus à des transferts douteux de terres agricoles en terrains constructibles. Ces phénomènes se sont encore intensifiés du fait de l'incertitude qui régnait sur les problèmes de propriété, avec pour conséquence une extension incontrôlée des constructions, notamment dans les zones côtières et les grandes villes.

Au vu des conséquences potentiellement catastrophiques engendrées par cette situation, le gouvernement de Croatie a prononcé un certain nombre de décrets visant à empêcher les constructions abusives, le plus connu d'entre eux étant le Décret sur la réglementation et la protection des espaces côtiers protégés. L'adoption des conditions de l'UE lors du processus

d'adhésion devrait remettre un peu d'ordre dans ce domaine et prévenir du moins les accidents futurs. Une bonne pratique très importante mise en place en partie grâce à l'aide des fonds de l'UE aura été l'informatisation du cadastre, de sorte qu'il est aujourd'hui possible d'accéder par internet aux plans d'aménagement de nombreuses régions de Croatie.

12. Changement climatique

Comme signalé précédemment, la Croatie contribue très peu au changement climatique mondial à la fois en termes absolus mais aussi relativement à sa taille et à son niveau global de développement. Cela s'explique par une production industrielle et énergétique relativement faible et par une orientation privilégiant l'utilisation d'énergies renouvelables pour la production d'électricité. Les changements climatiques en Croatie sont ainsi peu sensibles, même s'il est évident que globalement le climat se réchauffe et est davantage sujet à des variations de courte durée. Cette évolution est confirmée principalement par la diminution de l'enneigement en hiver, par l'augmentation de la température moyenne et de la fréquence des pluies en été, notamment au mois d'août, en comparaison avec la situation il y a vingt ans.

13. Biodiversité

De nombreux aspects de la biodiversité ont été expliqués dans la sous-partie 3.7. consacrée aux écosystèmes, qui insistait sur le bon travail effectué par la Direction de la protection de la nature afin de préserver la biodiversité exceptionnelle de la Croatie. Outre la campagne pour la protection d'espèces particulières menée par les ONG locales, il est important de mentionner l'aide apportée par de nombreux organismes internationaux à la Croatie pour qu'elle conserve un niveau maximal de protection. Un grand intérêt est spécialement porté, en particulier par les ornithologues amateurs, aux grandes zones marécageuses et aux sites Ramsar tels que Lonjsko polje, Kopacki rit, le lac de Vransko et Crna Mlaka, réputés pour leurs grandes colonies d'oiseaux.

Le projet de Conservation de l'écosystème karstique porte une très grande attention à la région montagneuse située dans le triangle Rijeka – Karlovac – Zadar. Cette région a probablement la plus forte concentration de différents phénomènes karstiques en Europe et est connue pour être l'une des zones les plus riches d'Europe en termes de biodiversité, notamment en ce qui concerne la faune et la flore vivant dans de nombreuses grottes et dans les espaces vierges de haute montagne.

14. Protection des mers et des océans

La protection de la mer Adriatique est aussi l'une des responsabilités de la Direction de la protection de la nature et nombre de zones maritimes sont placées sous protection, qu'elles soient définies comme faisant partie de parcs nationaux ou naturels ou comme réserves marines spéciales. Trois parcs nationaux insulaires (Brijuni, Kornati et Mljet) et deux parcs naturels insulaires (Telascica et l'archipel de Lastovo) englobent de grandes étendues maritimes. La mer qui borde le parc national de Mljet est particulièrement réputée pour être l'habitat du phoque moine de Méditerranée, une espèce extrêmement menacée.

Les réserves marines de la baie de Limski et de la baie de Malostonski jouent un rôle important car elles se caractérisent à la fois par de magnifiques paysages mais aussi par une excellente qualité de l'eau, qui les rend célèbres pour leur production d'huîtres de très haute qualité. La création d'une nouvelle réserve marine très étendue près de l'île de Losinj a par ailleurs été proposée, en vue de préserver la population de dauphins menacés dans la mer Adriatique.

À l'instar des espaces protégés sur le continent, la protection des zones maritimes qui ne sont pas sous protection spéciale pose problème. À ce jour, la situation est relativement bonne étant donné que le trafic maritime reste raisonnable dans les ports croates et qu'aucun grand incident écologique n'est à déplorer. La population est d'ailleurs très sensible à ces sujets et de nombreux projets potentiellement dangereux ont ainsi été rejetés en raison

de la ferme opposition des ONG, tels que le projet Druzhba Adria qui devait acheminer le pétrole russe vers l'Europe depuis le port croate d'Omisalj. Le terminal GNL (gaz naturel liquéfié) récemment proposé à Omisalj fait aussi l'objet d'une constante attention de la part des ONG.

15. Croissance et répartition de la croissance

La croissance économique de la Croatie est plus forte que la moyenne européenne, comme dans tous les anciens pays communistes ayant adhéré à l'UE en 2004 et 2007. Issue davantage du tourisme, des transports et du commerce que de l'industrie, cette croissance n'a pas eu de conséquences écologiques très graves. La répartition des revenus n'est toutefois pas équitable compte tenu des processus de transition, bien que le coefficient de Gini¹⁹ ainsi que d'autres indicateurs montrent que la situation en Croatie est meilleure que dans la plupart des autres pays du monde. En outre, les salaires moyens y sont assez élevés par rapport à ceux d'autres pays en transition avec un PIB par habitant équivalent. En conséquence, le coût relativement élevé de la main d'œuvre et le haut niveau de pression fiscale sont mentionnés comme des obstacles à la croissance future.

Au-delà des disparités entre les différentes classes de revenu, de grandes inégalités entre les régions sont également à noter. La capitale Zagreb et le comitat d'Istrie sont les zones les plus développées, suivies par d'autres comitats côtiers. Inversement, les régions les moins développées sont essentiellement des comitats agricoles situés à l'est de la Croatie et des comitats continentaux ayant subi d'importants dégâts pendant la guerre. Avec les processus de transition, ce fossé est aujourd'hui plus creusé encore qu'avant le conflit, même si d'importantes disparités régionales existaient déjà auparavant.

Le gouvernement s'emploie à inverser cette tendance au moyen de diverses mesures, telles que des allègements fiscaux destinés aux régions montagneuses, aux îles et aux zones qui ont été sévèrement touchées par la guerre. La construction d'une nouvelle autoroute reliant Zagreb à la Dalmatie a permis d'améliorer considérablement la répartition des revenus de la croissance, traversant des régions montagneuses peu habitées et peu développées ainsi que l'arrière-pays dalmate. La meilleure preuve de l'efficacité de ce projet se voit dans le comitat de Lika-Senj, le moins peuplé et, il y a dix ans, le moins développé, qui compte aujourd'hui parmi les cinq comitats les plus développés de toute la Croatie.

16. Emploi

Le chômage est l'un des problèmes cruciaux de l'économie croate, atteignant souvent des taux proches de 20 %. Cependant, la situation s'améliore depuis ces dernières années et le taux est aujourd'hui sous la barre des 10 %, une première depuis l'indépendance de la Croatie. La majorité de la population travaille dans le secteur des services, et l'on observe que les emplois indirects dans le secteur du tourisme (commerce de détail, transports et secteur financier) sont bien plus nombreux que les emplois directs (hôtellerie et restauration). Les données officielles du chômage sont trompeuses car nombre de chômeurs déclarés ont des activités temporaires, notamment dans le secteur du tourisme. En outre, le nombre de retraités en Croatie est assez élevé compte tenu de la pyramide des âges de la population, mais aussi de l'existence de nombreux régimes spécifiques de retraite (personnel militaire, personnes handicapées, préretraites dans les entreprises qui suppriment des postes, etc.).

¹⁹ Selon les données concernant l'indice de répartition entre les familles (coefficient de GINI) de 29, la Croatie est à la 18^{ème} place mondiale, et à la 5^{ème} position parmi les pays de l'ex-Union soviétique membres de l'UE.

Tableau 7 Nombre d'employés par secteur en février 2008

	Nombre total d'employés	Agriculture, sylviculture et pêche	Mines, extraction, distribution d'électricité, de gaz ou d'eau	Production industrielle	Bâtiment	Vente de gros et de détail, services de dépannage	Hôtellerie et restauration	Transports et communication	Activités financières et immobilières	Services publics
Total	1.207.953	27.449	35.031	255.531	99.494	219.076	39.554	80.460	122.827	328.531
%	100,0	2,3	2,9	21,2	8,2	18,1	3,3	6,7	10,2	27,2

Source : République de Croatie - Bureau central des statistiques

Le secteur du tourisme est constamment confronté au problème du travail saisonnier, et la solution choisie par la majorité des entreprises touristiques a consisté à proposer des salaires peu élevés toute l'année afin de garder leur main d'œuvre qualifiée. La Croatie essaie aujourd'hui d'introduire un système de « travailleurs saisonniers employés permanents » qui semble être un outil approprié, prolonger la saison touristique étant difficile. Il faut aussi souligner qu'une grande partie de la population locale dans les zones côtières touristiques exerce d'autres emplois, notamment dans l'agriculture. Ainsi, l'un des rares aspects positifs de la guerre aura été de faire revivre la production d'olive et de raisin, qui s'est également poursuivie après le nouvel essor du tourisme depuis l'an 2000.

17. Régulation de la mondialisation

La Croatie a signé quasiment tous les documents internationaux relatifs à la mondialisation, et la population est de plus en plus consciente de ces phénomènes. Pourtant, bien que le pays ait accepté officiellement les règles de la mondialisation, l'économie croate ne fait pas partie des économies très mondialisées du fait qu'elle résiste toujours fermement aux investissements étrangers. Cela se traduit par de nombreux problèmes pour les entreprises étrangères qui tentent d'investir en Croatie : des procédures d'obtention de licence compliquées, des impôts élevés, une main d'œuvre relativement chère et des pratiques de corruption. Toutefois, la situation évolue depuis quelques années du fait que les nouveaux investisseurs s'intéressent davantage à l'activité réelle et moins aux investissements spéculatifs comme ce fut le cas juste après la guerre.

18. Accès aux services de base pour tous

En ce qui concerne l'accès aux services de base, la situation en Croatie reste moins bonne que dans la plupart des pays développés mais généralement meilleure que dans la majorité des pays de l'ancien bloc communiste avec un niveau de développement globalement comparable. Cela est essentiellement dû à l'augmentation, causée par la guerre, du nombre de personnes handicapées et à la forte influence exercée dans la société par les associations d'anciens combattants, tout particulièrement par les associations d'invalides de guerre. Grâce à ces dernières, l'accès des handicapés aux services de base s'est amélioré de façon significative ces dix dernières années. De nouvelles lois ont été adoptées pour tout ce qui concerne les nouveaux bâtiments publics et la réhabilitation des anciens, mais elles sont malheureusement souvent détournées.²⁰

L'accès des personnes aveugles aux services de base est moins développé. En effet, très peu de feux tricolores sont munis d'un système sonore et la majorité des ascenseurs ne sont pas encore équipés de boutons en relief. L'accès aux services de base pour les handicapés est généralement meilleur dans la capitale, Zagreb, et dans d'autres villes principales, mais il n'est malheureusement pas aussi bon dans les zones rurales et les zones touristiques côtières. Cela s'explique en partie par la qualité peu élevée de la majorité des établissements d'hébergement qui ne sont donc pas obligés d'installer l'équipement adéquat pour accueillir des personnes handicapées.

²⁰ Dans les bâtiments publics et certains hôtels, des monte-escaliers spéciaux pour handicapés sont installés, mais ils sont très souvent hors service malgré les protestations des associations de handicapés.

19. Renforcement des systèmes de santé et d'éducation

Le système de santé croate est relativement bon si l'on considère le PIB global par habitant. En témoigne le fait que la Croatie est classée au 44^{ème} rang mondial d'après l'indicateur de développement humain. Les soins médicaux primaires sont bien développés et le réseau d'établissements de santé publique est considéré comme suffisant, en particulier dans les zones touristiques. Le problème principal reste le manque de fonds nécessaires à l'amélioration de la qualité des services, qui s'explique par la tradition de gratuité des soins médicaux dans leur majorité. La solution consiste essentiellement à trouver de nouvelles sources de financement pour le système d'assurance maladie afin d'en assurer la viabilité financière en dépit du vieillissement de la population.

Le système d'enseignement évolue actuellement dans tous les secteurs. Dans l'enseignement primaire la priorité est l'élaboration de normes nationales en matière d'éducation, dans le secondaire l'introduction d'un examen national d'entrée à l'université afin d'améliorer les normes générales et dans l'enseignement supérieur l'application du processus de Bologne. La stratégie du Ministère des sciences, de l'éducation et des sports repose notamment sur l'augmentation du nombre de personnes atteignant le niveau universitaire, une ambition poursuivie avec le soutien des établissements d'enseignement polytechnique dans tout le pays. Cela concerne aussi le secteur du tourisme, qui dispose de nombreuses facultés publiques et privées récemment ouvertes et centrées sur la formation des cadres intermédiaires et supérieurs de l'industrie touristique ou hôtelière, et qui propose des offres en matière de formation permanente.

20. Lutte contre les discriminations

Pendant et après la guerre, les droits de l'homme n'étaient que peu respectés, ce qui était relativement logique étant donné l'ampleur des ravages causés par le conflit. La situation a commencé à s'améliorer nettement après l'an 2000 et en particulier ces dernières années simultanément au processus d'adhésion de la Croatie à l'UE. L'année 2000 a été cruciale car elle a marqué le premier changement démocratique de gouvernement et les récentes années ont vu la normalisation complète des relations entre Serbie et Croatie, nations ennemies pendant la guerre de 1991-1995.

La participation du Parti démocratique indépendant serbe SDSS au sein du gouvernement croate (aux élections de 2007, il a même obtenu un siège de ministre) témoigne de cette normalisation complète des relations entre les deux États indépendants. Ce changement s'est aussi récemment manifesté au niveau local et au sein des relations entre les peuples, comme en atteste l'augmentation exceptionnelle du nombre de touristes serbes en Croatie et la hausse du nombre de retours de Serbes après la guerre dans les régions croates précédemment abandonnées. Le commerce entre Croatie et Serbie s'est également amélioré de façon significative, tout comme les échanges culturels.

En ce qui concerne les droits des minorités, la Croatie est un des pays les plus respectueux d'Europe, comme en témoignent les listes spéciales représentant les minorités au Parlement croate. Chaque minorité significative est en effet représentée au Parlement, ce qui n'est pas le cas dans la plupart des pays membres de l'UE. Même les membres de la minorité rom (tzigane) ont leur représentant au Parlement bien qu'ils ne représentent que 0,2 % de la population totale. La Croatie se démarque également par son très haut niveau de tolérance religieuse. L'Islam dispose ainsi des mêmes droits que l'Église catholique romaine en termes d'éducation religieuse et de reconnaissance de l'État, bien que les musulmans ne représentent que 1,3 % de la population totale. La Croatie est de fait souvent citée par les associations musulmanes européennes comme un modèle d'intégration des musulmans dans la société.

La situation des minorités sexuelles a en revanche été plus problématique par le passé et l'Église catholique romaine, en tant que religion dominante, est toujours fermement opposée aux mariages homosexuels. On constate cependant des améliorations grâce à l'activisme des ONG et des associations de défense des droits de l'homme, par exemple le fait que les

couples gays et lesbiens ont aujourd'hui les mêmes droits que les couples hétérosexuels en ce qui concerne les questions de propriété de biens et d'héritage. Le meilleur signe d'amélioration dans ce domaine est le fait que les défilés de la Gay Pride à Zagreb, qui avaient provoqué de violentes manifestations organisées par des groupes homophobes et exigé un important dispositif de sécurité il y a cinq ans seulement, n'attirent désormais plus autant d'attention et les personnes homosexuelles ou bisexuelles peuvent à présent s'afficher sans courir de sérieuses menaces.

IV. PARTIE IV PROPOSITIONS

La situation relative aux problématiques de tourisme durable en Croatie est très particulière en comparaison avec les autres pays du bassin méditerranéen, étant donné qu'il s'agit du seul pays actuellement engagé dans le processus d'adhésion à l'Union Européenne.²¹ Ce processus favorise l'adoption de nombreuses lois en matière de développement durable, mais leur application est rendue difficile par le nombre énorme de lois et de pratiques qui doivent être mises en œuvre dans des délais relativement courts. La confusion est d'autant plus grande compte tenu d'une multitude de lois différentes, souvent trop compliquées et se recoupant partiellement. Cette situation s'explique notamment par le processus de transition d'un système communiste à une économie de marché et par la grande résistance aux changements qui existe dans de nombreuses couches de la société.

La disproportion entre la législation actuelle et les pratiques réelles étant l'un des principaux problèmes de l'État croate, il importe à ce propos de rappeler que les propositions pour des changements législatifs n'impliquent pas toujours un changement rapide des pratiques existantes. Cette situation constitue d'ailleurs l'une des principales objections à l'intégration de la Croatie au sein de l'Union européenne. D'un autre côté, certains craignent que la liberté de circulation des personnes et l'ouverture du marché des biens immobiliers suite à l'adhésion du pays à l'Union européenne accentuent, durant la phase de vide législatif, les répercussions négatives sur l'environnement. Compte tenu de cette situation particulière, il est nécessaire d'étudier les possibilités d'application pour chaque proposition.

En ce qui concerne la maîtrise générale de l'impact du tourisme sur l'environnement, la proposition la plus importante est donc de créer des lois qui puissent être appliquées facilement et efficacement, ce qui n'est souvent pas le cas aujourd'hui. Des propositions spécifiques dans ce domaine devraient inclure notamment :

- L'introduction de mesures effectives permettant de mettre fin au processus d'« appartementisation » (construction de résidences secondaires) sur les zones côtières qui constituent la ressource touristique la plus importante de tout le pays.
- L'établissement de nouveaux grands espaces protégés à un niveau de protection plus limité (parcs régionaux) où des restrictions de construction puissent être appliquées afin d'empêcher les créations excessives de résidences secondaires pour les citoyens de l'Union Européenne (encouragées par les possibilités spatiales et l'emplacement géographique de la Croatie).
- L'instauration de règles strictes et facilement applicables en matière de construction afin de préserver le patrimoine architectural local et de mettre fin à la pollution visuelle entraînée par des constructions inappropriées.
- Le renforcement du rôle des institutions chargées de la planification et de l'aménagement du territoire en général.
- L'extension des zones piétonnes dans les centres-villes et l'amélioration des transports en commun afin de dissuader les automobilistes à utiliser leur voiture de façon excessive dans les zones touristiques les plus attrayantes et les plus sensibles.
- La modernisation du système ferroviaire et des aéroports afin de mettre fin totalement à l'orientation dominante vers le trafic routier.

²¹ La Turquie est elle aussi engagée dans le processus d'adhésion à l'Union Européenne, mais il est peu probable qu'elle cela aboutisse rapidement étant donné les réticences de nombreux pays membres. D'autres candidats potentiels n'ont pas encore entamé les négociations officielles.

- L'accroissement des investissements dans les énergies renouvelables afin de remédier à une déficience énergétique potentiellement dangereuse et de ne pas céder aux pressions en faveur de constructions d'usines de production d'énergie nuisibles pour l'environnement.
- L'instauration de règles strictes et facilement applicables dans le domaine du tourisme nautique afin de faire cesser la pollution maritime potentiellement très dangereuse provoquée par le trafic des bateaux.

La promotion d'un tourisme durable contribuant au développement social, culturel et économique doit inclure des mesures visant à prévenir les effets négatifs des investissements élevés qui sont à attendre avec l'entrée de la Croatie dans l'Union Européenne, ainsi que des mesures visant à équilibrer le développement régional. Une coopération internationale plus poussée est souhaitable pour prévenir les formes négatives de développement visibles dans de nombreuses régions des pays développés d'Europe et pour diffuser les savoirs nécessaires. Les principales propositions dans ce domaine devraient inclure :

- L'incitation fiscale à l'investissement touristique dans l'intérieur des terres et pour des formes de tourisme autres que balnéaires, tourisme rural ou culturel notamment.
- La mise en place de mesures plus efficaces encourageant la population rurale à se lancer dans le tourisme (formations, consultations juridiques gratuites, aide fiscale, etc.) et contribuant à introduire la cuisine locale et d'autres formes de production dans le tourisme.
- L'instauration de mesures incitatives plus efficaces encourageant des formes de développement touristique respectueuses de l'environnement et dissuadant toutes formes de comportement nuisibles à l'environnement.
- L'élaboration de mesures incitatives spéciales pour tous les projets visant à préserver et restaurer des éléments du patrimoine historique, plus particulièrement ceux qui sont en mauvais état ou abandonnés ; les mesures dans ce domaine prévoient également un allègement des questions juridiques ainsi qu'une accélération et une simplification des procédures légales relatives à la propriété.
- La promotion de toutes formes de coopération internationale, telles que le jumelage de villes ou de régions, l'utilisation plus répandue des divers écolabels internationaux (européens), l'inclusion de la Croatie dans des réseaux de parcours et itinéraires culturels, etc.

En ce qui concerne les bonnes pratiques, outre les propositions susmentionnées, il est également conseillé de :

- Concevoir et construire des pistes cyclables et promouvoir la circulation à vélo dans les villes et les zones rurales.
- Établir une procédure plus stricte et plus claire pour l'élaboration des études d'impact environnemental en vue de prévenir les pratiques nocives pour l'environnement.
- Encourager une politique plus saine pour l'environnement en termes d'utilisation des ressources en eau douce relativement abondantes, notamment pour empêcher une consommation excessive et protéger les ressources actuelles.
- Adopter et appliquer de façon effective l'ensemble des lois de l'UE relatives à l'évacuation des eaux usées et des déchets solides.
- Accroître et étendre les espaces protégés, qu'il s'agisse de formes existantes (parcs nationaux, parcs naturels, etc.) ou de formes nouvelles éventuelles, y compris notamment les espaces maritimes.
- Promouvoir la biodiversité de la Croatie, qui est l'une des plus importantes d'Europe rapportée à la superficie du pays, en vue à la fois de favoriser le tourisme et d'obtenir divers fonds internationaux destinés à la protection de la nature.
- Promouvoir la richesse, la variété et la bonne préservation du patrimoine culturel témoignant de toutes les périodes de l'histoire, également en vue non seulement de favoriser le tourisme mais aussi d'obtenir divers fonds internationaux destinés à la préservation et à la restauration du patrimoine culturel.

- Formuler une politique mesurée en matière de propriété afin d'autoriser les investissements étrangers (y compris la construction de résidences secondaires dans les zones désignées) tout en empêchant la destruction de l'identité culturelle locale et nationale et la paupérisation de la population rurale.
- Améliorer les normes en matière d'éducation, notamment en vue de les aligner sur les meilleures pratiques de l'UE et sur les meilleures performances en général, et promouvoir les échanges internationaux dans le cadre du processus de Bologne.
- Formuler une politique mesurée concernant les migrations de travailleurs afin d'éviter les éventuels conflits socioculturels causés par l'importation excessive de main d'œuvre étrangère.
- Promouvoir une coopération internationale plus poussée en faveur des droits de l'homme et contre les discriminations, et insister sur le renforcement du rôle des ONG dans l'ensemble de la société.

V. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Le nombre de nuitées en Croatie par région touristique ¹⁾ de 1989 à 2007.....	247
Tableau 2 Superficie et population par région touristique en 2001.....	248
Tableau 3 Nombre de visiteurs et de nuitées par nationalité en 2006 et 2007.....	249
Tableau 4 Nombre de résidences secondaires par région touristique en 1981, 1991 et 2001.....	252
Tableau 5 Nombre de visiteurs dans les parcs nationaux de Croatie en 2007.....	253
Tableau 6 Équipements et installations dans les foyers de Croatie en 2001.....	255
Tableau 7 Nombre d'employés par secteur en février 2008.....	272
Figure 1 Régions touristiques croates.....	246

MALTE

M. Anthony ELLUL, Team Manager Malta Environment & Planning Authority

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	279
I. Partie I Contexte et tendances, politiques et stratégies touristiques	280
1. La réduction des impacts territoriaux et environnementaux en particulier dans les espaces côtiers touristiques.....	283
2. La promotion d'un tourisme durable contribuant à la cohésion sociale et au développement économique-culturel, mettant en valeur la diversité et la spécificité méditerranéennes et renforçant les synergies avec d'autres secteurs économiques tels que l'agriculture	284
3. L'accroissement de la valeur ajoutée du tourisme pour la population locale et pour les acteurs des pays en développement	284
4. L'amélioration de la gouvernance en vue d'un tourisme durable	284
II. Partie II Bilan des progrès réalisés	285
1. La maîtrise des impacts territoriaux et environnementaux	285
2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable	290
3. Développer la coopération méditerranéenne	293
III. Partie III Les bonnes pratiques.....	294
1. Fort Rinella	294
2. Éco-certification.....	297
IV. Partie IV Propositions	300
V. Annexes	303
VI. Table of illustrations	305

RESUME

Le développement du tourisme dans les îles maltaises est devenu l'une des activités économiques les plus importantes sur les îles. Ne comptant que quelques 12,500 touristes en 1959, les arrivées touristiques se sont propulsées à plus de 1.2 millions en 2007. Toutefois, les années dernières ont montré que la destination aurait peut être atteint son niveau de saturation, selon la courbe du cycle de vie de la zone touristique. L'introduction de compagnies aériennes à bas prix a joué un rôle important dans la réalisation du niveau d'arrivées enregistré en 2007 ; cet essor est sensé se poursuivre à l'avenir avec l'introduction de compagnies aériennes supplémentaires à bas prix.

Le tourisme s'est développé largement selon la démarche du tourisme de masse, induisant divers problèmes autant environnementaux qu'économiques et sociaux. Le développement touristique non planifié sur les côtes et dans les zones rurales a provoqué une modification des paysages et habitats. De même, l'urbanisation anarchique diffuse s'est soldée par une réduction des zones rurales.

L'entrée en vigueur de la Loi sur la Planification du Développement (Development Planning Act) et la mise en œuvre des politiques de Plans Structurels ont eu l'effet de ralentir ce type de développement ; toutefois, il y a toujours un risque que les zones côtières soient utilisées et occupées. Cela se produit quand les instances décisionnelles ne tiennent pas compte des politiques et décident de manière improvisée. Le processus de programmation a été un outil important pour faire en sorte que les espaces côtiers et les zones rurales soient protégés ; cependant, la protection de ces espaces et zones nécessite davantage de protection réglementaire.

En dépit de ces risques, un certain nombre d'initiatives ont été prises afin d'assurer un développement propre du secteur. La Plan de Développement Touristique des Iles Maltaises de 1989 (The Tourism Development Plan for the Maltese Islands) a posé les jalons d'une transformation du tourisme depuis les années 90, bien que le concept de planification du secteur ne soit pas pleinement intégré dans le secteur. Au delà des plans stratégiques à court terme élaborés, lesquels consistent en une simple liste d'actions à entreprendre, la planification exige une approche bien plus large et à long terme. Une politique touristique a été élaborée et approuvée, et le présent document devrait orienter l'élaboration d'un plan pour ce secteur.

Les années 1990 ont vu le développement de nouveaux marchés touristiques, notamment pendant les mois d'hiver, sous forme de tourisme culturel, tourisme ludique, tourisme de santé, outre le tourisme de conférence et d'affaires. Ces développements ont joué un rôle décisif en drainant davantage de touristes pendant les mois de basse saison. Cela a induit un léger changement au niveau des modes d'arrivées touristiques par saison, avec les mois d'hiver augmentant leur part, et les mois d'été enregistrant une réduction.

Différentes initiatives ont été prises pour prendre en charge certains éléments de la Stratégie de la Commission Méditerranéenne du Développement Durable (CMDD), dont notamment la mise en place de Zones de Conservation Marine, du système de Certification Ecologique et des programmes de formation. Toutefois, ces initiatives devraient être poursuivies, l'enthousiasme du départ tendant à diminuer au fil du temps.

Des initiatives de formation au profit de tous les secteurs devraient favoriser une meilleure compréhension du tourisme et de sa complexité et réduire l'approche imprévoyante du développement touristique.

Le gouvernement devrait appuyer les initiatives des ONG en matière de gestion des sites puisque les exemples ont démontré que de telles initiatives permettent une protection des ressources, tout en assurant une rentabilité économique adéquate.

Pour conclure, le développement d'un tourisme durable dans les îles maltaises passe par une conviction et un engagement sincère en faveur d'une telle approche, d'abord au niveau politique, mais également auprès des différentes parties prenantes. L'ensemble des acteurs devraient participer aux mécanismes de prise de décision concernant le développement

touristique. Une plus grande intégration est nécessaire entre le tourisme et les autres secteurs de développement afin d'assurer la réussite d'un développement touristique durable. La planification intégrée devrait assurer la protection de l'environnement et du patrimoine social et culturel, tout en réalisant les objectifs économiques

I. PARTIE I CONTEXTE ET TENDANCES, POLITIQUES ET STRATEGIES TOURISTIQUES

L'archipel de Malte est situé au milieu de la Méditerranée, entre l'Europe et l'Afrique du Nord. Il est composé de trois îles principales – Malte, Gozo et Comino – et s'étend sur une superficie totale d'environ 316 km². La population s'élève actuellement – d'après le recensement de 2005 – à 404.962 habitants (www.census2005.gov.mt/reports), avec une densité de population de 1285 habitants par km². Il s'agit de la plus forte densité parmi les pays de l'Union européenne où la moyenne est de 117,5 par km².

À partir de 1800 et durant un siècle et demi, l'archipel de Malte dépendait des Services britanniques et l'essentiel de l'économie était lié à la production de services destinés à la base militaire britannique. À la fin des années 1950, au moment du retrait progressif des Britanniques, l'archipel a dû chercher de nouveaux débouchés économiques pour répondre à la croissance de la population et à une offre d'emploi très limitée. Il a d'ailleurs connu une vague d'émigration massive après la Seconde Guerre mondiale. Ainsi, au début des années 1960, l'État a identifié trois secteurs clés à développer : l'industrie, l'agriculture et le tourisme.

Le tourisme a donc été défini comme l'un des piliers majeurs de la nouvelle économie et l'État a mis en œuvre dans les années 1960 un certain nombre de projets visant à favoriser la croissance du secteur afin de compenser la faiblesse des investissements consacrés à l'époque au tourisme. Cette aide a essentiellement pris la forme de subventions destinées à la construction d'hôtels, à des campagnes de marketing et à la conception de produits. En 1958, l'État a créé l'Office du tourisme de Malte (*Malta Government Tourist Board*), chargé « d'entreprendre tout ce qui pouvait s'avérer nécessaire, bénéfique ou opportun pour encourager les touristes à visiter Malte, notamment par l'étude, l'élaboration et la mise en œuvre de projets – publicitaires ou autres – visant à promouvoir les attractions touristiques de Malte dans d'autres pays, auprès d'autres populations ». (John Pollacco, *In the National Interest*, 2004, p.8¹).

À l'origine, le tourisme dans l'archipel de Malte était largement lié aux plages. Mais à mesure que leur fréquentation augmentait, notamment par la population locale de plus en plus mobile, le produit « plage » est devenu de moins en moins attractif. Cependant, les infrastructures touristiques étaient très largement dépendantes de celles-ci, étant donné que le secteur s'était essentiellement développé dans le marché du tourisme estival.

Cet état de fait a été source de problèmes lorsqu'on a entrepris d'attirer de nouveaux marchés en basse saison. Il a ainsi fallu rénover ou réaménager la plupart des hôtels en vue d'améliorer leurs équipements et en construire de nouveaux pour élargir leur offre. De nouvelles salles de conférence, ainsi que des complexes de thalassothérapie ou de remise en forme, notamment, ont ainsi vu le jour.

Outre les projets liés au marché du tourisme d'affaires et de conférence, l'État a lancé, vers la fin des années 1980 et au début des années 1990, une série d'initiatives visant entre autres à mettre en valeur le patrimoine historique et culturel des îles, à savoir musées et sites archéologiques. Le patrimoine naturel a également été valorisé grâce à l'aménagement de pistes et de sentiers champêtres. L'archipel de Malte ne dispose pas de paysages majestueux tels que peuvent en offrir les montagnes ou les cours d'eau, mais son patrimoine naturel présente des caractéristiques géophysiques intéressantes ainsi qu'un environnement accueillant un grand nombre d'espèces endémiques.

¹ Publication non traduite en français (NdT).

Comme nous l'avons déjà mentionné, le tourisme balnéaire reste encore une part essentielle de l'offre de tourisme estivale. L'État a ainsi lancé divers projets visant à reconstituer un certain nombre de plages qui avaient perdu la quasi-totalité de leur sable dans le passé, comme par exemple à Saint Julien, dans la Baie de Saint Georges. Le patrimoine culturel des îles a aussi fait l'objet d'une attention croissante et, bien qu'à un rythme peu rapide, de notables améliorations ont été apportées à un certain nombre de sites archéologiques et historiques, tels que le Musée national d'Archéologie, l'Hypogée de Hal Saflieni (site classé au Patrimoine mondial de l'UNESCO), ou encore les temples d'Hagar Qim et de Mnadjra (également classés au Patrimoine mondial) actuellement bénéficiaires d'une protection accrue ainsi que d'aides destinées à améliorer l'accueil aux visiteurs.

Le patrimoine rural joue également un rôle important dans l'offre de tourisme globale, notamment grâce à la valorisation de sentiers pédestres champêtres. Cependant, cet aspect nécessite encore davantage d'attention étant donné les pressions exercées par l'industrie du bâtiment, par le secteur de l'extraction minière ou de la chasse pour bloquer certaines initiatives. Les îles offrent une variété d'espèces endémiques ainsi que des particularités géologiques exceptionnelles qui constituent un atout touristique de taille mais pas toujours exploité comme il le mérite en raison de conflits d'intérêt.

Les progrès effectués ainsi que la nouvelle orientation qui guide désormais le développement du tourisme dans l'archipel de Malte ont pour origine les recommandations énoncées dans le Plan de développement touristique des îles maltaises (*Tourism Development Plan for the Maltese Islands*), mis en œuvre par l'État et élaboré en 1989 par la société Horwath and Horwath. Le plan définissait trois axes stratégiques : la diversification, la saisonnalité et l'amélioration des produits. Certes, l'industrie du tourisme était déjà relativement bien développée à l'époque, néanmoins les répercussions du plan ne doivent pas être sous-estimées. En effet, après des années de développement intensif et non planifié, le plan a ouvert la voie à une transformation du secteur. Vingt années après sa mise en œuvre, la réussite du plan est tangible dans différents domaines. Il a contribué en particulier à la modernisation de l'infrastructure touristique et notamment de l'hébergement hôtelier, à la diversification de l'offre de produits (par ex. tourisme de croisière, tourisme culturel, séjours linguistiques, tourisme d'affaires ou de conférence, tourisme de nature), à l'accroissement de la coordination dans le secteur notamment grâce à des initiatives de partenariat public-privé, ainsi qu'à la création de l'Autorité maltaise du tourisme, chargée de mieux organiser les différentes fonctions du secteur public dans l'industrie touristique qui étaient jusqu'alors relativement dispersées. En revanche, les recommandations destinées à améliorer l'équilibre saisonnier ne se sont pas concrétisées comme prévu et la répartition de la fréquentation est restée quasiment inchangée.

En 1959, environ 12 500 touristes ont visité l'archipel de Malte. En 2007, ils étaient plus d'1,2 million. Le tourisme représente près de 25 % du PIB et est à l'origine de 41 000 emplois à temps plein (Malta Tourism Authority, *The Economic Impact of tourism in Malta*, 2000). Cependant, au cours des vingt dernières années, le taux annuel de croissance de la fréquentation touristique n'a pas atteint le niveau des années 1970-1980. Cela indique sans doute que Malte se rapproche de la phase de saturation du cycle de vie du produit touristique. La moyenne annuelle de fréquentation touristique a progressé de 1,6 % entre 1980 et 1990, de 2,8 % entre 1990 et 2000, et de 0,2 % entre 2000 et 2007 – ce qui montre que les îles ne connaîtront pas un fort afflux touristique dans les temps à venir. Toutefois, l'arrivée de compagnies aériennes à bas prix depuis novembre 2006 a dû influencer de manière significative sur la fréquentation touristique de 2007, car les chiffres de cette année-là ont dépassé le précédent record de l'an 2000 en s'élevant à plus de 1,2 million et en affichant une hausse de plus de 10 % par rapport aux chiffres de 2006. Reste à savoir si une telle croissance peut être maintenue et ses implications sont à étudier.

Ce ralentissement du secteur touristique au cours des dernières années a conduit à la fermeture d'un certain nombre d'hôtels, qui se sont pour la plupart reconvertis en appartements résidentiels. Cette situation produit différents phénomènes. D'un côté, l'excès de possibilités d'hébergement touristique avait placé le secteur entre les mains des tours opérateurs à la recherche de prix compétitifs ; or la diminution globale des capacités devrait

conduire à un meilleur équilibre de l'offre et de la demande. D'un autre côté, alors que la fréquentation touristique semble désormais de nouveau en hausse, il est possible de voir des pressions s'exercer pour augmenter les capacités d'hébergement, d'autant plus que les capacités aériennes sont également en hausse.

Comme nous l'avons déjà indiqué, le développement du tourisme au cours des vingt dernières années a été uniquement guidé par le produit « sable-soleil » qui a marqué l'essentiel des années 1970-1980. Toutefois, l'État s'est engagé à valoriser l'image de l'archipel par l'intermédiaire des agences de tourisme. Il a ainsi défini de nouvelles offres de produits ainsi que de nouveaux marchés en exploitant des niches telles que le tourisme culturel, le tourisme d'affaires et de conférence, les voyages de stimulation, les séjours linguistiques ou encore les croisières. Cette stratégie a permis d'attirer de nouveaux touristes dans l'archipel, à tel point que la fréquentation touristique est passée de 745 900 en 1987 à 1 243 510 en 2007, soit une hausse globale de 67 % ou une hausse annuelle moyenne d'environ 3 %.

L'objectif principal était d'améliorer la qualité du produit touristique de Malte, notamment dans le secteur de l'hébergement. Ainsi, au début des années 1990, une mesure des pouvoirs publics a réservé la délivrance de permis de construire aux hôtels 4 ou 5 étoiles. Cela a conduit à un grand nombre de demandes déposées et à l'augmentation, au cours des vingt dernières années, du nombre d'hôtels 5 étoiles, passé de 5 établissements à la fin des années 1980 à 15 en 2007. Cette politique a eu diverses répercussions sur le développement du tourisme dans l'archipel et en particulier sur les autres types d'hébergement touristique. Les hôtels 3 étoiles ne pouvaient pas concurrencer les 5 étoiles avec les prix que ces derniers proposaient pour remplir les capacités excédentaires, ce qui a poussé la plupart des anciens établissements à se détourner du secteur du tourisme pour se reconvertir en maison de retraite ou en immeuble résidentiel. Or la brusque augmentation du nombre d'hôtels 5 étoiles n'a pas pu être compensée par une amélioration comparable du produit touristique global, et ces établissements ont dû se résoudre ces dernières années à accueillir des étudiants pour remplir leurs chambres durant la période estivale.

Le ralentissement de la fréquentation touristique observée depuis 2000 a conduit un certain nombre d'établissements à se reconvertir en locaux commerciaux ou résidentiels. Cela a engendré entre autres des destructions d'emplois et une diminution de l'offre d'hébergement, cette dernière au demeurant quelque peu nécessaire. Toutefois, les arrivées semblent réparties à la hausse, l'industrie appelle déjà à une augmentation des capacités. Or étant donné qu'il semble ne pas y avoir de fortes pressions pour la création de nouveaux hôtels, il faut s'attendre à ce que les établissements existants cherchent à s'élargir. Ceci peut créer des pressions dans les zones hors des périmètres de développement, par exemple la construction d'hébergements touristiques le long de la côte et dans des zones rurales. De fait, l'an dernier un permis de construire a été accordé pour l'extension d'un hôtel existant ; un autre est en cours d'instruction.

La stratégie touristique des vingt dernières années a également visé à améliorer la répartition saisonnière des arrivées de touristes. Malgré des augmentations de fréquentation constatées à chaque période de l'année, la répartition des arrivées est restée quasiment inchangée dans les années 1990. Elle s'est en revanche nettement modifiée en 2007, notamment durant les mois d'été et d'hiver, comme indiqué ci-dessous.

Tableau 1 Répartition saisonnière pour quelques années particulières

ANNEE	HIVER (JAN-FEV-NOV- DEC)	MOYENNE SAISON (MAR-AVR-MAI-JUIN- OCT)	ÉTÉ (JUIL-AOÛT-SEP)
1987	16.4%	43.3%	40.3%
1997	18.5%	45.6%	36%
2007	19%	43.4%	37.6%

Source: NSO

Ainsi, la part du nombre d'arrivées en hiver s'est accrue jusqu'à atteindre 19 % du total annuel, tandis que les mois d'été ont accusé une baisse en enregistrant seulement 37,6 % du total des arrivées. La moyenne saison est restée pratiquement stable. Cela montre que les initiatives prises dans le but de répartir les arrivées de touristes ont relativement porté leurs fruits, en particulier le lancement de nouveaux produits tels que le tourisme d'affaires et de conférence, les sentiers et chemins champêtres, le tourisme de santé, ainsi que d'autres produits susceptibles d'attirer les touristes en hiver. L'arrivée de compagnies aériennes à bas prix a sans doute également permis d'encourager les séjours de courte durée en basse saison. De fait, les statistiques font état d'une baisse de 9 % du nombre de nuitées en janvier 2007 par rapport à l'année précédente à la même date, ce qui a été imputé à des séjours plus courts dans des hébergements privés. Dans le même temps, le nombre de nuitées passées dans des établissements hôteliers a augmenté de 2,8 %. La durée de séjour moyenne enregistrée dans le mois s'est élevée à 8,6 nuitées, soit 1,1 nuitée de moins par rapport à janvier 2006 ou encore 20 % de moins par rapport à janvier 2005. Cette situation s'est répétée au mois de février 2007 durant lequel, malgré une hausse des arrivées de 6,9 % par rapport à février 2006, le nombre total de nuitées a diminué de 3,4 %.

Par ailleurs, la création de terrains de golf – autre sujet majeur des vingt dernières années – a suscité de nombreuses controverses, en particulier sur la question des sites proposés pour accueillir ces terrains. L'État a élaboré des recommandations sur le sujet qui ont été approuvées en 1997 par l'agence de planification (*Planning Authority*), maintenant agence de l'environnement et de la planification (*Malta Environment and Planning Authority, MEPA*). En novembre 2004, l'État a chargé la MEPA d'identifier les sites potentiels pour accueillir le projet. Cinq sites ont été proposés. Toutefois, l'État a privilégié une autre zone, dans le nord de Malte. Diverses études ont été menées, puis le choix de ce site sensible a finalement été abandonné par le gouvernement. Actuellement, aucun site n'a été identifié mais le projet n'a pas pour autant été enterré et il est tout à fait possible que le sujet réapparaisse dans un avenir proche.

1. La réduction des impacts territoriaux et environnementaux en particulier dans les espaces côtiers touristiques

Du fait que le tourisme s'est développé dans le passé en l'absence d'une planification adaptée, les aménagements se sont concentrés dans des zones sensibles, notamment sur le littoral. Grâce à l'adoption en 1992 de la loi de planification de l'aménagement (*Development Planning Act*), toutes les formes d'aménagement ont été soumises à une réglementation. Le plan structurel (*Structure Plan*) puis l'agence de planification, dont la création était inscrite dans la loi susdite, constituaient les principaux instruments/organismes chargés de réglementer l'utilisation des sols. Toutes les formes d'aménagement touristique étaient réglementées par les mesures de préservation du littoral et des zones rurales (*Coastal and Rural Conservation policies*) en dehors d'« aires de développement » (*Development Zones*) déterminées. Malgré des extensions accordées à des hôtels existants et quelques nouvelles constructions, le littoral et les zones rurales ont généralement été préservés. Entre 1994 et 1998, sur 144 demandes de construction liées à des activités de tourisme ou de loisir, 60 ont obtenu une autorisation (MEPA, Coastal Strategy Topic Paper, 2002).

La loi de planification de l'aménagement a également habilité le MEPA à classer les bâtiments et les zones d'importance écologique, ainsi que les sites d'importance scientifique. Ce classement constitue un moyen efficace pour assurer la protection des sites sensibles, notamment le littoral (falaises ou autres), les vallées ou les zones rurales.

L'agence maltaise du tourisme (*Malta Tourism Authority –MTA*) a par ailleurs mis en place en 2002 un système d'« éco-certification » grâce auquel les établissements d'hébergement touristique qui le souhaitent sont certifiés chaque année sur la base d'un certain nombre de critères – près d'une centaine au total. L'objectif est d'évaluer leur performance en termes de réduction de l'impact de leurs activités sur l'environnement : gestion des déchets, économies d'énergie, préservation de l'eau ou encore sensibilisation des employés au problème des

répercussions environnementales. La plupart des hôtels 4 et 5 étoiles participent à l'initiative et les effets s'avèrent positifs.

La MTA a aussi instauré un système dit de « remerciement et reconnaissance » (*Special Thanks and Recognition -STAR*) visant à valoriser publiquement le travail de toutes les personnes au service direct ou indirect de l'industrie du tourisme. Cette initiative permet de sensibiliser davantage la population locale à la culture touristique en lui faisant prendre conscience que chaque geste de sa part peut contribuer à donner une image positive aux visiteurs.

2. La promotion d'un tourisme durable contribuant à la cohésion sociale et au développement économique-culturel, mettant en valeur la diversité et la spécificité méditerranéennes et renforçant les synergies avec d'autres secteurs économiques tels que l'agriculture

S'il reste encore des efforts à déployer pour faire en sorte que le tourisme de l'archipel se développe en accord avec les principes de développement durable, l'État et les organismes de tourisme ont déjà agi à plusieurs reprises dans ce sens. Cet enjeu tient d'ailleurs la place qu'il mérite dans les différents documents stratégiques de l'agence maltaise du tourisme. Le premier plan stratégique pour 2000-2002 mentionnait dans les principaux programmes de la Direction de la planification et du développement du produit (*Product Planning and Development Directorate*) l'élaboration de recommandations pour une politique nationale de développement d'un tourisme durable. Ceci n'a pas été à proprement parler concrétisée, bien que l'on trouve parmi les objectifs cités dans la politique touristique qui a été adoptée : « la gestion du tourisme à Malte et à Gozo selon les principes de développement durable » et « le maintien et la préservation des ressources environnementales et socioculturelles en tant que principaux atouts touristiques de l'archipel ». En outre, la politique touristique vise à « maîtriser et compenser les incidences économiques, sociales et environnementales en recherchant l'intérêt national et en préservant les ressources environnementales et socioculturelles ».

Si les pouvoirs publics ont annoncé que la politique touristique se fondait sur le concept de tourisme durable, il reste encore à renforcer la coordination avec les autres secteurs. Il est vrai que le plan de réforme souligne l'importance de cette coordination. Mais les structures nécessaires n'ont pas été mises en place, malgré l'existence d'un Comité interministériel pour le tourisme présidé par le Premier ministre. Ce Comité s'occupe de fait davantage de « traiter en bonne et due forme les problèmes communs à différents ministères qui affectent les performances touristiques de Malte » que de coordonner les politiques et les programmes.

La plupart des actions menées dans l'ambition de développer un tourisme durable sont nées d'initiatives individuelles ou de décisions prises par les conseils municipaux. C'est notamment le cas des projets d'agrotourisme, ou des mesures de restauration et de promotion du patrimoine prises par des ONG ou des conseils municipaux.

3. L'accroissement de la valeur ajoutée du tourisme pour la population locale et pour les acteurs des pays en développement

Bien que l'activité touristique reste concentrée dans les espaces et les attractions traditionnellement visités, elle s'est progressivement étendue au cours des dernières années à d'autres lieux moins fréquentés. Il s'agit certes là d'un processus lent. Cependant, une planification adaptée dans ce domaine d'action pourrait faire en sorte que l'activité touristique bénéficie à la population et qu'elle soit gérée par celle-ci et non imposée de l'extérieur.

4. L'amélioration de la gouvernance en vue d'un tourisme durable

Il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine car cela nécessite de réunir tous les décideurs engagés dans le développement touristique. Un certain nombre de conseils

municipaux ont lancé des initiatives relatives au tourisme local telles que l'ouverture au public de lieux touristiques (tours, refuges, etc.). Mais lorsqu'il s'agit de décisions de grande ampleur, les conseils municipaux n'ont pas plus de poids que n'importe quel autre groupe de pression. À Gozo, les autorités locales ont mené divers projets visant à offrir des produits touristiques plus authentiques sous forme de gastronomie locale, d'agrotourisme ou encore d'hébergement dans des fermes traditionnelles.

II. PARTIE II BILAN DES PROGRES REALISES

1. La maîtrise des impacts territoriaux et environnementaux

1.1 Prévenir et réduire des impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures touristiques sur la frange littorale

1.1.1 Mise en œuvre

Les mécanismes de réduction des impacts ont été mis en place suite à l'élaboration et l'approbation du plan structurel pour les Iles maltaises, de la loi de planification de l'aménagement (1992) et à la création de l'agence de planification (l'actuelle agence maltaise de l'environnement et de l'aménagement – MEPA). En effet, le développement rapide et non planifié qui a eu lieu de la fin des années 1960 aux années 1980 avait rendu nécessaire un système de planification ainsi que l'adoption en 1991 de la loi pour la protection de l'environnement (*Environment Protection Act*).

Cette loi a établi la nécessité de réaliser des évaluations d'impact environnemental (EIE) indiquant la procédure suivie et la liste des secteurs concernés, notamment le secteur touristique.

En 1999, la MTA a achevé l'étude de la capacité d'accueil touristique dans les Iles maltaises. Cette étude déterminante a permis de fixer les seuils appropriés pour limiter les arrivées de touristes de façon à préserver le patrimoine social et environnemental tout en assurant un niveau acceptable d'activité économique. Le document a ainsi retenu un seuil de 160 000 touristes ou 1,4 million de nuitées pour août, le mois le plus chargé, soit un équivalent d'un peu plus de 45 000 touristes par jour.

Les orientations du plan structurel, suivies par les programmes locaux détaillés, prévoient la protection du littoral et des zones rurales contre les aménagements, touristiques ou autres, susceptibles de leur porter atteinte. Sur une frange littorale d'un kilomètre de large, 21 % de l'espace est construit : ports, établissements de bords de mer, etc., notamment sur la côte est à sud-ouest de l'île de Malte et quelques établissements à Gozo. Les programmes locaux contiennent des recommandations approfondies concernant l'utilisation du littoral ainsi que toutes les formes de protection qu'il mérite, en particulier dans les zones classées. Les programmes locaux définissent également des espaces destinés à accueillir des parcs naturels.

Le programme Natura 2000 a permis de définir des Zones spéciales de conservation (ZSC) – falaises littorales, zones humides ainsi que d'autres sites sensibles – qui bénéficient d'une protection renforcée contre tout aménagement potentiellement dommageable.

1.1.2 Réalisations

Grâce à l'adoption en 2006 des plans locaux pour les Iles maltaises, il existe désormais une structure permettant de limiter les possibilités de constructions abusives dans les zones rurales et littorales. Les plans locaux contiennent en effet des orientations précises indiquant les lieux où les aménagements touristiques sont autorisés et les sites retenus pour des lieux de villégiature.

Le document stratégique pour le littoral (*Coastal Strategy Topic Paper*) approuvé en 2002 constitue une base de travail pour l'adoption des politiques nécessaires qui apparaîtront dans le prochain bilan du plan structurel relatif au littoral. Dans le domaine du tourisme, la stratégie pour le littoral mentionne la nécessité de protéger les lieux touristiques populaires,

en particulier les plages et les sites de plongée, contre des utilisations incompatibles. Un autre point important concerne l'amélioration de l'accès au littoral tout en veillant à la protection de cette ressource. La MTA a repéré un certain nombre de zones nécessitant l'amélioration de l'accès et a par ailleurs accordé des permis de construire sur certains de ces sites.

L'étude des capacités d'accueil, qui couvre la période 2001 – 2010, constitue aussi une base de travail pour l'élaboration de la politique nationale du tourisme, notamment en vue du maintien à un niveau stable des capacités d'hébergement et du maintien en deçà des seuils de saturation des volumes touristiques estivaux. En ce qui concerne les capacités d'hébergement, celles-ci ont été maintenues particulièrement depuis qu'un certain nombre d'établissements hôteliers se sont détournés du tourisme marchand pour se reconvertir dans d'autres formes de développement. En revanche, les volumes estivaux ont continué de croître, spécialement au mois d'août : depuis 2003 les volumes de cette période ont toujours dépassé le seuil fixé par l'étude des capacités d'accueil. Ainsi, en 2005, 2006 et 2007, les arrivées de touristes en août se sont élevées à respectivement 178 319, 164 302 et 176 372. Durant les mêmes années, les nuitées ont atteint respectivement 1 950 275, 1806 692 et 1 927 863, dépassant ainsi largement le seuil de 1,4 million de nuitées.

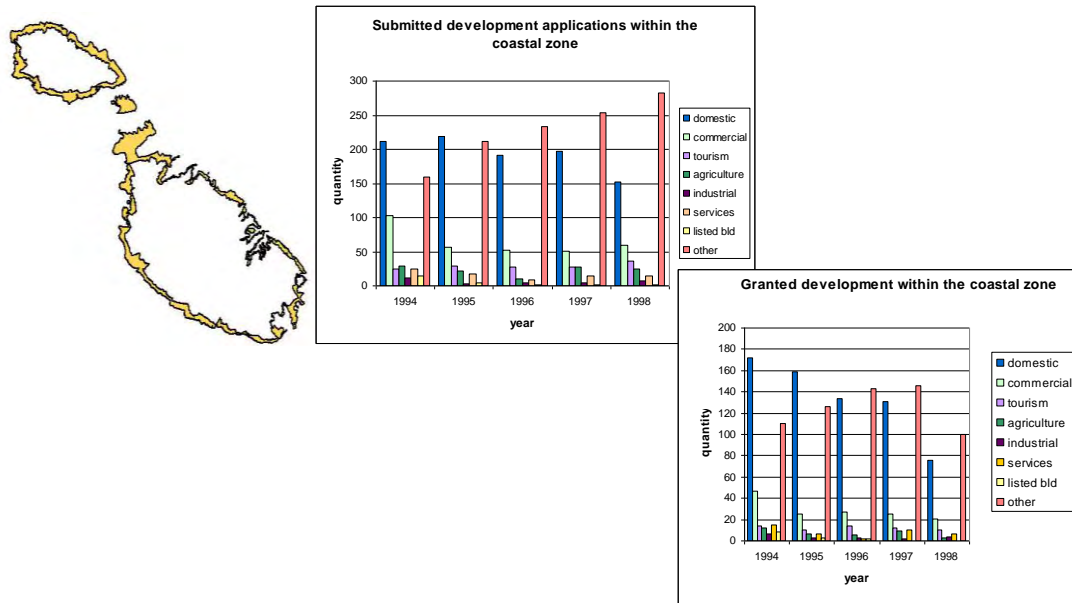
Dans le cadre de la directive européenne « Habitats », un certain nombre de sites Natura 2000 ont été identifiés. Malte a proposé 26 sites terrestres pour qu'ils soient intégrés dans le réseau Natura 2000, soit environ 12,6 % du territoire terrestre de l'archipel, ainsi qu'un site marin. Les plans d'aménagement de ces sites sont en cours d'élaboration et le fait qu'ils aient été désignés leur assure une protection contre des aménagements abusifs néfastes. Un site Natura 2000 peut aussi être sélectionné comme Aire Spécialement Protégée (ASP), conformément à la directive européenne « Oiseaux », lorsqu'il est reconnu particulièrement important pour la préservation d'espèces sauvages d'oiseaux. Malte a proposé 12 sites, représentant 4,5 % du territoire.

1.1.3 Obstacles

Les principaux obstacles proviennent de décisions d'aménagement allant à l'encontre des politiques adoptées. Certaines constructions qui ont conduit à la dégradation de zones littorales ou de sites sensibles ont souvent été dues au feu vert donné par des membres de comités de décision, où il n'est pas fait obligation de justifier des décisions prises. Une controverse est récemment apparue à propos d'une discothèque en plein air construite sur le bord de mer en dehors de la zone légale d'aménagement et sur le site d'une zone d'importance écologique, candidat à la désignation de zone spéciale de conservation ou de site Natura 2000.

Par ailleurs, la lenteur du processus de classement fait naître le risque que des sites sensibles soient entre temps proposés à des fins de construction. Le classement, prévu par la loi de planification du développement, entre en effet en concurrence avec les décisions relatives aux permis de construire. Or c'est généralement à ces dernières qu'est donnée la priorité. Le risque de délivrance de permis de construire sur le littoral existe donc bel et bien. Bien que l'essentiel du littoral ait été classé – et il faut s'en féliciter –, des parties encore sauvages situées à l'intérieur ou à proximité des zones urbaines risquent toujours d'être aménagées. Entre 1995 et 2005, grâce au classement des sites, la protection des zones littorales est passée de 9,59 % à 50,89 %. (MEPA, Indicateurs DEDUCE).

Figure 1 Mise en place du développement au sein des zones côtières



Source: MEPA, Coastal Strategy Topic Paper

L'un des obstacles majeurs qui bloquent la poursuite des actions susmentionnées tient dans la composition des organes décisionnaires chargés des questions touristiques : ceux-ci ont toujours été constitués des représentants de l'industrie du tourisme sans d'autres parties prenantes. La loi sur les voyages et le tourisme de 1999 établit la Commission du tourisme maltais (*Malta Tourism Authority Board*), composée essentiellement des représentants d'établissements hôteliers, d'agences de voyages, de compagnies aériennes et d'autres personnes représentant les intérêts de l'industrie du tourisme. Ceci exclut d'autres secteurs importants tels que les ONG ou les représentants de la population civile. Ce déficit de représentation d'acteurs importants montre que les décisions sont d'abord prises dans l'intérêt de l'industrie du tourisme.

1.2 Réduire la consommation de ressources naturelles et les pollutions induites par les hébergements et activités touristiques

1.2.1 Mise en œuvre

La MTA a établi en 2001 un système d'éco-certification dont le but est d'attribuer une certification aux hôtels en fonction de leurs performances en termes de protection de l'environnement. Ce système a permis d'encourager les hôtels à améliorer leur produit de façon à répondre aux attentes de touristes de plus en plus soucieux de l'écologie. Pour obtenir la certification, les hôtels doivent respecter un certain nombre de critères – près d'une centaine – conçus pour améliorer les performances environnementales des établissements et sensibiliser davantage les employés au problème écologique. À ce jour, 14 hôtels ont obtenu la certification, principalement de catégorie 5, 4 ou 3 étoiles.

Par ailleurs, des stages destinés aux personnes travaillant dans le tourisme visant à les sensibiliser aux différents aspects du secteur ont largement contribué à diffuser en interne une vision plus complexe du tourisme. L'un de ces stages, intitulé « *Malta Int u t-Turist* » (*Malte, vous et le touriste*), était organisé par la MTA en collaboration avec les services de l'Université de Malte à l'adresse des personnes en contact direct avec les touristes, notamment les employés d'établissements touristiques ou de services administratifs. L'objectif était de faire en sorte qu'elles soient mieux informées de toutes les facettes de l'offre touristique locale, par exemple les relations avec le client ou encore les excursions. Les modules d'enseignement couvrent les domaines suivants :

- Les aspects économiques et sociaux du tourisme
- Les attractions naturelles, historiques et culturelles de l'archipel de Malte

• **Les relations avec le client.**

L'amélioration de divers services touristiques a favorisé l'émergence d'un certain nombre de produits attirant les visiteurs durant la période hivernale. C'est le cas notamment des voyages d'affaires ou de conférence qui représentent environ 7 % des arrivées touristiques, dont 82 % enregistrées durant la basse ou moyenne saison. La mise en valeur et la préservation du patrimoine culturel – encore à améliorer il est vrai – ont permis de sensibiliser davantage sur cette richesse qui attire les touristes en hiver et dans l'intersaison (62 % du marché durant cette période). Le relativement beau temps hivernal a incité les touristes, en particulier ceux de l'Europe du nord, à venir sur l'archipel durant les mois d'hiver, profitant ainsi de tarifs plus avantageux.

Depuis 2004, l'approche marketing de la MTA n'est plus organisée par zone géographique mais par segment de clientèle. L'accent est ainsi mis sur les raisons premières qui poussent les touristes à venir à Malte : la culture et le patrimoine (16 %), le sport (3 %), la plongée sous-marine (5 %), l'apprentissage de la langue (5%), les voyages d'affaires, de conférences, de stimulation (7 %), la production de films, la santé et le bien-être, les séjours de courte durée (3 %), etc. (www.mta.com.mt).

1.2.2 Réalisations

Le système d'éco-certification a montré que les hôtels parvenaient à réaliser des économies d'eau et d'énergie. D'après les chiffres de 2004, la consommation d'électricité a diminué en moyenne de 4 % par personne et par nuitée, la consommation d'eau de 18 %, la consommation de fioul de 4% et la consommation de gaz de 6 %.

On note également une légère amélioration de la répartition saisonnière des touristes au cours des vingt dernières années. Comme nous l'avons déjà mentionné, la part du total des arrivées touristiques durant les mois d'hiver est passée de 16,4 % en 1987 à 19 % en 2007 tandis que la part des arrivées durant les mois d'été passait de 40,3 % à 37,6 % au cours de la même période. Les chiffres pour l'intersaison sont restés quasiment inchangés. Cela montre que l'offre hivernale a conduit à augmenter non seulement le nombre de touristes durant cette période mais également la proportion d'arrivées en rapport à la fréquentation annuelle.

Ces changements indiquent que les nouveaux produits proposés, particulièrement en hiver, ont donné des résultats. Bien que le produit estival reste de première importance pour le tourisme maltais, l'émergence de produits différents permet d'allonger la période touristique et d'offrir un intérêt durant la morte saison, garantissant ainsi à ces moments-là des niveaux acceptable de remplissage. L'enquête hôtelière trimestrielle menée par l'Association des hôtels et restaurants de Malte montre pour 2007 que les taux de remplissage annuels se sont accrus dans tous les établissements de haute catégorie par rapport à 2006 : 67,5 % contre 63,2% pour les hôtels 5 étoiles, 75,5 % contre 70,2 % pour les hôtels 4 étoiles et 70,1 % contre 62,9 % pour les hôtels 3 étoiles. Durant les mois d'hiver, on a constaté une légère amélioration des taux de remplissage au cours des 4 dernières années, notamment en novembre et décembre comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 2 Niveau de remplissage des hôtels (en %)

MOIS	2004	2005	2006	2007
Janvier	32.9	35.7	31	33.3
Février	40	42.9	37.4	40.3
Mars	41.6	51.5	40.3	51.1
Avril	52	50.3	51.1	53.2
Mai	53.8	57.3	53.2	57.9
Juin	61.4	66.2	60.9	66.2
Juillet	75.4	80.3	77.8	87.5
Aout	84.1	85.9	83.3	89.3
Septembre	68.2	69.6	63.5	73.9
Octobre	59.6	59.5	56.6	64
Novembre	44.4	40.1	41.3	46.6
Décembre	34.4	31.2	33.7	35.3

Source: NSO

Le chiffre d'affaires des hôtels s'est également accru. En 2007, le tarif moyen des chambres (*Average Achieved Room Rates*) s'est élevé dans les établissements 5 étoiles à 40,92 Lm contre 38,29 Lm en 2006, dans les 4 étoiles à 17,28 Lm contre 15,98 Lm et dans les 3 étoiles à 12,58 Lm contre 10,43 Lm. Le résultat brut par chambre disponible (*Gross Operating Profit per Available Room*) a atteint dans les hôtels 5 étoiles 4 312 Lm contre 3269 Lm en 2006, dans les 4 étoiles 2 265 Lm contre 1 587 Lm et dans les 3 étoiles 1 106 Lm contre 514 Lm.

1.2.3 Obstacles

L'efficacité du système d'éco-label est variable. Lors de la phase de lancement, un certain nombre d'hôtels sont rentrés dans le processus en ordre dispersé pour arriver à un moment donné à un total de 21 établissements certifiés. Cependant, durant ces dernières années aucun nouveau membre n'a été admis à participer au système d'éco-label. Un nouveau lancement est prévu d'ici peu dans l'objectif d'arriver à au moins 6 nouveaux hôtels certifiés. Actuellement, 13 établissements sont certifiés. Les 8 restants ont perdu le label pour différents raisons (5) ou pour cause de fermeture (3).

Il semblerait que le système d'éco-label ne suscite plus le même enthousiasme qu'initialement. Toutefois, il faut espérer que le nouveau lancement, ainsi que les résultats en eux-mêmes, encouragent le secteur à adopter de telles mesures.

1.3 Maîtriser l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier

1.3.1 Mise en œuvre

Le Plan structurel pour les Iles maltaises comprend un certain nombre de mesures concernant les zones marines et, plus précisément, dresse une liste de sites – environ 14 – à proposer pour être classés zones de conservation marine. Ces sites sont mentionnés comme candidats car peu de données étaient encore disponibles au moment de la rédaction du Plan structurel.

Un projet mis en œuvre par les pouvoirs publics a permis de reconstituer une plage des environs de St. Julien qui avait perdu son sable. Il a permis de créer une plage de sable s'étendant sur une bande côtière de 20 mètres de large et de 140 mètres de long. L'initiative est prise en charge par la MTA afin que la plage se voit décerné le Pavillon bleu. Simultanément à la proposition de la loi de planification du développement, un plan de gestion des plages a été soumis. Ce plan prévoit des ressources pour :

- 1) la gestion de loisirs incompatibles entre eux, telles que la baignade et le mouillage de bateaux de plaisance
- 2) le renforcement de la sécurité des baigneurs
- 3) la mise en place de mesures sanitaires et sécuritaires, telles que des patrouilles de surveillance, des maîtres-nageurs, la mise à disposition d'installations sanitaires et le respect absolu des règles de baignade obligatoires sur les plages labellisées « Pavillon bleu »
- 4) des propositions concernant les techniques de nettoyage des plages.

La direction des ports de l'Autorité maritime maltaise (*Malta Maritime Authority –MMA*) est principalement chargée d'assurer en continu dans tous les ports – y compris les ports de plaisance – la mise à disposition de main d'œuvre portuaire, de services de pilotage et d'amarrage, la sécurité des équipements de navigation, la mise en place de mesures de prévention contre la pollution et la satisfaction de tout autre besoin lié à la navigation.

Le Guide de sécurité en mer publié par la MMA fait référence à la protection de l'environnement. Ce guide invite les marins à :

- 1) ne pas rejeter à la mer carburant, huile, détergents, produits chimiques, peinture, et à acheter si possible des produits contenant un faible taux de polluants ;
- 2) ne pas vider les pompes de cale dans les ports ou à proximité des baigneurs ;
- 3) avoir toujours une poubelle à disposition dans le bateau et à la vider dans des conteneurs sur terre ; à ne pas jeter à la mer des sacs en plastique ou autres déchets

non organiques susceptibles de polluer en coulant au fond de l'eau ou en flottant à la surface ;

- 4) être sensible à la vie marine et éviter la surpêche ;

Le sabordage d'embarcations pour en faire des épaves et créer ainsi de nouveaux sites de plongée sous-marine est devenu une activité courante. Cependant, celle-ci doit être soumise à autorisation et faire l'objet d'une évaluation d'impact environnemental. Cela a été le cas pour le sabordage d'un bateau de patrouille (P31) à l'ouest de Comino, une initiative menée par la MTA.

La construction d'un port de plaisance de plus de 200 places nécessite la rédaction d'un dossier d'impact environnemental, comme indiqué dans les dispositions de l'évaluation d'impact environnemental (2007).

1.3.2 Réalisations

La première zone de conservation marine a été établie entre Rdum Majjiesa et Ras ir-Raheb, sur la côte nord-ouest de Malte. L'établissement d'une « zone de conservation marine » garantira la bonne gestion de cette bande littorale sensible. Son riche environnement marin accueille une variété d'espèces et d'habitats marins importants qui ont besoin d'être protégés. Or, si un cadre de gestion existe actuellement pour cette zone, un plan de gestion devra être réalisé prochainement. Un Plan d'action a par ailleurs été conçu pour le site Dwerja à Gozo (qui comprend une zone marine et une zone terrestre), né d'une collaboration entre le MEPA, le Conseil local de San Lawrenz, Nature Trust, WWF et le Ministère pour Gozo. Une Stratégie de protection des zones marines est également en cours d'élaboration, ce qui devrait permettre de repérer les failles existantes du dispositif et les moyens d'y remédier. En outre, une liste des sites à proposer sera dressée.

Ces zones, ainsi que celles où des embarcations ont été sabordées, bénéficient d'une restriction d'activité, en particulier de la pêche. Bien qu'elles ne soient pas encore désignées comme telles, ces zones peuvent être considérées comme des zones de conservation marines grâce à diverses mesures de protection édictées par la MTA.

1.3.3 Obstacles

En ce qui concerne la définition des zones marines protégées, le manque de données valides bloque le processus de désignation. Le principal problème tient au coût des études portant sur les fonds marins aux alentours des îles et qui sont nécessaires à l'obtention de ces données.

Concernant les projets de sabordages de bateaux et de reconstitution de plages, l'excès d'enthousiasme qu'ils suscitent risque de mener certains d'entre eux à l'échec. Dans un cas par exemple, une épave n'a pas été sabordée à l'endroit prévu et s'est échouée dans des eaux bien plus profondes, créant ainsi un danger pour les plongeurs. Quant à la bande de plage rocailleuse dans la baie de Saint Paul (aux environs de Qawra) qui avait été transformée en plage de sable, à la première tempête le sable s'est dispersé sur la plage rocailleuse voisine. Cela montre bien que la formation de plages de sables ne devrait pas être proposée sur des sites qui n'ont jamais été des plages de sable.

2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable

2.1 Élaborer des stratégies nationales et locales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable

2.1.1 Mise en œuvre

Les principaux instruments utilisés dans ce domaine sont des plans : en particulier le Plan structurel et les divers plans locaux élaborés par le MEPA ainsi que les différents plans stratégiques de la MTA. Tandis que les premiers traitent de l'occupation du sol et le zonage pour des activités spécifiques, les derniers reprennent le programme de la MTA

principalement du point de vue création et marketing du produit. Deux plans stratégiques ont été réalisés et un troisième est en cours de préparation. Le premier (2000-2002) recommandait l'élaboration d'une politique nationale pour le développement d'un tourisme durable. La mise en œuvre devait se faire par l'adoption d'orientations pour l'avenir du développement touristique, ainsi que par la définition de modèles optimaux concernant la construction d'établissements d'hébergement et de restauration, les attractions et services proposés aux touristes, les structures sportives et récréatives et le patrimoine culturel.

En outre, des Plans d'actions ont été réalisés spécifiquement pour certains espaces côtiers et d'autres sont en cours d'élaboration. Ces plans visent à réconcilier les activités touristiques et de loisir avec les règles de protection du littoral, en vue à la fois d'assurer l'amélioration de ces installations en bord de mer et de limiter leur diffusion.

2.1.2 Réalisations

Si les plans locaux ont été approuvés en juillet 2006, la nouvelle version du Plan structurel n'a pas encore été terminée. De même, la politique nationale pour le développement d'un tourisme durable n'a pas été concrétisée. Une politique de développement du tourisme, devant respecter les ressources sociales et environnementales, a été présentée en décembre 2006 et approuvée en 2007.

Des plans d'action ont également été élaborés pour le parc patrimonial situé dans les environs de Dwerja et de Qawra, à Gozo, et pour Marfa au nord-ouest de Malte. Un plan pour l'espace de loisir côtier dans la baie de Saint Thomas, au sud de l'île, est en cours de préparation. Il s'agit là essentiellement de lieux qui attirent les touristes nationaux et qui ont conduit à la construction d'hébergements illégaux sur les plages. L'objectif de ces plans est d'empêcher la diffusion de ces activités, de mieux aménager les installations et de prévenir de nouvelles dégradations des espaces littoraux.

2.1.3 Obstacles

On constate très souvent un manque de coordination entre les organismes gouvernementaux et départementaux, ce manque d'intégration conduisant à des décisions contradictoires. Bien que les politiques et les plans mettent l'accent sur la protection des ressources du littoral et des ressources écologiques, il est très fréquent que les organes de décision ignorent l'importance et la valeur de ces politiques et décident sur une base empirique. Or cela constitue un risque pour les ressources environnementales. Le manque de connaissance et de compréhension quant à la sensibilité de ces problèmes laissés aux mains des décideurs place les zones écologiques ainsi que les ressources culturelles et environnementales en danger de destruction.

2.2 Promouvoir la diversification du tourisme et un aménagement équilibré des territoires

2.2.1 Mise en œuvre

Depuis le Plan de développement du tourisme pour les Iles maltaises de 1989, la stratégie était de se détourner d'un type de tourisme « mer-sable-soleil », que l'archipel avait encouragé des années durant, et de créer de nouveaux produits. Comme nous l'avons déjà évoqué, les nouveaux produits touristiques ont essentiellement pris la forme de tourisme culturel et éducatif, de tourisme d'affaires et de conférence, de tourisme de santé. On a commencé aussi plus récemment à s'intéresser au tourisme rural, voire à l'agrotourisme. L'étude sur le tourisme (*Tourism Topic Study*) réalisée par le MEPA en 2001 encourage cette forme de tourisme qui permet de réhabiliter des bâtiments ruraux désaffectés. Toutefois, il est nécessaire d'établir des règles appropriées pour maîtriser ce développement et prévenir l'apparition d'initiatives à but spéculatif.

Cette étude sur le tourisme relève que l'activité touristique se limite généralement aux principaux lieux visités de l'archipel. Les visites sont également organisées dans les principales attractions touristiques. L'inégalité entre les différentes localités dans ce domaine est flagrante. Mdina et La Valette attirent ainsi plus de 80% des touristes qui visitent l'archipel, tandis que les Trois Cités (Cospicua, Senglea et Vittoriosa) en accueillent à peine

20%. Une mesure précise en la matière est inscrite dans le Plan structurel pour les Iles maltaises, qui prévoit que l'hébergement touristique soit installé dans les zones de conservation urbaines (*Urban Conservation Areas*) des villes et des villages, c'est-à-dire dans les parties historiques de ces localités. Cette mesure visait à encourager de nouvelles formes d'hébergement touristique qui se distingueraient des hôtels balnéaires habituels et offriraient aux touristes la possibilité de se loger dans des maisons traditionnelles en des localités moins touristiques, et qui contribueraient de surcroît à répartir géographiquement les revenus du tourisme.

Un nouveau plan local de tourisme pour la ville de Mellieha est par ailleurs en projet. Bien que ce plan ne soit qu'en début de préparation, le fait que l'administration chargée du tourisme perçoit la nécessité d'organiser le développement du secteur également au niveau local et fournit aux autres régions un projet pilote constitue une avancée positive, au moins dans les intentions. Le plan est en premier lieu destiné à vérifier dans la zone ciblée la compatibilité des produits conçus et des aspects marketing avec les principes de tourisme durable. Un certain nombre de réunions avec les parties concernées devraient se tenir dans le courant du mois de juin.

2.2.2 Réalisations

Depuis que le nouveau gouvernement est en poste, le Premier ministre a la responsabilité du MEPA et du tourisme. Bien qu'il soit encore tôt pour constater des progrès, il est probable que cela conduise à plus de coordination entre les stratégies et politiques menées dans les secteurs du tourisme, de l'environnement et de l'aménagement du territoire. Tout dépendra néanmoins des acteurs impliqués et de leur compréhension des interrelations et de l'intégration entre les secteurs.

S'agissant des nouvelles formes d'hébergement aucun progrès n'a été réalisé, les propositions soumises ayant davantage concerné la création de structures comparables à des établissements touristiques classiques. Toutefois, il faut noter à Gozo la réhabilitation et la rénovation de fermes traditionnelles pouvant aujourd'hui accueillir les touristes nationaux et étrangers en offrant une forme alternative d'hébergement qui utilise les installations existantes et encourage la préservation de ce type de bâtiments traditionnels.

À Gozo, le tourisme est plus largement réparti entre les régions, et presque chaque ville ou village reçoit une part de l'activité touristique de l'île. Les touristes ne se limitent pas à des lieux précis mais explorent presque chaque recoin de l'île. Cependant, quelques uns continuent malheureusement à visiter dans la précipitation les principaux sites dans le cadre d'excursions à la journée. Les touristes séjournant à Gozo ou qui explorent l'île en voiture visitent en revanche généralement la plupart des villes et des villages.

2.2.3 Obstacles

Le principal problème semble venir du fait que les décisions concernant le secteur du tourisme sont prises par les grands hôteliers, et en conséquence peu d'attention est accordée aux autres formes d'établissements. En effet, une politique mise en œuvre au début des années 1990 avait encouragé la création d'hôtels 5 étoiles. Cela avait conduit à un excès d'offre dans ce type d'hébergement auquel n'avait pas correspondu une augmentation équivalente du côté de la demande. Dès lors, pour remplir leurs chambres les établissements en question avaient abaissé leurs tarifs à un niveau tel que les établissements 3 étoiles ne pouvaient plus rivaliser et ont été obligés à se reconvertir, par exemple en maison de retraite.

Par ailleurs, à cause du manque de financement et d'engagement, les avancées concernant l'amélioration des sites de culture et de patrimoine ont été lentes. Ainsi, leur potentiel d'attraction pour les touristes est resté limité. Parfois, des travaux de construction ou la démolition de maisons traditionnelles dans les villes a aussi contribué à ce que certaines localités perdent de leur charme et de leur caractère.

3. Développer la coopération méditerranéenne

3.1 Mise en œuvre

Un certain nombre d'initiatives ont été prises en la matière dans le but d'amener les pays touristiques de la Méditerranée à suivre des actions concertées, notamment en ce qui concerne le développement d'un tourisme durable. Il faut mentionner à ce propos la Déclaration d'Hyères, signée par les ministres du Tourisme des pays méditerranéens qui se sont alors engagés pour le développement d'un tourisme durable. Cette déclaration a donné lieu à l'élaboration d'une Charte, approuvée à Casablanca en 1995.

3.2 Réalisations

Bien que très peu de progrès aient été réalisés, la Charte permet de servir de base de référence sur laquelle les pays peuvent s'appuyer pour élaborer leurs politiques de développement touristique. La plupart des initiatives de coopération ont été prises au niveau de projets spécifiques tels que le projet Medina.

Les initiatives de coopération ont pris la forme d'actions de marketing communes, notamment entre Malte et des villes de Sicile, ainsi que de projets financés par différents types de subventions européennes tels que le projet DELTA.

Le Projet DELTA a été conçu dans le but de contribuer, dans la région euro-méditerranéenne, à la mise en valeur des potentialités de développement intégré entre économie, environnement et patrimoine culturel, potentialités pas encore pleinement exploitées. Le Projet se situe dans le troisième Champ d'intervention du Programme Euromed Heritage II : Mise en Valeur. Quatre pays de l'Union européenne (Italie, France, Grèce et Espagne) ainsi que cinq pays méditerranéens partenaires (Algérie, Autorité palestinienne, Israël, Malte et Maroc) participent au projet. La région des Trois Cités (aussi appelée la Cottonera) a été choisie comme localité participante à Malte. Le groupe de travail, constitué de divers acteurs issus d'organisations gouvernementales et non gouvernementales, dirige les trois projets pilotes qui mettent en application les paramètres DELTA. Ces projets pilotes pour la région des Trois Cités – Cottonera comprennent les points suivants :

- **Le développement et la mise en valeur de campagnes éducatives - Le rôle des Trois Cités dans l'histoire sociale et culturelle de la région.**
- **L'élaboration du cadre nécessaire au développement de systèmes économiques - Le développement de l'artisanat et des petites entreprises.**
- **Le développement d'une stratégie d'interprétation pour la région – Mettre en valeur plus particulièrement le patrimoine tangible (construit) et intangible (artisanats et patrimoine oral).**

Il existe également le projet MEDINA (MEDiterranean by INternet Access), en partie financé par la Commission européenne et qui rassemble dix-huit partenaires issus de quatorze pays du bassin méditerranéen : offices du tourisme nationaux ou régionaux, ministères de la culture et du tourisme, universités, entreprises privées, etc. Le projet a commencé en 2002 et s'est terminé en juin 2006.

Le projet MEDINA entend promouvoir de nouvelles formes de tourisme, et notamment le « tourisme culturel ». Les « touristes culturels » considèrent leurs vacances comme une expérience avant tout culturelle, qui leur permet d'approfondir leurs connaissances. Pour eux, la phase de préparation du voyage constitue une opportunité d'apprendre. Ils ont plaisir à s'informer sur les lieux qu'ils s'appêtent à visiter et sur les particularités culturelles locales, dans la perspective d'en apprendre davantage à la fois sur le pays lui-même et sur les civilisations en général.

MEDINA fédère un certain nombre de sites Internet nationaux (Algérie, Chypre, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Autorité palestinienne, Syrie, Tunisie). Le portail MEDINA rassemble une partie des informations contenues sur les sites nationaux. L'ensemble du dispositif met à disposition des données concernant le patrimoine du bassin méditerranéen. Tandis que les

sites nationaux offrent des informations spécifiques au patrimoine du pays en question, le portail MEDINA attire l'attention sur les éléments culturels communs aux divers pays et sur l'apport des différentes civilisations. L'adresse du site Internet est www.medinaportal.net².

III. PARTIE III LES BONNES PRATIQUES

1. Fort Rinella

Désignation de la bonne pratique		Fort Rinella			
Pays		Malte			
Destination (précisez si c'est littoral, urbain ou rural)		Littoral			
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
Transports	Utilisation de l'énergie	Utilisation de l'eau	Eaux usées	Déchets	Construction
Ecosystèmes	Patrimoine culturel	Economie locale	Education	Aménagement du territoire	
Autre (précisez)*					
Type d'activités					
Formation	Politiques	Plan d'action	Partenariat	Autre Gestion culturelle	
CLASSEMENT SELON LES PROBLEMES LIES AU DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHEZ LA CASE QUI EST LIEE A LA BP)					
Changement climatique	Biodiversité	Protection des mers et océans		Croissance et développement de la croissance	
Emploi	Régulation de la globalisation	Accès aux services de base pour tous		Renforcer les systèmes de santé et éducatif	
Combattre la discrimination	X Autre : Sauvegarde du patrimoine culturel				
CONTACT - INFORMATION					
Site Internet		www.wirtartna.org			
Publication					
Contact		Mr. Mario Farrugia			
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					

1.1 Description détaillée

Il s'agit de la restauration par une ONG (Fondazzjoni Wirt Artna) d'un fort militaire en ruine. Celui-ci est loué par l'État à l'ONG qui est parvenu avec les années à restaurer la quasi-totalité du fort ainsi que le célèbre canon de 100 tonnes constituant la principale attraction du lieu.

Le projet de l'ONG a en effet été motivé par la réhabilitation des ressources du patrimoine militaire laissées à l'abandon, parmi lesquelles on trouve aussi des postes de tir fortifiés et autres fortifications. Grâce à l'engagement de volontaires, ces ressources sont devenues

² L'adresse www.medinaproject.net n'est plus valable. J'ai donc vérifié et trouvé celle-ci. Il faudrait éventuellement faire le changement également dans le texte anglais.

l'une des principales attractions offrant aux visiteurs un moment à la fois instructif et divertissant.

Fondazzjoni Wirt Artna – the Malta Heritage Trust – est une organisation non gouvernementale bénévole engagée dans le domaine de la conservation du patrimoine. Elle gère différents sites et bâtiments historiques, tous ouverts au public, qui couvrent chacune des périodes de l'histoire de Malte vieille de 7000 ans, depuis la préhistoire jusqu'au XXème siècle : un temple mégalithique à Kordin, une superbe porte baroque qui servait autrefois d'accès principal aux imposants remparts et fortifications de 7 km de long dans les Trois Cités, le fort Rinella armé du plus grand canon du monde, pour citer quelques exemples. Sur chacun de ces sites, l'organisation privilégie le fait d'offrir au visiteur une excellente interprétation, qui rendra le site accueillant et la visite mémorable.

Tous les sites fonctionnent grâce à du personnel salarié assisté par des bénévoles. Ces derniers consacrent gratuitement une grande part de leur temps et de leurs efforts à maintenir ces sites dans les meilleures conditions possibles.

Les principaux objectifs de la fondation sont les suivants :

- Agir en faveur d'une meilleure compréhension et d'une meilleure préservation du patrimoine culturel de l'archipel de Malte.
- Entreprendre la réhabilitation et la restauration de tout site culturel, qu'il soit de sa propriété ou qu'il appartienne à des tiers.
- S'occuper de la gestion à la fois culturelle et commerciale des sites.
- Collaborer avec des partenaires en vue de la réalisation ou de l'avancement de ses objectifs.
- Promouvoir la compréhension et la préservation du patrimoine au niveau local grâce à l'établissement de groupes locaux agissant à l'échelle d'une ville ou d'un village.
- Faire connaître ses objectifs et ses actions par des médias écrits, électroniques ou autres.
- Installer et gérer des collections culturelles dans des musées.
- Recréer des événements passés grâce à des reconstitutions historiques.
- Mettre en place une base de données et un centre ressource pour la mise à disposition de documentation et de tout autre type d'informations liées au patrimoine historique de l'archipel.

C'est dans le cadre de son engagement actuel pour sensibiliser davantage le public au problème du patrimoine culturel de la nation que Fondazzjoni Wirt Artna organise son « Programme éducatif pratique sur la question du patrimoine » (« *Hands-on Heritage Education Programme* »). Ce projet vise à offrir aux étudiants une façon innovante d'en apprendre plus sur le patrimoine grâce à des activités de terrain, différentes de celles dont ils ont l'habitude en classe.

Pour mieux parvenir à l'objectif visé, les participants sont impliqués dans différentes activités périscolaires directement liées au site sur lequel la session se tient. L'approche du patrimoine prend ainsi une dimension vivante et haute en couleurs. Les sites concernés sont le site mégalithique Kordin III, le Fort Rinella et son canon de 100 tonnes, l'abri anti-aérien de Vittoriosa, la porte Notre-Dame, la Batterie du salut et le Fort Saint-Ange.

Lors d'une session normale, l'étudiant est amené à apprendre et à essayer de reproduire quelques unes des habitudes de vie, des activités manuelles et des techniques des hommes qui ont construit ou habité les bâtiments faisant l'objet de l'étude.

Au Fort Rinella, les groupes scolaires découvrent les caractéristiques reconstituées de la vie militaire de la fin du XIXème siècle. Leur sont proposées des sessions pratiques portant sur les méthodes militaires de signalisation visuelle (au moyen d'héliographes et de fanions de sémaphore) ou sur l'utilisation de la poulie pour soulever des objets lourds. Les uniformes et équipements des militaires sont rendus vivants grâce aux reconstitutions réelles.

Il faut mentionner à cet égard une autre particularité importante de l'ONG Fondazzjoni Wirt Artna et du Fort Rinella : la mise en place du Groupe d'interprétation du patrimoine (*Heritage Interpretation Group - HIG*). La fonction principale de ce groupe consiste à présenter des

reconstitutions de faits historiques permettant de refaire vivre les sites historiques restaurés et gérés par l'ONG. Ces événements attirent des centaines de spectateurs, touristes ou locaux.

L'HIG est basé au Fort Rinella. Il est d'ailleurs aujourd'hui indissociable du fort et des brillantes reconstitutions des soldats de l'époque victorienne. La première reconstitution réalisée par le groupe a représenté la *Royal Malta Fencible Artillery* de 1878, remplacée maintenant par la *Royal Malta Artillery* de 1892).

La restauration du poste de tir R15 à Naxxar par la Fondazzjoni Wirt Artna a permis au HIG de réaliser une petite reconstitution du Régiment royal de Malte (*King's Own Malta Regiment*) pendant la Seconde Guerre mondiale. Bien qu'étant exigü, le lieu regorge de toutes les armes et de tout le matériel que l'on peut s'attendre à trouver dans un poste de tir de l'époque. La dernière réalisation du HIG est une petite représentation de trois ingénieurs télégraphes de la *Royal Engineers*. Celle-ci est dans son véritable élément quand les manifestations sont organisées dans la tour du sémaphore Gharghur.

Les membres du HIG ont également la possibilité de procéder à des reconstitutions sur des sites qui ne sont pas gérés par Fondazzjoni Wirt Artna. Des représentations ont ainsi eu lieu sur les « Victoria Lines », dans la tour de guet à la Valette ainsi qu'à l'étranger.

En 1997, le HIG a été invité au Royaume-Uni pour participer à une grande manifestation de reconstitution historique se déroulant sur huit jours organisé par *English Heritage* pour célébrer le centenaire du Jubilé de diamant de la Reine Victoria. Dans les années suivantes les membres du groupe ont participé à différents événements similaires au Royaume-Uni.

Par ailleurs, le HIG publie un journal bimensuel, *The Broad Arrow*, qui présente des articles traitant de sujets historiques ou militaires, avec un intérêt plus particulier pour la période victorienne.

Au fil des ans, le HIG a montré qu'il était une organisation flexible et dynamique. L'objectif du groupe n'est pas uniquement de mettre en scène des événements et des reconstitutions mais de contribuer activement à répandre une meilleure compréhension de l'histoire militaire, en particulier sur la scène locale. Grâce à des recherches de fond, à un souci de fidélité à l'histoire et à une attention portée au détail, le HIG évite l'écueil de la reconstitution-spectacle et offre au contraire un miroir du passé et une expérience instructive.

1.2 Aspects économiques et financiers

La Fondazzjoni Wirt Artna dépend entièrement des dons volontaires, des sponsors privés et des souscriptions publiques ou frais d'adhésion. L'ouverture régulière des sites du patrimoine au public permet également de recueillir des fonds supplémentaires. Bien que l'Etat n'apporte pas un soutien officiel à l'ONG, celle-ci bénéficie tout de même d'une équipe à temps complet.

1.3 Financement : coûts et sources de financement, études de faisabilité

Comme indiqué plus haut, le financement de l'ONG provient principalement des sponsors et des frais d'adhésion. L'essentiel des fonds est destiné aux travaux de restauration des sites.

1.4 Activités de suivi

Le suivi se fait principalement par le biais de questionnaires permettant de mesurer le degré de satisfaction des visiteurs. Mais les activités de suivi portent également sur le Fort en lui-même, en vue de définir les besoins de restauration.

1.5 Résultats / Enseignements tirés

L'expérience a essentiellement permis de montrer qu'avec de l'engagement et de la persévérance des résultats peuvent être atteints. Les centaines de spectateurs présents lors de manifestations spécifiques organisées au Fort prouvent que les visiteurs apprécient les expériences authentiques.

La gestion du Fort Rinella et l'implication de bénévoles montrent que l'enthousiasme et l'engagement suffisent à donner des résultats. Le travail des bénévoles a en effet permis d'affecter les ressources – disponibles en quantité limitée – aux objectifs de restauration qui nécessitaient des investissements.

1.6 Possibilités de répliation

L'expérience consistant à confier des sites à des ONG montre que ces initiatives peuvent déboucher sur une gestion appropriée, une mise en valeur du patrimoine et des retours économiques suffisants pour investir dans la conservation de la ressource. Cette méthode accélère le processus de réhabilitation du patrimoine, puisque l'engagement des bénévoles permet de travailler avec un minimum de fonds. L'État a récemment envisagé de faire appel à des ONG pour la gestion de certains sites, ce qui prouve que l'idée gagne du terrain.

2. Éco-certification

Désignation de la bonne pratique		Éco-certification			
Pays		Malte			
Destination (précisez si c'est littoral, urbain ou rural)		Littoral et urbain			
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
Transports	Utilisation de l'énergie	Utilisation de l'eau	Eaux usées	Déchets	Construction
Ecosystèmes	Patrimoine culturel	Economie locale	Education	Aménagement du territoire	
Autre (précisez)*					
Type d'activités					
Formation	Politiques	Plan d'action	Partenariat	Autre Maîtrise/Contrôle environnemental	
CLASSEMENT SELON LES PROBLEMES LIES AU DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHEZ LA CASE QUI EST LIEE A LA BP)					
Changement climatique	Biodiversité	Protection des mers et océans	Croissance et développement de la croissance		
Emploi	Régulation de la globalisation	Accès aux services de base pour tous	Renforcer les systèmes de santé et éducatif		
Combattre la discrimination	X Autre : Sauvegarde du patrimoine culturel				
CONTACT - INFORMATION					
Site Internet	www.wirtartna.org				
Publication					
Contact	Mr. Mario Farrugia				
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
Etablissements hôteliers et Autorité maltaise du tourisme					

2.1 Description détaillée

Le système d'éco-certification mis en place par la MTA a réussi à encourager les hôtels à améliorer leur produit de manière à répondre aux attentes de touristes de plus en plus soucieux de l'écologie. Ce système a pour objectif de réduire les coûts, d'accroître la rentabilité et de diminuer l'impact sur l'environnement. Les établissements d'hébergement touristique pourront ainsi être en mesure d'offrir un meilleur rapport qualité-prix aux tours opérateurs et à leurs clients.

Pour obtenir la certification, les hôtels doivent respecter un certain nombre de critères – près d'une centaine – conçus pour améliorer les performances environnementales des établissements et sensibiliser davantage les employés au problème écologique. Ces critères sont classés dans les dix catégories suivantes :

Systèmes de gestion environnementale	Gestion des déchets
Produits et matériaux	Consommation d'énergie
Consommation d'eau	Qualité de l'air
Isolation sonore	Bâtiments et espaces verts
Culture locale	Informations aux hôtes

Sur les 100 critères, 38 sont obligatoires. Pour obtenir l'éco-certification, les établissements d'hébergement touristique doivent respecter 100 % des critères obligatoires et 65 % de l'ensemble des critères. Les hôtels recevant la certification la conservent pour deux ans, durant lesquels ils devront adhérer aux exigences énoncées dans la *Green Policy*.

Les critères ont été adaptés pour Malte à partir de ceux déjà utilisés à Alcudia, sur l'île de Mallorca (Espagne). Avant la phase de finalisation, les directeurs des différents hôtels de catégorie 4 et 5 étoiles ont été invités à un entretien semi-structuré relatif à la mise en place d'un système d'éco-certification et à l'appréciation des critères. Les principales conclusions de cette recherche sont les suivantes.

Points positifs :

- a) L'initiative d'éco-certification est en général considérée comme un dispositif à la mise en œuvre réaliste et rentable.
- b) Le questionnaire est vu comme un moyen efficace de réduire les coûts d'exploitation en eau, énergie et déchets.
- c) Le système d'éco-certification est perçu comme une excellente opportunité d'accroître la sensibilité des employés au problème écologique.
- d) La possibilité de comparaison avec les autres hôtels, notamment étrangers, est particulièrement appréciée.
- e) Le besoin d'informations sur les initiatives législatives et gouvernementales en matière d'environnement est défini comme urgent.
- f) Une absence d'écart notable est observée entre les performances environnementales des hôtels de différentes catégories.

Points négatifs :

- a) Les hôtels ne respectent pas suffisamment les critères de « Systèmes de gestion environnementale ». Cela confirme qu'ils en sont encore au début de la phase de prise de conscience.
- b) Le ramassage des déchets (tri sélectif) constitue un obstacle à l'amélioration des performances environnementales.
- c) L'information aux clients a été très réduite, ce qui confirme que les directions sont encore peu sensibilisées aux questions environnementales.
- d) Les préoccupations écologiques des clients ne sont pas prises en compte dans les priorités de la direction.

Ces informations sur les critères à respecter ont conduit aux décisions suivantes :

- a) Tous les critères ont été révisés et la plupart reformulés.
- b) De nouveaux instruments ont été mis au point pour aider les hôtels à mieux communiquer avec les clients et les tours opérateurs.
- c) Un programme de formation a été conçu à destination des responsables environnement.
- d) Une fiche d'évaluation environnementale a été établie pour les hôtels certifiés afin de renforcer la comparaison et l'amélioration des performances.
- e) Des données sur le retour sur investissement ont été ajoutées au processus d'information et d'amélioration.
- f) Un système de pondération des critères sera développé pour créer un équilibre entre les impacts environnementaux sur l'exploitation et ceux sur les clients eux-mêmes.

Le système de pondération des critères a été créé sur la base de deux dispositifs : la matrice d'impact environnemental (*Environmental Impact Matrix*) et la matrice d'impact vert (*Green Impact Matrix*) (voir l'annexe A). La matrice d'impact environnemental évaluait chaque critère en fonction de l'importance de l'atteinte portée à l'environnement et de sa fréquence. La matrice d'impact vert était ensuite utilisée pour faire correspondre la perception des critères par le client à l'impact environnemental. À partir des résultats obtenus une liste de critères obligatoires a été dressée.

La réalisation de ce travail en amont a permis de mettre le système au point. Il a ainsi été convenu que pour obtenir l'éco-certification les hôtels devraient respecter les critères obligatoires inscrits dans la matrice d'impact vert et au moins 65 % de l'ensemble des critères. Il a également été décidé qu'une fois les critères respectés, l'établissement devrait nommer un responsable environnement tenu d'assister à une journée de formation.

2.2 Aspects économiques et financiers

Les hôtels certifiés ont enregistré des économies d'eau et d'énergie. Si certains hôtels avaient déjà investi dans ce type de mesures et n'ont donc pas ressenti l'éco-certification comme un poids sur leurs finances, d'autres en revanche ont dû procéder à des aménagements. Toutefois, certains critères nécessitaient davantage des changements de pratiques que des investissements d'infrastructure.

2.3 Financement : coûts et sources de financement, études de faisabilité

L'essentiel des coûts relatifs aux aménagements auxquels les hôtels doivent procéder proviennent de l'installation de systèmes appropriés, notamment pour les économies d'énergie. Si des nouveaux hôtels ont procédé à ces investissements au moment de la construction de leur établissement, les hôtels existants devaient réaliser certains aménagements. Quelques hôtels ont rapporté que les économies réalisées ont été plus élevées que l'investissement initial et que le système s'avérait donc rentable.

2.4 Activités de suivi

La vérification du respect des critères est effectuée par une entreprise locale et une réunion est ensuite organisée entre la direction de l'hôtel, la MTA et l'entreprise de contrôle. Les performances de l'hôtel sont vérifiées une première fois, suite à quoi un premier rapport est envoyé à la direction de l'établissement. L'hôtel est ensuite contrôlé une deuxième fois pour s'assurer qu'il respecte bien les critères.

Un rapport final est élaboré par l'entreprise de contrôle et envoyé à la MTA pour qu'il soit étudié par la Commission verte (*Green Commission*), composée de différentes organisations gouvernementales et associations. La Commission est chargée d'approuver les dossiers au nom de la MTA. En cas d'approbation, l'hôtel reçoit l'éco-certification pour une durée de deux ans. Le rapport final est également transmis à l'établissement.

2.5 Résultats / Enseignements tirés

L'hôtel certifié est tenu de participer aux formations sur la gestion environnementale dans l'industrie hôtelière. Celles-ci sont organisées gratuitement par la MTA pour tous les hôtels actuellement certifiés ainsi que pour tous les autres établissements intéressés. Le séminaire de formation qui s'est tenu en avril a réuni les représentants de 13 hôtels certifiés et de 20 autres établissements, soit un total de 60 personnes présentes.

L'objectif de la formation est de sensibiliser le personnel de direction au système d'éco-certification. Au cours du séminaire, des présentations ont été faites par trois hôtels qui avaient affiché de très bonnes performances et réussi à mettre leur personnel à contribution. L'expérience a montré que, sans une participation à la fois de la direction et du personnel, l'initiative ne pouvait pas donner de résultats positifs.

Les résultats concrets atteints par les hôtels sont principalement :

- La réduction de la consommation d'eau (18% par nuitée)³,
- La réduction de la consommation d'énergie (4% par nuitée)⁴,
- Un emploi accru d'équipements utilisant des énergies propres,
- La réduction des déchets,
- L'augmentation du recyclage,
- Un engagement écologique accru.

Autres effets positifs : les hôtels certifiés tirent parti du fait qu'ils attirent des touristes soucieux de l'environnement et Malte est reconnue comme un pays qui accorde de l'importance aux pratiques écologiques.

2.6 Possibilités de réplification

L'initiative devrait être réitérée à l'avenir pour cibler d'autres types d'établissements. La MTA encourage également les hôtels les plus performants à faire de nouveaux efforts pour obtenir l'Écolabel européen, similaire en de nombreux points à l'Éco-certification. Ce label est délivré par l'Autorité maltaise de normalisation (*Malta Standards Authority*).

IV. PARTIE IV PROPOSITIONS

La question du développement d'un tourisme durable ne peut être traitée de manière isolée : sans une action concertée au niveau national pour progresser vers le développement durable dans tous les secteurs, le tourisme sera affecté et l'objectif de tourisme durable ne sera pas atteint. Or cela nécessite à la fois des convictions, une volonté et un engagement politiques pour respecter les principes du développement durable ainsi qu'une planification intégrée.

La planification intégrée permet en effet d'orienter les ressources environnementales, culturelles, sociales et économiques vers des initiatives complémentaires visant à accélérer le développement de tous les secteurs et non celui de certains au détriment d'autres. La planification intégrée requiert d'établir des priorités et de s'assurer que les ressources sont gérées afin de les atteindre.

La planification s'est avérée être le meilleur moyen pour parvenir au développement d'un tourisme durable. Elle donne une orientation et a plus de chances de réussir lorsqu'elle intègre toutes les parties prenantes. A l'inverse, le processus échoue lorsque des acteurs importants sont exclus du processus. Dans la même logique, tout organisme décisionnaire pour le tourisme devrait représenter toutes les parties prenantes. Etant donné que le tourisme a une influence globale, il est important que l'intérêt commun soit pris en compte et non celui de certains secteurs au détriment d'autres.

³ Ce pourcentage est calculé en divisant les coûts annuels par le nombre de nuitées enregistrées durant l'année et en comparant le résultat avec celui de l'année précédente.

⁴ Idem.

La formation est également un élément important à prendre en compte. Malheureusement, on constate encore une certaine myopie à l'égard de ce qui fait l'essence du tourisme, notamment chez les personnes qui travaillent dans le secteur et qui considèrent en premier lieu leur intérêt particulier, qu'il s'agisse de tours opérateurs, d'hôteliers ou de restaurateurs. Le contexte général du tourisme est mal connu, en particulier les aspects de gestion et de planification du développement touristique ainsi que ses impacts. Dès lors, des cours pluridisciplinaires ou des programmes de formation sont importants pour donner une vision plus large du tourisme aux personnes qui travaillent dans le secteur. Il serait d'ailleurs bon que ces programmes de formation soient aussi proposés aux conseillers municipaux et aux résidents locaux, ce qui devrait garantir une plus grande sensibilisation à l'égard des ressources environnementales et culturelles ainsi qu'encourager de meilleurs comportements en terme de gestion des déchets et d'utilisation des ressources telles que l'eau ou l'énergie.

Des initiatives menées par des ONG ont prouvé que des pratiques de développement du tourisme durable peuvent être réalisées, en particulier grâce à la volonté politique et à l'engagement des bénévoles, qui ont le mérite de ne pas peser sur les ressources financières. Le transfert de sites à des ONG s'est avéré un moyen efficace de réhabiliter des sites qui étaient laissés à l'abandon par les pouvoirs publics ou qui nécessitaient une meilleure gestion. L'expérience a montré que ces ONG étaient capables, dans la plupart des cas, de lever des fonds et de trouver des sponsors afin de contribuer à l'amélioration, à la gestion et à la rénovation des sites.

Il importe par ailleurs de disposer d'une réglementation appropriée pour garantir la protection des espaces littoraux et d'autres ressources environnementales ou culturelles. Le classement a permis de protéger ces ressources contre les pressions dues au développement. En outre, l'obligation d'établir des évaluations d'impact environnemental a conduit à la modification de certains projets de façon à ce qu'ils respectent et protègent les ressources environnementales et culturelles. Cependant, il n'existe pas de réglementation spécifique pour la sauvegarde du littoral en particulier ; or cette lacune place la ressource en question dans une situation à risque. Un cadre réglementaire permettrait de renforcer la protection du littoral et d'inciter à ce que les décisions relatives aux constructions en bord de mer soient prises avec plus de prudence.

Les études de capacité d'accueil sont importantes mais ne sont pas réalisées une fois pour toutes. Elles devraient constituer un exercice continu et les effets du tourisme devrait être suivis pour vérifier que le secteur se développe dans les limites des capacités et des seuils appropriés garantissant une tolérance sociale convenable du niveau d'activité. Il est possible d'agir par des mesures de gestion sur les facteurs limitant pour élever les seuils et en conséquence réviser les capacités d'accueil. À Malte par exemple, les limites de capacités d'accueil ont été dépassées, ce qui justifie une révision de l'étude, d'autant plus que celle-ci a servi de base à l'élaboration de la politique touristique et qu'elle orientera toute planification future dans le secteur.

Les écolabels sont aussi importants et ont montré que des résultats peuvent être atteints. Toutefois, étant donné que ces dispositifs fonctionnent sur la base du volontariat, ils ne suscitent pas autant d'intérêt qu'espéré. Le fait que le système d'éco-certification a été lancé par la MTA a aussi pu contribuer à limiter sa réussite. Si il avait été promu par le secteur privé, et notamment par l'Association des hôtels et restaurants de Malte (qui représente la plupart des établissements d'hébergement et de restauration), il aurait fait l'objet d'une plus grande attention et d'une plus grande continuité. Les écolabels ou autres programmes similaires devraient donc être encouragés par le secteur privé et plus particulièrement par les associations qui le représentent.

Durant ces dernières années, différentes initiatives ont été prises – par les conseils municipaux notamment – en vue de promouvoir le patrimoine local grâce à des manifestations et à l'ouverture de certains sites au public. Cette tendance doit être encouragée car cela contribue à étendre l'activité touristique à de nouvelles zones et à répartir ainsi les revenus du tourisme dans d'autres localités, à l'écart des principales destinations. Ces initiatives permettent également d'offrir un produit authentique de la culture

locale plutôt que des attractions stéréotypées, et d'utiliser les ressources et les structures existantes au lieu d'avoir à construire de nouvelles installations.

Par ailleurs, il serait bon que des mesures favorisent la diversité des établissements d'hébergement pour que les visiteurs puissent choisir entre différentes offres. Le fait d'avoir privilégié pendant de nombreuses années les grands hôtels a entravé le développement de petits établissements familiaux. Or, ceux-ci mettent généralement en valeur les aspects typiques des localités et ne créent pas d'incidence néfaste. On encourage ainsi l'utilisation de bâtiments existants après réhabilitation. Cela devrait permettre d'intégrer l'activité touristique dans la vie de la localité et de faire participer la population locale.

Enfin, les recueils de conseils pour l'aménagement sont des moyens efficaces pour guider certaines formes de tourisme, comme le tourisme rural par exemple. Ces documents indiqueraient les paramètres de planification en termes de critères de localisation, de stationnement, de taille et de style. Les pouvoirs publics devraient en outre offrir des mesures incitatives (avantages fiscaux, conseils marketing, etc.) destinées à ceux qui s'engagent dans ces formes de tourisme de manière à promouvoir ce type d'investissements.

V. ANNEXES

Tableau 3 Matrice d'impact environnemental

Système de pondération

Impact environnemental						
Matrice 1		Niveau				
		Très haut	Haut	Moyen	Bas	Très bas
Fréquence	Très forte	25	20	15	10	5
	Moyenne Forte	20	16	12	8	4
	Moyenne	15	12	9	6	3
	Faible	10	8	6	4	2
	Très faible	5	4	3	2	1

Pondération	
25	Très importante
20	Importante
15	Moyenne
10	Peu importante
5	Sans importance

Tableau 4 Matrice d'impact vert

Système de pondération/ cont⁵

Matrice d'impact vert		Perception du client				
Matrice 2		Très importante	Importante	Moyenne	Peu importante	Sans importance
Impact environnemental	Très important	44 critères - 33% des critères				
	Important					
	Moyen			67% critères		
	Peu importante			86 critères		
	Sans importance					

Pondération	
Obligatoires	Ces critères doivent être intégralement respectés.
Facultatifs	Ces critères donnent lieu à des points supplémentaires.

⁵ Pas compréhensible

VI. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Répartition saisonnière pour quelques années particulières	282
Tableau 2 Niveau de remplissage des hôtels (en %)	288
Tableau 3 Matrice d'impact environnemental	303
Tableau 4 Matrice d'impact vert.....	304
Figure 1 Mise en place du développement au sein des zones côtières.....	287

MAROC

M. Mohamed BERRIANE, Professeur à l'Université Mohammed V

TABLE DES MATIERES

Résumé.....	309
I. Introduction.....	310
II. Partie 1 Contexte et tendances, politiques et stratégies touristiques	310
1. Un riche potentiel mais une réussite commerciale mitigée.....	310
2. Une demande internationale fluctuante et une demande interne ascendante	314
3. Le tourisme a toujours occupé une place de choix dans l'économie, l'espace et la société du pays	316
III. Partie 2 Bilan des progrès réalisés par rapport aux objectifs SMDD.....	317
1. Introduction.....	317
2. La maîtrise des impacts territoriaux et environnementaux	318
3. La promotion d'un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable	334
4. Développer la coopération méditerranéenne	343
IV. Partie 3 Les bonnes pratiques	343
V. Conclusion et recommandation.....	352
VI. Bibliographie	354
VII. Sigles.....	354
VIII. Table of illustrations	354
IX. Annexes	355
1. Annexe 1 Figures	355
2. Annexe 2 Vision 2010, éléments clefs	363
3. Annexe 3 Etat d'avancement des chantiers de la vision 2010	363
4. Annexe 4 Projet de loi relative à la protection et à la mise en valeur du littoral	367

RESUME

Le Maroc qui était parmi les pays pionniers de la rive Sud de la Méditerranée comme destination touristique dès les années 60, a peu bénéficié de ce placement précoce sur le marché touristique mondial puisque vers la fin du siècle dernier (1999) il se situait, avec 3,9 millions d'arrivées de touristes internationaux, en quatrième position après la Turquie, la Tunisie et l'Égypte. Cependant, depuis 2000 une nouvelle politique touristique a été inaugurée et se traduit par un plan de relance énergique et une reprise soutenue. Cette relance qui est le fait des pouvoirs publics et des professionnels du tourisme retient un positionnement offensif sur le balnéaire et la réalisation de six nouvelles stations tout en visant la consolidation des stations balnéaires existantes avec comme principal objectif un chiffre d'entrées du tourisme international de 10 millions de touristes en 2010. Cette reprise intervient dans un contexte marqué par une demande internationale vers le Maroc très fluctuante tout en étant dominée par une clientèle européenne et une demande interne qui s'impose de plus en plus, alors que le tourisme en tant qu'activité à toujours occupé une place de choix dans l'économie, l'espace et la société du pays. Comme souvent en matière de tourisme, les risques de dysfonctionnements sont proportionnels à la réussite commerciale. D'où l'intérêt du cas du Maroc pour le suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable. Ce suivi se fera à travers les trois principales recommandations de la SMDD.

- **La prévention et la réduction des impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisme et des infrastructures touristiques** sur la frange littorale interviennent au Maroc dans un contexte marqué par un très fort processus de littoralisation. Il y a certes un projet de loi sur le littoral relativement performant, mais qui attend depuis des années d'être signé. En attendant la situation particulière du rivage méditerranéen inspire beaucoup d'inquiétudes et les essais ponctuels de réhabilitation engagés depuis le lancement du contrat programme sont loin d'être suffisants. Le cas de Saïdia, méga projet du plan de relance, inquiète tout en réveillant les consciences.
- **La réduction de la consommation des ressources naturelles et des pollutions** induites par les hébergements et activités touristiques, par contre, enregistre des avancées parfois spectaculaires. Le cadre général en est la notion de tourisme responsable prôné par le Ministère et l'Office et qui se traduit par la mise en place du comité et de la charte du tourisme responsable, la rédaction et la diffusion d'un Guide du Voyageur Responsable, l'officialisation du label du Tourisme Responsable et l'institution du Trophée du « Tourisme Responsable ». D'autres actions sont menées par le Ministère et l'Office comme la définition du code d'efficacité énergétique, l'édition de la vignette sur l'intérêt de l'économie de l'eau ou encore l'étude Méso-Economique du secteur du Tourisme ou enfin le programme de gestion écologique en hôtellerie.
Ces actions de l'Etat sont relayées par des initiatives de la société civile. La Fondation Mohammed V pour la protection de l'Environnement a réussi à délocaliser le label international du Pavillon Bleu qui flotte actuellement sur six plages publiques alors que 15 sont candidates pour 2008. La même fondation mène une intéressante action pour diffuser au Maroc le label Clé Verte après avoir réussi à l'introduire pour qu'il soit obtenu par 13 établissements d'hébergement.
- **La promotion d'un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable** doit relever le défi que pose un produit touristique qui tend à s'aligner sur le tout balnéaire avec ses disfonctionnements. Pour cela des réflexions mais aussi des actions sont en cours pour l'élaboration de stratégies nationales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable. Une réflexion prospective a mis au point des scénarios du tourisme marocain d'ici 2030 en attirant l'attention sur les méfaits d'un scénario qui serait la continuation de l'évolution actuelle et en suggérant des scénarios qui pourraient corriger ces tendances. Quant aux actions, elles vont dans un sens de diversification du tourisme et d'un aménagement équilibré des territoires à travers la promotion du tourisme rural et du tourisme intérieur.

I. INTRODUCTION

En adoptant à la fin des années soixante le tourisme comme un des secteurs prioritaires de ses choix économiques, le Maroc était considéré à l'époque comme une destination méditerranéenne pionnière du nouveau tourisme d'alors, devançant tous les autres pays de la rive sud de la Méditerranée, y compris la Tunisie. Il a cependant peu bénéficié de ce placement précoce sur le marché touristique mondial puisque vers la fin du siècle dernier (1999) avec 3,9 millions d'arrivées de touristes internationaux, il se situait en quatrième position après la Turquie (6,8 millions), la Tunisie (4,8 millions) et l'Egypte (4,4 millions)¹. Depuis 2000 cependant, une nouvelle dynamique s'est enclenchée et le secteur touristique, inscrit à nouveau parmi les priorités nationales, connaît une véritable reprise. Comme souvent en matière de tourisme, et les expériences des autres pays méditerranéens sont là pour le démontrer, les risques de dysfonctionnements sont proportionnels à la réussite commerciale. D'où l'intérêt du cas du Maroc en l'état actuel de l'évolution de son secteur touristique pour le suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable.

II. PARTIE 1 CONTEXTE ET TENDANCES, POLITIQUES ET STRATEGIES TOURISTIQUES

La présentation du secteur touristique au Maroc avec son contexte et ses tendances, peut partir de cette situation paradoxale d'un pays à fort potentiel, installé relativement tôt sur le marché du tourisme européen, mais ayant eu du mal à assurer une réussite commerciale qui perdure.

1. Un riche potentiel mais une réussite commerciale mitigée

1.1 La richesse du potentiel

Un long littoral d'une grande qualité, notamment sur sa façade méditerranéenne, une culture riche et diversifiée à la fois urbaine et rurale, matérielle héritée des siècles passés et immatérielle basée sur la vie quotidienne des habitants, des milieux naturels parfois fortement humanisés et d'une grande diversité constituent à l'évidence des atouts incontestables (voir Figure 1 en annexe). Chronologiquement ce sont les centres d'intérêts naturels et culturels qui ont attiré les premiers visiteurs étrangers au Maroc. Le motif balnéaire n'est intervenu que par la suite.

- Un fort potentiel naturel, malgré quelques contraintes climatiques...

En tant qu'espace de loisirs et de tourisme, l'intérieur du Maroc souffre d'un seul handicap qui est le climat, mais qui parfois devient un atout.

Les zones ne connaissant pas de fortes chaleurs estivales et délimitées par la courbe de la moyenne du maxima 32° de juillet, connaissent une certaine extension sur une partie du littoral, et la dorsale montagneuse (Moyen Atlas et l'axe central du Haut Atlas). Le reste de l'intérieur du pays, aussi bien au sud de l'Atlas qu'entre celui-ci et le littoral, est soumis à des températures assez élevées en été. Au cours du mois de juillet, la moyenne des maxima est située entre 32° et 36° dans le Rharb et atteint 40° au sud de l'Atlas. C'est aussi dans le Maroc intérieur et du sud (mis à part les régions montagneuses) que la durée moyenne de l'insolation annuelle en heures est la plus élevée : plus de 3000 h et au delà de 3500 h pour le Sud.

Mais cette même insolation devient un atout en hiver et au printemps, lorsqu'elle est soutenue toute l'année comme à Ouarzazate. C'est également le cas de la faiblesse des précipitations qui, si elle constitue un handicap pour l'agriculture, devient un atout pour le tourisme. Au sud de l'Atlas, le nombre de jours recevant des précipitations entre 6h et

¹ Ce chiffre comporte également les arrivées des Marocains résidant à l'étranger qui ont représenté 1,5 millions d'entrées. Si dans la suite de l'analyse seul l'effectif des touristes étrangers (2,5 millions en 1999) sera pris en compte nous sommes obligés d'inclure les Marocains de l'étranger pour cette première comparaison avec les pays voisins car les données de l'OMT englobent les ressortissants à l'étranger du pays concerné.

18h.ne dépasse pas 30 jours et tombe jusqu'à moins de 20 jours. Le Maroc moyen atlantique enregistre moins de 50 jours de précipitation.

Cependant, on se trouve loin du climat torride et pénible d'autres pays voisins qui confine le tourisme sur une mince frange littorale. La dorsale montagneuse contribue à rafraîchir ce climat et offre même un certain confort climatique sauf en hiver où les températures peuvent baisser considérablement. Ces hivers connaissent des chutes de neiges appréciables et dotent la montagne d'un attrait supplémentaire. La juxtaposition de ces régions de neige à des zones désertiques aux fortes chaleurs et à l'insolation excessive donne à ces dernières régions un attrait plutôt qu'une limite au développement du tourisme. Le produit touristique marocain offert accorde une place importante à la « découverte du désert » et aux voyages de types « aventure ».

- Mais surtout une richesse due à l'action de l'homme

Cette nature grandiose ou insolite se combine à des aménagements humains pour créer des paysages typiques. L'intensité de l'occupation agricole, la présence ou l'absence de plantations de clôtures, la localisation et la forme de l'habitat rural, l'irrigation ou non des cultures sont autant de paramètres qui interviennent pour dégager différents paysages agricoles : paysages de cultures continues en champs ouverts des plaines et plateaux céréaliers du Maroc atlantique, du Saïs, du Prérif et d'une partie des grands périmètres irrigués modernes ; champs enclos de l'arboriculture irriguée du Nord, des zones maraîchères, des oasis du Sud ; paysages de champs en terrasses qu'on rencontre dès que la pente devient forte et la population importante dans le Rif, le Haut Atlas, les oasis des fous et les vallées du Versant Sud des montagnes.

- et à un héritage monumental

L'héritage anté-islamique (gravures rupestres, traces d'une civilisation urbaine « mauritanienne » antérieure à l'occupation romaine et celles dues à l'urbanisation romaine) est partout présent. Mais ce sont les nouvelles fondations qui ont accompagné l'islamisation et la succession des différentes dynasties qui, témoignant de la puissance et de la richesse de leurs grands bâtisseurs, offrent aujourd'hui le plus fort potentiel.

Idrissides (Fès), Almoravides (dont l'héritage a été peu préservé), et surtout Almohades (dont l'art prend des caractères nouveaux à travers des minarets et des portes monumentales de Rabat et Marrakech) et Mérinides (proportions plus modestes et raffinement des medersas) sont les grandes phases de cet héritage. Ajoutons à toute cette richesse l'art hispano-lusitanien qui a marqué certains sites des littoraux marocains. Bien qu'ils soient dus à des bâtisseurs étrangers, ces monuments appartiennent désormais au patrimoine national et attirent beaucoup de visiteurs.

Enfin, une mention spéciale doit être accordée à l'art rural dont l'importance vient du fait que les formes d'organisations socio-économiques traditionnelles sont encore vivaces dans les compagnes marocaines. Greniers collectifs ou Agadir, tissage des tapis, céramique et orfèvrerie sont quelques unes des richesses artistiques des régions montagneuses.

- Le potentiel balnéaire

Nuances climatiques et paysages végétaux s'ajoutent aux conditions hydrologiques de la Méditerranée et de l'océan et à la morphologie littorale pour concourir à individualiser trois secteurs de côtes : la côte méditerranéenne, la côte atlantique au Nord de la baie d'Agadir et celle au sud de la même baie. Le littoral méditerranéen bénéficiant entre autre d'une mer chaude et calme, d'un ciel lumineux et de la rencontre des flancs montagneux avec des plages sableuses, s'est vu classé dès le départ comme région touristique par excellence.

Ainsi, le Maroc bénéficie-t-il d'un potentiel riche et diversifié qui pouvait en faire une destination touristique de premier choix. Cependant, ce potentiel loin de se traduire en « vocation », ne pouvait déboucher sur des espaces touristiques dotés d'une touristicité réelle (et non seulement potentielle) que suite à un processus d'appropriation de l'espace par l'activité touristique. Cette mise en tourisme du Maroc au cours des 40 dernières années,

commencée avec le plan triennal 1965-67, s'est déroulée de façon discontinue avec des hauts et des bas.

1.2 Or, malgré ce potentiel, le "produit Maroc" peine à trouver une stabilité sur les marchés internationaux

La croissance a été relativement rapide au cours de la fin des années soixante et du début des années soixante-dix et on a pu parler de boom touristique. De 150 000 entrées en 1961, le pays est passé à 1 226 000 entrées en 1973. Cependant, cette évolution est marquée par de très fortes fluctuations dans les arrivées. La Figure 2 en annexe illustre bien ces fluctuations (1,2 million d'entrées en 1973, 903 000 en 1976, 1,5 million en 1982, 3,2 en 1992 et 1,5 en 1995) avec des périodes d'expansion (années soixante-dix), de croissance modérée (années quatre-vingt), mais aussi de stagnation, voire même de baisse, qui peut parfois durer plusieurs années. La dernière en date de ces périodes de crises a commencé après le pic de 1992 et ce n'est qu'après presque une décennie que la reprise est devenue à nouveau sensible à partir de 1997. Aujourd'hui, avec 4 038 898 touristes étrangers et plus de 13 millions de nuitées, le Maroc a repris son rythme de croissance d'autrefois mais ses parts dans le tourisme mondial (0,58 %), méditerranéen (1,91%) et sud-méditerranéen (17,6%) demeurent encore fort modestes et la reprise réelle enregistrée depuis 1997 n'a pas encore redonné au Maroc sa place du début des années 80.

Cette perte de parts de marché étalée sur une longue durée et qui s'apparente à une véritable crise ayant commencé en 1988 (si on se limite aux seules entrées des touristes européens) a eu des raisons multiples. L'examen des différentes fluctuations de la courbe met en évidence les effets de la conjoncture. On peut ainsi repérer les répercussions des conflits soit extra-régionaux (guerres du golfe, 11 septembre), soit régionaux (ouverture et fermeture de la frontière avec l'Algérie), soit internes (attaques terroristes de Marrakech en 1994 et de Casablanca en 2003).

Mais les premiers signes de la baisse, qui à partir de 1990 et 1991 a affecté la plupart des destinations méditerranéennes, commencent bien avant la crise du Golfe. En fait les problèmes du tourisme marocain qui ont commencé à partir de 1988 pour perdurer toute une décennie trouvaient leurs origines dans une véritable crise structurelle. La baisse de la demande internationale sur le Maroc est à relier au vieillissement du produit qui se réduit dans sa composante balnéaire à une station unique (Agadir) et dans sa composante culturelle à la saturation du produit des anciennes capitales ou villes impériales, alors que les éléments susceptibles de renouveler ce produit (montagne et désert) n'ont fait l'objet d'aucune politique cohérente, courageuse et volontariste. Cette baisse est à mettre également en rapport avec la dégradation de ce produit sur certaines destinations comme les stations du Nord où les problèmes d'environnement et de qualité des sites sont réels.

La demande s'est ralentie aussi suite à la politique particulièrement agressive de développement et de promotion du tourisme dans les proches pays concurrents du Maroc comme la Tunisie, l'Egypte ou la Turquie à un moment où les prix du transport vers le Maroc ne suivaient pas le mouvement général de baisse. Le tout conjugué à une image de marque du pays qui tout en vieillissant ne faisait l'objet ni d'une politique promotionnelle cohérente et basée sur une vision claire et constamment réadaptée, ni d'une politique de commercialisation agressive.

Parallèlement à cela, on assiste à une chute remarquable des investissements hôteliers qui après avoir atteint le pic de 1,5 milliards de DH en 1995 et une moyenne annuelle de 900 millions de DH sur la période 1985-95 chutent à 254 millions de DH en 1998, soit une moyenne annuelle de 470 millions de DH pour la période 1996-98. Cette baisse de l'investissement est due à la fois à l'abrogation du dernier code des investissements touristiques et à la baisse de la demande internationale sur la destination Maroc. Elle aboutit à la stagnation de la capacité hôtelière et au vieillissement de ses structures. La progression annuelle de cette capacité entre 1990 et 1999 était de 0,5% contre 7,2% pour la période 1965-1990, soit une capacité de 93 500 lits classés en 1999 face aux 180 000 lits de la Tunisie ou aux 140 000 lits de l'Egypte. Quant au vieillissement il est souligné par le fait que

seuls 70 000 lits de cette capacité (environ 75%) étaient réellement commercialisables sur le marché international, le reste ne répondant plus aux normes.

1.3 Depuis 2000, une nouvelle politique touristique se traduit par un plan de relance énergétique et une reprise soutenue

La situation est en train de changer de façon radicale depuis le début de l'actuelle décennie. La courbe des arrivées s'est redressée depuis 1997 et l'accroissement bien que souffrant de baisses conjoncturelles (2000 à 2003) se maintient. Suite à une prise de conscience de l'ampleur de la crise et à une volonté de faire à nouveau du tourisme une priorité nationale, une politique volontariste de relance du secteur a été inaugurée par les autorités de tutelle et le secteur privé.

1.3.1 Le contrat programme 2001-2010

La particularité de cette relance est qu'elle est menée de concert par les pouvoirs publics, à travers le ministère du Tourisme et les professionnels du tourisme, à travers la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM) et sa Fédération du Tourisme. Un accord cadre signé conjointement en janvier 2001 consigne le détail de cette stratégie et les engagements des deux parties. Le tourisme y est à nouveau érigé comme priorité économique nationale et ce pour « ses effets dynamisants sur les principales variables macro-économiques (emplois, croissance, équilibres externes et investissements), ses effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie nationale et ses effets structurants sur le tissu industriel des PME/PMI, l'aménagement du territoire, les populations locales et le monde rural ». Les deux parties confirment leurs engagements sur la stratégie qui insiste sur la nécessité de rétablir la compétitivité de la destination Maroc. Elle consiste à passer du stade artisanal à une véritable industrie et s'articule autour de quatre grands axes : commercial, industriel, financier et institutionnel².

Concernant le produit, la stratégie retient un positionnement offensif sur le balnéaire et la réalisation de six nouvelles stations tout en visant la consolidation des stations balnéaires existantes. Le tourisme culturel ainsi que le tourisme rural et la demande intérieure ne sont pas pour autant oubliés. Diverses autres mesures sont inscrites dans cette stratégie avec un calendrier d'exécution et un partage des tâches. Cette vision 2010 a pour principal objectif d'atteindre un chiffre d'entrées du tourisme international de 10 millions de touristes en 2010³. Retenons que le point fort de ce programme est constitué par les six stations balnéaires (Plage blanche, Taghazout, El Haouzia, Mogador, Lixus et Saïdia : voir Figure 3 en annexe), soit environ 130 000 lits qui viendront s'ajouter aux 100 000 lits existants.

1.3.2 Un taux de réalisation satisfaisant

Ce programme est en cours d'application depuis 2001 confirmant ainsi que cette volonté de relance ne se confinerait pas au discours. L'État a concrétisé ses engagements en révisant les textes législatifs et réglementaires régissant l'activité touristique (loi sur le classement des hôtels), en allégeant et en simplifiant la fiscalité touristique nationale et locale et en renforçant le budget de promotion alloué à l'ONMT : la subvention de l'État est passée de 100 millions en 2000-2001 à 450 millions en 2005. Il a également introduit depuis 1998 et de façon progressive des mesures incitatives à l'investissement dans le tourisme : assimilation du tourisme au secteur d'exportation, introduction de plusieurs biens d'équipement touristique dans la liste A, appui pour le financement et le rééchelonnement des arriérées des entreprises touristiques en difficultés financières, etc.

Les six stations identifiées ont fait l'objet d'études d'aménagement et ont été concédées à des aménageurs développeurs privés. L'État cède le terrain à l'état brut pour les aménagements en site tout en réalisant les infrastructures hors site. A ce programme s'ajoute l'aménagement d'autres sites balnéaires ainsi qu'un programme de requalification et de développement de zones touristiques déjà existantes⁴. C'est ainsi qu'un Plan de

² Les éléments clefs de cette vision 2010 sont résumés dans l'annexe 1

³ Voir l'accord d'application de l'accord cadre 2001-2010 et l'encadré en annexe qui résume les éléments clefs de cette vision

⁴ Des encadrés résument l'état d'avancement et les éléments clefs de ces chantiers (voir annexe 2).

Développement Régional Touristique existe pour Fès, Agadir, Casablanca, Tanger, Tétouan et sa côte, alors que d'autres (Rabat Meknès) sont en cours d'élaboration. Outre le financement des infrastructures des zones touristiques fourni par un fonds de développement (Fonds Hassan II, 500 millions de DH) et un prêt de la Banque Mondiale (2,4 millions US\$), on fait appel aussi à un fonds de financement pour la rénovation hôtelière (100 millions de DH) et un autre fonds d'investissements touristiques (3 milliards de DH). Un observatoire du tourisme et de la compétitivité est mis en place ainsi qu'un programme de formation. Enfin la libéralisation aérienne a démarré progressivement depuis 2004 et aujourd'hui, plusieurs compagnies à bas tarifs sont créées et d'autres internationales autorisées à desservir le Maroc.

Tous ces efforts se traduisent aujourd'hui par une meilleure performance du tourisme marocain. C'est surtout à partir de 2005 (voir Figure 2 en annexe) que la courbe des arrivées s'est vraiment redressée avec une augmentation de 6% par rapport à 2004 pour le total des arrivées (touristes étrangers et marocains résidents à l'étranger) et de 12% pour les seuls touristes étrangers. Cette évolution s'est continuée de façon régulière et l'accroissement entre 2004 et 2007 a été pour le total des arrivées, les arrivées des seuls touristes étrangers et les nuitées en hôtellerie, respectivement de 35,3%, 48,8% et 28,3%. Au niveau des recettes touristiques les résultats sont encore plus satisfaisants puisqu'elles ont connu un accroissement de 52% entre 2004 et 2007 passant de 34,8 milliards de DH à 52,9 milliards.

Enfin, à la veille de la principale échéance de ce programme (2010), une étude vient d'être lancée en avril qui, s'appuyant sur les acquis et les performances de la vision 2010, doit imaginer la vision 2020.

Ces performances se traduisent par des effets économiques, financiers, sociaux et spatiaux non négligeables. Avant de présenter ces effets, il faut souligner une autre particularité du tourisme marocain relative à la demande.

2. Une demande internationale fluctuante et une demande interne ascendante

Lorsque le Maroc a décidé, il y quarante ans, de développer le tourisme comme activité économique, la principale clientèle visée était la clientèle internationale. Montage du produit, aménagements des zones touristiques, structures d'hébergement et campagnes promotionnelles étaient sous-tendus par le marché international. Outre le fait que la demande interne était supposée inexistante, celle-ci ne pouvait avoir, selon les responsables, de retombées car ne générant pas de devises. Or, face aux fortes fluctuations de la demande internationale ciblée initialement, on a assisté à une ascension remarquable de la demande interne ignorée. Ceci est un autre paradoxe du tourisme marocain.

2.1 Prédominance de la clientèle européenne...

Dans les fluctuations des arrivées des touristes étrangers, on relève la prédominance d'un foyer d'émission principal des touristes : l'Europe.

Les Européens ont toujours constitué plus de 50 % des touristes se rendant au Maroc. Tournant autour de 60 % durant les années soixante, la part de la clientèle européenne a grimpé à 70% à la fin des années soixante-dix pour atteindre 80% depuis 1979. Le poids des européens est encore plus important lorsqu'on considère les nuitées hôtelières qu'ils consomment : 86,1%. La part de l'Europe n'a sensiblement diminué que lors de la réouverture de la frontière avec l'Algérie. Cinq pays ou groupes de pays seulement (France, Espagne, Angleterre, R.F.A, Benelux) fournissent encore aujourd'hui l'essentiel des arrivées (72,4 %) et des nuitées hôtelières (76,2%) (Tableau 1). Le monopole d'une seule zone d'émission est encore plus net quand on considère les nationalités à part.

Tableau 1 Part des principales nationalités européennes et de l'Europe dans son ensemble dans les arrivées des touristes étrangers et les nuitées hôtelières (2007)

NATIONALITES	ARRIVEES		NUITEES	
	EFFECTIFS	%	EFFECTIFS	%
France	1 605 503	40,0	6 419 752	46,8
Espagne	540 186	13,4	766 553	5,6
Allemagne	159 844	3,9	988 958	13,5
Angleterre	338 304	8,4	1 367 142	10,0
Benelux	273 910	6,7	908 032	6,6
Sous-total	2 917 747	72,4	10 450 437	76,2
Total Europe	3 218 188	79,8	11 798 920	86,1
Total tourisme international	4 030 898	100,0	13 703 222	100,0

Source : Statistiques du Ministère du Tourisme - Rabat

Les touristes français atteignent désormais 40% des arrivées aux frontières et dépassent les 45% pour les nuitées. Cette nationalité a toujours été la principale cliente du Maroc et ce, pour des raisons bien connues (liens historiques et traditionnels, facilités de communication, proximité) auxquels il faudrait ajouter le poids des grandes chaînes hôtelières françaises (Club Méditerranée, Accor, etc.). La prédominance de la clientèle française va marquer le tourisme marocain jusqu'à la fin des années soixante-dix par son style itinérant et individuel d'où la prédominance au cours de cette première phase d'un tourisme mobile et à composante culturelle, les zones attirant le plus les touristes français étant par ordre décroissant: Marrakech, Er-Rachidia-Ouarzazate et Fès-Meknès à côté d'Agadir. La situation change à partir de la fin de la décennie soixante-dix lorsque la clientèle française change ses comportements touristiques. Contrôlés de plus en plus par les tours opérateurs (FRAM) et le Club Med, les Français tendent à rejoindre dans leurs comportements le style germanique et scandinave : ils pratiquent de plus en plus un tourisme de groupe organisé et avec une très forte composante balnéaire. Avec ces nouveaux comportements touristiques, ils reçoivent en renfort d'autres nationalités pratiquant également ce nouveau tourisme comme les Allemands qui, arrivant dans leur majorité par avions-charters, pratiquent essentiellement un tourisme de groupe avec des séjours balnéaires.

Cette tendance forte vers le tourisme balnéaire de séjour est tempérée par l'apparition de nouvelles nationalités au cours des dernières années. Les Espagnols semblent découvrir la destination marocaine. Ne dépassant pas 50 000 entrées à la fin des années soixante et au début des années soixante-dix, ils fournissent plus d'un demi million d'arrivées et de nuitées, arrivant ainsi au deuxième rang après les Français pour les arrivées et avant les Allemands pour les nuitées. L'essentiel de leur fréquentation, est réservé aux villes impériales et aux circuits du Sud. Ils s'inscrivent donc dans une nouvelle vague de demande du culturel.

2.2 ...alors que la demande interne s'impose de plus en plus

Les chutes conjoncturelles des arrivées de touristes étrangers au Maroc déjà soulignées révèlent régulièrement la montée spectaculaire et continue de la demande interne.

Bien qu'existante, cette demande n'avait jamais été prise en compte ni par les décideurs ni par les professionnels jusqu'à ce que la crise de la guerre du Golfe (début des années quatre-vingt-dix) la mette en valeur. Les hôteliers ont en effet fait appel à ce marché interne pour compenser le manque à gagner subi du fait des annulations massives des tours opérateurs étrangers en raison du conflit. Pourtant, l'ampleur des déplacements était réelle et depuis le milieu de la décennie quatre-vingt les périodes estivales sont marquées par un afflux croissant de vacanciers nationaux avec deux types de flux :

- Un flux qui s'apparente à ceux du tourisme international et que l'on peut identifier dans les établissements hôteliers classés (hôtels classés, résidences touristiques et villages de vacances), où les nationaux consomment selon les années jusqu'à 20 % du total des nuitées. Si on ajoute les nuitées nationales passées dans les hôtels non homologués et les campings, la part du tourisme intérieur passerait à 40 % du total des nuitées passées au Maroc par l'ensemble des touristes (nationaux et internationaux).

- Un flux qui s'éloigne dans ses comportements et ses caractéristiques du tourisme international et s'adresse pour son hébergement à la location chez l'habitant ou au logement chez les parents et amis. Ces dernières structures d'hébergement recevaient 57 % des demandes au cours des années quatre-vingt et il était de ce fait assez difficile de quantifier ce flux. Ce dernier illustre surtout la spécificité de ce tourisme des Marocains marqué par des déplacements essentiellement en famille ou avec des amis (80 % des départs), une prédominance des séjours en bord de mer (plus de 67 % des séjours), des conduites touristiques ni traditionnelles ni modernes et une préférence pour les destinations du Nord du pays (plus de 50%) (Berriane, 1999).

3. Le tourisme a toujours occupé une place de choix dans l'économie, l'espace et la société du pays

Bien que la part revenant au Maroc au sein des destinations concurrentes de la Méditerranée soit encore faible et malgré les nombreuses difficultés dont a souffert le secteur touristique comme les fluctuations des arrivées, il n'en constitue pas moins un important élément de l'économie nationale. Il a toujours été considéré comme le deuxième contributeur à la balance des paiements après les transferts des Marocains résidant à l'étranger et avant les exportations des phosphates.

Avec une recette de 29 Milliards de Dh en 2001, le tourisme serrait de très près les transferts des émigrés à l'étranger (36,2 Milliards) et contribuait ainsi largement à l'équilibre de la balance des paiements. Il représentait 7 % du PIB, générait 640 000 emplois directs et indirects, soit 5,8 % de la population active occupée.

En rapport avec la reprise du secteur au cours des sept dernières années, les recettes ont augmenté de façon spectaculaire : 31 milliards en 2003, 35 en 2004, 41 en 2005 et 53 en 2006. En 2005, ces recettes ont représenté 25% du compte des biens et services contre 11,9% en 1980 et 19% en 2000. Une véritable dynamique impulsée à l'activité économique s'est amorcée grâce à la demande finale touristique et qui apparaît à travers les échanges interbranches, les valeurs ajoutées, les salaires, les impôts et les excédents d'exploitation. Le secteur se révèle comme un puissant créateur d'emplois : les emplois directs et indirects ont été estimés à 690 000 emplois en 2005, soit l'équivalent de 6,8% de l'emploi total.

Il est surtout doté d'une forte capacité à façonner l'espace et la société. En effet, les flux croissants qui se diffusent inégalement dans le pays, la mobilisation de crédits énormes qui vont s'investir au niveau local et régional et l'intervention — autrefois directe et de plus en plus indirecte — de l'État pour impulser des aménagements régionaux, marquent le pays et les hommes de manière variable selon les régions. Le tourisme est devenu l'un des éléments principaux de l'organisation de l'espace et un facteur déterminant de modification des équilibres et des économies locaux.

Ces performances commerciales s'accompagnent obligatoirement d'interrogations relatives aux impacts sur l'environnement et le développement et les incidences prévisibles de cette politique sur les objectifs SMDD (Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable).

III. PARTIE 2 BILAN DES PROGRES REALISES PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS SMDD

1. Introduction

Il est bien évident que cette politique volontariste prise en charge conjointement par les pouvoirs publics et le secteur privé avait comme principal objectif de replacer le Maroc sur le marché international du tourisme et assurer au secteur un développement pouvant contribuer au développement économique du pays.

Les dimensions écologique et environnementale n'étaient pas inscrites de façon explicite dans les politiques et stratégies touristiques passées. La concentration de la demande sur le Maroc au niveau de quatre pays émetteurs et la forte saisonnalité du produit balnéaire sont deux éléments de fragilisation du secteur touristique marocain dans une zone de stress international où le tourisme est très sensible aux crises. Vulnérable en raison de ces crises, le tourisme au Maroc est également confronté à une très forte concurrence. De ce fait le souci de la protection environnementale a été souvent mis en veilleuse pour atteindre des objectifs commerciaux dont la réalisation se traduit parfois par des atteintes à cet environnement.

Or, en plus de ce stress international, le stress environnemental est encore plus fort. La concentration même de la demande sur une courte période entraîne des effets de pointe dans de nombreux domaines notamment la ponction et la pression sur les ressources naturelles et l'environnement.

En l'absence d'une protection de l'environnement, le développement du tourisme dans ce double contexte de vive concurrence et de produit assez fragile risque de se traduire par une modification des paysages accompagnée d'une bétonisation et d'une standardisation de ces paysages. La stratégie de développement du tourisme marocain ne pouvait se faire sans tenir compte des risques de pollution et de dégradation de la qualité de vie du milieu d'accueil des touristes, de prélèvements abusifs sur les ressources rares comme l'eau et la terre et la destruction du couvert végétal, etc.

C'est ainsi que parallèlement à cette politique agressive pour le placement du tourisme sur le marché international, on relève un intérêt, encore diffus et parfois limité au discours, pour les questions environnementales en rapport avec le développement touristique. Des termes comme tourisme durable, tourisme responsable ou tourisme solidaire ont fait leur apparition dans le discours aussi bien officiel que chez les professionnels. Les études d'aménagement abordent de plus en plus la problématique de l'impact ; des politiques touristiques officielles font une place, même si elle est encore limitée, au concept de durabilité ; des démarches volontaires de quelques professionnels revendiquent cette durabilité et des ONG accompagnent le tout par des initiatives allant dans le même sens. Le Haut Commissariat au Plan commande en 2006 une étude de prospective sur le tourisme au Maroc en 2030 plaidant pour un scénario environnementaliste et de développement durable. Plus récemment, l'étude pour « la définition de la stratégie du tourisme au Maroc : vision 2020 », lancée officiellement en avril 2008 pour préparer l'après vision 2010, intègre la notion de développement durable et insiste sur une vision pour un tourisme propre et responsable, respectueux de l'homme, de la nature et de l'environnement. Enfin, la dimension environnementale est de plus en plus intégrée comme argument commercial dans la mesure où professionnels et responsables sont conscients des modifications que connaît la demande internationale désormais sensible à un tourisme conçu comme moyen de lutte contre la pauvreté et de sauvegarde de l'environnement.

Tout ceci pour dire que la conception du tourisme au Maroc et le fonctionnement du secteur sont partagés entre des contraintes commerciales qui ont jusqu'ici occulté les dimensions environnementale et de développement durable et des ambitions de plus en plus explicites et volontaristes portées vers la protection de l'environnement et le développement d'un tourisme responsable et propre. Dans ce qui suit nous allons suivre les trois grandes recommandations de la SMDD pour le secteur touristique en essayant de dégager ce qui

dans les actions menées jusqu'ici tient compte de ces recommandations. Tout au long de cette analyse, on ne peut que constater que ce tiraillement entre la rentabilité économique et le souci environnemental se traduit par des résultats parfois spectaculaires, mais aussi par moment assez décevants.

2. La maîtrise des impacts territoriaux et environnementaux

2.1 La prévention et la réduction des impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisme et des infrastructures touristiques sur la frange littorale

2.1.1 Le contexte : un très fort processus de littoralisation

Le développement du tourisme balnéaire au Maroc, timide au cours des décennies précédentes et agressif depuis le contrat programme et le Plan Azur, intervient dans un contexte de littoralisation de l'économie et de l'espace.

Pour des raisons surtout historiques, le littoral marocain est resté longtemps inoccupé car devenu répulsif à partir du XVI^{ème} siècle, du fait des tentatives d'implantation des Portugais et Espagnols. Mais avec la pénétration européenne la côte redevient attractive pour les hommes et les activités économiques, plus particulièrement à partir des années cinquante qui marquent le début du basculement des forces vives vers la côte, basculement qui se poursuit depuis à un rythme soutenu. Aujourd'hui, les densités rurales les plus fortes – à l'exception de quelques périmètres irrigués de l'intérieur et des oasis du sud – sont enregistrées dans les communes littorales. La croissance et l'extension des villes sont les plus rapides sur le littoral, avec notamment le développement de la conurbation Casablanca-Kenitra. Dans les centres méditerranéens, tous développés originellement à l'écart de la côte sur des promontoires défensifs, l'extension s'est orientée vers le trait de côte et les zones de plage (Tanger, côte de Tétouan). L'industrie a elle aussi cherché la localisation côtière (Mohammedia, Safi, Jorf Lasfar, Nador). Mais c'est sans doute le tourisme qui a le plus recherché l'implantation littorale. La majorité des investissements s'oriente vers la zone côtière et cette tendance n'est pas démentie par les projets actuels, que ce soit pour le tourisme international ou national. La population du littoral atlantique représentait 19,4 % en 1936 et 54 % en 2000. Son taux d'accroissement est estimé à 5 %. Les deux wilaya de Casablanca et Rabat concentrent à elles seules 62 % de cette population littorale. La population littorale méditerranéenne a connu une augmentation moins forte (2,3 % durant la dernière décennie et 3% entre 1960 et 1990). La côte joue le rôle de pôle structurant de l'économie nationale, du fait de la concentration démographique, industrielle (80 % des effectifs permanents des industries), touristique (50 % de la capacité d'accueil) et commerciale (92 % du commerce extérieur). Le littoral atlantique concentre les principales activités : textile, chimie, industrie mécanique et électrique. 77 % des unités sont concentrées sur la côte atlantique, notamment dans les grandes villes. Cette même zone accueille 78 % des investissements industriels du Maroc. L'axe Safi-Kénitra est l'espace structurant majeur. L'essentiel des investissements s'y réalise, notamment dans les villes portuaires. Sur la Méditerranée, Tanger et Nador représentent les deux pôles industriels, avec la sidérurgie, le textile, la confection. Le redéploiement profite à la ville de Tanger qui occupe une position devenue primordiale.

Comparée aux littoraux des autres pays méditerranéens, la côte marocaine peut paraître relativement sous-occupée, sauf dans certaines zones particulières, entre Rabat et Casablanca, entre Ceuta et Tétouan ou aux environs d'Agadir. Mais le rythme de littoralisation est rapide et seule une anticipation pourrait permettre d'éviter les formes de dégradation déjà constatées.

L'urbanisation est déjà excessive. La forme classique est celle des agglomérations qui développent un front de mer. La deuxième forme est celle de l'urbanisation à relier aux loisirs balnéaires. Celle-ci peut souvent se réaliser de manière non totalement réglementaire.

L'urbanisation touristique planifiée est en pleine expansion, sur la côte tétouanaise, la région de Rabat-Casablanca, autour d'Agadir et bientôt à partir des nouveaux pôles identifiés par le

Plan Azur où les chantiers sont dans leur quasi majorité ouverts. L'urbanisation progresse aux dépens des espaces vierges et ne laisse que de rares fenêtres, sans doute provisoires. La privatisation de fait de cet espace littoral tend à devenir réelle, même si elle est souvent dénoncée. La bande côtière entre Rabat et Casablanca connaît une urbanisation en extension rapide. Les plages et leurs environs proches sont les plus fortement occupés et de plus en plus construits de manière définitive. La zone la plus proche de la mer, entre la route et le rivage est la plus fortement sollicitée. De l'autre côté, la progression ne fait que commencer. Les anciens cabanons occupant le domaine public ont partout été remplacés par des constructions souvent cossues ou par des résidences. Dans ces extensions, une bonne partie répond de plus en plus à des besoins en logement permanent. La charge humaine est donc appelée à ne plus être saisonnière.

L'occupation littorale revêt par ailleurs des formes non réglementaires, dans beaucoup de régions. C'est le cas dans le nord marocain où la demande dépasse celle des seuls habitants de la région. Les versants dominant les baies et criques de la côte rifaine et le rivage lui-même sont la proie d'une urbanisation qui dégrade fortement l'esthétique et la dynamique naturelle de ces rivages fragiles.

Les ports de plaisance sont en pleine expansion. De nombreux sites ont été sélectionnés (35 sites) pour une réalisation à plus ou moins long terme (huit sur la Méditerranée et le reste sur l'Atlantique). La réalisation de ce programme va encore plus accentuer la pression sur le littoral, notamment dans les sections de concentration des activités. Ces ports peuvent, s'ils ne sont pas précédés d'une étude d'impact sérieux, occasionner le déséquilibre des transits sédimentaires côtiers et causer des érosions accentuées ou des cas d'ensablement.

Nos études antérieures ont relevé et analysé les cas de dysfonctionnements et de dégradation de la côte suite à une demande touristique très forte et non accompagnée. Sur la seule côte méditerranéenne, les exemples de la baie de Tanger et du littoral de Tétouan sont très illustratifs de ces évolutions (nous y reviendrons plus loin).

2.1.2 Des perspectives très inquiétantes

C'est dans ce contexte qu'il faut examiner les actions pour la maîtrise des impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures sur la frange littorale.

Il faut tout d'abord insister sur le fait que la pression sur les littoraux et notamment le littoral méditerranéen va s'accroître. La relance du tourisme au Maroc décidée et conçue par les décideurs et les professionnels s'appuie essentiellement sur le balnéaire. Les sept stations du Plan Azur ont une localisation littorale. En intégrant d'autres destinations, le Plan Madain pouvait rééquilibrer cette demande et soulager quelque peu le littoral, mais on ne peut que constater que sur sept destinations, seules deux (Fès et Meknès) sont situées à l'intérieur, alors que les cinq autres (Rabat, Casablanca, Tanger, Tétouan et Agadir) sont des sites littoraux.

Le littoral méditerranéen, jusqu'ici enclavé et donc peu occupé sauf là où il est accessible, fait l'objet de grandes opérations d'aménagement et de développement qui vont l'ouvrir complètement. Outre le complexe portuaire Tanger-Med et les grandes zones industrielles et d'activités qui s'ouvrent les unes après les autres sur le trait de côte ou à proximité du littoral, la rocade méditerranéenne qui doit relier à terme Tanger à l'Ouest à Saïdia à l'Est avance rapidement. L'isolement infrastructurel levé, les options d'aménagement et de développement vont dans le sens d'une arrivée massive des populations. En effet, parallèlement à la réalisation de la rocade, les scénarios de sauvegarde de la haute montagne rifaine, qui souffre d'un processus de dégradation avancée, privilégient la vidange de cette haute montagne et la descente des populations et de l'habitat vers le trait de côte. Ceci est destiné à soulager le Haut pays en orientant les populations vers des espaces où les possibilités de générer des revenus sont supposées meilleures. Or, la principale activité envisagée pour générer ces revenus est le tourisme.

Face à cette pression sur le littoral - liée au tourisme ou à d'autres activités humaines- et qui va perdurer, on relève un vide juridique criant. Par ailleurs, le littoral n'est pas encore perçu

par les décideurs et les planificateurs comme un milieu spécifique qui nécessite des outils et des instruments également spécifiques.

La législation marocaine relative au littoral est muette. Aucun texte juridique ne s'y rapporte clairement. Seule la Commission Interministérielle instituée par la circulaire du Premier Ministre n° 2007 en date du 19 juin 1964 et chargée de définir une politique des aménagements touristiques et balnéaires et de se prononcer sur les projets se situant le long de la bande de 5 km à partir de littoral peut être considérée comme une démarche spécifique. Cette instance qui existe réellement fonctionne de façon intermittente pour examiner quelques uns des projets de grande envergure qui lui sont parfois proposés. Cependant les quatre missions les plus importantes pour le devenir du littoral (la définition d'une politique générale des aménagements touristiques et balnéaires ; l'élaboration des programmes des aménagements à réaliser ; la proposition des méthodes pour l'exécution de ces programmes ; la suggestion des modes de financement et d'affectation des terrains) n'ont jamais été mises en œuvre par cette commission. Elle n'a donc rendu publique aucune directive ou autre document explicitant un semblant de politique d'aménagement spécifique au littoral. Autrement dit, la seule législation concernant de manière indirecte le littoral est puisée dans la réglementation régissant l'utilisation du domaine public dont fait partie le domaine maritime, ou celle se rapportant à la protection des milieux naturels qui relèvent des compétences de l'administration des Eaux et Forêts.

Autrement dit, la seule législation concernant directement le littoral est puisée dans la réglementation régissant l'utilisation du Domaine Public. Celui-ci comporte aussi le Domaine Maritime qui est délimité par le Dahir de 1914 comme comprenant "le rivage de la mer jusqu'à la limite des plus hautes marées, ainsi qu'une zone de six mètres mesurée à partir de cette limite; les rades, ports, havres et leurs dépendances; les phares, fanaux, balises et généralement tous les ouvrages destinés à l'éclairage et au balisage des côtes et leurs dépendances". Mais ce domaine public bien qu'inaliénable, peut, en vertu du Dahir de 1918 relatif aux occupations temporaires du Domaine Public, faire l'objet d'occupations privées. Théoriquement temporaires, ces concessions d'utilisation du Domaine Maritime, souvent de caractère touristique et balnéaire, sont régulièrement renouvelées. Ceci ne protège donc pas le Domaine Public en général et le Domaine Maritime en particulier d'une occupation privative, durable et durcifiée. Par ailleurs les dahirs du domaine public, des établissements classés de la pêche maritime, des gisements d'hydrocarbures, des lotissements, et même la loi sur l'environnement ne sont pas spécifiques au domaine littoral. Seule la loi sur l'Environnement traite des espaces et des ressources marines. Cette loi prévoit « des dispositions législatives et réglementaires pour prévenir et mettre fin aux activités susceptibles d'altérer la qualité des eaux et des ressources marines, de porter atteinte à la santé de l'homme ou de nuire à la faune, à la flore, aux intérêts connexes et à l'environnement marin et côtier en général ».

Pourtant, le Maroc a adhéré à plusieurs conventions et en a ratifié plusieurs. Il existe bien un projet de « loi sur le littoral » initiée et discutée dans la foulée du débat sur l'aménagement du territoire du début de ce siècle. Mais cette loi attend depuis plusieurs années le visa du Secrétariat Général du Gouvernement.

A côté de ce vide quasi-total en matière de droit du littoral, ce dernier n'a jamais été pris en compte par les planificateurs en tant qu'unité naturelle et spatiale et en tant qu'entité économique-sociale. Pendant longtemps l'aménagement du territoire était marqué au Maroc par une forte centralisation aussi bien des décisions que des conceptions et la planification est demeurée plus sectorielle que spatiale. Le littoral n'a de ce fait aucune place dans cette planification. Sur le plan spatial, la planification est conçue pour les espaces urbains ou pour les territoires régionaux, mais pas à l'échelle de la zone côtière, c'est-à-dire le domaine public maritime et les espaces limitrophes sensibles à protéger. Le problème de la délimitation de la bande côtière demeure entier. On a tantôt avancé la profondeur de 50-60 km à l'intérieur des terres, tantôt privilégié la délimitation au rivage stricto sensu, c'est-à-dire à la zone de contact terre-mer. La future loi du littoral devrait en principe résoudre ce problème de délimitation. Les nombreux instruments de planification déjà produits ou en cours de réalisation sont conçus, soit au niveau de l'espace urbain (Schéma Directeur

D'Aménagement Urbain), soit au niveau de l'espace rural (Schéma d'Armature Rurale), soit, enfin, à l'échelle régionale (Schéma de Développement et d'Aménagement Régional). Aucun outil de planification ayant pour préoccupation l'aménagement du littoral n'existe à ce jour. Lorsque des études d'aménagement définies comme spécifiques au littoral sont lancées, leur TDR s'apparentent plutôt à ceux des outils d'aménagement classiques

2.1.3 Un espoir : la loi sur le littoral

Cependant la situation semble subitement en train de bouger. Lors du débat national sur l'aménagement du territoire (2000), plusieurs ateliers locaux et des forums régionaux ont abordé directement ou indirectement la problématique de l'aménagement et de la gestion du littoral. La Charte de l'Aménagement du Territoire, qui a été l'aboutissement de ce débat, réserve plusieurs de ses articles à l'espace littoral et aux problèmes qu'il pose. Des outils d'aménagement plus ou moins spécifiques au littoral sont en cours de gestation. Les SDAUL sont des Schémas Directeurs d'Aménagement Urbain élaborés pour couvrir un littoral et sa zone d'influence. Plusieurs de ces schémas ont été élaborés ou sont en cours d'élaboration.

Il se trouve que les réflexions et études relatives à cette problématique butent sur sa nouveauté. Les études mentionnées sont parfois (comme l'indique souvent leur appellation) de simples Schémas Directeurs d'Aménagement Urbain plus ou moins adaptés à l'espace littoral. L'accent est souvent mis sur une description de l'usage du sol et des propositions d'options d'aménagement. Or, l'approche de la relation de l'homme avec le littoral a déjà énormément évolué aussi bien au niveau de la démarche que des questionnements et des concepts. Le découpage en 16 régions institutionnelles conçues également comme des cadres de développement et d'aménagement, fractionne le littoral en plusieurs tronçons peu homogènes. Le centre de gravité et de prise de décision de la région économique se trouve parfois fort éloigné du littoral. Quant aux collectivités locales, plus proches de leur espace, elles manquent d'encadrement technique et de moyens financiers.

Tous les espoirs en fait sont placés dans la future loi du littoral (voir projet en annexe 3). Celle-ci se donne les objectifs suivants :

- la mise en place d'une gestion intégrée et d'un développement équilibré du littoral ;
- la protection du littoral contre toutes formes de pollution et de dégradation quelle qu'en soit l'origine ;
- l'instauration d'un équilibre entre les impératifs du développement économique et les nécessités de protection du littoral pour préserver ses richesses pour les générations présentes et futures ;
- l'intégration de la dimension environnementale du littoral dans les politiques sectorielles notamment l'industrie, le tourisme, le développement des établissements humains et les travaux d'infrastructure ;
- l'association des collectivités locales, des associations de protection de l'environnement et du secteur privé à la prise de décision concernant le littoral ;
- la réhabilitation des zones et des sites littoraux détériorés et pollués ;
- le libre accès au rivage de la mer.

Après avoir défini le littoral (entités délimitées par les communes ouvertes sur la mer) et préciser un certain nombre de principes généraux, elle édicte les règles de protection, insiste sur le libre accès au littoral, pose les conditions dans lesquelles doivent être exercées les activités sur cette zone, institue un Schéma Régional de Protection et de Gestion Intégrée du Littoral, créé une Agence Nationale du Littoral sous la forme d'un établissement public et désigne les autorités de contrôle. Des contraintes supplémentaires sont donc ajoutées à celles régies par les autres lois. Le principe retenu est celui de l'aménagement en profondeur, les normes devenant plus contraignantes à proximité du rivage. On propose une zone non constructible de 100 m et une deuxième bande, avec plusieurs contraintes. On doit garantir par ailleurs le passage piétonnier dans le domaine public maritime (passages transversaux obligatoires tous les 500 m). Les travaux pouvant porter atteinte à l'état naturel de la côte seraient en principe interdits, sauf pour rendre un service public. Les rejets en mer seraient interdits et les établissements tenus de traiter leurs eaux usées. Les projets

susceptibles de porter atteinte au littoral sont soumis à des études d'impact sur l'environnement.

2.1.4 La situation particulière du rivage méditerranéen

Le cas du littoral méditerranéen est une bonne illustration des dérapages mais aussi des disproportions entre les atteintes à la qualité du littoral d'un côté et les mesures spécifiques destinées à atténuer ces atteintes. Un rappel rapide des principales phases par lesquelles les deux principaux pôles touristiques de ce littoral sont passés met en évidence les erreurs et les tentatives de rattrapage.

De 1965 à 1973 : La phase du tourisme international et l'apparition des rivages méditerranéens du Maroc sur le marché international

Le Nord du Maroc -essentiellement la ville de Tanger et le littoral est de la Péninsule de Tanger- occupe une place de choix dans le produit touristique marocain. Son intérêt s'explique par le caractère pionnier des implantations touristiques sur une côte presque vide de toute installation à la veille du Plan Triennal 1965-67 et concentrant aujourd'hui plus de 14 % de la capacité totale en lits hôteliers du pays. L'orientation de la côte vers l'activité touristique a été le résultat de trois facteurs: la situation géographique sur les rivages méditerranéens et la proximité de l'Europe, l'arrivée du tourisme de masse dont les premières vagues touchent en premier ce littoral et l'intervention directe des pouvoirs publics. Au lendemain de l'Indépendance, Tanger connaît un marasme socio-économique dû à la baisse des activités héritées du régime international. La côte méditerranéenne, elle, souffrait d'un enclavement naturel, historique et économique. La dorsale calcaire du pays Jbala ainsi que les hautes crêtes du Rif s'ajoutent aux séquelles de la coupure politique sous les deux protectorats (réseau routier Nord- Sud embryonnaire) pour isoler le littoral du reste du pays. La vie économique est basée essentiellement sur une agriculture traditionnelle et vivrière : céréaliculture dans les plaines et polyculture à dominante arboricole sur les collines. Elle souffre, par ailleurs, d'une faiblesse des activités maritimes avec de faibles prises de poissons, un trafic portuaire presque nul, l'absence d'un port régional et d'une ville littorale. La principale ville, Tétouan, est en retrait par rapport au littoral. Al Hoceïma, principal port de pêche, manque d'équipements et de débouchés. Nador a surtout une activité de ravitaillement, les importations l'emportant sur les exportations. Devant cette situation difficile, aggravée vers l'Est par de très fortes densités de population, le planificateur découvre les atouts d'un rivage méditerranéen susceptible de drainer une clientèle étrangère et par voie de conséquences de sortir la région du Nord de sa léthargie et de son enclavement. C'est ainsi que la côte méditerranéenne est choisie pour recevoir les premières implantations destinées au tourisme international et Tanger est équipé afin de garder une partie du flux international transitant par son poste frontière.

La côte tétouanaise voit naître une série de stations balnéaires à gestion et clientèle étrangères. Elle bénéficie pleinement des mesures prises lors de cette première phase. Pour attirer les promoteurs privés dans la région, l'État supporte de lourdes charges financières et intervient en tant qu'investisseur par le biais d'organismes financiers et de sociétés semi-publiques. Il prend en charge les travaux de viabilisation et d'infrastructure en ouvrant routes principales et routes d'accès et en réalisant adduction d'eau, électricité, assainissement et communications. Tous ces efforts aboutissent à la naissance sur la côte de Tétouan, du Sud au Nord, des stations de Cabo Negro (Club Méditerranée et ensemble résidentiel de la S.A.T), de Mdiq (un village de vacances dans le centre même, le Holiday Club et le complexe Maroc-Tourist légèrement à l'écart) et de Restinga (un complexe Maroc-Tourist et un Club Méditerranée).

Tanger est dotée de la première Société Nationale d'Aménagement Touristique. Les différentes mesures d'encouragement aboutissent au développement des infrastructures d'accueil de la ville, faisant d'elle la première ville du pays par sa capacité hôtelière jusqu'en 1977, année où elle fut détrônée par Agadir puis Marrakech. La société d'aménagement avait un programme ambitieux au départ puisqu'elle devait intervenir sur une vaste zone de 1 000 ha s'étendant le long d'une belle plage située à l'Est de la baie, avec un programme initial de 30 000 lits. Plusieurs types d'hébergement (hôtels de luxe, villages de vacances,

campings, résidences touristiques) étaient prévus autour d'un lac artificiel devant recevoir des activités sportives, le tout s'organisant autour d'une marina. La réalisation de ces projets a nécessité des investissements importants ainsi que l'acquisition -par expropriation pour utilité publique- de tous les terrains indispensables au projet.

1973 – 1983 : La côte méditerranéenne et Tanger tombent dans l'oubli

Après les premières années d'euphorie, le littoral de Tetouan est vite abandonné par les agences internationales qui se tournent vers les destinations méridionales. Il faut dire que le choix de ces sites a été fait dans une certaine précipitation et sans études préalables, les secteurs côtiers aménagés -dans la province de Tétouan- n'offrant les attraits climatiques méditerranéens qu'au cours d'une courte période estivale. De ce fait les rythmes des constructions se ralentissent dès le début des années soixante-dix pour s'arrêter définitivement à la fin de la même décennie. En 1977 une filiale, la SOGATOUR, est créée avec pour tâche la viabilisation des terrains encore vacants en vue de leur cession à des particuliers. C'est le début d'un changement de grande importance dans l'évolution de ces sociétés : les équipements réalisés ne sont plus gérés comme des établissements hôteliers ou loués à des sociétés hôtelières comme le Club Méditerranée, ils sont destinés à la vente aux particuliers, le plus souvent des nationaux.

A Tanger, L'essor touristique prévu a tourné court et le programme initial est rapidement ramené à 10 000 lits (au lieu de 30 000) sur une aire de 350 ha (à la place de 1 000 ha). A la fin des années soixante-dix, sur les 10 000 lits définitivement retenus, seuls 20 % ont été réalisés soit un peu plus de 2 000 lits. En effet, une fois le périmètre de la S.N.A.B.T viabilisé, le site connaît une dégradation environnementale et une crise commerciale. Le programme de mise en valeur touristique de la baie enregistre un taux de réalisation remarquablement faible. Le grandiose projet de Marina, élément principal de cette opération, ne verra jamais le jour. L'unique formule semblant bien prendre est celle des résidences collectives (bungalows et appartements) à louer. Les raisons de cet échec sont nombreuses. Mais les problèmes environnementaux, dus à la conception de l'aménagement lui-même de cette baie et aux conflits ayant surgi entre le tourisme d'une part et les autres secteurs économiques de la ville d'autre part, viennent en tête de ces causes (Figures 4, 5 et 5 bis en annexe).

Un premier conflit tourisme/activité portuaire entraîne la dégradation de la plage de l'Est, support du projet. Le choix de la zone d'intervention de la société a été guidé par la qualité de la plage (sable fin et calme des eaux côtières), son étendue (1 200 mètres de long sur 200 de large) et son éloignement relatif du centre-ville (4 kilomètres). Or cette plage va subir une érosion très active aboutissant à son amaigrissement poussé en matériaux sableux. Cette tendance à l'appauvrissement progressif de la plage en sable s'est accélérée en rapport avec le prolongement de la digue du port : en quelques années, trois kilomètres de plage de sable situés entre l'embouchure de l'oued Souani et le début des falaises du Cap Malabata sont détruits. Le prolongement de la digue du port, rendu nécessaire par l'augmentation continue du trafic, ignorant complètement le projet touristique en cours de réalisation en face aurait perturbé la dynamique de la circulation marine dans la baie, orientant les courants vers un mouvement agressif de transport des sédiments de plages.

Un deuxième conflit tourisme/activité industrielle pose le problème de la pollution. Le périmètre d'intervention de la S.N.A.B.T. se situe en aval de la vieille zone industrielle dite de Moghagha. Celle-ci regroupe vingt unités industrielles dépourvues d'un réseau d'assainissement et dont certaines très polluantes, comme les teintureries, rejettent leurs effluents dans l'oued Moghagha. Une deuxième zone industrielle nouvellement créée en bordure de la route de Tétouan plus en amont réunit 80 établissements bien pourvus d'un réseau d'assainissement. Mais celui-ci fonctionnant mal, plusieurs usines rejettent leurs eaux usées dans l'oued. De ce fait l'oued Moghagha est le débouché de la totalité des établissements industriels de la vieille zone industrielle et d'une partie de ceux de la nouvelle zone. Débouchant dans la baie de Tanger, là où commence le périmètre de la société, il apporte suffisamment de rejets solides et liquides pour polluer la plage. Le choix du périmètre d'intervention n'a pas tenu compte des activités économiques précédant le tourisme dans le temps et se trouvant en amont.

Un troisième problème est posé par l'envasement du lac artificiel. L'animation de la zone touristique de la baie devait s'appuyer en grande partie sur un plan d'eau créé à grands frais. Ce lac artificiel de 25 ha a été aménagé dans la partie aval de l'oued Melalah. Il était conçu pour permettre la baignade et quelques sports nautiques ainsi que pour accueillir par la suite un port de plaisance et servir d'appui à une marina (4 hôtels de 5 000 lits, casinos, résidences touristiques, palais des congrès, etc.). Or, quelque temps après son creusement, l'envasement de ce lac a commencé à partir de l'amont. L'oued Melalah venant des collines avoisinantes transporte d'importantes masses de sédiments venant se déposer dans le chenal d'entrée et combler la partie d'amont. Le versant est du lac, au relief très chahuté soumis de ce fait à une érosion intense, envoie avec les eaux de ruissellement les sédiments qui se déposent au fond du lac. Une étude d'impact aurait probablement envisagé une intervention au niveau de tout le bassin versant de l'oued Melalah. Les mesures proposées appréhendent le problème en aval et ne se préoccupent pas des interrelations avec d'autres éléments du système.

L'intervention de l'homme dans la baie de Tanger a entraîné de sérieux problèmes de dégradation du milieu dont souffre en priorité le tourisme. Cette intervention n'est ni massive (aussi bien les réalisations touristiques que les interventions industrielles ne présentent de surcharge pour l'environnement local), ni injustifiée (le projet touristique de la baie se justifie bien et l'extension du port est indispensable). Chacune de ces interventions considérées isolément n'est pas maladroite ou anarchique. Le mal vient du fait que ces interventions ont été menées séparément, sans coordination ni vue d'ensemble.

A partir de 1983, l'arrivée en force du tourisme national relance la région

Suite à ces problèmes techniques de l'aménagement de la baie de Tanger et aux difficultés de commercialisation de la côte méditerranéenne, ces deux régions d'accueil ayant misé à fond sur le tourisme international n'ont pas récolté les fruits de ce choix. Il faudra attendre le milieu des années quatre-vingt pour une relance effective des deux régions. Cette relance sera le fait du tourisme national.

En 1988, la société Maroc-Tourist met en vente une partie du parc de logements prévu pour accueillir le tourisme international : 50 appartements et 42 chalets sont ainsi cédés à des particuliers de nationalité marocaine. Cette date constitue, de ce fait, une rupture symbolique dans l'évolution du tourisme sur le littoral Nord. Le remplacement progressif de la clientèle étrangère par des touristes nationaux est accompagné d'une remise en question du type d'aménagement même qui prévalait auparavant.

Le littoral Est de la péninsule tingitane connaît à partir du début de la décennie quatre-vingt une véritable effervescence dans l'aménagement de nouveaux ensembles touristiques. Cette reprise du mouvement de constructions s'accompagne d'importantes mutations : (i) alors que les réalisations de la première génération étaient axées sur la formule du village de vacances à gestion étrangère qui représentait plus de 60% de la capacité totale de la région en 1978 et 43% en 1984, un nouveau type d'hébergement dit résidentiel (appartements, studios, chalets, villas de différents standings) s'affirme de plus en plus ; (ii) La principale destination des nouveaux programmes est la vente à des particuliers marocains ; (iii) L'apparition d'un nouveau type de promoteur, les investisseurs nationaux remplaçant de plus en plus les organismes semi publics.

L'implantation linéaire se confirme et les aménagements frappent par leur aspect fortement linéaire. Ils s'inscrivent tous dans la bande de terre comprise entre la côte et la route côtière. En matière d'aménagement des littoraux, la notion d'aménagement dite en profondeur est complètement ignorée sur le littoral méditerranéen. L'aménagement linéaire s'est accéléré à partir de cette époque et on avance aujourd'hui à grands pas vers l'urbanisation totale et continue de tout le littoral compris entre Mdiq et Rio Negro dans un premier temps et Martil et Fnideq dans un deuxième temps. Le littoral ne comporte plus que quelques rares fenêtres sur la mer. Celles-ci sont appelées à disparaître dans un avenir proche et les regards se tournent déjà au sud de Martil en direction d'Azla, d'Amsa et au delà de ces vallées de proximité en direction de Oued Laou.

Suite aux difficultés commerciales et environnementales, le projet de la baie de Tanger connaît de profondes modifications et la S.N.A.B.T. se convertit en promoteur immobilier dès 1975. Les implantations touristiques prévues ont fait place à un habitat résidentiel de villas. Ce changement de vocation de la société est destiné à rentabiliser les terrains viabilisés à grands frais. Cette modification du projet initial en transformant dans les faits une société nationale d'aménagement touristique en un simple promoteur immobilier, pose un problème juridique, l'expropriation des propriétaires d'origine ayant été menée pour cause d'utilité publique. Mais ce qui nous intéresse ici c'est le phénomène de récupération par le tourisme national d'un projet d'aménagement touristique destiné à être commercialisé sur le marché international, suite à ses déboires environnementaux.

Tous les autres projets contenus dans les dossiers de la S.N.A.B.T. sont enterrés et les riverains du lac artificiel -point fort du projet initial- réclament son comblement. Ayant bloqué momentanément le développement de la ville de Tanger vers l'Est, l'intervention de la société oriente actuellement l'extension spatiale de la ville dans cette même direction imprévue. Un véritable quartier résidentiel est né.

Depuis le lancement du contrat programme et en attendant l'entrée en vigueur de la loi du littoral, des essais ponctuels de réhabilitation

Il est bien évident que toute action destinée à réduire les impacts négatifs des aménagements touristiques sur la frange littorale, ne peut être efficace que si elle s'appuie sur des instruments juridiques et des outils d'aménagement spécifiques au littoral, deux composantes qui font encore défaut au Maroc. En attendant les textes législatifs spécifiques et surtout un concept d'aménagement des zones côtières, des actions de réhabilitation ont été relevées ici et là.

Pour le littoral méditerranéen on peut retenir trois points : le plan Madain pour la réhabilitation de Tanger et de Tétouan, le programme pour la Tamuda Bay et le débat qui s'est ouvert autour de la station de Saïdia.

Notons tout d'abord qu'il y a une volonté de dépasser les problèmes dont ont souffert jusqu'à maintenant la baie de Tanger et le littoral de Tétouan. Dans cet effort, la région bénéficie d'un atout majeur : il s'agit de l'effet bénéfique des grands projets structurants comme celui du complexe portuaire Tanger-Med et de l'intervention de professionnels internationaux sensibles à la dimension qualité. Mais ces projets de grandes envergures ne sont pas tous sans effets négatifs. Ainsi si le grand projet portuaire et ces annexes urbaines et touristiques s'est entouré de toutes les études d'impact nécessaires, l'intervention démesurée de la société espagnole FADESSA à Saïdia pose de sérieux problèmes écologiques et a suscité un vrai débat au sein de la société civile régionale et nationale sur les éventuelles retombées négatives d'un projet si grandiose. Mais l'organisation de ce débat est une première au Maroc et peut être considéré comme un point positif dans la mesure où il annonce une prise de conscience collective à propos de ces problèmes.

Le Plan Madain est un programme de requalification des anciennes destinations touristiques. Sur la côte méditerranéenne, il concerne les villes de Tanger et de Tétouan. Il s'agit d'un contrat liant quatre parties qui sont l'État, la Région, la collectivité locale et le Conseil Régional du Tourisme (CRT). Il a pour objectif de corriger et de développer la destination à partir d'une étude destinée à mettre au point un Plan de Développement Régional Touristique (PDRT). Cela suppose une connaissance très fine des problèmes et des segments prioritaires, la définition d'un produit à développer et d'une stratégie de mise à niveau et un plan d'action, hiérarchisé, périodisé et chiffré. Les besoins en investissements publics et privés et les ressources humaines nécessaires à la mise en œuvre de ce plan doivent être précisés. Le suivi de l'exécution du PDRT est confié au Conseil Régional du Tourisme qui regroupe des professionnels, des élus et l'administration et c'est aussi une première au Maroc.

Notre région est concernée par deux PDRT, celui de Tanger et Tétouan – Tamuda Bay. Identifiant Tanger comme une « destination urbaine tournée vers la mer, à la fois authentique et mythique, mais aussi internationale et avant-gardiste », le plan se donne comme objectifs une mise à niveau et un nouveau développement pour atteindre un total de

5 400 000 nuitées, soit sept fois les nuitées actuelles, 1 900 000 arrivées dans les hôtels classés, une durée moyenne de séjour de 2,8 jours, une capacité additionnelle de 22 000 lits et un taux d'occupation de 60% (48% enregistré en 2006).

Quant au littoral de Tétouan il bénéficie d'un nouvel positionnement marketing avec un label faisant référence à l'histoire : Tamuda Bay. Il est conçu comme une nouvelle destination balnéaire haut de gamme sur la Méditerranée combinant détente (Golf, Spa, remise en forme) et divertissement (animation pour famille, restauration, sports nautiques, etc.) qui se différencie des autres sites balnéaires par son rapport à la culture hispano-mauresque vivante et unique et la possibilité de découverte de la nature du Rif occidental. Les objectifs sont 1 900 000 nuitées, soit six fois les nuitées actuelles, 600 000 arrivées dans les hôtels classés, une durée moyenne de séjour de 6 jours et une capacité additionnelle de 13 700 lits ;

Saïdia ou quand un méga projet réveille les consciences

Parmi les sept stations du Plan Azur, Saïdia sur le littoral méditerranéen, est la première qui commence à prendre forme car ayant été concédée en premier (signature de la convention en août 2003 et début des travaux en avril 2004). Mais c'est aussi celle qui bat tous les records : 713 ha, 30 000 lits, 12 milliards de DH d'investissements global, 8 000 emplois directs et 40 000 indirects, 29 unités hôtelières, 12 000 lits résidentiels, marina de 700 anneaux, 3 golfs de 18 trous chacun, des commerces, services, etc. Son aménageur n'est autre que le groupe espagnol FADESA, dans un mouvement prévisible de redéploiement des capitaux espagnols vers la rive sud de la Méditerranée après la saturation de la Costa del Sol.

Selon un ancien responsable du ministère du Tourisme, le choix de cet aménageur développeur est intervenu dans un contexte de piétinement du Plan Azur qui, dans un premier temps, n'a pas attiré les aménageurs développeurs en nombre et en qualité attendus, la première convention signée avec l'aménageur devant développer la station de Taghazout au Nord d'Agadir ayant même été dénoncée. Pour relancer le programme et l'accélérer, les négociations avec FADESA, grand opérateur espagnol mais surtout dans l'immobilier, se déroulent rapidement et le groupe remporte le contrat sans difficultés. Cette transaction va redynamiser le programme puisque dans la foulée toutes les autres stations trouvent preneurs à travers des groupes internationaux de haut niveau et d'un professionnalisme sans faille dans le domaine de l'aménagement touristique. Cependant, ayant permis la relance du programme, la transaction avec FADESA va entraîner de grandes controverses qui perdurent encore aujourd'hui à propos des dégâts écologiques du chantier.

Il faut dire que le côté grandiose du projet et l'efficacité d'intervention des moyens financiers et techniques mis en œuvre contrastent avec la fragilité d'un milieu écologique qui côtoie un SIBE (Site d'Intérêt Ecologique) protégé. Par ailleurs, tout se passe comme si une attitude de laisser faire était adoptée par les responsables pour que le projet prenne forme le plus vite possible en raison de ses effets démonstratifs et d'entraînement.

On verra plus loin que les actions de diffusion des bonnes pratiques environnementales dans le domaine du tourisme font appel aux grandes chaînes hôtelières internationales arrivées récemment au Maroc et qui ont développé en interne et de façon professionnelle des stratégies environnementales. Ces professionnels sont intégrés dans les campagnes de sensibilisation et d'éducation avec l'espoir qu'ils jouent un rôle d'entraînement. Mais si ce n'est pas le cas avec le promoteur espagnol, son arrivée en force dans le domaine de l'aménagement a eu comme effet une prise de conscience de « la société civile » locale qui s'est mobilisé et l'ouverture d'un débat public à travers la presse, le réseau d'Internet, les pétitions et les manifestations de rues.

De nombreuses voix s'élèvent ainsi, dénonçant les dégâts causés à l'environnement par le groupe. On lui reproche l'arrachage de la végétation côtière qui aura un impact négatif sur les zones des plages et des dunes marines. On relève déjà ces effets sur le rivage, notamment le bas de plage, la haute plage et le piedmont nord des falaises avec des conséquences sur l'écologie et la sédimentologie. On déplore la disparition de nombreux végétaux (la juniperaie, l'Amophila Arénaria, le pistachier de l'Atlas, le genévrier rouge, etc.)

dont certains étaient endémiques. Suite à cet arrachage, 18 espèces d'oiseaux seraient aujourd'hui menacés d'extinction alors que le projet aurait déjà exterminé des milliers de tortues grecques et de chalcidès, espèce intimement liée à l'écosystème local et répertoriée dans quatre régions du monde seulement. L'emplacement du port et l'expansion de ses deux jetées constitueraient une double nuisance : sept km de côtes seraient menacés par un fort recul et les flux sédimentaires drainés à l'intérieur provoquent un ensablement excessif qui nécessitera des opérations de dragage fort onéreuses. Certes la loi du littoral n'est pas encore entrée en vigueur, mais en attendant on reproche au projet de ne pas avoir respecté les normes de protection de l'environnement contenues dans d'autres textes, en particulier l'obligation d'études d'impacts pour des projets de cette taille. Pouvoirs publics et promoteurs répètent que toutes les études d'impact ont été réalisées mais jusqu'à ce jour les écologistes réclament ces documents sans les obtenir. Sans réfuter l'éventualité de menaces, les pouvoirs publics assurent comprendre les craintes des écologistes, mais rappellent que le projet Méditerranéa Saïdia est un méga-projet national appelé à servir de moteur de croissance pour la région et qui doit générer richesse et emploi.

Bref au prix d'une sérieuse atteinte à l'environnement littoral méditerranéen, le débat public sur les choix entre le développement tout azimut et la protection de l'environnement s'est installé sur la scène publique marocaine.

2.2 La réduction de la consommation des ressources naturelles et des pollutions induites par les hébergements et activités touristiques

2.2.1 Le cadre général : la notion de tourisme responsable au Maroc

Si on déplore l'absence au Maroc d'avancées sur le plan juridique et en matière d'aménagement, il faut relever qu'un grand effort a été accompli au niveau de la sensibilisation à des comportements allant dans le sens de la réduction de la consommation des ressources naturelles. Le Maroc a dans ce domaine marqué de nombreux points.

La mise en place du Comité et de la Charte du tourisme responsable

L'initiative de la mise en place d'un Comité Marocain du Tourisme Responsable est conçue comme un accompagnement de la vision 2010. Ces principaux objectifs sont d'identifier les risques de non adéquation entre la démarche de Tourisme responsable et la réalisation des chantiers de la Vision 2010, de définir un plan d'actions, d'accompagner la mise en oeuvre des actions et leur suivi et de sensibiliser les différents acteurs du tourisme. Présidé par le Ministre du Tourisme, ce comité est composé des membres suivants : le Président de la Fédération Nationale du Tourisme (Vice-président), le Directeur Général de l'Office National Marocain du Tourisme (Secrétaire Général), le Président de l'Observatoire du Tourisme, le Président de la Fédération Nationale des Agences de Voyages, le Président de la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, le Secrétaire Général du Département du Tourisme et le Secrétaire Général de la FNT. Dès sa mise en place, ce comité s'est donné comme objectif immédiat la réalisation d'un plan d'action prioritaire qui s'est articulé autour de la mise en place de la Charte Marocaine du Tourisme responsable, l'édition d'un guide du touriste responsable et la création d'un Label du Tourisme Responsable. La charte s'appuie sur le code mondial de l'éthique du tourisme édité par l'Organisation Mondiale du Tourisme le 21 décembre 2001. Elle est déjà disponible et le comité s'y présente comme « l'entité nationale chargée d'œuvrer pour un tourisme vecteur d'un développement durable et de veiller à la préservation des valeurs sociales, culturelles et du patrimoine écologique ainsi qu'à la protection de l'identité marocaine ». Après avoir présenté le tourisme comme levier de développement socio économique et insister sur le fait que le Maroc adhère pleinement à la volonté de défendre l'éthique dans le tourisme, en essayant de concilier économie libre et éthique, économie et écologie, environnement et développement, ouverture aux échanges internationaux et protection des identités sociales et culturelles, le texte de la charte énumère différents articles qui résument les fondamentaux de cette charte. Relevons l'article 3 qui s'arrête sur « le tourisme facteur de développement durable et soucieux de l'environnement » en précisant « qu'il est du devoir de l'ensemble des acteurs du développement touristique de sauvegarder l'environnement et les ressources naturelles,

dans la perspective d'une croissance économique saine, continue et durable, à même de satisfaire équitablement les besoins et les aspirations des générations présentes et futures » pour ensuite décliner ce devoir sous la forme de recommandations tel que « l'ensemble des modes de développement touristique permettant d'économiser les ressources naturelles rares et précieuses, notamment l'eau et l'énergie, ainsi que la production des déchets seront privilégiés et encouragés par les intervenants privés ou publics du secteur touristique » ou encore « l'étalement dans le temps et dans l'espace des flux de touristes et de visiteurs ainsi qu'un meilleur équilibre de la fréquentation doivent être recherchés de manière à réduire la pression de l'activité touristique sur l'environnement et à accroître son impact bénéfique sur l'industrie touristique et l'économie locale » ou enfin, « Les infrastructures doivent être conçues et les activités touristiques programmées de sorte que soit protégé le patrimoine naturel constitué par les écosystèmes et la biodiversité et que soient préservées les espèces menacées de la faune et de la flore sauvages ». Les différents articles de la charte abordent d'autres sujets portant sur la protection du patrimoine culturel, les apports du tourisme aux populations locales, les obligations des acteurs du développement touristique, les droits des travailleurs et des entrepreneurs touristiques pour conclure à la mise en œuvre des principes de la charte du tourisme durable dans ces termes : « les acteurs privés et publics du développement touristique coopèrent dans la mise en œuvre des présents principes et se doivent d'exercer un contrôle de leur application effective. Les acteurs du développement touristique au Maroc reconnaissent le rôle du Comité Marocain du Tourisme Responsable, garant du développement du tourisme durable et responsable, et ce dans le respect des principes généraux du droit international ». Nous renvoyons pour plus de détail à la charte du tourisme responsable marocain.

Si on a repris les principaux passages de la charte c'est pour souligner l'adéquation entre les termes de cette charte et le programme de la Commission Méditerranéenne du Développement Durable, notamment ses recommandations et propositions d'actions formulées par la commission à propos du tourisme durable. On peut donc souligner que le Maroc a fait siennes ces recommandations et a mis en place une instance pour les diffuser. Il faut souligner également que les termes de cette charte sont sous forme de recommandations et qu'ils n'ont aucun caractère obligatoire. Cependant, l'action engagée ne s'est pas limitée à la définition d'une charte et à sa diffusion.

Les autres outils du tourisme responsable

La notion de tourisme responsable, une fois clarifiée, a été dotée d'outils qui devraient se déployer aussi bien au Maroc que dans les principaux pays émetteurs.

- Le Guide du Voyageur Responsable
Destiné à chaque voyageur se rendant au Maroc, ce Guide est une invitation à l'adoption de règles et de comportements destinés à faire de son voyage une expérience aussi enrichissante que citoyenne et respectueuse des valeurs locales.
- Le Label du Tourisme Responsable
Un Label « Tourisme Responsable » sera attribué à tout professionnel ayant adhéré à la Charte et respectant les principes édictés par celle-ci. Ce label encouragera ainsi l'implication des différents acteurs dans la mise en œuvre du programme « Tourisme Responsable ». Il constituera donc une première garantie pour le voyageur souhaitant associer à son expérience une démarche respectueuse des valeurs naturelles, humaines et culturelles du Maroc.
- Le Trophée du « Tourisme Responsable »
Toute performance devant être reconnue, un Trophée « Tourisme Responsable » sera créé dans le courant de l'année 2007, pour une première édition en fin d'année 2007. Ce Trophée valorise les professionnels qui concrétisent leur engagement dans le Tourisme Responsable et se décline en deux catégories (nationale et internationale), trois thèmes (Environnement - Valeurs, traditions et culture - Développement économique et social) et une dizaine de trophées (Médias, Hôtelier, TO, Agences de voyages, Transporteur, Organismes d'événements, Jeunes Entrepreneurs, ONG).

La communication

Une campagne de communication « Tourisme Responsable » a été programmée afin de sensibiliser les touristes qui se rendent au Maroc (à partir de la France dans un premier temps) en comptant sur le partenariat avec les professionnels du tourisme, au Maroc comme en France et en l'accompagnant tout au long de son voyage. Avant le départ, le guide du Voyageur Responsable devrait être distribué aux touristes se rendant au Maroc, notamment, à travers les partenaires tour opérateurs et agences de voyages. Parallèlement l'Internet serait mis à contribution pour mettre en ligne une version électronique de ce guide ainsi qu'une rubrique dédiée à cette campagne sur les sites de l'ONMT et de l'Observatoire du Tourisme. Des pochettes pour billet d'avion, des étiquettes bagages et des cartes postales seront également distribuées. Pendant le voyage, une vidéo sera diffusée dans les avions, les aéroports et les autocars. A l'arrivée du touriste, une campagne d'affichage sera mise en place dans les aéroports sur le territoire marocain ainsi qu'une distribution du Guide du Voyageur Responsable auprès des touristes arrivés au Maroc et notamment, à travers les partenaires hôteliers et agences réceptives.

A ce jour, seul le guide du touriste responsable a été diffusé, les autres supports de communication sont en cours de réalisation.

2.2.2 Les autres actions

La délocalisation du Pavillon Bleu

La Fondation Mohammed VI pour l'environnement a adhéré en 2002 à la Fondation pour l'Education à l'Environnement (FEE), ONG internationale à but non lucratif, de promotion du développement durable à travers l'éducation à l'environnement. Deuxième pays non européen après l'Afrique du Sud et premier pays arabe à adhérer à cette ONG, le Maroc à travers la Fondation Mohammed V s'est proposé de délocaliser le label du Pavillon Bleu, en essayant d'aligner les plages marocaines sur les standards internationaux par l'amélioration de la qualité de ces plages. L'obtention de cet écolabel auprès de la FEE a nécessité la mise sur pieds d'un programme national marocain « Plages Propres » : amélioration de la qualité des eaux de baignade, aménagement et gestion rigoureuse de la plage, mise en place d'activités de sensibilisation et d'éducation à l'environnement, consolidation des aspects liés à la sécurité. Le processus a été lent et difficile car le FEE n'accorde pas son label sans un contrôle rigoureux. Et c'est là tout l'intérêt de la démarche marocaine. En effet, plus que la dimension purement touristique, c'est une dimension sociale et éducative qui a été privilégiée. Le côté social part du fait qu'il y a un souci d'offrir au grand public les mêmes services que ceux auxquels prétendent les touristes. Quant à la dimension pédagogique, elle vise à sensibiliser les différents acteurs concernés à l'intérêt de l'environnement et de la qualité de vie. De ce fait des négociations serrées ont été menées avec la FEE pour adopter un processus progressif passant par une adaptation des critères au cas marocain pour ensuite augmenter progressivement les contraintes des critères. Dans un deuxième temps, la fondation a su mobiliser plusieurs acteurs au niveau local tels les collectivités et autorités locales, les gestionnaires des plages publiques, les professionnels de l'hébergement, la restauration et l'animation et des sponsors. Il y a là une dimension pédagogique indéniable. Le résultat est assez impressionnant : deux plages en 2005, deux plages en 2006, six plages en 2007 et 15 candidatures en 2008. Parallèlement une véritable émulation s'est installée parmi les collectivités locales et la fondation compte lancer le label Pavillon Bleu pour les marinas en 2009.

La gestion écologique en hôtellerie

L'un des moments forts dans le processus de mise en place du concept de « Tourisme responsable » au Maroc a été l'atelier national de Marrakech sur la « gestion écologique en hôtellerie ». Organisée le 10 janvier 2007, cette manifestation a concrétisé un intéressant partenariat entre les différents acteurs du tourisme. Sa tenue a été également une opportunité pour le Maroc de mettre en avant ses engagements internationaux, notamment ceux spécifiques au processus de Marrakech 2003, concernant le cadre décennal du programme relatif à la consommation et à la production durables. Les objectifs de la réunion

étaient la sensibilisation et la communication sur l'intérêt de la bonne gestion de l'eau, de l'énergie et des déchets et l'accompagnement des professionnels du secteur du tourisme en matière de gestion environnementale. Les gestionnaires et professionnels du secteur hôtelier étaient la principale cible de cet effort de sensibilisation.

L'intérêt de la manifestation apparaît également dans la nature des participants qui représentaient ODIT France (Observation, Développement et Ingénierie Touristique - France), le Centre d'Activités Régionales de la Production Propre (CAR/PP, Espagne), la Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement, l'Office National de l'Eau Potable, l'Office National de l'Electricité, le Centre des Energies Renouvelables et différents professionnels du tourisme (Groupe Accor, les chaînes Tikida et Hilton) ainsi que des sociétés d'équipement et de services.

Le programme de cette manifestation touchait à diverses questions relatives à l'écologie et la gestion hôtelière que nous listons ici : Les grandes lignes du plan d'action de la Méditerranée, baptisé « bonnes pratiques environnementales dans le secteur hôtelier » (Centre d'Activités Régionales de la Production Propre), Présentation des travaux du 1er atelier international sur le tourisme durable tenu à Paris les 17 et 18 septembre 2006 (Représentante du Ministère français Délégué du Tourisme), Gestion environnementale dans les projets touristiques (Direction des Aménagements et Investissements du Département du Tourisme), Informations sur les Mécanismes de Développement Propre (Département de l'Environnement), Présentation de l'Eco Label Touristique : Clef Verte (Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement), Présentation du programme du Développement du Marché marocain des chauffe-eau solaires ou PROMASOL (Centre du Développement des Energies Renouvelables - CDER / Maroc), programme d'efficacité énergétique dans l'hôtellerie (l'ONE), Communication sur les différents projets relatifs à l'économie d'eau et présentation des différentes conventions avec le Département du Tourisme (l'Office National de l'Eau Potable), témoignages des hôteliers ayant déjà instauré des démarches environnementales (Groupe ACCOR, Chaîne TIKIDA, Chaîne HILTON), Interventions de sociétés d'équipement et de services sur les nouvelles technologies en matière d'économie d'eau et d'énergie (ACORAM MAROC, ADS Maroc, ECORISMO France), Communication sur l'événement 3E « les Energies renouvelables & l'Eco construction au service de l'Environnement ».

Les recommandations, enfin, sont d'un grand intérêt pour notre problématique :

- Elaboration d'un référentiel ou cahier de charges à faire respecter par les fournisseurs et installateurs d'équipements, notamment ceux relatifs à l'énergie solaire ;
- Prolongement et consolidation de cette campagne d'information et de sensibilisation, par l'organisation de rencontres à l'échelle régionale et locale ;
- Renforcement de la concertation avec les chaînes hôtelières pour la promotion et le développement des projets MDP (Mécanismes de Développement Propre) ;
- Etude de possibilité d'octroi de dérogations aux hôteliers désireux de réaliser des projets d'investissements répondant aux normes écologiques ;
- Prise en considération de la pénurie croissante des ressources en eau dans l'aménagement des zones à caractère touristique ;
- Coordination entre les différents intervenants pour la promotion des bonnes pratiques environnementales dans les entreprises hôtelières;
- Etablissement de synergies entre les mesures incitatives et financières disponibles pour en faire bénéficier le maximum d'établissements touristiques ;
- Intégration de bonnes pratiques environnementales dans les cursus de formation aussi bien initiale que continue (établissements de formation et entreprises).

Le code d'efficacité énergétique et la vignette sur l'intérêt de l'économie de l'eau

Un autre programme en cours dans le domaine de la gestion écologique de l'hôtellerie mérite d'être mentionné. Il s'agit d'une initiative portée par le Centre de Développement des Energies Renouvelables (CDER) et le ministère du Tourisme et qui consiste en la mise au point d'un code d'efficacité énergétique. L'initiative rentre dans le cadre de la stratégie générale du secteur énergétique d'ici 2020, voire 2030, qui cible différents secteurs comme

l'habitat, le tourisme, l'éducation nationale, la santé, le transport, etc. Le chantier tourisme est assez avancé et se trouve dans la phase de validation officielle du plan d'action. C'est la raison pour laquelle nous ne pourrions informer ici que sur ses grandes lignes, le détail étant réservé à la campagne de médiatisation prévue à partir du 10 juillet 2008. Il s'agit de diverses actions visant la promotion des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique dans les établissements et entreprises touristiques. Certaines ont un caractère urgent et doivent être entreprises immédiatement, d'autres seront programmées à moyen et long termes. On peut citer en exemple quelques unes des propositions contenues dans le projet de plan d'action :

- La généralisation de l'utilisation des chauffe-eau solaires thermiques pour la production d'eau chaude et l'utilisation des lampes à basse consommation. Des objectifs quantitatifs pour ces deux actions sont en cours de définition ;
- La diffusion de circulaires rendant obligatoire la mise en place de conduits d'eau froide vers la terrasse pour un éventuel recours aux chauffe-eau solaires ;
- Pour les nouveaux établissements hôteliers, les cahiers de charges destinés aux opérateurs, maîtres d'ouvrage, entrepreneurs et architectes doivent prendre en compte les techniques d'efficacité énergétiques ;
- La communication et l'information sur les bonnes pratiques d'utilisations énergétiques parmi les acteurs du tourisme et la sensibilisation du personnel et des utilisateurs ;
- La mobilisation pour la contribution au développement du programme de code d'efficacité énergétique dans le bâtiment « CEEB » pour 2008-2012, notamment grâce aux actions suivantes : définition d'un programme d'efficacité énergétique dans le secteur hôtelier, élaboration et mise en œuvre du cadre réglementaire, élaboration de normes techniques d'efficacité énergétique pour les bâtiments (en collaboration avec les autres intervenants de l'habitat, l'enseignement supérieur et la santé, ...), équipements de Chauffage – Ventilation – Climatisation (CVC), éclairage et eau chaude sanitaire ;
- La proposition de réaliser un état des lieux et des audits énergétiques et de faire une évaluation pour avoir une idée des actions de bonnes pratiques énergétiques des pays les plus avancés ;
- Le lancement de projets pilotes passant par l'identification et la préparation de dix projets de démonstration pour les équipements et techniques d'efficacité énergétique et énergies renouvelables, la mise à leur disposition de toutes les informations et la recherche de nouveaux moyens financiers d'accompagnement.

Il s'agit donc d'une mobilisation destinée à sensibiliser et à informer les professionnels et l'ensemble des acteurs du tourisme à la gestion énergétique dans le secteur du tourisme, en proposant des accompagnements, des formations et des guides d'utilisation. Dans le but de créer une synergie avec les différents programmes, il est également proposé que la formation technique au niveau régional soit intégrée dans un autre programme que le ministère mène en partenariat avec l'ONG SBA à travers l'étude Méso-Economie (voir plus bas).

Autre secteur, autre partenariat pour l'économie de l'eau : ici c'est l'ONEP (Office National de l'Eau Potable) qui entre en jeu et le partenariat aboutit à l'édition d'une vignette sur l'intérêt de l'économie d'eau. Dans ce cas, c'est le client qui est ciblé puisque l'objectif est de le sensibiliser à l'intérêt de l'économie de l'eau, par affichage de vignettes portant des messages en différentes langues (arabe, français, anglais, allemand et espagnol) au niveau des chambres et des points d'eau. Comme pour les autres projets, l'action est progressive et, dans un premier temps, huit villes (Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Fès, Tanger, Rabat, Casablanca et Beni Mellal) ont été concernées par cette action. Cinquante mille vignettes ont été éditées et distribuées avec des affichages au niveau des chambres (salle de bain et toilettes), piscines, toilettes des locaux communs, cuisine et lingerie. Les délégations du tourisme et les inspections régionales du Ministère de l'Aménagement du Territoire National, de l'Eau et de l'Environnement ont été mises à contribution pour un suivi de l'action au niveau local et régional.

L'étude Méso-Economique du secteur du Tourisme Marocain

Il s'agit d'un ambitieux programme ayant un volet étude et un volet formation. SBA (Sustainable Business Associates, Lausanne) est une ONG Internationale qui encourage les prises en compte des dimensions environnementales et sociales dans la gestion d'entreprise au Maghreb et au Mashreq. Elle s'est associée au Département du Tourisme, au ministère de l'Aménagement du territoire, de l'Eau et de l'Environnement et au ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Formation des cadres et de la Recherche Scientifique ainsi qu'à des experts suisses, Ecosys (Economie appliquée et environnementale, Genève), pour mener une étude méso-économique portant sur le secteur du tourisme. L'étude bénéficie d'un financement du gouvernement suisse et a été programmée entre juin 2007 et juin 2008.

Il s'agit d'une évaluation économique de la dégradation environnementale au niveau du secteur du tourisme marocain. Les conséquences environnementales de l'activité touristique au Maroc sont ainsi en train d'être estimées monétairement en termes de coût de la dégradation environnementale (coûts des dommages et des inefficiences) et de coût de remédiation. Une fois terminée, elle permettra au secteur de se profiler par rapport aux coûts nationaux de dégradation de l'environnement. Dans un deuxième temps un guide des bonnes pratiques sera édité et un volet formation décliné. Les résultats de cette étude seront validés en juin 2008. En attendant, un atelier a été organisé à Rabat entre les 5 et 9 novembre 2007, au cours duquel 13 enseignants chercheurs de l'université et cadres des ministères du Tourisme et de l'Environnement ont identifié les dommages environnementaux et inefficiences du secteur du tourisme marocain. Cet atelier avait pour objectif d'orienter la stratégie du secteur du tourisme et de soutenir la prise de décision vis-à-vis des contraintes économiques et environnementales locales et ce dans le cadre du programme MESO.

La délocalisation du label Clé Verte

Géré également par la FEE, le label Clé Verte labellise les unités d'hébergement touristique qui répondent à des critères spécifiques en matière d'environnement. L'objectif est d'encourager les gérants d'hébergement touristique à adopter de bonnes pratiques environnementales et de garantir aux visiteurs un lieu de vacances où l'environnement est respecté dans la gestion au quotidien. Parmi les critères environnementaux stricts de ce programme figurent :

- la qualité de vie sur le site (nuisances sonores...);
- la gestion des déchets (tri sélectif, réduction à la source...);
- la gestion de l'eau (assainissement, entretien de l'eau des piscines...);
- la gestion de l'énergie (appareils électriques basse consommation, chauffage solaire...);
- la gestion environnementale (méthodes et produits respectueux de l'environnement pour l'entretien des espaces verts...).

Cette action est également portée par la Fondation Mohammed VI pour la protection de l'environnement qui l'a introduit officiellement au Maroc le 29 novembre 2006 en collaboration avec la FEE et le ministère du Tourisme. Son intérêt réside dans le fait que ce label s'adresse aux professionnels, alors que le Pavillon Bleu s'adressait aux collectivités locales. Là aussi la démarche se caractérise par une certaine originalité. La Fondation, en concertation étroite avec les professionnels, a voulu en faire un label pouvant tirer vers le haut le maximum d'établissements, en lieu et place d'un label élitiste réservé à une catégorie d'hôtels qui ont les moyens de se conformer aux critères du label. Pour cela l'approche a été participative et progressive. Elle est passée par les étapes suivantes :

- 1) La première phase a consisté en des réunions sous forme de remue-méninges auxquelles étaient conviés tous les acteurs concernés : ministère du Tourisme, Office du Tourisme, Fédération des hôteliers, Fédération des voyageurs, Fédération du tourisme, quelques chaînes hôtelières. Ces réunions ont abouti à la reconnaissance par tout le monde de la nécessité de protéger le critère qualité, principal capital du secteur et de délocaliser le label Clé Verte pour atteindre ce but ;

- 2) Ont suivi des négociations avec la FEE pour une adaptation des critères au cas marocain. Ce travail a été long et difficile car la nécessité de s'aligner sur les contraintes marocaines (par exemple absence de tri des déchets à la source) ne devait pas se traduire par un appauvrissement du label, ce que n'accepterait pas la FEE. Un comité national a été constitué et a pour tâche de définir ces critères, d'apporter assistance et accompagnement aux candidats pour une mise à niveau et de jouer le rôle de jury ;
- 3) Dans une troisième phase un groupe d'étude, composé essentiellement d'hôteliers dont certaines chaînes internationales qui avaient déjà intégré une démarche qualité de l'environnement dans leur management, devait travailler sur les critères retenus et leurs faisabilités. La création de ce groupe était destinée à faire adhérer les hôteliers dès le départ pour que l'introduction du label ne soit pas interprétée comme une obligation dictée d'en haut. La Fondation Mohammed VI jouait le rôle d'interface entre les deux entités : le comité national et le groupe d'étude des hôteliers. L'un des points essentiels de la démarche est l'aspect évolutif du label. Les critères retenus sont de deux catégories : des critères obligatoires et des critères optionnels mais qui sont amenés à devenir obligatoires. De même, il y a des mesures transitoires : certains équipements non conformes aux critères ne doivent pas être changés mais tout nouvel équipement acquis après l'obtention du label doit respecter ces normes. Enfin d'autres normes peuvent être implémentées progressivement ;
- 4) Une fois les critères établis, un atelier national a été consacré au lancement officiel des candidatures et une phase pilote engagée, basée sur le choix de quelques candidats. La première campagne a coïncidé avec 2008 et a abouti à l'obtention du label par dix hôtels, deux riads et une maison d'hôtes.

Ce qu'il faut retenir de l'expérience de délocalisation du label Clé Verte marocaine, c'est la démarche d'accompagnement des futurs candidats. Sur la base d'un engagement ferme des futurs candidats à se conformer progressivement aux normes selon un échéancier précis, un accompagnement est assuré de la part du comité national qui peut prendre plusieurs formes :

- Formation des managers et du personnel à la gestion environnementale,
- Audit énergétique gratuit ou bonifié,
- Base de données d'experts et d'entreprises prestataires de services qualité,
- Aide à la communication et au marketing,
- Résolution des problèmes de gestion de l'environnement pour se conformer aux normes.

Un des exemples d'accompagnement a consisté à trouver des solutions concrètes comme pour la gestion des déchets. L'un des critères de la Clé Verte impose le tri des déchets à la source. Or, ce type de gestion des ordures n'existant pas encore au Maroc, la réflexion de la Fondation et de ses partenaires a abouti à une solution socialement très intéressante : les chiffonniers, qui visitent régulièrement les poubelles des hôtels pour se livrer justement à un tri informel en récupérant tout ce qui est recyclable, ont été amenés à s'organiser sous forme de micro entreprises pour offrir de façon formelle ce service aux hôteliers, ce qui constituait une première au Maroc.

Arrivée à ce stade, la Fondation se prépare à lancer une campagne promotionnelle régionale et les demandes de candidatures commencent à arriver. L'Office National Marocain du Tourisme s'implique de façon intense et lors des 8^{ème} Assises du tourisme prévues le 14 juin à Tétouan un panel sera consacré au label Clé Verte⁵.

⁵ Un autre panel sera consacré à « la qualité et le tourisme durable »

2.3 La maîtrise de l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier

Les activités de loisirs se développent sur les littoraux marocains, nous l'avons vu, à une grande cadence et il est bien évident que certaines activités nouvelles ont un fort impact sur les espèces animales ou végétales protégées. Au Maroc, la protection de l'environnement marin et côtier n'est assurée que dans les zones protégées tels que les parcs naturels et les réserves biologiques. En dehors de ces zones, le seul espoir réside dans la future loi du littoral et son application effective. En effet ce projet de loi prévoit toute une série de règles qui vont dans ce sens (voir texte du projet de loi en Annexe 3).

3. La promotion d'un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable

3.1 Le contexte : la concurrence entre deux produits touristiques : le balnéaire et le culturel

La composante culturelle était à l'origine de l'apparition du Maroc sur le marché touristique international. Or malgré cette prédisposition au tourisme culturel et une demande non négligeable en direction de ce style, le tropisme balnéaire s'impose de plus en plus. En fait le tourisme au Maroc a été de tout temps marqué par une concurrence serrée et continue entre le tourisme culturel et le tourisme balnéaire et entre le tourisme itinérant et le tourisme de séjour et ce aussi bien au niveau de l'offre que de la demande.

Le point de départ : le produit culturel

L'entrée officielle du Maroc sur le marché touristique mondial est habituellement fixée à la deuxième moitié de la décennie 1960, lorsque le Maroc à travers le Plan de développement triennal 1965-67 a inscrit le tourisme parmi ses priorités économiques. Malgré la disponibilité des littoraux, le Maroc en tant que pays touristique devait sa renommée à l'époque tout d'abord à ses centres historiques et culturels dispersés aux quatre coins du pays et à la variété et à la beauté de ses paysages et sites. Doté de ce potentiel touristique diversifié, il vendait surtout du culturel et on pouvait supposer que le produit touristique marocain allait être diversifié dans ses formes et diffus dans ses implantations.

L'arrivée du tourisme balnéaire de masse

Mais la destination touristique Maroc allait faire face à la vague du tourisme de masse d'origine européenne qui, déferlant sur le bassin méditerranéen, touchait sa rive sud. Cette nouvelle vague va amener avec elle une demande spécifique qui a tendance à préférer un produit plus ou moins stéréotypé : le séjour balnéaire en groupes organisés et contrôlés par de puissants tours opérateurs. Très vite le tourisme marocain, malgré ses potentialités riches et variées, va basculer vers le littoral. C'est surtout à partir de la fin des années soixante-dix et tout au long de la décennie suivante que la tendance à la concentration et au tourisme sédentaire de type balnéaire s'accroît.

Les tendances futures : une concurrence serrée entre le balnéaire et le culturel

Cherchant à la fois à diversifier son offre touristique et à impulser un développement local dans les zones marginales aussi bien celles des montagnes de l'Atlas (notamment le Haut Atlas) que celles situées au sud de ce même Atlas, l'État marocain a lancé dès la fin des années soixante-dix des opérations d'aménagement touristique dans la ville de Ouarzazate précédées par quelques initiatives destinées à offrir sur le marché international de la randonnée des produits de montagne.

La montagne n'a jamais été absente du système touristique marocain et elle est approchée par le tourisme international faisant l'objet d'une fréquentation assez sensible de la part des nationaux. C'est le tourisme de randonnée qui attire le plus les visiteurs étrangers. La prospection des itinéraires date de la période du Protectorat et s'est continué depuis. On estime aujourd'hui que la plupart des itinéraires de Grande Randonnée de l'Atlas et des massifs dominant Marrakech et Béni Mellal sont reconnus et décrits. C'est dans ce cadre que se situe l'intervention volontariste de l'État visant à développer un tourisme de

randonnée avec logement chez l'habitant dans le Haut Atlas Central. Le fait le plus marquant des années quatre-vingt-dix reste cependant l'émergence du produit Grand Sud ou Sud intérieur. Partie de presque rien, Ouarzazate, petite ville du Sud saharien, qui n'offrait que quelques lits non classés, concentre aujourd'hui (avec son antenne Zagora) une capacité appréciable. L'intérêt de ces opérations c'est qu'elles ont été relayées par des initiatives locales qui se sont organisées pour répondre à une demande nouvelle. Celle-ci est parfois organisée comme dans le cas de la montagne et parfois plus ou moins spontanée comme dans le cas du désert. Aujourd'hui, demandes et offres sont en train de diffuser les effets du tourisme dans le Maroc montagnard et pré-saharien. Ce nouveau produit est essentiellement basé sur la dimension culturelle. Tout ceci est complété par des tentatives de construction d'un tourisme rural prometteur.

On peut donc supposer que la compétition entre le tourisme culturel et le tourisme balnéaire est entrain d'évoluer en faveur du tourisme culturel. A partir de 1998 et pour la première fois dans l'histoire du tourisme marocain, les arrivées dans les hôtels à Marrakech, symbole du tourisme culturel, dépassent celle d'Agadir, représentante du tourisme balnéaire. Si on y ajoute la fréquentation d'Ouarzazate et d'Errachidia, les deux destinations (Marrakech et le présahara) reçoivent désormais et selon les années entre 30 et 41% des arrivées. Quant aux nuitées, il est significatif d'enregistrer que malgré les fluctuations des arrivées, la part des nuitées des deux destinations augmente de façon significative passant de 30% en 1998 à 34% en 2001. Avec les autres destinations de l'intérieur qui attirent surtout par leurs attraits culturels le Maroc reçoit désormais plus de 54% de ses touristes pour le produit culturel et plus de 44% des nuitées. Par contre Agadir, destination phare du balnéaire et symbole du tourisme marocain, a du mal à conserver sa première place : sa part dans les arrivées et les nuitées totales ne cesse de diminuer passant respectivement de 15,4% à 10,5% et de 34,7% à 31,4%.

Il est cependant difficile d'estimer aujourd'hui la capacité du produit culturel à s'imposer pour devenir la composante principale du produit touristique marocain. En effet, les projets inscrits officiellement dans la stratégie de relance du tourisme d'ici 2010 sont axés essentiellement sur le balnéaire. Le contrat programme liant les pouvoirs publics et les professionnels avec ses ambitieux projets de stations côtières, point fort de la nouvelle stratégie, devrait bouleverser à la fois l'offre et la demande dans un sens plutôt favorable au produit balnéaire. A terme, les 130 000 lits des six nouvelles stations programmées (Plage Blanche, Taghazout, El Haouzia, Essaouira, Khmiss Sahel et Saïdia) en s'ajoutant à la capacité existante devraient porter la part du littoral dans le total de la capacité d'hébergement à 68 %, accusant davantage la littoralisation de l'économie et de l'espace tant décriée.

Il est donc extrêmement difficile d'imaginer le produit touristique sur lequel débouchera cette évolution. En attendant, l'un des résultats immédiats est un espace touristique original à la fois occupé et parcouru.

Un espace à la fois occupé et parcouru

Pour mettre en évidence cette spécificité, il faut penser à la Tunisie par exemple, où l'espace touristique est avant tout occupé par un tourisme de séjour balnéaire concentré pour 90% sur les côtes et à la Syrie ou la Jordanie où l'espace touristique est d'abord et avant tout parcouru par un tourisme itinérant. Au Maroc, on relève à la fois des régions de séjour qui n'ont rien à envier aux concentrations des régions littorales tunisiennes. Mais on y relève également des régions parcourues par le tourisme itinérant. Ceci débouche sur une carte faite de pôles et d'itinéraires. Les pôles peuvent être à la fois des lieux de séjours ou des nœuds des circuits ou les deux à la fois. Quant aux itinéraires ils relient les villes-étapes principales.

Par le biais des circuits, ce tourisme est d'abord relativement diffus. Une première forme de ce tourisme mobile est une mobilité à grand rayon à travers les grands circuits aujourd'hui classiques. Un deuxième tourisme mobile à rayon limité se traduit par une pénétration en profondeur de contrées enclavées et peu connues. Il s'agit du développement de la randonnée, soit dans les hautes vallées de la montagne (vallée des Aït Bou Guemeze), soit

dans les ergs du désert (erg Chebbi aux marges du Tafilalt et erg Chegaga en bordure de la vallée du Draa).

Mais la fréquentation du tourisme international débouche également sur une concentration et une densification de l'espace. Si la fréquentation des différents circuits et villes-étapes n'a pas beaucoup baissé, la tendance à la concentration des touristes de séjour sur le littoral est sérieuse et ce malgré la résistance de certains nouveaux pôles de l'intérieur comme Marrakech et Ouarzazate. Les investissements les plus importants continuent à s'implanter dans ces destinations et les projets les plus importants en gestation ou en cours de réalisation se localisent dans ces régions de tourisme de séjour et plus particulièrement sur le littoral.

Nous pouvons donc penser que la part du tourisme de séjour non seulement se maintiendra à son niveau actuel mais risque d'augmenter sensiblement, entraînant concentration des équipements et consommation de l'espace. Ceci débouche directement sur des problèmes d'aménagement du territoire dans la mesure où ce type de tourisme se projette par une concentration des équipements en quelques points privilégiés. Cette concentration est amenée à perdurer lorsqu'on repère les zones ayant bénéficié le plus des investissements agréés au cours de la dernière décennie.

3.2 L'élaboration de stratégies nationales et locales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable : La prospective et les scénarios du tourisme marocain d'ici 2030

De ce qui précède, il apparaît que les choix officiels en terme de produit touristique (le balnéaire) comportent de sérieuses menaces d'un aménagement déséquilibré du territoire, mais qu'en même temps les récents développements de la demande (tourisme culturel) tendent à apporter des corrections à ces déséquilibres. Les cartes de la répartition de la capacité hôtelière classée actuelle (Figures 6 et 7 en annexe) et projetée (Figure 9 en annexe), illustrent ces déséquilibres naissants.

En schématisant on peut dire que l'évolution du rapport de force entre les deux grands produits qu'offre le Maroc, le balnéaire et le culturel, aura obligatoirement des répercussions sur les projections spatiales de ce tourisme et ses retombées sur l'aménagement du territoire, l'environnement et le développement durable. Pour prospecter ce futur, il faut interpréter le présent et analyser le passé. Un raisonnement basé sur la méthode des scénarios a été proposé.

En effet, les tentatives de correction et de recadrage peuvent également émaner d'instances officielles de planification. L'une des actions les plus prometteuses dans ce sens a été l'étude de prospective réalisée par le HCP (Haut Commissariat au Plan) sur « Quel tourisme pour le Maroc en 2030 ? ».

3.2.1 La méthode

Cette instance a entamé depuis 2004 une réflexion prospective du Maroc qui se veut une démarche globale et exploratoire des futurs possibles du pays, en faisant appel à l'ensemble des acteurs politiques, économiques, sociaux et culturels et en sélectionnant certains secteurs prioritaires comme l'agriculture ou le tourisme. Pour le secteur du tourisme, la démarche part d'une analyse des tendances lourdes. Partant du principe que ce sont ces tendances lourdes qui rendent vraisemblable l'exploration du futur, le document passe en revue celles qui affectent le développement qualitatif et quantitatif de la demande touristique internationale et interne et celles qui se situent au niveau de l'offre en terme d'organisation du fonctionnement et de la production du secteur.

Pour ce qui est de la demande, elle privilégie deux grandes tendances : « (i) le développement des nouvelles technologies de communication qui augmente la capacité d'innovation fonctionnelle par la satisfaction des besoins et des demandes et (ii) l'épanouissement de systèmes d'information qui dessinent une société de la connaissance et du savoir ».

Pour ce qui est de l'offre, les deux tendances lourdes retenues sont : (i) « la globalisation des systèmes économiques poussée par un accroissement de la concurrence au niveau supranational » et (ii) « le développement durable qui apporte à la concurrence et à l'efficacité économique d'autres aspirations sociales de bien être et les contraintes d'un monde limité dans ses ressources ».

Si nous avons tenu à rapporter le détail des tendances lourdes prises en compte, c'est pour montrer à quel point différentes réflexions et différentes actions en cours aujourd'hui au Maroc aboutissent dans un mouvement de synergie vers les mêmes soucis qui rejoignent les questions d'environnement et de développement durable. L'émergence de ce dernier concept dans le tourisme est soutenue, toujours selon le document prospectif, par trois tendances :

- L'internalisation des coûts environnementaux qui est de nature à modifier les prix relatifs entre services touristiques et qui favorise donc ceux qui sont plus durables ;
- La demande qui traduit un changement de valeurs plus favorables à l'éradication de la pauvreté et à la qualité de l'environnement touristique ;
- Les nouvelles technologies qui peuvent faciliter l'avènement de produits et services touristiques plus durables.

Enfin l'argumentation évoque les quatre principaux facteurs de changement dans les marchés du tourisme marocain et qui sont :

- La saturation du tourisme « plage-soleil » sur la Costa del Sol espagnole et aux îles Canaries poussant à une certaine délocalisation du tourisme espagnol favorisée par la proximité ;
- La réduction des coûts de transport aérien et l'amélioration du réseau des autoroutes en Espagne et dans le Nord du Maroc ;
- Le volontarisme de la concertation public-privé dans le contexte de la vision 2010 qui, ajoutons le, se renforcera davantage dans celui de la Vision 2020 ;
- Un accroissement quantitatif et qualitatif du tourisme interne.

En intégrant ces facteurs de changement aux tendances lourdes de l'offre et de la demande, les auteurs de la prospective 2030 aboutissent à trois scénarios à long terme.

3.2.2 Les scénarios

Le scénario 1 ou « la route de l'expérience »

Le scénario S1 s'inscrit dans les tendances lourdes du système touristique et intègre les principaux facteurs de changement. Il repose sur le succès des stations balnéaires du Plan Azur, elles-mêmes conçues en continuité avec le développement du tourisme méditerranéen et s'inspire des expériences réussies des destinations de la rive nord en tirant profit des facteurs de changement mentionnés plus haut : saturation des rivages espagnols et amélioration des moyens de transport aériens et routiers, notamment dans le Maroc méditerranéen. Profitant de la baisse des tarifs aériens et mettant en avant les spécificités culturelles du produit Maroc, il englobe dans la zone d'attraction du pays de nouveaux foyers émetteurs comme la Chine ou l'Europe de l'Est et la Russie. Il annonce une forte croissance des arrivées des touristes internationaux mais aussi une augmentation de la demande interne, qui s'accompagne du développement rapide de la résidence secondaire.

Cette évolution suppose une politique d'accompagnement active des pouvoirs publics en concertation avec le privé, le développement soutenu de la capacité d'hébergement et une arrivée d'importants capitaux internationaux. Le tourisme joue alors un rôle moteur dans l'économie marocaine contribuant au développement de l'esprit d'entreprise. Il comporte cependant de nombreux risques de dysfonctionnement dont le plus important est l'augmentation de l'utilisation des ressources naturelles (eau, énergie, terres agricoles), une détérioration des paysages et du patrimoine, ce qui suppose une politique active des autorités territoriales pour faire face à ces risques.

Le scénario 2 ou « vers le développement durable »

Il anticipe sur la future société de la connaissance et la montée des préoccupations pour la durabilité et fait sienne l'orientation générale en Méditerranée impulsée par le Plan Bleu et son projet qui propose une prospective de coopération entre les 27 pays riverains de la Méditerranée. Cette orientation s'appuie sur les études du Plan Bleu qui ont conclu à une dégradation générale de la durabilité autour de la Méditerranée, dégradation qui nécessite un scénario de développement touristique durable basé sur une politique publique volontariste dans tous les pays méditerranéens. En effet l'adoption de ce scénario -qui propose une offre spécifique- par le Maroc de façon unilatérale ne garantira pas le succès, si les pays émetteurs ne réagissent pas à cette offre. On se rappelle ici la campagne de communication sur le tourisme responsable qui cible la clientèle française en France.

Ce scénario privilégie le tourisme intérieur et le tourisme rural dans le but d'une plus grande diffusion des retombées de l'activité et d'une meilleure protection de l'environnement. Il fait siennes les recommandations du Plan Bleu. Soit une durabilité qui s'appuie sur trois piliers : le social, l'économique et l'environnemental avec l'adoption de façon systématique de l'évaluation d'impact des projets, de la limitation de la capacité d'accueil optimale, des outils législatifs et de gestion foncière pour maîtriser l'urbanisation touristique et les sites naturels, la réhabilitation de l'environnement dans les destinations matures, etc.

Le scénario 3 ou « l'intégration méditerranéenne vers un tourisme de la connaissance »

Il se base sur une plus grande intégration économique dans le sens du co-développement avec les voisins de la rive nord et le développement de relations institutionnelles très étroites avec l'Union européenne conduisant à une intégration du Maroc dans le marché intérieur européen. Les destinations du pays moins matures que celles des pays d'Europe seront donc plus attractives pour des sociétés européennes évoluant vers la connaissance et la recherche d'une offre touristique à haute valeur ajoutée tel que le tourisme éducatif, le tourisme de recherche et le développement intellectuel. Emanant d'une demande avant tout élitiste, ce tourisme génère des flux quantitativement plus faibles (comparés à ceux du scénario 1), mais se traduisent par des revenus plus élevés. Mais la réalisation de ce scénario présuppose un changement radical dans le partenariat euro-méditerranéen qui tendrait vers l'intégration.

L'étude prospective « le tourisme au Maroc en 2030 » est un exercice intellectuel d'une grande importance pour le devenir du tourisme au Maroc et ses interactions avec le développement et l'environnement. L'intérêt de cette construction c'est qu'elle dégage une zone commune aux trois scénarios qui incorpore ce qui serait un scénario minimal de haute vraisemblance. En s'éloignant de cette zone commune, le scénario 1 développe sa spécificité de tourisme de masse, le scénario 2 de tourisme durable et le scénario 3 de tourisme de connaissance. Dans la réalité, tout se passe aujourd'hui comme si la tendance au tourisme de masse (scénario 1) tend à se corriger légèrement en empruntant aux pratiques privilégiées dans le scénario 2. En effet, toutes les actions présentées plus haut, engagées ou planifiées et destinées à l'accompagnement d'une tendance évolutive type scénario 1, empruntent aux principes du scénario 2. Par ailleurs, à la veille de l'échéance de la vision 2010, les pouvoirs publics ont lancé l'étude de la vision 2020 et tout semble indiquer que celle-ci devrait tenir compte d'un certain nombre de paramètres du scénario 2.

Enfin, si la tendance actuelle confirme plutôt le scénario 1, le lancement d'un grand programme de diversification du produit touristique, de façon concomitante avec le lancement de la vision 2010 et qui fait une place de choix au tourisme rural et au tourisme de niches et l'intégration de la composante interne dans la stratégie touristique, rappelle curieusement les deux caractéristiques fondamentales du scénario 2.

3.3 La promotion de la diversification du tourisme et un aménagement équilibré des territoires : tourisme rural et tourisme intérieur

3.3.1 La stratégie de développement du tourisme rural

Nous avons déjà souligné le développement, comme contre poids au tourisme balnéaire, d'un tourisme plus diffus en milieu rural essentiellement dans des espaces périphériques. Cependant, si le potentiel est considérable pour la mise au point et la commercialisation de produits relevant du tourisme rural, il est resté jusqu'à une date récente à l'état brut, ne faisant l'objet d'une valorisation touristique qu'exceptionnellement, suite à des initiatives individuelles sans concertation, ni montage raisonné, ni image de marque, ni canaux de commercialisation.

La situation a progressivement changé lorsque décideurs, professionnels et une partie de la société civile ont compris que le tourisme rural n'obéit pas dans son développement à la démarche suivie dans la mise en place du tourisme classique tel qu'il s'est construit au Maroc depuis la fin des années soixante. Outre le fait que le tourisme rural gagnait à être approché comme un système, alors que le tourisme classique est souvent traité comme une activité sectorielle, le tourisme rural fait appel à une multitude d'autres acteurs que ceux couramment intéressés par le tourisme classique. D'initiative avant tout locale, son développement devait être maîtrisé localement, son capital basé sur la valorisation du produit local et sa gestion rigoureusement locale. En fin de compte, les initiatives visant la mise en place d'un tourisme rural relevaient plus de la problématique de développement local en zones souvent périphériques que de celle des implantations de tourisme classique.

L'étude « stratégie de développement du tourisme rural »

Partant de ce constat, le ministère du Tourisme a prospecté ce champ en commençant par la réalisation d'une étude appelée « stratégie de développement du tourisme rural au Maroc ». L'expertise a conclu à la nécessité de développer un tourisme rural pour répondre à deux objectifs principaux, évoqués dans l'accord cadre 2001 – 2010 notamment dans l'article 13 intitulé « Développement du tourisme rural » et qui sont :

- Valoriser le produit balnéaire marocain pour le rendre plus compétitif par rapport à ses concurrents méditerranéens, en le complétant par d'autres attractions fortes et contribuer ainsi de façon déterminante à sa relance et à la réussite des objectifs de l'accord cadre en matière de tourisme balnéaire, en particulier dans les destinations où le tourisme balnéaire était soit stagnant soit en déclin ;
- participer au rééquilibrage régional du développement touristique, aujourd'hui centré sur le littoral et quelques grandes villes et contribuer efficacement à une plus large diffusion des retombées économiques et sociales du tourisme balnéaire et culturel qui sont très fortement dominants, notamment dans les zones restées relativement à l'écart.

L'approche préconisée était double :

- Une approche marketing d'une part : existe-t-il des ressources touristiques non ou mal exploitées qui puissent consolider l'attractivité des séjours balnéaires au Maroc ? Le renforcement de la satisfaction de la clientèle balnéaire sur laquelle repose la plus grande part des objectifs de développement global du tourisme au Maroc à l'horizon 2010 était clairement visé. Pour cela la question était : L'arrière-pays des stations balnéaires actuelles et futures offre-t-il des opportunités susceptibles de satisfaire les attentes des « dizaines de milliers » de touristes qui ne veulent pas se contenter de la plage ?
- Une approche d'aménagement d'autre part : le tourisme, qui a vraisemblablement contribué à accentuer le déséquilibre entre monde rural traditionnel et monde urbain moderne, peut-il inverser ou ralentir ce déséquilibre et contribuer plus significativement et de façon directe au développement du monde rural.

La stratégie de développement du tourisme rural devait réduire le décalage existant entre une demande forte émanant tant des touristes étrangers que des nationaux d'une part et, d'autre part, une offre potentielle extrêmement riche mais quasi inorganisée et donc mal connue des opérateurs touristiques et des touristes eux-mêmes. Elle était axée principalement sur les deux axes suivants :

- Structurer et valoriser un véritable produit touristique rural susceptible d'être mis en marché et fréquenté par les touristes ;
- Promouvoir et faire connaître les produits touristiques ruraux structurés tant auprès des organisations touristiques que des touristes eux-mêmes.

Ces deux démarches devaient s'accompagner de mesures institutionnelles leur permettant de se dérouler dans un cadre humain, réglementaire et institutionnel propice à leur réussite. Officiellement la stratégie est entrée en application en 2003.

L'application : l'approche territoriale

L'un des apports majeurs de cette stratégie c'est d'avoir compris que si l'on voulait enclencher un véritable processus de structuration du tourisme rural, il fallait l'organiser à l'échelon local, car c'est de là que les initiatives se manifestent et c'est la condition pour que les intéressés eux-mêmes y adhèrent. D'où l'approche territoriale originale et le concept de « Pays d'Accueil Touristique », véritable territoire de projet.

Partant de la nécessité de mutualiser le potentiel et les compétences, le Pays d'Accueil Touristique a une personnalité propre et est délimité sur la base des éléments le distinguant de ses voisins à savoir une unité physique et culturelle mais aussi une diversité du produit. Il doit se situer à proximité d'une zone d'émission et être doté d'un label. Il émane surtout d'une volonté des acteurs locaux désireux de mettre en tourisme leur espace. Il nécessite un accompagnement et une organisation de développement et de gestion. Pour cela il doit être doté de divers organes et s'appuie sur une animation spécifique (identification d'itinéraires, stages et ateliers ou la découverte interactive de la culture locale, calendrier de manifestations folkloriques, musées ethnographiques et éco-musées, valorisation du petit patrimoine rural). Il suppose des équipements et des aménagements touristiques (Maison de Pays, hébergements touristiques ruraux, restauration touristique, signalétique touristique). En résumé un Pays d'Accueil Touristique est un territoire qui n'est ni une Région, ni une Province, ni une Commune. Il peut être une partie d'une région ou d'une province ou être à cheval sur plusieurs communes : il est avant tout un territoire de projet.

Mais un Pays d'Accueil Touristique ne peut devenir effectif que s'il y a une volonté émanant des acteurs locaux pour construire ensemble une image en patrimonialisant les éléments de cet espace qui peuvent l'être et appuyer le tout sur un label de qualité, l'organiser sur le plan de l'hébergement, de la restauration et de l'animation, la promouvoir à travers une politique de communication ciblée et la vendre à travers les canaux déjà actifs pour commercialiser le produit Maroc en général.

A ce jour trois PAT sont fonctionnels, ce sont ceux de Chefchaouen, du Moyen-Atlas (autour d'Ifrane) et d'Immuzer Ida Outanane dans le Haut Atlas occidental. Trois sont en cours de construction dans le désert, le Rif et le Haut Atlas et cinq en préparation (Annexe, Figure 8).

3.3.2 La stratégie du tourisme interne

Au départ une demande réelle, mais non prise en compte

Nous avons déjà souligné l'ampleur des flux de tourisme interne à une époque où ils n'étaient pas considérés par les responsables ou les professionnels comme prioritaires. Révélés par la crise du Golfe, ces flux vont faire l'objet d'une attention particulière et font désormais partie intégrante du système touristique marocain. Une enquête datée de 2000 et organisée à l'initiative du ministère marocain du Tourisme a confirmé cette importance et a démontré que la composante interne sera l'une des tendances les plus lourdes du tourisme marocain pour les années à venir. Elle a évalué les départs à 7,5 millions pour l'an 2000 dont 75% étaient motivés par les vacances avec une durée moyenne de 16,4 nuitées. Les principaux foyers de départs sont l'axe Rabat-Casablanca, suivi de Fès, Marrakech et

Tanger-Tétouan. Les destinations de ces départs semblent légèrement changer : au Nord préféré autrefois se substituent de plus en plus les destinations méridionales comme Marrakech et Agadir. Le balnéaire demeure la première motivation (36,4%), suivi de la visite des villes (31,3%) et l'été la principale saison des départs.

Repérée dès la fin des années quatre-vingt, la dimension interne du tourisme va être intégrée dans le système touristique de manière incomplète et conjoncturelle : c'est pendant les saisons de baisse des arrivées et pendant les mauvaises années du tourisme international que le tourisme national était sollicité, soit par l'État, soit par les professionnels. Il est de ce fait traité comme complément ou comme moyen de compensation et non pour lui-même. Mais suite au déclenchement de la guerre du Golfe, les hôteliers se sont trouvés confrontés à des annulations massives du tourisme international pour les saisons d'hiver et du printemps 1991. Devant cette absence subite du touriste étranger qui n'a pas répondu présent, les hôteliers se sont tournés vers la clientèle nationale qui était toujours dans l'attente d'actions promotionnelles spécifiques. Ils se rendirent compte à cette occasion à quel point ils ignoraient tout des besoins et des attentes de cette clientèle qui se distinguait bien de la clientèle internationale. Ils se rendirent surtout compte que les aménagements réalisés jusqu'alors répondaient peu à l'attente de la majorité des touristes nationaux. Il n'est pas étonnant à ce propos de relever que seules les résidences touristiques conçues sous forme de studios dotés d'un coin - cuisine (« meublés ») et implantées à Agadir, Marrakech ou Tanger faisaient la joie de ces touristes : ces structures sont adaptées au style touristique des Marocains qui arrivent en groupes ou en familles.

L'étude « Tourisme intérieur »

C'est pour cerner au mieux cette demande sur les plans à la fois qualitatif et quantitatif et dégager les attentes de ces touristes, que l'étude « Tourisme intérieur » a été commandée par le ministère du Tourisme marocain en 2000. Elle devait permettre la mise en place d'une véritable politique de développement du tourisme interne.

Après avoir caractérisé ce tourisme, l'étude propose au Ministère une stratégie basée sur trois axes. Le premier concerne le produit dont elle cherche l'adéquation avec la demande, notamment par un soutien aux entreprises touristiques. Le deuxième s'attache à l'aménagement par le biais de l'équipement et la résolution du problème du foncier. Le troisième, enfin, renvoie à l'intermédiation (transport, commercialisation et promotion). Ces actions sont complétées par le choix de zones à développer prioritairement. Cette stratégie insiste sur la nécessité de ne pas dissocier le développement du tourisme international du tourisme national mais met en garde en même temps contre une politique qui ne considère ce dernier que comme un produit de substitution au tourisme international lorsque celui-ci ne répond pas présent.

L'hébergement touristique du Maroc, qui est largement orienté vers le tourisme international aussi bien par ses structures que par ses prix, se trouve inadapté par rapport aux besoins et attentes des touristes marocains. L'hôtel classique ne répond pas à la taille du groupe marocain en voyage, son prix est inaccessible alors que les hébergements qui seraient adaptés au Marocain manquent de qualité et sont commercialisés de façon informelle. De ce fait 75% des hébergements utilisés par les Marocains sont hors système commercial. Pour remédier à cela, l'étude propose d'initier une évolution allant vers une diminution de l'hébergement non commercial en faisant passer 10% de cette offre vers le secteur commercial. Ceci nécessite des propositions de classification et de labélisation en cinq types d'hébergements : les gîtes, villas et meublés ; les résidences de tourisme ; les villages de vacances ; les campings et l'hôtellerie familiale. Par ailleurs 35% de l'offre commerciale non classée devrait être récupérée pour en faire une capacité commerciale classée.

Les principales actions

Ce programme en faveur du tourisme interne est retenu par le Ministère qui le décline sous forme de différentes actions

L'un des handicaps au développement du tourisme interne marocain concerne son caractère informel et l'absence de canaux de distribution et de commercialisation organisée. Le résultat en est des prix destinés au client national qui sont prohibitifs alors que le touriste étranger qui arrive dans le cadre de voyages organisés bénéficie de prix très avantageux. Le ministère et l'Office National Marocain du Tourisme ont engagé en partenariat avec les professionnels une campagne appelée Kounouz Biladi (ou Trésors de mon pays). Portée par une action de communication⁶, cette campagne associe les hôteliers, les transporteurs nationaux (O.N.C.F., RAM, Regional Airlines, Compagnie de Transport Marocaine) et des agences de voyages. Commercialisés par ces dernières, les offres « tout compris » prévoyaient des réductions jusqu'à 50% au profit des nationaux à condition que le séjour soit égal ou supérieur à deux nuitées. Plusieurs éditions ont eu lieu. Les 104 établissements hôteliers participant à l'opération sont répartis dans les principales destinations touristiques (Agadir, Marrakech, Fès, Meknès, Ouarzazate, Tanger, etc.) et les agences de voyages choisies dans les principales villes émettrices (Casablanca, Rabat, Kénitra, Marrakech, Khouribga, etc.).

L'un des objectifs de cette initiative, qui était d'augmenter de 20% les nuitées réalisées par les nationaux dans les hôtels, a été atteint en 2003, le nombre des arrivées et des nuitées ayant augmenté dans les hôtels impliqués respectivement de 44 et 40 % alors qu'il n'a pas dépassé 15 et 12 % pour l'ensemble des établissements. Un autre objectif visé et largement atteint était aussi d'amener les différents opérateurs du tourisme à travailler ensemble pour proposer des offres « tout compris » destinées au touriste national. Mais l'objectif principal était pédagogique puisqu'il cherchait suite à une série de campagne entre 2003 et 2005 à sensibiliser la clientèle marocaine au rôle de l'intermédiation et à la nécessité de faire appel aux agences de voyages pour programmer et acheter un séjour touristique. L'année 2005 a connu l'aboutissement du processus de la mise en place d'une politique de promotion et de vente des séjours touristiques pour les nationaux puisque le ministère a dégagé un accompagnement pour la création de tours opérateurs destinés au marché interne avec une présélection de sept agences et le choix de trois qui, dotées du statut de tours opérateurs, bénéficient, sur la base d'un cahier de charges, d'une subvention pour la promotion de leurs offres destinées au marché interne.

Le deuxième volet de ce plan d'action est le programme Biladi (mon pays) qui s'est donné des objectifs chiffrés précis de doubler le nombre des voyages vacances vers les types d'hébergement commercial, avec une capacité de 42 000 lits répartis comme suit : 5 000 lits à travers la réhabilitation des hôtels existants, 7 000 lits à créer dans le cadre du Plan Azur, et 30 000 lits à créer à travers le Plan Biladi répartis entre 11 000 lits en résidences hôtelières et 19 000 lits en camping. Pour cela on a lancé un programme pour la réalisation de huit villages de vacances à petits prix pour les touristes nationaux et localisés dans les régions les plus fréquentées par le tourisme national tout en étant proches des grandes agglomérations à forte fréquentation touristique et faciles d'accès grâce aux infrastructures routières existantes et à venir. Trois sites sont déjà identifiés : Sidi Abed (El Jadida), Ifrane et Imi Ouaddar (Agadir), et cinq sont en cours d'identification. Celui de Imi Ouaddar est le plus avancé puisque la convention dédiée à ce site a été signée en mai 2008, l'entreprise retenue devant investir 400 millions de DH pour la création de 6 000 lits en hôtellerie et campings. Le chantier durera 36 mois, comportera une station d'épuration des eaux usées et proposera des tarifs selon les catégories d'hébergement compris entre 100 et 400 DH pour la nuitée.

⁶ 3 millions de DH pour la première édition de 2003

4. Développer la coopération méditerranéenne

Le Maroc est engagé dans une coopération méditerranéenne. Il ne s'agit pas ici de la coopération classique de type commercial et d'échange, mais d'une coopération développée dans le domaine des bonnes pratiques. Celle-ci a été initiée depuis que le concept de tourisme responsable a été introduit au pays. Sur le plan organisationnel il existe au sein de la Direction des Entreprises et des Activités Touristiques une Division des Établissements Touristiques qui comporte une Équipe Qualité. A travers ces services, le Maroc est membre du Groupe International de Travail sur le développement du Tourisme Durable (GIT/ TD) et a participé à toutes les réunions de travail et projets de ce groupe. Il alimente régulièrement le site français « Veille info tourisme », notamment en partageant des informations sur ses bonnes pratiques dans la rubrique « Développement du tourisme durable ». Il participe aux réunions régulières des hauts responsables des pays de la Méditerranée. Celle consacrée dernièrement au tourisme dans le cadre des réunions 5+5 et qui a préparé des recommandations destinées à la future Union pour la Méditerranée doit être considérée attentivement.

D'autres types de coopération doivent être relevés : celle liant la Fondation Mohammed VI et la FEE est assez exemplaires de la dynamique qui peut s'enclencher pour la délocalisation de labels de qualités environnementales et la diffusion de nouvelles valeurs parmi les responsables, les professionnels, les collectivités locales et le public ; celle esquissée dans le programme tourisme responsable qui consiste à impliquer le futur touriste avant même son arrivée à destination et qui rappelle un des éléments du scénario 2 ; celle, enfin, liant le ministère du Tourisme et l'ONG suisse Sustainable Business Associates de Lausanne (voir plus haut).

IV. PARTIE 3 LES BONNES PRATIQUES

L'habitude de mettre en avant tout en médiatisant le concept de bonnes pratiques s'installe progressivement au Maroc. Dans ce qui suit, nous avons relevé des fiches de bonnes pratiques établies et mises en ligne par l'Équipe Qualité relevant de la Division des Établissements Touristiques. Ce fut pour nous une agréable surprise de constater cette réelle prise de conscience de la part des responsables.

Tout le long de ce rapport nous avons égrené les différentes bonnes pratiques. On peut les rappeler comme suit :

- La mise en place du Comité du tourisme responsable,
- La conception et l'édition de la charte du tourisme responsable,
- Le guide du touriste responsable,
- Le Label du Tourisme Responsable,
- Le Trophée du « Tourisme Responsable »,
- Le code d'efficacité énergétique,
- Vignettes sur l'intérêt de l'économie de l'eau,
- Efficacité énergétique et généralisation des systèmes solaires pour la production d'eau chaude sanitaire et le chauffage de piscine du secteur hôtelier,
- Labellisation des établissements touristiques souhaitant instaurer une démarche environnementale,
- Séminaire national sur la gestion écologique dans l'hôtellerie,
- Edition d'un guide répertoire national des hôtels ayant intégré une démarche environnementale dans leur système de management,
- L'étude méso-économique du secteur du tourisme marocain,
- L'étude de la stratégie du développement du tourisme interne ,
- L'opération Kounouz Biladi (tourisme interne),
- Le plan Biladi (tourisme interne),
- La planification touristique : Quel tourisme pour le Maroc en 2030 – Étude prospective,
- La délocalisation du label Pavillon Bleu,

- La délocalisation du label Clé Verte,
- L'étude de la stratégie du développement du tourisme rural.

Un premier ensemble de pratiques concerne le tourisme responsable dont le leadership est porté par le ministère du Tourisme et l'Office National Marocain du Tourisme. On peut être surpris devant l'implication d'un office dont la raison d'être est avant tout la promotion du tourisme à l'étranger et non les soucis environnementaux. En fait l'office du tourisme marocain intègre l'environnement et le développement durable comme argument commercial et c'est une nouveauté.

Un deuxième ensemble de pratiques concerne l'alignement sur des standards internationaux comme les labels et il est porté par les ONG et autres composantes de la société civile, ce qui est également une particularité de cette nouvelle phase.

Enfin le ministère du Tourisme s'est engagé dans deux voies qui sont autant de bonnes pratiques. Elles concernent le développement du tourisme rural et du tourisme interne. Ce qui est à déplorer ici c'est qu'il n'y a pas d'effort de coordination ou de mobilisation d'autres administrations et instances sur ces deux axes. Nous y reviendrons en conclusion.

Afin d'éviter des redites entre la deuxième partie et cette partie, nous n'avons pas voulu reprendre tout ce qui a été développé plus haut sous la forme de fiches « bonnes pratiques ». Nous proposons donc, à titre d'exemples, cinq fiches qui ont été validées par le ministère du Tourisme.

Tableau 2 Labellisation des établissements touristiques souhaitant instaurer une démarche environnementale

Désignation de la Bonne Pratique (BP)		Labellisation des établissements touristiques souhaitant instaurer une démarche environnementale			
Pays / organisme présentant la BP		Maroc			
Destination où la BP est mise en place		Secteur de l'hôtellerie			
Classification par thème (cochez, parmi les domaines et les types d'activités suivants, ceux auxquels la BP est directement liée)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transports	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'énergie	<input checked="" type="checkbox"/> utilisation de l'eau	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	<input type="checkbox"/> Economie locale	<input type="checkbox"/> Eaux usées
<input checked="" type="checkbox"/> Education	<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<input checked="" type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Produits chimiques	<input type="checkbox"/> Construction	
Autre (précisez) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre	
CLASSIFICATION DU GROUPE DE TRAVAIL (COCHEZ LA PRIORITE DU GROUPE DE TRAVAIL A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
Enjeux mondiaux (cf. notification et agenda)					
<input type="checkbox"/> 1 Changement climatique	<input type="checkbox"/> 2 Biodiversité	<input type="checkbox"/> 3 Patrimoine culturel et naturel		<input checked="" type="checkbox"/> 4 Développement local	
COORDONNEES					
Site Internet					
Publication(s)					
Personne à contacter		M.H. KACIMI, Secrétaire Général, Département du Tourisme. Email : hkacimi@tourisme.gov.ma			
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
<ul style="list-style-type: none"> - Fondation Mohammed VI pour la protection de l'Environnement - Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale - Office National Marocain du Tourisme - Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière 					

Tableau 3 Description de la BONNE PRATIQUE

Description détaillée (quels sont les éléments qui rendent cette BP particulièrement intéressante ?), par exemple :
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation à la protection de l'environnement, • Reconnaissance des établissements engagés dans une démarche environnementale par l'attribution d'un label environnemental, • Satisfaction et attirance des touristes. <p>Détails de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Département du Tourisme a participé à la démarche adoptée pour l'implémentation du Label international des établissements touristiques "La Clef Verte" délocalisé par la Fondation Mohamed VI. <p>Plusieurs étapes ont été franchies, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Présentation du label et de ses critères aux différents partenaires de la Fondation. – Tenue d'un atelier international de lancement officiel du programme "Clef Verte" au Maroc en invitant les coordinateurs internationaux et des hôteliers ayant tiré profit de ce label. – Adaptation des critères du label au contexte marocain (en cours).
Aspects économiques et financiers
Contrôle des activités,
Résultats / Enseignements tirés
Possibilités de répliation (conditions dans lesquelles cette BP est susceptible d'être répliquée)

Tableau 4 Vignettes sur l'intérêt de l'économie de l'eau

Désignation de la Bonne Pratique (BP)	Vignettes sur l'intérêt de l'économie de l'eau				
Pays / organisme présentant la BP	Maroc – Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale en partenariat avec le Ministère, de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement et la Fédération Nationale d'Industrie Hôtelière				
Destination où la BP est mise en place	Hôtels et villages de vacances				
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transports	<input type="checkbox"/> Utilisation de l'énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'eau	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	<input checked="" type="checkbox"/> Economie locale	<input type="checkbox"/> Eaux usées
<input checked="" type="checkbox"/> Education	<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Produits chimiques	<input type="checkbox"/> Construction	
Autre (précisez) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input type="checkbox"/> Plan d'action	<input checked="" type="checkbox"/> Partenariat :	Autre :	
Classification du GROUPE DE TRAVAIL (cochez la priorité du groupe de travail à laquelle la BP est liée)					
Enjeux mondiaux (cf. notification et agenda)					
<input type="checkbox"/> 1 Changement climatique	<input type="checkbox"/> 2 Biodiversité	<input type="checkbox"/> 3 Patrimoine culturel et naturel		<input checked="" type="checkbox"/> 4 Développement local	
COORDONNEES					
Site Internet	www.tourisme.gov.ma				
Publication(s)					
Personne à contacter	Mme CHAOUNI, chef projet Qualité au Département du Tourisme, email : lchaouni@tourisme.gov.ma				
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
<ul style="list-style-type: none"> - Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale (Direction des Entreprises et Activités Touristiques, délégations du tourisme), - Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement (Direction de la Direction du Partenariat, de la Communication et de la Coopération, inspections régionales), - Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière (FNIH), - Office National de l'Eau Potable (ONEP) 					

Tableau 5 Description de la BONNE PRATIQUE

<p>Description détaillée (quels sont les éléments qui rendent cette BP particulièrement intéressante ?), par exemple : Objectif : Sensibilisation des clients sur l'intérêt de l'économie de l'eau, par affichage de vignettes portant des messages en différentes langues (arabe, français, anglais, allemand et espagnol) au niveau des chambres et des points d'eau. Détails de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Huit villes ont été concernées par cette action (Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Fès, Tanger, Rabat, Casablanca et Beni Mellal) ; • Conception, édition et distribution de 50 000 vignettes ; • Affichage au niveau des chambres (salle de bain et toilettes), piscines, toilettes des locaux communs, cuisine et lingerie ; • Implantation et suivi : délégations du tourisme, associations régionales de l'industrie hôtelière et inspections régionales (pour distribution des vignettes et suivi de l'action).
<p>Aspects économiques et financiers, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financement : cofinancement entre le Département du Tourisme et le Ministère de l'Aménagement du territoire, de l'Environnement et de l'Eau (30.000 DHS) ; • Préparation et mise en œuvre : 4 mois.
<p>Contrôle des activités, par exemple: Evaluation de l'action pour amélioration (en cours).</p>
<p>Résultats / Enseignements tirés En cours d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vérifier le nombre et la répartition géographique d'établissements ayant affichés ces vignettes, • Evaluer le message de la vignette auprès des hôteliers et des touristes (lisibilité, contenu des messages).
<p>Possibilités de répliation (conditions dans lesquelles cette BP est susceptible d'être répliquée)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Généralisation de l'action à l'échelle nationale en prenant en considération les propositions d'amélioration de la dite action ; • Généralisation de l'action pour tous les autres types d'établissements touristiques ; • Répliation de cette action pour l'économie de l'énergie.

Tableau 6 Efficacité énergétique et généralisation des systèmes solaires pour la production d'eau chaude sanitaire et le chauffage de piscine du secteur hôtelier

Désignation de la Bonne Pratique (BP)		Efficacité énergétique et généralisation des systèmes solaires pour la production d'eau chaude sanitaire et le chauffage de piscine du secteur hôtelier			
Pays / organisme présentant la BP		MAROC/ CDER			
Destination où la BP est mise en place		CDER			
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transports	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'énergie	<input type="checkbox"/> Utilisation de l'eau	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	<input type="checkbox"/> Economie locale	<input type="checkbox"/> Eaux usées
<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Communication	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Produits chimiques	<input type="checkbox"/> Construction	
Autre (précisez) :				
Type d'activité					
<input checked="" type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input type="checkbox"/> Plan d'action	<input checked="" type="checkbox"/> Partenariat	<input checked="" type="checkbox"/> Autre Equipement énergétique.....	
CLASSIFICATION DU GROUPE DE TRAVAIL (COCHEZ LA PRIORITE DU GROUPE DE TRAVAIL A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
Enjeux mondiaux (cf. notification et agenda)					
<input checked="" type="checkbox"/> 1 Changement climatique	<input type="checkbox"/> 2 Biodiversité	<input type="checkbox"/> 3 Patrimoine culturel et naturel		<input type="checkbox"/> 4 Développement local	
COORDONNEES					
Site Internet		www.cder.org.ma			
Publication(s)					
Personne à contacter					
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
Centre de Développement des Énergies Renouvelables (CDER)					

Tableau 7 Description de la BONNE PRATIQUE

<p>Description détaillée (quels sont les éléments qui rendent cette BP particulièrement intéressante ?), par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques, portée, durée de développement et composantes du projet - rôle des parties prenantes <p>Généralisation des systèmes solaires de production d'eau chaude sanitaire aux hôtels marocains afin de contribuer à l'optimisation de la facture énergétique, l'amélioration de la compétitivité de l'industrie hôtelière, la mobilisation de ressources locales. Cette BP bénéficiera des acquis du marché actuel : Fonds de garantie des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique –FOGEER- avec les composantes techniques et financières : qualité, promotion et communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lancement du projet : raisons et modalités du lancement, acteurs impliqués, autres parties prenantes (collectivités, entreprises partenaires, autorités publiques, organismes ou institutions) <p>Le fonds de garantie FOGEEER est lancé en partenariat avec DAR ADDAMANE, l'Association Professionnelle des Sociétés de Financement (APSF), la Fédération des hôteliers, l'Association Marocaine de l'Industrie Solaire, le Ministère de l'Energie et des Mines, l'ONE,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durabilité sur le plan environnemental : Contribution à la protection des zones naturelles (contribution financière, soutien des organismes locaux...) – Moyens d'éducation et d'interprétation (actions d'éducation et de sensibilisation destinées aux visiteurs internationaux et nationaux, aux collectivités locales...) - Pratiques écologiques dans les équipements, établissements et services touristiques (déchets, eau, énergie, transports...) <p>Substitution de l'énergie classique : fuel, gasoil, électricité par l'énergie solaire.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durabilité sur le plan social : implication de la collectivité dans la programmation, le développement et la gestion des opérations (possibilités d'emploi et perspectives de carrière pour les recrutés locaux, programmes de renforcement des capacités et de formation) <p>Renforcement et pérennité d'un réseau de distribution et d'entretien local de services énergétiques de proximité.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durabilité sur le plan économique : Activités de vente et de promotion, méthodes et réseaux, type d'informations (services, aspects liés à la durabilité...), évaluation de l'efficacité commerciale - liens : coopération avec les prestataires de service locaux (biens, services) <p>L'activité solaire thermique au niveau du secteur hôtelier permettra d'installer 20 000 m² de capteurs solaires thermiques, la génération d'un CA de 90 Mdh dans le cadre du fonds FOGEEER.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réglementation des activités touristiques : législation existante relative aux activités touristiques (incitations/restrictions), codes de conduite ou système de certification adopté <p>Incitation aux touristes à recourir aux hôtels ayant intégré cette approche dans leurs plans d'investissement</p> <p>Aspects économiques et financiers, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financement : coûts et sources de financement – études de faisabilité • Viabilité : conditions actuelles et perspectives de viabilité et de rentabilité (taux de rentabilité financière, sensibilité aux variations du marché, taux de retour des visiteurs, etc.) <p>Le fonds de garantie FOGEEER fournit un appui technique et financier pour la réalisation des projets solaires thermiques aux hôtels :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prise de charge des études de faisabilité technico-économiques, • L'ingénierie financière, • La prise en charge de garanties de crédit à 70%, • Bonification des taux de sortie leasing, • L'ingénierie technique nécessaire à la réalisation des projets. <p>Ces projets bénéficieront des acquis réalisés dans le cadre du programme Promasol : certification des produits, agrément d'installateurs, GRS, CPS type, télésuivi,...</p> <p>Contrôle des activités, par exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Activités de suivi pour évaluer les performances et l'impact sur les plans environnemental, social et économique - indicateurs • Rendre compte : création de mécanismes de rapport et de retour d'information, implication et information des employés, des entités locales et d'autres partenaires - transparence <p>Le suivi effectué dans le cadre de la GRS ou le télésuivi est l'outil concret de vérification de performances des installations, énergie solaire produite, énergie classique évitée, quantité de CO2 évitée...</p> <p>Résultats / Enseignements tirés (positifs ou négatifs), par exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problèmes rencontrés et solutions • Résultats obtenus (en termes quantitatifs et qualitatifs) • Enseignements tirés : pratiques commerciales, gestion des ressources humaines et naturelles, marketing, protection de la nature/culture, évolutions sociales et économiques locales, renforcement des capacités, etc. <p>Nécessité de sensibilisation des hôteliers sur l'intérêt économique et écologique de la technologie solaire thermique ;</p> <p>Communication adaptée pour démontrer la maturité de la technologie, des projets réalisés et de l'offre sur le marché national.</p> <p>Possibilités de répliation (conditions dans lesquelles cette BP est susceptible d'être répliquée)</p> <p>Le fonds de garantie FOGEEER est toujours opérationnel.</p>

Tableau 8 Séminaire national sur la Gestion Écologique dans l'Hôtellerie

Désignation de la Bonne Pratique (BP)		Séminaire national sur la Gestion Écologique dans l'Hôtellerie			
Pays / organisme présentant la BP		Maroc – Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale en partenariat avec le Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement et la Fédération Nationale d'Industrie Hôtelière			
Destination où la BP est mise en place		Sensibilisation des responsables hôteliers			
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transports	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'eau	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	<input type="checkbox"/> Economie locale	<input type="checkbox"/> Eaux usées
<input type="checkbox"/> Education	<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Produits chimiques	Construction	
Autre (précisez) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input type="checkbox"/> Plan d'action	<input checked="" type="checkbox"/> Partenariat	Autre	
CLASSIFICATION DU GROUPE DE TRAVAIL (COCHEZ LA PRIORITE DU GROUPE DE TRAVAIL A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
Enjeux mondiaux (cf. notification et agenda)					
<input type="checkbox"/> 1 Changement climatique	<input type="checkbox"/> 2 Biodiversité	<input type="checkbox"/> 3 Patrimoine culturel et naturel	<input checked="" type="checkbox"/> 4 Développement local		
COORDONNEES					
Site Internet		www.tourisme.gov.ma , www.matee.gov.ma			
Publication(s)					
Personne à contacter		Mme Loubna CHAOUNI / Mlle Salma CHEKKOURI, Équipe Qualité, Direction des Entreprises et Activités Touristiques			
PARTICIPANTS					
(NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
<ul style="list-style-type: none"> – Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale, – Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement, – Fédération Nationale d'Industrie Hôtelière (FNIH), – ODI France (Observation, Développement et Ingénierie Touristique), – Centre d'Activités Régionales de la Production Propre (CAR/PP, Espagne), – Fondation Mohammed VI (label Clef Verte), – Office National d'Eau Potable (ONEP), – Office National d'Électricité (ONE), – CDER (Centre des Énergies Renouvelables), – Groupe Accor, Chaîne Tikida, Chaîne Hilton, – Sociétés privées d'équipement et de service (Acoram, Ecorismo,). 					

Tableau 9 Description de la Bonne Pratique

<p>Description détaillée (quels sont les éléments qui rendent cette BP particulièrement intéressante ?), par exemple :</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sensibiliser et communiquer sur l'intérêt de la bonne gestion de l'eau et de l'énergie ; – Assurer un accompagnement des professionnels du secteur du tourisme. <p>Cible :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Gestionnaires et professionnels du secteur hôtelier. <p>Thèmes d'intervention du séminaire :</p> <p>Communication sur les démarches environnementales entreprises dans le secteur touristiques par nos partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation des grandes lignes du plan d'action de la Méditerranée baptisé "bonnes pratiques environnementales dans le secteur hôtelier" par le Centre d'Activités Régionales de la Production Propre.* • Communication sur les travaux du 1^{er} atelier international sur le tourisme durable tenu à Paris les 17 et 18 septembre 2006, par la représentante du ministère français délégué du Tourisme. • Présentation de l'Éco Label Touristique : Clef Verte, proposé par la Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement. • Présentation concernant le Programme du Développement du Marché marocain des chauffe-eau solaires (PROMASOL) éditée par le Centre de Développement des Énergies Renouvelables (CDER / Maroc). • Présentation du projet du Code d'efficacité énergétique dans l'hôtellerie (CDER Maroc et ONE). • Communication de l'ONEP sur les différents projets relatifs à l'économie d'eau et présentation des différentes conventions avec le département du tourisme. • Intervention de la Direction des Aménagements et d'Investissement (Département du Tourisme) : gestion environnementale dans les projets touristiques. • Témoignages des hôteliers ayant déjà instauré des démarches environnementales. • Interventions de quelques sociétés d'équipement et de services sur les nouvelles technologies en matière d'économie d'eau et d'énergie. <p>*: Programme des Nations Unies pour l'environnement, Plan d'action pour la Méditerranée Centre d'Activités Régionales pour la Production Propre (CAR/PP), www.cprac.org</p>
<p>Aspects économiques et financiers, tels que :</p> <p>Cofinancement : Département du Tourisme et Département de l'Environnement avec la participation de la FNIH.</p>
<p>Contrôle des activités, par exemple:</p>
<p>Résultats / Enseignements tirés (positifs ou négatifs), par exemple:</p> <p>Recommandations :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1-Élaboration d'un référentiel ou cahier des charges, à faire respecter par les fournisseurs et installateurs d'équipements notamment ceux relatifs à l'énergie solaire. 2-Prolongement et consolidation de cette campagne d'information et de sensibilisation par l'organisation de rencontres à l'échelle régionale et locale. 3-Renforcement de la concertation avec les chaînes hôtelières pour la promotion et le développement des projets MDP (Mécanismes de Développement Propre). 4-Étude de possibilité d'octroi de dérogations aux hôteliers désireux de réaliser des projets d'investissements répondant aux normes écologiques. 5-Prise en considération de la pénurie croissante des ressources en eau dans l'aménagement des zones à caractère touristique. 6-Coordination entre les différents intervenants pour la promotion des bonnes pratiques environnementales dans les entreprises hôtelières; 7- Établissement de synergies entre les mesures incitatives et financières disponibles pour en faire bénéficier le maximum d'établissements touristiques. 8-Intégration de bonnes pratiques environnementales dans les cursus de formation aussi bien initiale que continue (établissements de formation et entreprises).
<p>Possibilités de réplcation (conditions dans lesquelles cette BP est susceptible d'être répliquée)</p> <p>Régionalisation de l'action</p>

Tableau 10 Edition d'un guide répertoire national des hôtels ayant intégré une démarche environnementale dans leur système de management

Désignation de la Bonne Pratique (BP)	Edition d'un guide répertoire national des hôtels ayant intégré une démarche environnementale dans leur système de management				
Pays / organisme présentant la BP	Maroc – Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale en partenariat avec le Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement et la Fédération Nationale d'Industrie Hôtelière				
Destination où la BP est mise en place	<ul style="list-style-type: none"> - Etablissements hôteliers - Touristes - Tours opérateurs et agence de voyages 				
CLASSIFICATION PAR THEME (COCHEZ, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transports	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisation de l'eau	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	<input type="checkbox"/> Economie locale	<input checked="" type="checkbox"/> Eaux usées
<input checked="" type="checkbox"/> Education	<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<input checked="" type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Produits chimiques	<input type="checkbox"/> Construction	
Autre (précisez) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input type="checkbox"/> Plan d'action	<input checked="" type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre	
CLASSIFICATION DU GROUPE DE TRAVAIL (COCHEZ LA PRIORITE DU GROUPE DE TRAVAIL A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
Enjeux mondiaux (cf. notification et agenda)					
<input type="checkbox"/> 1 Changement climatique	<input type="checkbox"/> 2 Biodiversité	<input type="checkbox"/> 3 Patrimoine culturel et naturel		<input checked="" type="checkbox"/> 4 Développement local	
COORDONNEES					
Site Internet	www.tourisme.gov.ma et www.matee.gov.ma				
Publication(s)	Édition du guide				
Personne à contacter	Mme CHAOUNI, Département du Tourisme, email : lchaouni@tourisme.gov.ma et Mme M'SSARI, email : amelmssari@yahoo.fr Département de l'Environnement				
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					
<ul style="list-style-type: none"> - Direction des Entreprises et Activités Touristiques, (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale) - Direction de la Direction du Partenariat, de la Communication et de la Coopération (Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement) - Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière (FNIH) 					

Tableau 11 Description de la Bonne Pratique

<p>Description détaillée (quels sont les éléments qui rendent cette BP particulièrement intéressante ?), par exemple :</p> <p>Objectifs de l'Action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prospecter le niveau d'implication des professionnels hôteliers dans la protection de l'environnement ; • Faire connaître les efforts déployés par les établissements hôteliers ; • Sensibiliser et faire adhérer les établissements n'ayant pas encore intégré cette démarche dans leur système de management ; • Améliorer l'image de marque de l'industrie hôtelière marocaine. <p>Etapas de réalisation de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration d'un questionnaire détaillée en deux parties : <ul style="list-style-type: none"> – partie 1 : informations générales sur l'hôtel, – partie 2 : informations spécifiques aux efforts déployés par l'hôtel sur les systèmes d'installations relatifs à l'économie de l'eau, de l'énergie et la bonne gestion de déchets). • Diffusion du questionnaire aux établissements hôteliers par le réseau de partenaires (Associations Régionales de l'Industrie Hôtelière, Inspection Régionales de l'Environnement et les Délégations du Tourisme) avec possibilité de téléchargement du questionnaire à partir des sites web des deux départements. • Collection et dépouillement des résultats des questionnaires. • Édition du guide répertoire (en cours).
<p>Aspects économiques et financiers, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financement : pris en charge par le ministère de l'Environnement. • Viabilité : mettre à disposition des touristes, agences de voyages et tours opérateurs un guide répertoire des établissements ayant intégré une démarche environnementale.
<p>Contrôle des activités :</p>
<p>Résultats / Enseignements tirés (positifs ou négatifs), par exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Pour la 1^{ère} édition, le nombre des établissements répondant à cette action est limité ; – Vu le nombre limité des répondants, on prévoit la régionalisation de l'action par l'implication réelle des délégations du tourisme et des inspections régionales au niveau de chaque région ; – Mise à jour annuelle de ce guide répertoire.
<p>Possibilités de réplification (conditions dans lesquelles cette BP est susceptible d'être répliquée)</p>

V. CONCLUSION ET RECOMMANDATION

Arrivé à ce stade de l'analyse, on ne peut que constater que le développement du tourisme au Maroc est aujourd'hui à la croisée des chemins.

Ce tourisme fait l'objet d'une relance réelle et donne les signes d'une reprise sûre, mais en même temps comporte des signes de fragilités et des risques de dysfonctionnements. Il a fait des choix clairs et précis de l'option du tout balnéaire comme principal produit et option considérée comme la seule voie pour replacer le Maroc sur le marché international. Mais en même temps, de sérieuses interrogations se développent à propos de ce choix, des réflexions prospectives tentées par des choix plus souples et plus alternatifs s'organisent et des contestations de la société civile des éventuelles retombées environnementales de ces choix émergent. Il lâche les brides aux grandes multinationales qui sont en train de façonner des littoraux entiers, mais en même temps fait preuve d'un activisme salutaire dans le domaine du tourisme responsable en direction des professionnels et de la clientèle. Il ferme les yeux sur la durcification des littoraux et des paysages et met en veilleuse une salutaire loi sur les littoraux ; en même temps il engage des opérations très originales pour introduire des labels internationaux de qualité. On peut multiplier les exemples de contradictions apparentes qui sont en fait autant d'interrogations à propos du futur qui accompagne une nécessaire remise du Maroc sur les marchés du tourisme.

Ce processus destiné à replacer le Maroc sur le marché international devrait selon ses concepteurs passer obligatoirement par le balnéaire. C'est là une option qui peut se défendre mais qui contient en elle-même de sérieux risques de dysfonctionnements et de dérapages. On relève tout autour de la Méditerranée des réussites commerciales certes spectaculaires mais qui sont accompagnées par des conséquences dramatiques sur l'environnement. La carte de la Figure 9 (en annexe) montre une concentration assez

inquiétante sur le littoral méridional de l'offre qui sera accompagnée de toutes les conséquences que l'on sait. Ces dommages collatéraux sont-ils vraiment incontournables ? En même temps, ce choix du tout balnéaire est accompagné par des actions qui se veulent alternatives avec le développement de véritables niches dans l'intérieur et d'autres qui interviennent aux niveaux des comportements responsables. Est-ce une véritable politique globale qui se corrige au fur et à mesure de son application ? Ou bien est-ce un simple alibi environnemental, culturel et social pour maquiller l'option principale et la rendre plus présentable ? Il est difficile de répondre à ces questions à partir des éléments dont on dispose. Mais voulant être optimistes nous optons pour une explication qui fait intervenir un souci de correction et de recadrage.

Dans ce sens s'il y a une recommandation générale à formuler elle se situerait entre ces contradictions. C'est en fait la fameuse zone commune aux trois scénarios de l'étude prospective « Tourisme 2030 ». En effet, vu l'ampleur des investissements en cours et des efforts qui ont été mobilisés dans le cadre de la vision 2010, il est pratiquement impossible aujourd'hui de faire marche arrière pour abandonner le scénario 1 « la route de l'expérience ». Mais il est très possible d'emprunter plusieurs éléments au scénario 2 « vers le développement durable » et au scénario 3 « l'intégration méditerranéenne vers un tourisme de la connaissance » pour corriger le scénario 1 et le faire infléchir vers des situations proches des deux autres scénarios. En fait en examinant l'évolution en cours, on se demande si ce n'est pas ce qui est entrain de se passer. C'est probablement cette ambivalence et cette hésitation entre différents modèles qui expliquent ces contradictions.

Les responsables du tourisme au Maroc ont, semble-t-il, compris et intégré la nécessité d'appréhender le tourisme comme un système qui implique plusieurs acteurs. Les différentes bonnes pratiques relevées et qui impliquent différentes instances à côté du ministère du Tourisme l'attestent ainsi que les méthodes suivies pour introduire au Maroc les deux labels Pavillon Bleu et Clé Verte. Mais il nous semble qu'un effort supplémentaire doit être fourni à cet égard. L'exemple le plus frappant concerne les tentatives de développement du tourisme rural. La stratégie mise au point fait appel dans sa conception à la multiplicité des acteurs, alors que dans les faits, le ministère du Tourisme mène ses actions sans faire appel au département de l'Agriculture. Dans sa réflexion prospective du Maroc qui se veut une démarche globale et exploratoire des futurs possibles du pays, le Haut Commissariat au Plan a réalisé deux études, l'une portant sur le tourisme dont on a rendu compte ici et l'autre sur l'agriculture. Les scénarios 2 et 3 de la prospective tourisme retiennent l'option développement du tourisme rural et le scénario 3 de la prospective agricole insiste sur le tourisme rural pour le développement des campagnes. Or, aucun lien n'est établi entre les deux prospectives même si elles se recoupent.

La protection du littoral est de plus en plus présente dans le discours officiel et le débat national sur l'aménagement territorial de 2000 lui a consacré une large part. Une loi sur le littoral a été rédigée et apporte des réponses judicieuses à plusieurs menaces qui pèsent sur ce littoral. Mais le retard apporté à sa promulgation est tout simplement incompréhensible. Si cette loi tarde encore à sortir, les atteintes portées à ce milieu fragile mais essentiel pour le pays, auront atteint un degré d'avancement tel que la loi deviendra inutile. Il ne reste plus qu'à espérer que sa mise en application interviendra avant ce point de non retour.....

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Berriane (M) et Laouina (A) (sous la direction), (1993) - Aménagement des littoraux et évolution des côtes, l'environnement des côtes marocaines en péril. Publications du CNGM
- Berriane (M), (1993) - Le tourisme des nationaux au Maroc (une nouvelle approche du tourisme dans les pays en développement), Annales de Géographie, n° 570 (mars-avril 1993), pp. 131-161, Paris.
- Berriane (M), (1996) - Environmental Impact of Tourisme along the Moroccan Coast, in The North African Environment at Risk, State, Culture, and Society in Arab North Africa, Westview Press, pp. 241-254
- Berriane (M) et Popp (H) (sous la direction) (1999) Le tourisme dans les pays du Maghreb : diversification et effets sur le développement local, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat, Série colloques et séminaires, Vol. 77
- Haut Commissariat au Plan – Maroc (2006) Prospective Maroc 2030 – Quel tourisme pour le Maroc ?
- Haut Commissariat au Plan – Maroc (2006) Prospective Maroc 2030 – Agriculture 2030, Quel avenir pour le Maroc ?
- Plan Bleu, (2005) Dossier sur le tourisme et le développement durable e, Méditerranée, PNUE/PAM

VII. SIGLES

CAR/PP	Centre d'Activités Régionales de la Production Propre - Espagne
CDER	Centre de Développement des Énergies Renouvelables
CEEB	Code d'efficacité énergétique dans le bâtiment
CGEM	Confédération Générale des Entreprises du Maroc
CRT	Conseil Régional du Tourisme
CTM	Compagnie de Transport Marocaine
CVC	Chauffage – Ventilation – Climatisation
Ecosys	Économie appliquée et environnementale - Genève
FEE	Fondation pour l'Éducation à l'Environnement
FNT	Fédération Nationale du Tourisme
GIT/ TD	Groupe International de Travail sur le développement du Tourisme Durable
HCP	Haut Commissariat au Plan
MDP	Mécanismes de Développement Propre
O.N.C.F	Office National des Chemins de Fer
ODIT	Observation, Développement et Ingénierie Touristique - France
ONEP	Office National de l'Eau Potable
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONMT	Office National Marocain du Tourisme
PDRT	Plan de Développement Régional Touristique
RA	Regional Airlines
RAM	Royal Air Maroc
S.A.T	Société Africaine du Tourisme
S.N.A.B.T	Société Nationale d'Aménagement de la Baie de Tanger
SBA	Sustainable Business Associates - Lausanne
SDAUL	Schémas Directeurs d'Aménagement Urbain
SIBE	Site d'Intérêt Biologique et Écologique
SOGATOUR	Société générale d'aménagement touristique

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Part des principales nationalités européennes et de l'Europe dans son ensemble dans les arrivées des touristes étrangers et les nuitées hôtelières (2007)	315
Tableau 2 Labellisation des établissements touristiques souhaitant instaurer une démarche environnementale	345
Tableau 3 Description de la BONNE PRATIQUE	346
Tableau 4 Vignettes sur l'intérêt de l'économie de l'eau.....	346
Tableau 5 Description de la BONNE PRATIQUE	347
Tableau 6 Efficacité énergétique et généralisation des systèmes solaires pour la production d'eau chaude sanitaire et le chauffage de piscine du secteur hôtelier	347
Tableau 7 Description de la BONNE PRATIQUE	348
Tableau 8 Séminaire national sur la Gestion Écologique dans l'Hôtellerie	349
Tableau 9 Description de la Bonne Pratique	350
Tableau 10 Edition d'un guide répertoire national des hôtels ayant intégré une démarche environnementale dans leur système de management	351
Tableau 11 Description de la Bonne Pratique	352

IX. ANNEXES

1. Annexe 1 Figures

Figure 1 Potentiel touristique



Figure 2 Evolution des arrivées (1962-2006)



Figure 3 Les chantiers du tourisme (2007)

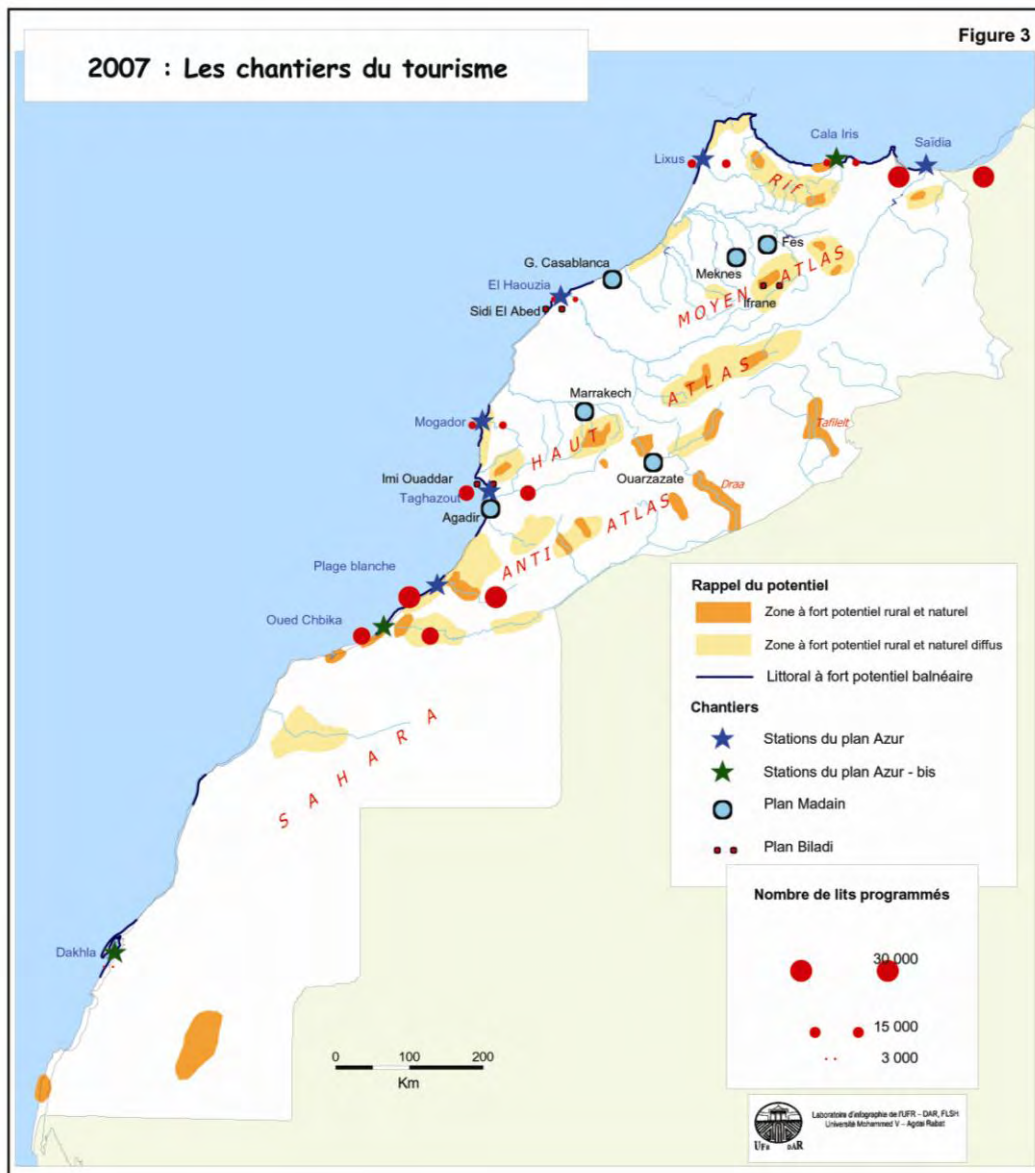


Figure 4 Projet initial de la SNABT (plan parcellaire)

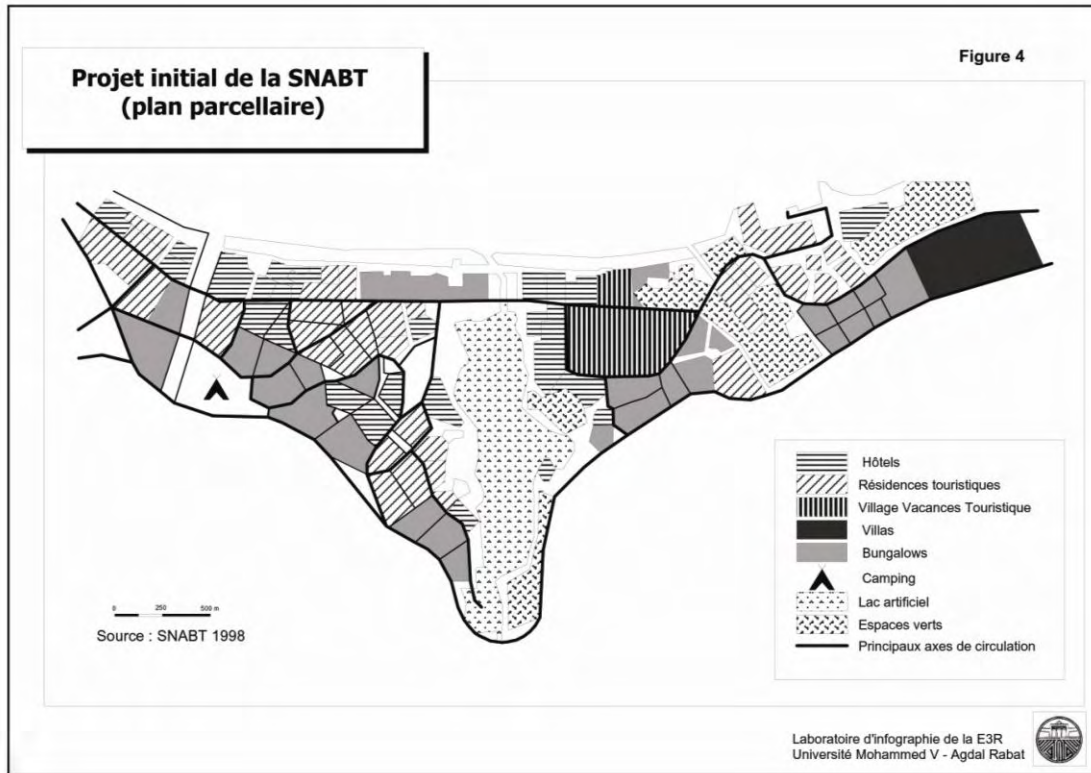
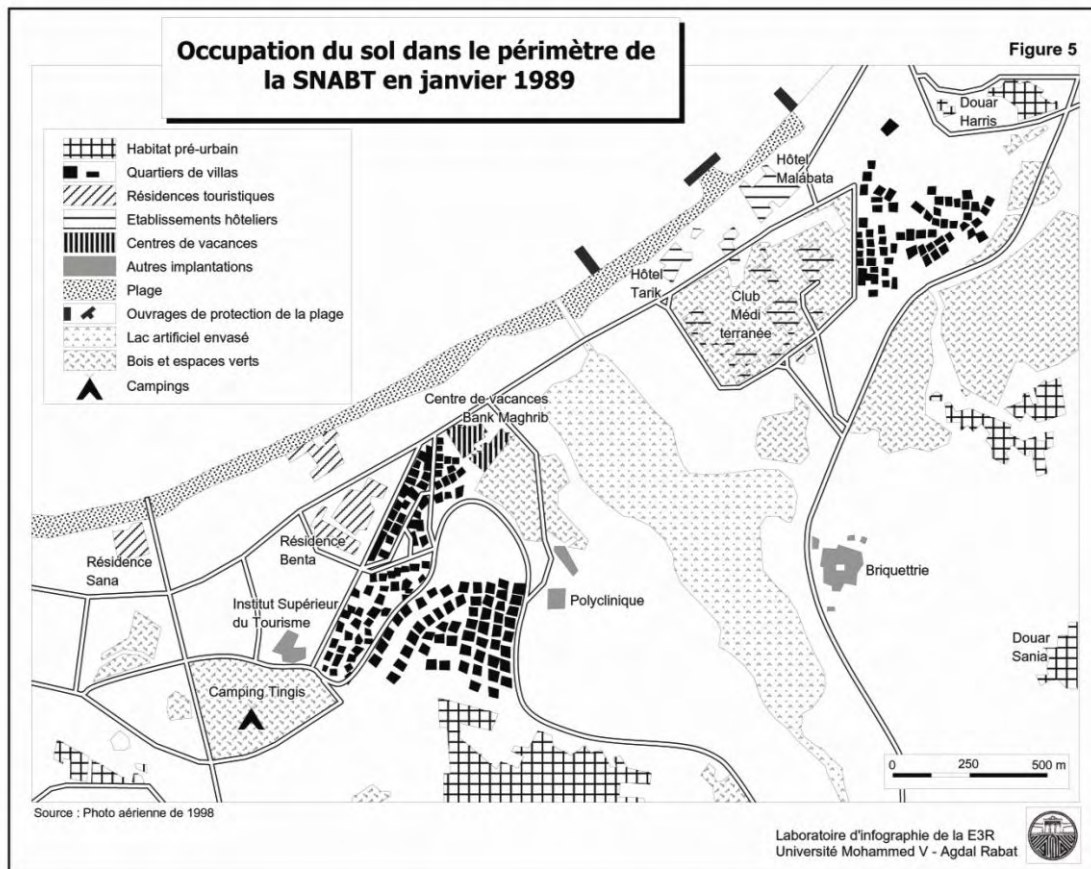


Figure 5 Occupation du sol dans le périmètre de la SNABT (janvier 1989) et tourisme et environnement dans la baie de Tanger



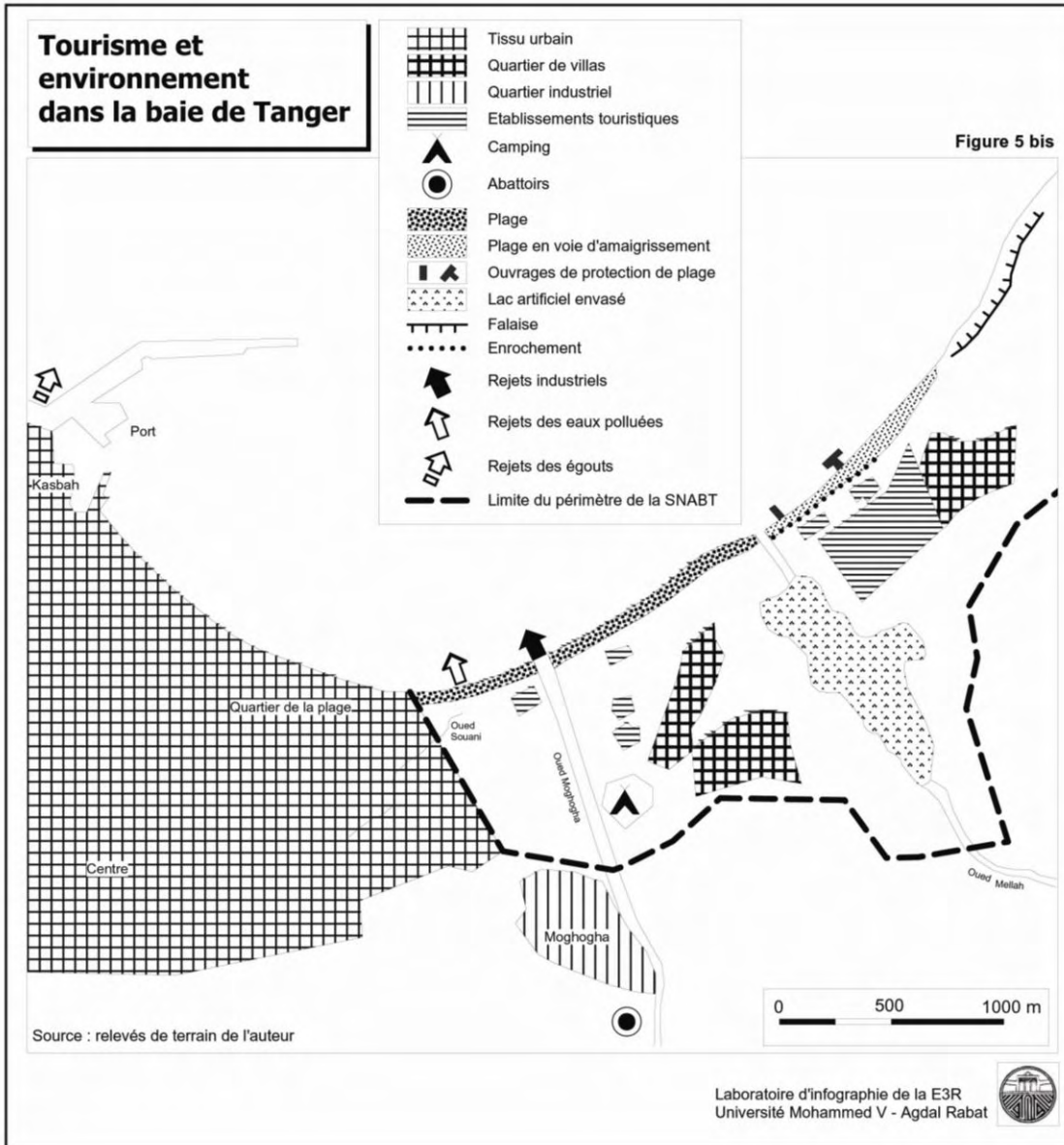


Figure 6 Capacité d'hébergement classée (2007)

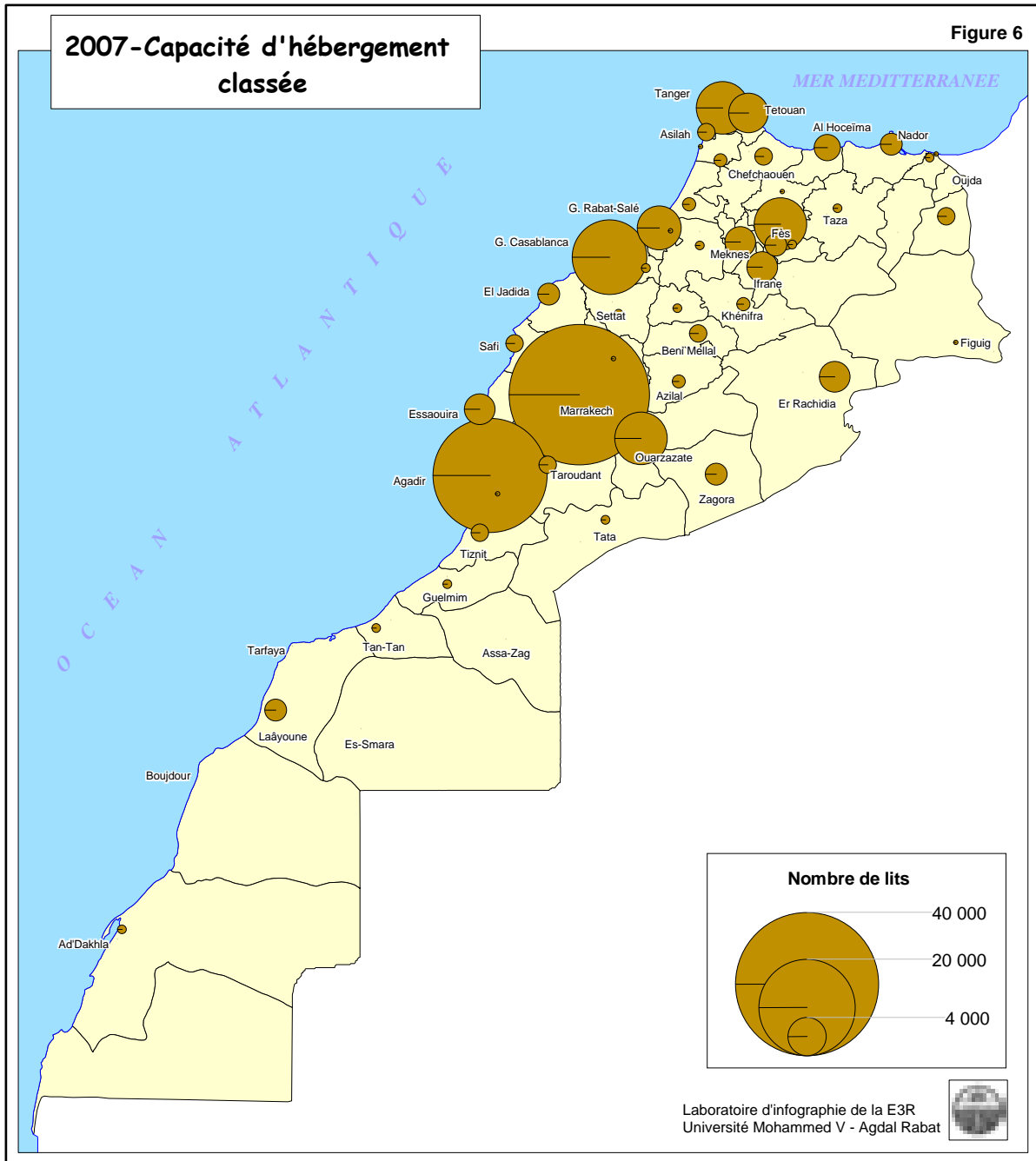


Figure 7 Catégories d'hébergement classées (2007)

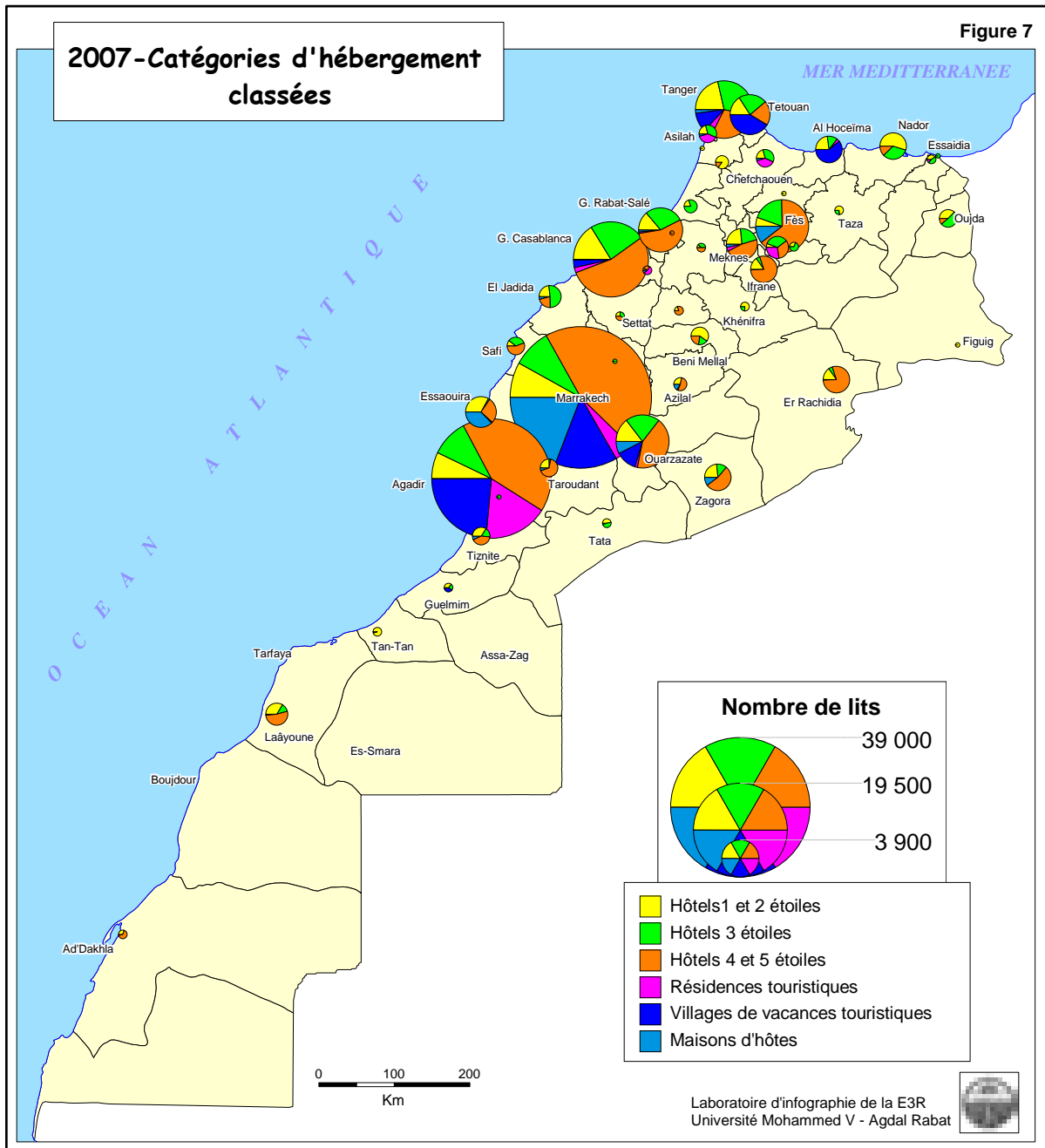


Figure 8 Stratégie du tourisme rural

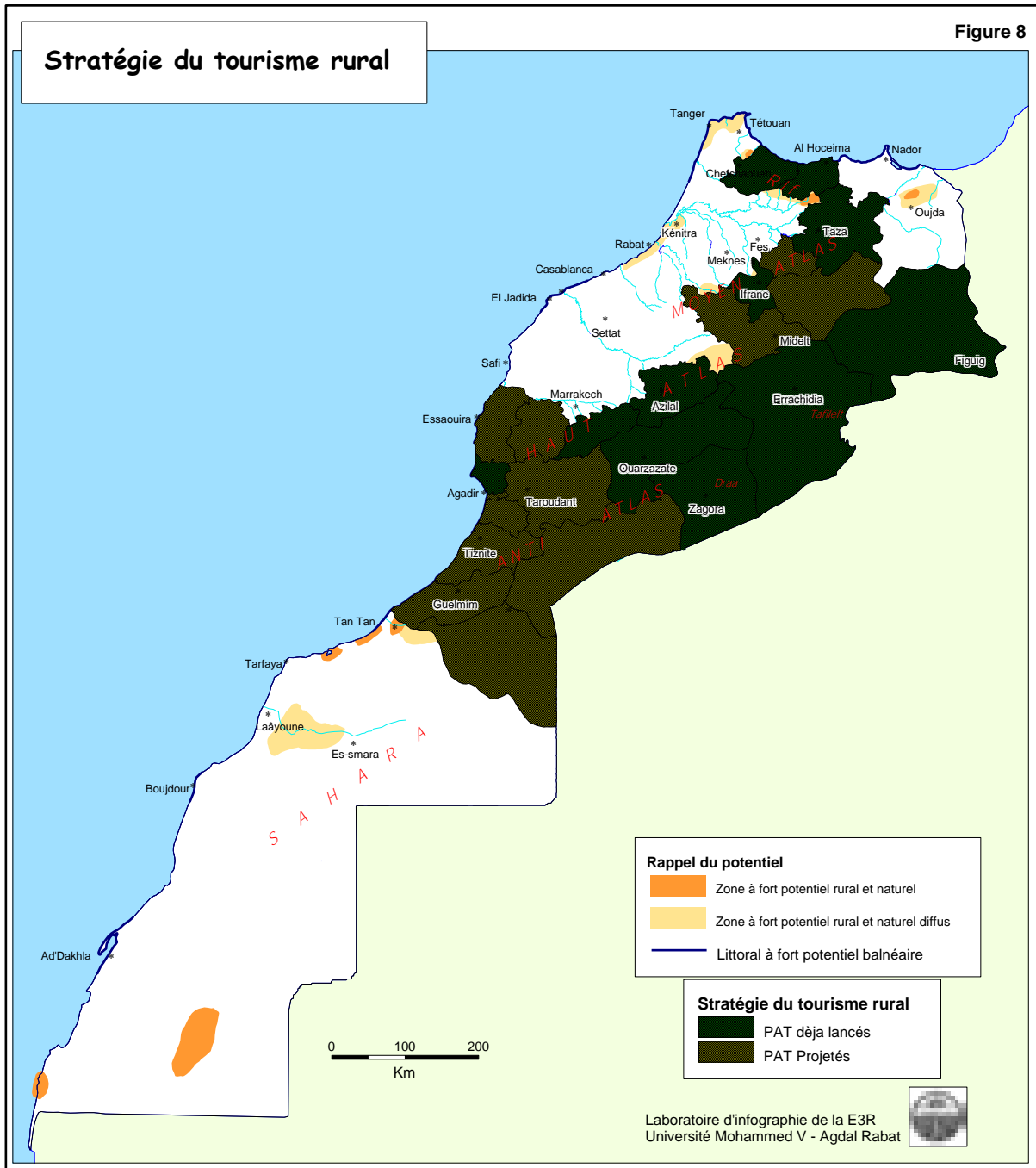
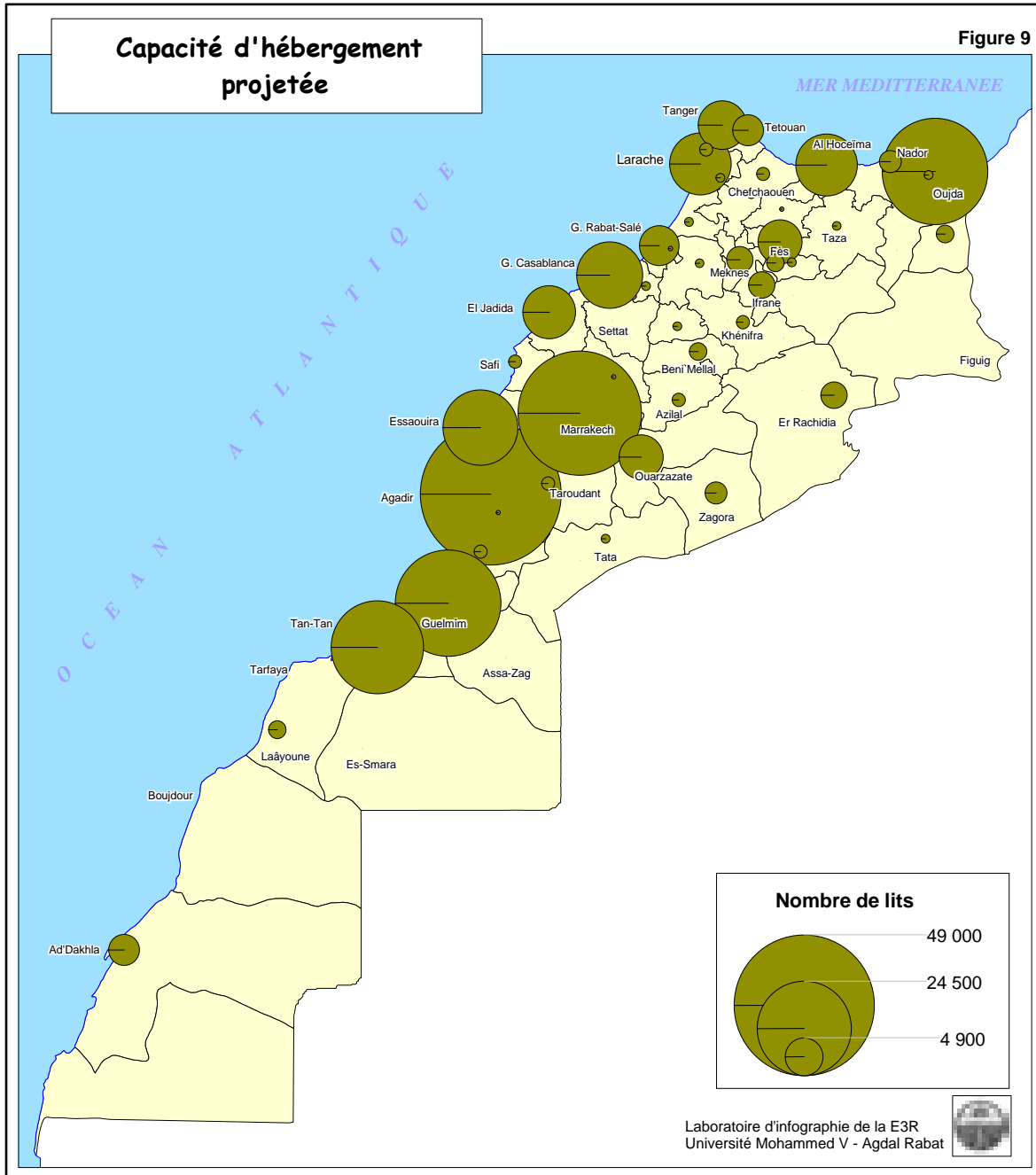


Figure 9 Capacité d'hébergement projetée



2. Annexe 2 Vision 2010, éléments clefs

Lancement par le Roi de la nouvelle stratégie touristique, lors des premières Assises du Tourisme à Marrakech le 10 janvier 2001

Signature de l'accord cadre entre l'Etat et le secteur privé en octobre 2001

Principales orientations :

Positionnement offensif sur le balnéaire avec le développement d'autres produits

Amélioration du rapport qualité/prix (baisse du coût du package via la libération du transport aérien)

Professionnalisation des métiers (formation)

Renforcement de la promotion

Dynamisation de l'investissement (foncier, fiscalité, financement)

Régionalisation

Cadre de mise en œuvre : Renforcement du partenariat public/privé

Objectifs à l'horizon 2010

Entrées aux frontières :	10 millions
Touristes internationaux hébergés :	7 millions
Capacité hôtelière additionnelle :	160.000 lits
Nuitées touristiques dans les hôtels classés :	50 millions
Taux d'occupation :	70%
Recettes touristiques :	80 milliards de DH
Emploi additionnel :	600.000 emplois
Formation :	72.000 lauréats

3. Annexe 3 Etat d'avancement des chantiers de la vision 2010

PLAN AZUR

Programme

- 6 stations balnéaires de nouvelle génération toutes attribuées
- Création de 70 705 Lits hôteliers
- Investissement global de 49,5 Milliards de Dh
- Création de 35 050 Emplois directs et 175 250 Emplois indirects

Capacité

SAIDIA MEDITERRANIA : 30.000 lits

LIXUS : 12.000 lits

MAZAGAN : 7600 lits

MOGADOR : 10.500 lits

TAGHAZOUT : 21.000 lits

PLAGE BLANCHE : 26.000 lits

Démarche

- Cession par l'Etat du foncier à l'aménageur à un prix très incitatif
- Réalisation des infrastructures « in-site » par l'aménageur
- Réalisation des infrastructures « hors site » par l'Etat (eau potable, électricité, réseau routier)
- Vente des terrains lotis par l'aménageur à des opérateurs hôteliers, immobiliers, de golf et de loisirs (prix des terrains hôteliers fixés par l'Etat)

Etat d'avancement des 6 stations

1. Saïdia méditerranæa

Aménageur	FADESA
Date de signature de la convention	Août 2003
Superficie Globale	713 Ha
Capacité Totale	29610 Lits dont 16905 Lits Hôteliers
Montant d'investissement Global	12 Milliards Dh
Coût d'aménagement in-Site	1 Milliard Dh
Coût d'infrastructure hors site	605 Millions Dh
Investissement privé direct (FADESA)	2.7 Milliards Dh
Investissement autres promoteurs	7.605 Milliards Dh
Nombre d'emplois à créer	8 000 emplois directs et 40 000 indirects
Planning	Début travaux en Avril 2004 Finalisation de la 1ère phase: 2007 Finalisation de la 2ème phase: 2010 Ouverture du 1er hôtel: Été 2008

Consistance

29 unités hôtelières (H, RT, VVT) d'une capacité de 16.000 lits;
Des unités résidentielles d'une capacité de 12.000 lits.
Une marina de plus de 700 anneaux ;
3 golfs de 18 trous chacun ;
Un « paseo marítimo » de 6 km de longueur ;
Des commerces, un centre d'artisanat, un centre sportif ;

2. Taghazout

Aménageur	Colony Capital, Satocan
Signature de la convention	Juillet 2006
Superficie Globale	615 Ha
Capacité Totale	21 000 Lits 16 000 Lits Hôteliers 5 000 Lits Résidentiels
Montant d'investissement Global	plus de 10 Milliards de dhs
Nombre d'emplois à créer	8 000 directs et 40 000 indirects
Planning	Début des Travaux: Janvier 2007 Ouverture 1er hôtel: été 2009 Finalisation de la phase 1: été 2015 Démarrage de la phase 2: été 2010 Finalisation du programme de valorisation: Fin 2016

Consistance

9 unités hôtelières et 13 unités résidentielles
2 golfs (18 + 9 trous)
1 médina et des unités d'animation
Unités résidentielles touristiques

3. Lixus

Aménageur	Thomas & Piron; Orco
Signature de la convention	Octobre 2004
Superficie Globale	461 Ha
Capacité Totale	12 000 Lits 7 500 Lits Hôteliers 4 500 Lits Résidentiels
Montant d'investissement Global	5,6 Milliards de dhs

Début des Travaux	Début 2006
Nombre d'emplois à créer	3 750 directs et 18 750 indirects
Planning	Démarrage des travaux: Février 2006 Ouverture 1er hôtel 2009 Finalisation de la phase 1: 2011 Finalisation du programme de valorisation: 2015

Consistance

Des établissements hôteliers d'une capacité de 7.360 lits ;
Deux golfs de 18 trous chacun ;
Un port de plaisance, des commerces et un parc forestier ;
Des appartements résidentiels et des villas d'une capacité de 4.500 lits

4. Haouzia

Aménageur	Kerzner International/CDG/SOMED/MAMDA
Signature de la Convention / Avenant	22Juillet 2004 / Mai 2006
Superficie Globale	504 Ha
Capacité Totale	7576 Lits dont 3700 Lits Hôteliers
Montant d'investissement Global	6,3 Milliard Dh
Coût d'infrastructure hors site	0.82 Milliards Dh
Investissement privé direct	3.25 Milliards Dh
Investissement autres promoteurs	2.9 Milliards Dh
Nombre d'emplois à créer	12 000 dont 2 000 emplois directs
Planning	début travaux en juin 2007 Finalisation des travaux d'aménagement: fin 2009 Démarrage phase 2: début 2012 Démarrage phase 3: 2016 Achèvement valorisation: 2018

Consistance

4 unités hôtelières d'une capacité de 3700 lits ;
2 golfs de 18 trous chacun ;
1 centre de congrès et divers équipements d'animation (académie de sport, casino...);
Des unités résidentielles d'une capacité de 3876 lits.

5. Essaouira

Aménageur	Thomas & Piron; Accor; Orco
Date de signature de la convention	Le 17 février 2004
Signature de l'avenant à la convention	Le 02 Mai 2006
Superficie Globale	580 ha
Capacité Totale	10.500 Lits dont 6.600hôtelières
Montant d'investissement Global	5.6 Milliards de dhs
Nombre d'emplois à créer	3300 emplois directs et 16500 emplois indirects
Planning	Début des travaux: juin 2006 Ouverture du 1er hôtel : 2009 Finalisation de la phase 1: fin 2009 Achèvement de la valorisation: fin 2014

Consistance

11 unités hôtelières et une zone maisons d'hôtes ;
3 golfs de 18 trous chacun ;
Des commerces et de l'animation;
Des unités résidentielles d'une capacité de 3.800 lits.

6. Plage blanche

Aménageur	Fadesa
Signature de la Convention	Septembre 2007
Superficie Globale	695 Ha
Capacité Totale	30 000 Lits
	19 500 Lits Hôteliers et RIT
	10 500 Lits Résidentiels
Montant d'investissement Global	plus de 10 Milliards de dhs
Nombre d'emplois à créer	8 000 directs et 40 000 indirects
Planning	Début des Travaux: fin 2008
	Fin des travaux d'aménagements: 2011
	Ouverture 1er hôtel: 2012
	Finalisation du programme de valorisation: 2014

Consistance

2 Golfs de 18 trous
Centre nautique, centre équestre et chamelier, souk et centres commerciaux, installations sportives et de loisirs, SPA.

PLAN AZUR BIS

1. Cala Iris

Superficie = 339 ha
Investissement = 3,5 milliards de DH
Hotellerie = 4000 lits
Résidentiel = 3500 lits
Autre = 2500 lits
Emplois = 3000 directs et 12000 indirects

2. Dakhla

Programme indicatif	
Hôtellerie	2000 lits
Résidence Immobilière Touristique	1250 lits
Résidentiel	1750 lits
Animation	1 golfs 18, 1 marina, 1 cœur de vie
Délai de réalisation	8 ans avec une ouverture des premiers équipements touristiques après 4 ans
Standing hôtelier	1440 lits hôteliers standing 5*, 960 (lits hôteliers standing 4*+ VVT)

3. Oued Chbika

Aménageur	ORASCOM HD
Date de signature de la convention	12 septembre 2007
Superficie Globale	500 Ha + 1000 Ha (2ème phase)
Capacité Totale	24000 Lits dont 14000 Hôteliers/RIT
Montant d'investissement global	12 Milliards Dh
Nombre d'emplois à créer	6 000 emplois directs
Planning	Début travaux fin 2008
Ouverture	1ère phase 2012
Finalisation	1ère phase: 2015

Phase 1 :

10 unités hôtelières d'une capacité de 5 000 lits + 2 300 lits en RIT;
Des unités résidentielles d'une capacité de 6 700 lits.
Golf, marina, boutiques, restaurants, spas, centre de congrès, musées

4. Annexe 4 Projet de loi relative à la protection et à la mise en valeur du littoral

Chapitre I : PRINCIPES GENERAUX ET DEFINITIONS

Article 1er : La présente loi a pour objet de définir les principes et les règles de protection et de mise en valeur durable du littoral. Elle vise notamment:

- la mise en place d'une gestion intégrée et d'un développement équilibré du littoral ;
- la protection du littoral contre toutes formes de pollution et de dégradation quelle qu'en soit l'origine ;
- l'instauration d'un équilibre entre les impératifs du développement économique et les nécessités de protection du littoral pour préserver ses richesses pour les générations présentes et futures ;
- l'intégration de la dimension environnementale du littoral dans les politiques sectorielles notamment l'industrie, le tourisme, le développement des établissements humains et les travaux d'infrastructure ;
- l'association des collectivités locales, des associations de protection de l'environnement et du secteur privé à la prise de décision concernant le littoral ;
- la réhabilitation des zones et des sites littoraux détériorés et pollués ;
- le libre accès au rivage de la mer.

Article 2 : Au sens de la présente loi on entend par :

1- Littoral : un espace géographique constitué de la partie maritime et de la partie terrestre du rivage de la mer y compris notamment les embouchures des cours d'eau et les parties des étangs salés et des zones humides qui sont en contact direct avec la mer. L'étendue et les limites de cet espace varient en fonction des spécificités géographiques et écologiques définies par le schéma régional de protection et de gestion intégrée du littoral (SRPGIL) prévu par la présente loi.

2- Gestion intégrée du littoral : une démarche de gestion participative visant l'établissement d'un équilibre entre les différentes fonctions du littoral et prenant en compte les interactions écologiques, institutionnelles et socio-économiques permettant d'atteindre et de maintenir cet équilibre.

3- Rejets : tout déversement sur le littoral de produits susceptibles de polluer les ressources halieutiques et les végétaux marins, de constituer un danger pour la santé humaine, d'entraver les activités marines et les autres usages de la mer ou de porter atteinte à la qualité de l'eau de mer, à la composition des dunes, des plages, du couvert végétal, des sites et des paysages.

4- Cordon dunaire : une bande de dunes de sable ou de galets en bordure d'une côte ou d'une rive pouvant renfermer une lagune ou une zone morphologiquement plate avec des côtes au-dessus du niveau de la mer.

5- Endiguement : construction d'une digue en bord de mer pour contenir les eaux.

6- Enrochement : Entassement de roches ou de blocs de béton sur un sol submergé pour servir de fondation ou de protection à des ouvrages immergés.

7- Remblaiement : l'obstruction artificielle, partielle ou totale, d'un conduit.

8- Zones sensibles : les zones humides, aires protégées et sites d'intérêt biologique et écologique en contact avec la mer ou dont une partie est située sur le littoral.

9- Trait de côte : la ligne marquant la limite jusqu'à laquelle peuvent parvenir les eaux marines par temps calme.

10- Rivage de la mer : la zone de contact entre la mer et la terre.

Chapitre II : REGLES DE PROTECTION DU LITTORAL

Article 3 : Il est institué, le long du littoral, une bande d'inconstructibilité d'une largeur de cent (100) mètres, à compter de la limite, côté terre, de la partie du domaine public maritime, telle que

définie par la réglementation en vigueur. Toute construction y est interdite sauf celle nécessaire aux activités nécessitant la proximité immédiate de l'eau.

La largeur de cent (100) mètres, peut être étendue lorsque des motifs liés à la sensibilité des milieux ou à l'érosion des côtes le justifient.

Par dérogation aux dispositions du 1^{er} paragraphe du présent article, des autorisations exceptionnelles peuvent être accordées, à des projets de construction d'intérêt économique certain.

Les conditions et les modalités d'octroi de cette autorisation sont fixées par voie réglementaire.

Article 4 : A compter de la bande d'inconstructibilité mentionnée à l'article 3 ci-dessus, est instituée une servitude de retrait d'une largeur de deux mille (2000) mètres applicables aux infrastructures de transport, à l'exception des infrastructures de transport maritime.

La largeur de deux mille (2000) mètres peut être étendue ou réduite si la configuration géomorphologique des sites le justifie.

Cette servitude ne fait pas obstacle à la réalisation de routes de desserte locale et de voies d'accès aux constructions et aux activités nécessitant la proximité immédiate de l'eau.

Dans tous les cas, il est interdit de créer des voies carrossables sur les dunes littorales, les cordons dunaires côtiers et les parties supérieures des plages.

Article 5 : A l'intérieur de la zone de retrait mentionnée à l'article 4 ci-dessus, les zones à urbaniser ne peuvent dépasser une superficie continue de trois (3) kilomètres linéaires le long du littoral.

L'extension de deux zones d'urbanisation est interdite à l'intérieur de la zone de retrait si la distance les séparant est inférieure à trois (3) kilomètres linéaires le long du littoral.

La hauteur des constructions situées à l'intérieur de la zone de retrait, mentionnée à l'article 4 ci-dessus, doit respecter les contours de la ligne de crête.

Article 6 : Il est interdit de porter atteinte à l'état naturel du rivage de la mer, par endiguement, enrochement ou remblaiement.

Cette interdiction ne s'applique pas aux activités et services nécessitant la proximité immédiate de l'eau, notamment :

- la construction et l'aménagement des zones portuaires;
- les opérations de défense contre la mer;
- la réalisation des ouvrages et des installations nécessaires à la sécurité maritime, à la défense nationale, à la pêche maritime, à la saliculture et aux cultures marines;

Toutefois, les opérations d'extraction de sable ou de matériaux susceptibles de modifier l'état naturel du rivage de la mer sont interdites.

Dans tous les cas, les ouvrages ou installations à réaliser doivent se conformer aux principes et règles de la présente loi.

Article 7 : Sans préjudice des dispositions prévues par le dahir du 30 novembre 1918 relatif à l'occupation temporaire du domaine public tel qu'il a été complété ou modifié, les demandes d'autorisation d'occupation temporaire du domaine public maritime peuvent être refusées si cette occupation est de nature à affecter de manière irréversible le site ou ne tiennent pas compte de sa vocation.

Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent aux opérations d'occupation des parties du domaine public situées à l'intérieur des zones mentionnées aux articles 3 et 4 de la présente loi.

Article 8 : L'administration prend les mesures nécessaires pour préserver les zones riches en diversité biologique ou paysagère, les écosystèmes, les habitats et les espèces menacées situées sur le littoral. A ce titre, et conformément à la législation en vigueur, des périmètres de protection autour desdites zones sont créés par voie réglementaire.

Ces mesures peuvent valoir déclaration d'utilité publique, conformément à la législation en vigueur.

Article 9 : Les plages, les falaises, les cordons dunaires et les dunes bordières, susceptibles d'être affectés par l'érosion, suite à l'avancement du trait de côte, font l'objet de délimitation par l'administration, en vue de leur protection, de leur réhabilitation ou de leur remise en l'état.

L'accès du public aux zones délimitées peut être limité ou interdit.

Les modalités d'application de cet article sont fixées par voie réglementaire.

Chapitre III : LIBRE ACCES AU RIVAGE DE LA MER

Article 10 : Il est institué, sur les immeubles riverains du domaine public maritime tel que défini par la réglementation en vigueur, une servitude de passage longitudinale d'une largeur de trois (3) mètres, destinée à assurer le libre passage du public le long du rivage de la mer.

En l'absence de voies d'accès du public au rivage de la mer, il peut être institué, tous les cent (100) mètres, une servitude de passage transversale.

Toutefois, l'accès et le libre passage le long du rivage de la mer peuvent être limités ou interdits pour des raisons de sécurité, de protection de l'environnement ou de défense nationale.

Article 11 : La circulation et le stationnement de tout engin à moteur et de vélos tout terrain sont interdits sur les dunes, les plages et le long du rivage de la mer en dehors des aires réservées à cet effet.

Sont exemptés de cette interdiction, les véhicules utilisés par les agents de police et de contrôle habilités par les administrations concernées, ainsi que les agents d'exploitation des activités nécessitant la proximité immédiate de l'eau.

Toutefois, lesdits véhicules doivent se conformer aux principes et règles de la présente loi.

Chapitre IV : ACTIVITES EXERCEES SUR LE LITTORAL

Article 12 : A l'intérieur des zones prévues aux articles 3 et 4 de la présente loi, est soumis à étude d'impact, outre les projets mentionnés dans la liste annexée à la loi n°12-03 relative aux études d'impact sur l'environnement, tout projet qui, en raison de sa nature et de sa dimension, est susceptible de porter atteinte au littoral.

Article 13 : Tout rejet liquide en mer, à l'intérieur du domaine public maritime et dans les zones mentionnées aux articles 3 et 4 de la présente loi, est soumis à autorisation préalable accordée par l'administration à l'exception des rejets soumis à d'autres législations en vigueur.

Les conditions et les modalités d'octroi de cette autorisation, notamment celles relatives aux normes de rejets liquides sont fixées par voie réglementaire.

Article 14 : L'autorisation mentionnée à l'article 12 ci-dessus donne lieu au paiement de redevances.

Les modalités de fixation et de recouvrement de ces redevances sont fixées par voie réglementaire.

Article 15 : Les rejets mentionnés à l'article 13 ci-dessus, existant à la date de publication de la présente loi, doivent dans un délai de trois ans, faire l'objet d'une déclaration.

Cette déclaration vaut demande d'autorisation. Elle est instruite en tant que telle conformément aux dispositions de la présente loi.

Article 16 : Les eaux de baignade doivent être conformes aux normes de qualité fixées par voie réglementaire.

La qualité des eaux de baignade et des sables des plages font l'objet de surveillance périodique et de contrôle par l'administration. Les résultats des opérations de surveillance sont portés à la connaissance du public.

L'administration régleme la baignade et la fréquentation des plages sur la base des résultats des opérations de surveillance et de contrôle mentionnées au 2^{ème} alinéa du présent article. Elle peut, notamment, délimiter une ou plusieurs zones ou parties des plages où la baignade est interdite.

Chapitre V : SCHEMA REGIONAL DE PROTECTION ET DE GESTION INTEGREE DU LITTORAL

Article 17 : En application de l'article 36 de la loi n° 11-03 relative à la protection et à la mise en valeur de l'environnement, il est institué un schéma régional de protection et de gestion intégrée du littoral (SRPGIL).

Le SRPGIL trace les orientations et les règles de protection, de mise en valeur et de développement durable du littoral en tenant compte des objectifs de développement économique et social du pays et des principes énoncés par la présente loi.

Ce schéma s'applique au littoral qui s'étend sur une ou plusieurs régions dont les éléments environnementaux doivent faire l'objet d'une approche intégrée. Il fixe l'étendue et les limites des zones littorales auxquelles il s'applique.

Article 18 : Les orientations définies par le SRPGIL visent à assurer notamment :

- l'harmonisation des principales vocations de la ou des régions concernées avec les contraintes de leurs milieux littoraux;
- la coordination des actions de planification projetées sur le littoral par l'Etat, les collectivités locales et les établissements publics concernés avec les orientations définies par les documents d'aménagement du territoire et d'urbanisme;
- la cohérence des projets d'équipement et d'investissement de l'Etat, des collectivités locales et du secteur privé susceptibles d'avoir une incidence sur l'aménagement ou la protection du littoral.

Article 19 : Le SRPGIL a pour objet de définir notamment :

- a) les zones sensibles à délimiter ou à réhabiliter;
- b) les zones interdites à la construction en vertu des articles 3 et 5 de la présente loi;
- c) la servitude de retrait des équipements d'infrastructures de transport;
- d) l'emplacement des points de rejets et éventuellement l'emplacement des stations de traitement;
- e) les lieux d'implantation des activités;
- f) les servitudes de passage et d'accès au rivage de la mer;
- g) la servitude de hauteur applicable aux constructions situées à l'intérieur de la zone de retrait ainsi qu'aux constructions autorisées en vertu de l'article 3 (alinéa 3) de la présente loi.

Article 20 : Le SRPGIL est élaboré à l'initiative de l'Agence Nationale du Littoral en concertation avec les administrations, les collectivités locales, les établissements publics, les organismes professionnels et les associations concernés.

Le projet du SRPGIL est approuvé, selon le cas, par le ou les conseils régionaux concernés.

Il est établi pour une période ne pouvant excéder 10 ans.

Les modalités d'élaboration, de concertation et d'approbation du SRPGIL sont fixées par voie réglementaire.

Article 21 : En l'absence du SRPGIL, le schéma directeur d'aménagement urbain (SDAU) et le plan d'aménagement (PA) institués respectivement par les articles 2 et 18 de la loi n° 12-90 relative à l'urbanisme, ou le schéma ou le plan en tenant lieu, doivent intégrer les principes et règles de protection du littoral prévus par la présente loi notamment son chapitre V.

Chapitre VI : L'AGENCE NATIONALE DU LITTORAL

Article 22 : Il est créé sous la dénomination « Agence Nationale du Littoral », un établissement public, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle de l'Etat ayant pour mission la protection et la mise en valeur du littoral.

Article 23 : L'Agence Nationale du Littoral est chargée notamment de :

- veiller au respect des dispositions de la présente loi, de la réglementation en vigueur, des accords et conventions internationaux dont le Maroc fait partie ayant trait au littoral;

- -élaborer en concertation avec les administrations, les collectivités locales, les établissements publics, les organismes professionnels et les associations concernés, le schéma régional de protection et de gestion intégrée du littoral;
- coordonner les programmes d'intervention des administrations, des établissements publics et des collectivités locales ayant un impact direct sur le littoral. A cet effet, l'Agence Nationale du Littoral donne son avis préalable sur tous les projets de documents d'urbanisme ayant trait au littoral, sur tous les projets d'activités, de lotissements, de constructions ou de tracées de nouvelles voies de transport autres que maritimes dans la zone de retrait mentionnée à l'article 4 de la présente loi;
- mener en concertation avec les administrations, les collectivités locales, les établissements publics concernés et les associations de protection de l'environnement concernées toutes les actions de réhabilitation du littoral;
- contribuer à la constitution de réserves foncières en vue de préserver le littoral et de les mettre à la disposition du public. A cet effet, l'Agence Nationale du Littoral peut acquérir à l'amiable ou par voie de préemption ou par voie d'expropriation ou par affectation publique, des terrains situés à l'intérieur des zones mentionnées respectivement aux articles 3 et 4 de la présente loi;
- contribuer au renforcement des capacités des collectivités locales et des associations de protection de l'environnement en matière d'information, de sensibilisation et de formation dans le domaine de la gestion intégrée du littoral;
- entreprendre toute action de proximité visant à mobiliser le citoyen et à organiser sa participation à la préservation du littoral. A ce titre, l'Agence Nationale du Littoral est habilitée à mener toute action d'information, de sensibilisation, de communication, de développement du partenariat avec les collectivités locales, les associations de protection de l'environnement ainsi que toute autre organisation agissant dans le domaine de la protection et de la mise en valeur du littoral;
- élaborer tous les deux ans un rapport national sur l'état du littoral.

Article 24 : L'organisation et le fonctionnement de l'Agence Nationale du littoral sont fixés par voie réglementaire.

Chapitre VII : CONTROLE, INFRACTIONS ET SANCTIONS

Section 1ère : Autorité de contrôle

Article 25 : Sont chargés du contrôle et de la constatation des infractions aux dispositions de la présente loi et des textes pris pour son application, outre les officiers de police judiciaire, les fonctionnaires et agents assermentés et commissionnés, à cet effet, par l'administration compétente, l'agence nationale du littoral et les collectivités locales.

Article 26 : L'autorité de contrôle peut ordonner la suspension totale ou partielle de toute activité ne respectant pas les dispositions de la présente loi et les textes pris pour son application.

Cette suspension ne peut être ordonnée qu'après la mise en demeure du contrevenant et le non respect du délai qui lui est fixé pour se conformer aux dispositions de la présente loi.

Toutefois, l'autorité de contrôle peut ordonner, sans délai, la suspension immédiate de l'activité présentant un danger ou une menace imminents.

Article 27 : Lorsque l'exercice d'une activité porte préjudice aux zones sensibles littorales, à l'état naturel du rivage et que les dangers et dommages qui en résultent étaient inconnus ou imprévisibles, lors de l'octroi de l'autorisation ou du dépôt de la déclaration d'exercice de l'activité, l'administration ordonne à la personne responsable de l'activité de prendre les mesures nécessaires afin d'éviter les dangers ou dommages survenus.

Toutefois, si l'administration constate que lesdits dangers et dommages subsistent bien que la personne responsable ait pris les mesures nécessaires, elle peut ordonner l'arrêt de l'activité source de dangers ou de dommages.

Section 2 : Constatation des infractions et sanctions

Article 28 : En cas de constatation d'une infraction aux dispositions de la présente loi et des textes pris pour son application, les fonctionnaires et agents visés à l'article 25 ci-dessus, dressent des procès-verbaux qui déterminent les circonstances et la nature de l'infraction et relatent les explications du contrevenant.

Ces procès-verbaux font foi jusqu'à preuve du contraire.

Article 29 : Nonobstant toutes dispositions contraires, les procès-verbaux concluant à la poursuite du contrevenant sont transmis à la juridiction compétente dans un délai ne dépassant pas 15 jours à compter de la date de leur établissement.

Article 30 : Par dérogation aux dispositions de la loi n°12-90 relative à l'urbanisme et de la loi n° 25-90 relative aux lotissements, groupes d'habitations et morcellements, toute personne qui construit en infraction aux dispositions de l'article 3 de la présente loi, est punie d'une amende de 50.000 à 200.000 dirhams et d'un emprisonnement de 6 mois à 2 ans ou de l'une de ces deux peines seulement.

Article 31 : Les infractions aux articles 6, 13 et 15 de la présente loi sont punies d'une amende de 50.000 à 100.000 dirhams et d'un emprisonnement de 3 mois à 2 ans ou de l'une de ces deux peines seulement.

Article 32 : Les infractions aux dispositions des articles 5 et 10 de la présente loi sont punies d'une amende de 5.000 à 20.000 dirhams et d'une peine d'emprisonnement de 2 à 6 mois ou l'une de ces deux peines seulement.

Article 33 : Est passible d'une amende de 100 à 10.000 dirhams toute personne qui enfreint les dispositions de l'article 11 de la présente loi et toute personne qui entrave les fonctions des agents de contrôle visés à l'article 25 ci-dessus.

Article 34 : Le cumul des infractions aux dispositions de la présente loi entraîne l'application de la peine la plus forte.

Article 35 : Lorsque le contrevenant à une quelconque des dispositions de la présente loi ou des textes pris pour son application est en état de récidive, la peine est portée au double de celle initialement prononcée à son encontre.

Chapitre VIII : DISPOSITION TRANSITOIRE

Article 36 : Les dispositions de l'article 3 ci-dessus ne s'appliquent pas aux projets de constructions ayant obtenu, avant la date d'entrée en vigueur de la présente loi, l'autorisation requise conformément à la législation en vigueur.

ESPAGNE

M. Miguel Seguí Llinás, Responsable de Recherche Université des Iles Baléares (UIB)

TABLE DES MATIERES

Résumé.....	375
I. Tendances majeures et conséquences. Prise en compte des recommandations de la stratégie méditerranéenne pour un développement durable.	376
1. Introduction.....	376
2. Plans et projets actuels	383
II. Partie I Contexte et tendances, politiques et stratégies touristiques	387
1. Atouts pour le tourisme	389
III. Partie II Bilan approfondi des progrès réalisés.....	400
1. Les Recommandations de la CMDD.....	400
2. Le plan intégral de qualité du tourisme espagnol 2000-2006 (PICTE)	402
3. Les initiatives pour un tourisme soutenable à la période de programmation 2007-2013.....	405
4. Le plan du tourisme espagnol 2008-2012.....	409
IV. Partie III Les bonnes pratiques	417
1. Plan général de tourisme soutenable pour l'Andalousie (2008-2011)	418
2. Plan stratégique pour l'amélioration et l'embellissement de la plage de Palma.....	420
V. Partie IV Propositions	422
VI. Acronyms and abbreviations	424
VII. Table of illustrations	426

RESUME

L'Espagne a connu un grand essor touristique à partir de 1960 qui l'a conduit à devenir la deuxième destination touristique mondiale. Cette croissance, si rapide, n'a pas été dénuée de problèmes et de difficultés qu'elle a essayé de surmonter pour conserver son rôle de destination leader. Nous pouvons remarquer les étapes suivantes dans son évolution :

- 1951-1962, Première étape, début de l'ouverture internationale et confiance dans le tourisme comme moteur de croissance économique
- 1962-1974, phase de développement, avec un taux de croissance annuelle toujours supérieur au 10%, symbole du tourisme de masse
- 1974-1982, phase des crises pétrolières et du changement de régime politique du pays, qui permet stabiliser la croissance et sélectionner les bonnes entreprises
- 1982-1991, étape d'adaptation institutionnelle avec le transfert des compétences touristiques aux Communautés Autonomes, début des planifications dans ce terrain, forte législation différente par Communautés
- 1991-1996, phase d'innovation, de changement de philosophie, vers le respect pour l'environnement, la diversification des produits et le post-fordisme
- 1997-2004, phase de récupération de la coopération administrative entre les différentes Communautés Autonomes et l'État, à la recherche de la qualité

Face à la forte concurrence avec d'autres destinations méditerranéennes, l'Espagne avait perdu son avantage sur les prix, et elle cherchait dans la qualité et les politiques pour une croissance soutenable, les possibilités futures. À partir de 2004, l'Espagne prit conscience du besoin de coordonner les politiques autonomes et d'établir une Planification générale pour que l'État rénove son image de destination touristique et utilisa le « savoir faire » comme nouvel atout concurrentiel. Alors que le système avait donné la prédominance aux Communautés sur l'État, ce sera la coordination et l'élaboration des Plans à partir de la base qui devient la nouvelle méthode de travail.

Toutes les administrations, ainsi que le patronat, ont compris que la nouvelle étape dans le développement du tourisme espagnol ne peut se faire que si elle s'engage, en avant-garde, en durabilité et promeut des politiques de protection de l'environnement, d'intégration sociale et de respect pour l'égalité des droits de tous les citoyens (handicapés, femmes, etc.). La recherche est aussi mise en valeur comme possibilité d'innovation et de progrès. Le respect et la mise en route de toutes les recommandations des organismes internationaux pour un tourisme soutenable sont prises en compte et appliquées dans tous les Plans en élaboration ou qui viennent d'être lancés.

Tout le système est en révision actuellement et la planification semble le moyen à utiliser pour rester une destination touristique leader au niveau mondial. Pour ce faire, quelques objectifs importants sont donnés :

- Prise de conscience par toutes les administrations du besoin d'agir ensemble.
- Freiner définitivement la croissance immobilière, grande consommatrice de territoire, qui donne une mauvaise image, et peu génératrice d'emplois et de ressources économiques.
- Face à la diversification des produits (faite aux années 90), lutter pour la qualité et la durabilité (économique, sociale et environnementale).
- Travailler tous ensemble dans la planification du tourisme à venir, à travers le Plan Tourisme 2020, du patronat aux syndicats, du local au national.

I. TENDANCES MAJEURES ET CONSEQUENCES. PRISE EN COMPTE DES RECOMMANDATIONS DE LA STRATEGIE MEDITERRANEENNE POUR UN DEVELOPPEMENT DURABLE

1. Introduction

L'Espagne, comme grande destination touristique méditerranéenne, a connu une forte évolution dans sa politique touristique. Le tourisme s'est développé, dans les années cinquante, presque sans que l'on s'en rende compte, en devenant un modèle du tourisme de masse. Le besoin en devises du Gouvernement de Franco a fait promouvoir cette activité, sans planification et sans chercher à analyser les problématiques qu'il engendrait. L'évolution des politiques dans ce domaine a suivi les changements aussi bien sociaux que politiques et, actuellement, une prise de conscience de la nécessité d'un développement durable est au cœur de la planification future.

Nous essayerons de synthétiser toute cette évolution dans le résumé suivant.

1.1 Étape des débuts 1951-1962

Dans les années cinquante, le tourisme passe d'une activité minoritaire, liée à la culture et à la santé, à une activité majoritaire en relation avec le loisir.

Dès 1951 commencent en Espagne les premières démarches d'une politique touristique. Jusqu'alors il existait des organismes publics s'occupant des voyages et des séjours, mais toujours axés sur un tourisme en relation avec la culture et la nature. A partir de cette date est créé le Ministère de l'Information et du Tourisme, et le tourisme prend donc une importance gouvernementale, situation qui a perduré jusqu'à nos jours. De la même façon le nombre de visiteurs accueillis en Espagne est passé de 750 000 en 1950 à 99 062 000 en 2007, dont 59,2 millions de touristes.

1.1.1 Fonctions assumées par le Gouvernement

Le Gouvernement assumait, principalement, deux fonctions :

- L'encouragement, prenant la responsabilité de la construction des infrastructures de base et générant les instruments financiers qui permettront d'élargir l'offre touristique ;
- La promotion touristique, à trois niveaux :
 - La publicité du pays comme destination, à l'étranger, pour attirer des nouveaux visiteurs,
 - L'appel à des entrepreneurs dans le but d'augmenter la participation du secteur privé dans l'industrie touristique,
 - La communication interne, pour que la population prenne conscience du rôle que le tourisme peut avoir dans la société, et la nécessité de l'hospitalité pour attirer les touristes.

1.1.2 Objectifs

- Augmenter le nombre de touristes arrivant dans le pays,
- Faciliter leurs déplacements et leur séjour.

1.1.3 Actions principales

Divers outils d'organisation en appui à la politique touristique sont créés :

- La Commission Interministérielle du Tourisme ;
- La structuration du Ministère en délégations départementales et locales. Deux organismes autonomes sont créés : ATESA (pour le transport publique par route et la location de voitures) et ATE (exploitation des établissements touristiques propriété de l'État), ainsi que la police d'assurances ;

- En 1953 le Plan National du Tourisme, lequel souligne le caractère économique de l'activité, son impact sur la balance de paiements et l'aspect publicitaire vers l'extérieur de cette activité. Ses objectifs sont de :
 - Faciliter les formalités douanières,
 - Organiser l'offre existante,
 - Augmenter la capacité de logement,
 - Augmenter la somme dédiée à la publicité à l'étranger,
 - Créer une École Supérieure d'Hôtellerie,
 - Organiser les campings,
 - Créer un instrument spécifique de planification, à savoir les zones d'intérêt touristique ;
- Une régulation plus systématique des sous-secteurs : logement, agences de voyages et restaurants ;
- Le statut de Directeurs d'Entreprises Touristiques et le régime d'inspection et de sanctions.

1.1.4 Caractéristique de la période

La découverte de cette activité en expansion devient une opportunité économique pour le gouvernement, et comme elle se trouve dans ses débuts, les disfonctionnements ne sont pas les bienvenus.

1.2 Phase de développement 1962-1974

En 1962, la Banque Internationale pour la Reconstruction et Développement, actuellement Banque Mondiale, publia son Rapport sur l'économie espagnole. Il y apparaît déjà un chapitre consacré au tourisme et une proposition d'actions que le Gouvernement espagnol devrait mettre en route pour permettre son développement.

Ce rapport eut un fort impact sur le Gouvernement espagnol, particulièrement pour la compréhension d'un tourisme comme facteur de développement économique. Le Gouvernement réagit en plaçant le tourisme dans une position privilégiée. Le besoin de disposer de statistiques plus fiables et d'encourager la recherche sur les marchés et les motivations se fit sentir, et le gouvernement insista également sur l'exigence d'améliorer la formation des travailleurs de ce secteur.

À partir du rapport, les documents de planification indicative se succèdent :

- Plan I de Développement Économique et Social 1964-1967
- Plan II de Développement Économique et Social 1968-1971
- Plan III de Développement Économique et Social 1972-1975.

1.2.1 Fonctions assumées par le Gouvernement

- Promotion du tourisme,
- Fonctions d'encouragement,
- Le tourisme comme outil de planification pour le développement territorial (malgré l'inclusion de cette fonction dans les Plans de Développement, aucune initiative ne fut prise dans ce domaine et le projet resta en attente).

1.2.2 Objectifs

Le grand objectif de cette phase était arrivé à son développement maximum. La seule préoccupation était la **croissance**. Les responsables politiques croyaient que le tourisme de masse était la garantie de la stabilité du phénomène touristique et, en conséquence, de l'arrivée de devises.

1.2.3 Actions principales

Plusieurs organismes ont été créés : le Sous-secrétariat du Tourisme, deux Directions Générales, l'Institut d'Études Touristiques, l'École Officielle de Tourisme. Les organismes

autonomes sont encouragés : ATE et ATESA, et un nouveau est créé, ENTURSA, pour l'exploitation d'établissements hôteliers hauts de gamme.

La législation touristique est mise en place : organisation des sous-secteurs principaux (logement, restauration et activités complémentaires), régulation des instruments de planification (Loi et Règlements de Centres et Zones d'Intérêt Touristique National), établissement du régime d'infractions et sanctions, Loi de compétences touristiques,...

Le crédit touristique est revitalisé : ouverture de nouvelles lignes de crédit pour que les municipalités en zones touristiques fassent des plans d'aménagement, financement d'entreprises pour des projets à réaliser aux centres des zones d'intérêt touristique, ou encore crédits pour bâtir des maisons à vendre aux étrangers.

La promotion extérieure est encouragée, appuyée par les Bureaux de Tourisme ouverts à l'étranger et on commence pour la première fois à réaliser des campagnes destinées au tourisme national : EXPOTUR ou le programme « connaissez l'Espagne ».

Débutent alors les actions de communication. La première Assemblée Nationale du Tourisme a lieu, tout comme les Assemblées Hispano-lusitaino-américaino-philippines de Tourisme qui se réunissent à trois reprises, dans le but de faire de l'Espagne le référent pour les études et la recherche sur le tourisme.

1.2.4 Caractéristiques de la période

La principale caractéristique fut le développement d'un modèle touristique basé sur une offre de produits à bas prix, ce qu'on croyait être l'unique garantie de l'augmentation continue de l'arrivée de touristes. Les bons résultats, quant à l'entrée de devises sur le territoire national, renforçaient encore ce sentiment de réussite.

Ce modèle de croissance intensive était à la base de problèmes parfaitement connus par les responsables publics au moment où ils se produisaient. Mais la dynamique de satisfaction occultait les difficultés et ne permettait pas de les résoudre progressivement, compromettant le modèle pour le futur. Voici par exemple une déclaration de 1973 : « *Le tourisme souffre d'une concentration excessive sur quatre niveaux* :

- Concentration géographique sur le littoral méditerranéen et aux Baléares, avec, en conséquence, le problème de la congestion.
- Concentration temporaire ou saisonnalité, avec la problématique d'infra utilisation de la capacité des logements touristiques hors saison.
- Concentration des marchés et, en conséquence, peu de diversification avec des risques de changements de conjoncture économique dans les pays d'origine de la clientèle.
- Concentration des motivations, spécialement soleil et plage, ce qui est à l'origine d'une excessive spécialisation de l'offre touristique ». (Plan III de Développement. Commissariat du Plan de Développement, 1973 :16)

1.3 Phase de modernisation 1974-1982

Le modèle de politique touristique de la phase de développement s'essouffla mais, surtout, la crise pétrolière tira la sonnette d'alarme. Le ministère présenta un « Projet de Mesures Urgentes » qui montra la nouvelle direction empruntée par les pouvoirs publics.

En 1980, dix Communautés Autonomes avait déjà reçu les compétences en matière touristique.

L'État prit une nouvelle fonction, celle de garant, car la croissance de l'activité et la sophistication de celle-ci avait produit, chez le consommateur touriste, une sensation d'insécurité. Cette protection aurait dû se faire aussi sur les Communautés Autonomes, débordées par la croissance touristique, mais cet aspect ne fut pas pris en compte par le gouvernement.

1.3.1 Objectifs

L'objectif de base de cette période était la rationalisation de la croissance touristique, en essayant de planifier un développement encore incontrôlé qui, jusque là, n'avait pas cherché la qualité de l'offre (Décret sur Mesures d'Aménagement de l'Offre Touristique).

1.3.2 Actions principales

La caractéristique de cette phase fut la négociation, ou quelquefois le manque de négociation, entre le Gouvernement central et les Communautés Autonomes face à la nouvelle situation. La Constitution prévoit que les Communautés Autonomes peuvent avoir les compétences en matière de promotion et d'organisation du tourisme sur son territoire.

Pendant cette période les sous-secteurs (campings, appartements touristiques et cafétérias) furent règlementés. Les procédures de réclamation de clients et les fiches d'inspection furent établies, et les enseignements touristiques spécialisés déterminés. On se lança dans l'organisation des agences de voyages, le secteur plus oublié dans les Plans de Développement.

Les premiers plans de modernisation hôtelière furent mis en place et on reconnut le caractère exportateur des entreprises touristiques

Cette phase de modernisation fut caractérisée par la prise de conscience des contradictions entre le modèle de tourisme encouragé jusque-là et la reconnaissance des problèmes du secteur.

1.4 Étape d'adaptation institutionnelle 1982-1991

C'est une phase durant laquelle l'évolution du secteur est irrégulière, avec des années de croissance et d'autres de recul.

Le Gouvernement central se limita à conserver les fonctions qu'il s'était attribué aux étapes antérieures.

1.4.1 Objectifs

Dans cette période il y eut un manque d'harmonie entre la nouvelle situation des Communautés Autonomes avec toutes les compétences en matière de tourisme et la planification de type centralisé. Comte tenu de l'absence d'un nouveau modèle de politique touristique adapté à la nouvelle situation administrative, le gouvernement estima que : « les compétences touristiques ne tombent pas sous sa responsabilité territoriale ce qui fait que le Ministère ne peut pas mener une politique touristique ».

1.4.2 Actions principales

Les acteurs privés demandèrent un plan de soutien au secteur qui ne sera jamais mis en place, mais, par contre, différentes études assez intéressantes furent réalisées servant de base conceptuelle à l'étape suivante. Entre celles-ci nous en remarquerons deux :

- Le Livre Blanc du Tourisme Espagnol,
- Le Rapport Parlementaire sur le Secteur Touristique, qui sera à l'origine du Plan *Futures* et de l'esprit de la nouvelle étape.

L'État réorganisa tout son système touristique : les entreprises touristiques qui offraient directement des services touristiques furent privatisées (seul seront conservés les « Paradores de Turismo »), l'Institut d'Études Touristiques est supprimé et l'Institut du Tourisme d'Espagne est créé (actuellement Turespaña).

On essaya de continuer le travail normatif, mais, chaque fois que l'on essaya de mettre en place une nouvelle législation, les Communautés Autonomes protestèrent pour invasion de compétences.

Le succès accompagna les nouveaux programmes mis en place : Programme de Vacances pour le Troisième Âge (INSERSO), Programme de Réhabilitation des espaces ruraux à travers le tourisme, promotion de nouveaux produits : « España Verde » et « Ruta de la Plata ».

Quand à la promotion, les plans annuels de marketing touristique espagnol et le système centralisé des campagnes furent établis, pièces indispensables de la politique touristique actuelle.

1.4.3 Caractéristiques de la période

La caractéristique principale de cette étape est l'absence de modèle de politique touristique, ce qui empêche l'établissement de nouvelles actions pour anticiper les événements et encourager de nouvelles lignes pour le futur.

Cette position conservatrice se heurte à la rénovation qui s'opère avec de nouveaux organismes, comme Turespaña, qui deviendront des espaces favorables au changement, quand celui-ci arrivera.

1.5 Phase d'innovation 1991-1996

Se met en place un nouveau modèle de politique touristique dans lequel le Gouvernement central a un rôle différent. Les hommes politiques changent de perception quant au secteur touristique, ce qui rendit possible le renouvellement des objectifs de la politique touristique. L'idée clé est la suivante : le tourisme est considéré par les pouvoirs publics comme n'importe quel autre secteur industriel. Cette nouvelle approche permet de dépasser les préjugés liés au caractère singulier ou conjoncturel du tourisme et de lui appliquer des critères techniques en partant de méthodologies de planification utilisées dans d'autres secteurs.

À partir des années quatre-vingt, un nouveau concept fut introduit : l'environnement, un environnement qui change et qui modifie la façon de comprendre la planification. Des facteurs externes devront alors être pris en considération dans la planification, tel que les aspects sociaux, économiques ou environnementaux, qui dépassent le cadre interne mais qui conditionnaient la existence même du tourisme. Le premier Plan *Futures*, qui fut une véritable révolution dans le secteur, s'inspira de ces idées et les appliqua, ouvrant un nouveau chemin pour la politique touristique.

Les nouvelles actions pour faciliter la coordination et la coopération entre tous les agents impliqués ont favorisé la résolution des problèmes avec les Communautés Autonomes et elles ont rendu possible la création de différentes plateformes de collaboration entre les secteurs publics et privés.

1.5.1 Fonctions des décideurs publiques

Les décideurs publics élargissent leurs fonctions aux terrains de la promotion, l'encouragement, la planification, l'organisation et la protection ou garantie. Avec le changement de rôle du gouvernement, d'autres responsabilités sont prises, en accord avec la nouvelle situation. De cette façon le gouvernement prend la fonction de coordinateur, rôle indispensable pour une meilleure compétitivité du secteur touristique. En conséquence, des actions d'appui aux processus de reconversion des entreprises sont lancées, la construction d'une méthode de travail en commun entre les sous-secteurs et de nouveaux projets tendant à créer de nouveaux produits sont encouragés. Les responsables politiques comprennent l'importance d'agir comme catalyseurs de la multiplicité d'agents intervenant dans le tourisme. La politique touristique met en œuvre des actions en relation avec la qualité, actions qui ont besoin d'une grande implication du secteur privé, ou crée des structures dont le but était la coopération entre acteurs.

Ces nouvelles fonctions générèrent la création d'organismes de coopération nouveaux avec des participants strictement publics (Commission Interministérielle du Tourisme ou la Conférence Sectorielle du Tourisme), ou bien d'institutions de coopération entre le secteur privé, le public et l'institutionnel (Conseil Promoteur du Tourisme, ou les institutions créées pour développer un produit ou les institutions pour favoriser l'activité touristique).

1.5.2 Objectifs

Le principal objectif était l'adaptation du secteur touristique espagnol aux changements du tourisme. Pour cela, trois objectifs sont programmés :

- Augmenter la compétitivité de l'industrie touristique espagnole face à la concurrence ;
- Soutenir la modernisation des structures des entreprises, en encourageant leur adaptation par l'appui à la technicité ou à la restructuration de l'organisation ;
- Diversifier l'offre du pays pour la rendre plus attractive et de plus grande qualité.

Tout cela selon les principes de durabilité, coresponsabilité des agents impliqués, concentration des actions par produits ou destination et intégration des différentes initiatives. (Secrétariat Général du Tourisme, 1995 : 10).

1.5.3 Actions principales

Les deux Plans *Futures* constituent les réalisations principales de la période.

Le premier Plan *Futures* (1992-1996) proposa cinq axes d'action :

- Le Plan de Coordination et Coopération Institutionnelle, pour le développement des relations avec des institutions internationales, d'autres administrations publiques et le secteur privé.
- Le Plan de Modernisation et Innovation Touristique, pour mettre à niveau l'offre touristique existante.
- Le Plan de nouveaux produits touristiques, pour la diversification de l'offre.
- Le Plan de Promotion, Marketing et Commercialisation pour l'amélioration de l'efficacité des actions pour promouvoir le tourisme.
- Le Plan d'Excellence Touristique, qui englobait des actions pour la conservation de l'environnement et du milieu urbain (Secrétariat Général du Tourisme 1992 : 64-65).

Le deuxième Plan *Futures* est rédigé après une évaluation des résultats du premier. Il ajoute de nouvelles lignes spécifiques de travail et en renforce d'autres déjà existantes (Turespaña, 1996 :23). Il est divisé en huit programmes :

- *Futures* Coordination, pour approfondir la coordination entre les administrations publiques et le secteur privé.
- *Futures* Coopération et Internationalisation, pour coopérer avec les pays en développement et appuyer l'internationalisation des entreprises espagnoles.
- *Futures* Qualité, pour l'amélioration du produit touristique espagnol.
- *Futures* Formation, pour augmenter la qualification du personnel.
- *Futures* Technicité et Innovation, pour augmenter la capacité technologique et d'innovation des entreprises touristiques.
- *Futures* Nouveaux Produits, pour approfondir la diversification de l'offre.
- *Futures* Destinations Touristiques, pour encourager la coopération entre initiatives publiques et privées dans les destinations.
- *Futures* I+D, pour approfondir la connaissance touristique et la diffusion des résultats. (Secrétariat Général de Tourisme, 1995 :14).

1.5.4 Caractéristiques de la période

La caractéristique principale de cette période est double : la rupture avec le modèle de politique touristique qui structurait auparavant l'action du gouvernement central (*Futures I*) et la nouvelle organisation basée sur un système d'équilibres (*Futures II*).

En dépassant la vision ancienne du tourisme et de la politique touristique, on a pu faire apparaître de nouvelles capacités d'interaction très productives. De plus, la coopération avec d'autres niveaux de gouvernements et d'autres agents touristiques donna la possibilité au gouvernement central de jouer un nouveau rôle de coordinateur, ce qui représenta un intérêt majeur.

1.6 Phase de coopération 1996-2004

C'est la période d'application du Plan *Futures II* et la création d'un nouveau Plan par le nouveau Gouvernement : le Plan Intégral de Qualité du Tourisme Espagnol (Plan PICTE) (Secrétariat Général du Tourisme, 2000).

Il s'agit d'une étape de croissance soutenue.

1.6.1 Fonctions des décideurs publiques

Les fonctions que peut assumer le Gouvernement central sont enfin précisées : promotion, encouragement, planification, organisation, protection, coordination et harmonisation ou catalyseur.

1.6.2 Objectifs

Les transformations que subit le tourisme se reflètent dans le comportement touristique et dans les nouvelles tendances des entreprises.

Les défis sont variés : l'entreprise familiale, spécialement dans le secteur logement, est menacée par l'arrivée des grandes chaînes internationales et par les effets de la globalisation ; la production intégrale du produit offert commence à être remplacée par un autre fonctionnement, avec la désagrégation du processus productif et la sous-traitance d'une partie des activités ; les entreprises intermédiaires connaissent un processus très rapide d'intégration, ce qui provoque une concentration de la demande ; et, face aux formules traditionnelles de commerce, l'irruption forte d'Internet change l'offre.

Combattre l'ensemble de ces problèmes sera l'objectif clé de cette phase de coopération. La qualité est ainsi considérée comme la clé pour combattre les difficultés et la communication de base se focalise sur l'idée de « qualité touristique espagnole ».

1.6.3 Actions principales

Le Plan *PICTE* est divisé en dix programmes :

- Qualité des destinations,
- Qualité des produits,
- Qualité des secteurs,
- Formation en qualité,
- Innovation et développement technologique,
- Internationalisation de l'entreprise touristique,
- Coopération internationale,
- Information,
- Statistiques et analyse économique,
- Promotion et appui à la commercialisation.

Le Plan pour l'impulsion du tourisme culturel et linguistique est approuvé en collaboration avec l'Administration touristique et l'Institut Cervantès.

Tableau 1 Plages certifiées par le système de qualité touristique espagnol, par communautés autonomes

CC.AA.	Playas
Andalucía	23
Asturias	3
Baleares	2
Canarias	---
Cantabria	---
Cataluña	4
Ceuta	---
Galicia	---
Melilla	---
Murcia	11
Pais Vasco	---
C. Valenciana	16
TOTAL	59

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Tableau 2 Destinations littorales inscrites au système intégral de qualité touristique par type (SICTED)

DESTINOS	TIPOLOGÍA
San Vicente de la Barquera	Villas marineras de la España Verde
Laredo	Villas marineras de la España Verde
Cudillero	Villas marineras de la España Verde
Gijón	Villas marineras de la España Verde
Llanes	Villas marineras de la España Verde
Ribadesella	Villas marineras de la España Verde
Bayona	Villas marineras de la España Verde
Sanxenxo	Villas marineras de la España Verde
Lanzarote	Sol y playa (insular)
Menorca	Sol y playa (insular)
Palma	Sol y playa (insular)
Calvià	Sol y playa (insular)
El Ejido	Sol y Playa
Cambrils	Sol y Playa
El Vendrell	Sol y Playa
Baix empordà	Sol y Playa

Source : La Actividad Turística Española en 2006

1.6.4 Caractéristiques de la période

Le grand changement consista à se concentrer sur la coopération comme nouveau rôle du Gouvernement et d'éliminer les espaces de conflit politique.

La qualité est devenue l'ambition centrale, la philosophie de travail, et doit être assumée par le secteur lui-même. L'intérêt pour l'environnement perd du terrain.

2. Plans et projets actuels

Nous pouvons analyser les programmes actuellement en vigueur et les planifications du futur qui sont menées, car nous sommes sûrs de la continuité du même Gouvernement espagnol.

2.1 Initiatives de tourisme durable dans la nouvelle programmation (2007-2013)

Actuellement il y a deux sortes d'activités touristiques qui dominent le territoire espagnol :

- La plus importante et la plus développée est celle appelée « soleil et plage ».
- La plus récente, par contre, est plus axée sur la nature et elle est connue sous le nom de « tourisme rural ».

Les autres formes d'activités touristiques d'une moindre importance dans le secteur touristique espagnol sont : le tourisme de nature, le tourisme d'intérieur, l'urbain, l'actif, de santé, d'affaires et de congrès et celui de croisières.

La matrice DAFO de la situation du tourisme espagnol se présente ainsi, d'après le Groupe de Travail « Tourisme soutenable et Fonds Communautaires », publié à « *Initiatives de Tourisme Soutenable dans la nouvelle période de programmation 2007-2013* »

POINTS FAIBLES	MENACES
<p>Fort embauchage temporaire Personnel peu qualifié Manque d'infrastructures sociales en relation au tourisme Réseaux secondaires de transport incomplets Insuffisante capacité de traitement de déchets dans quelques zones touristiques Problèmes de ravitaillement en eau dans certaines régions Déséquilibre dans la distribution géographique Forte saisonnalité Réduction des dépenses par touriste Réduction du séjour moyen</p>	<p>Détérioration de l'environnement Nouvelles destinations à l'étranger Concurrence extérieure Forte urbanisation littorale Diminution de la compétitivité (coûts et prix) Concentration dans le temps et dans l'espace Changement climatique avec dangers pour la zone méditerranéenne Réduction du financement européen Augmentation constante de lits touristiques Pression anthropique sur les Espaces Naturels Protégés</p>
ATOUTS	OPPORTUNITES
<p>Diversité de destinations touristiques Être une des destinations touristiques mondiales par excellence Variété de zones rurales (de grand intérêt environnementale) Forte capacité de création d'emplois et de diversification d'activités en milieu rural Promotion pour l'usage de technologies efficaces et d'énergies renouvelables Qualité des plages</p>	<p>Capacité du tourisme de créer de l'emploi et de la croissance économique Caractère transversal Diversité de services Possibilité de contribution au développement locale Diversité d'espaces naturels de grande valeur Essor du tourisme rural Combinaison du tourisme avec d'autres valeurs comme le paysage, la culture, le patrimoine naturel ou la gastronomie. Dynamisme démographique et immigration Existence d'un patronat avec une grande capacité d'investissement Structures de promotion touristique consolidées</p>

La même source fait les recommandations suivantes pour orienter le tourisme espagnol vers un modèle soutenable et de qualité :

- La plupart des formes touristiques sont en relation avec l'organisation territoriale.
- L'analyse territoriale met en évidence qu'il y a certaines zones avec un excès d'usage quand à la capacité d'accueil et d'autres qui, au contraire, sont sous-utilisées.
- Les changements dans la structure démographique de l'Espagne auront un fort impact dans l'avenir.
- L'Espagne tient clairement une place de leadership international.
- Le nouveau modèle doit veiller à un développement touristique soutenable.
- Les zones vulnérables, actuelles et futures, du point de vue environnemental et culturel devraient avoir une considération spéciale en référence à l'aide financière et à la coopération technique pour le développement touristique soutenable.
- Il serait souhaitable d'élaborer un catalogue de projets, où le concept d'éco-innovation est appliqué et d'où l'on puisse tirer un meilleur comportement environnemental.
- La formation est un aspect essentiel pour permettre un développement touristique soutenable.

2.2 Stratégie Espagnole du Tourisme Soutenable (Secrétariat Général du Tourisme, Mai 2007)

« Le secteur touristique dépend de son entourage environnemental, pour cela il doit se fonder en un modèle global compétitif et durable à moyen et long terme. Le succès de notre modèle touristique dans le futur exige l'incorporation de la vision de la durabilité dans tous les sens, car la croissance soutenable et modérée est efficace et rentable en permanence ».

Le tourisme est une des principales activités espagnoles. En 2006 il représentait 11,5% du PIB et 12% de la population active. L'Espagne accueillait 58,5 millions de touristes internationaux (+4,6% sur 2005) qui rapportaient 41 milliards d'euros. De plus, l'activité a une forte répercussion sur d'autres secteurs économiques comme le petit commerce, la restauration, le bâtiment et le transport.

2.2.1 Justification

La stratégie espagnole, en plus de l'amélioration de la compétitivité par l'introduction de la notion de qualité au cours des années 90, a pour objectif de relever aujourd'hui, à l'aube du nouveau millénaire, le défi de la durabilité. Le tourisme espagnol a en effet intégré le défi de la soutenabilité pour trois raisons :

- l'exigence qui vient de la globalisation et qui se reflétera dans la politique et les lois,
- les obligations issues de la nécessité de conserver la qualité des destinations touristiques,
- une qualité de l'environnement et une qualité de vie exigées par des populations d'accueil.

L'intégration de l'environnement dans la planification et la gestion du tourisme est un compromis international, que l'on retrouve dans le VI Programme d'Action Communautaire de l'Environnement PACMA, dans la Stratégie Européenne de Développement Soutenable. C'est par ailleurs une dimension que l'Espagne intègre en tant que « leader mondial du tourisme ».

Actuellement, les politiques publiques sont orientées vers la réussite d'une distribution plus équilibrée des flux touristiques ainsi que vers la diversification et la promotion du développement de nouveaux territoires, ces deux facteurs devant permettre une amélioration de la rentabilité économique et de l'impact social ainsi qu'une réduction de la pression exercée sur les ressources naturelles comme l'eau ou l'énergie.

Le secteur a pris conscience que le manque de planification a des répercussions sur la compétitivité du produit, car cela conduit à la dévalorisation et à la saturation de l'environnement.

2.2.2 Objectifs

L'objectif général est la revalorisation du système touristique basée sur le concept de durabilité. La croissance soutenable doit se concentrer sur une augmentation de la qualité, de l'efficacité et du bon fonctionnement du système, prenant en considération les limites de l'environnement du point de vue de la capacité de charge du milieu, aussi bien global que local. Il s'agit donc de suivre la stratégie « Actions pour un tourisme européen plus soutenable ».

L'équilibre entre le tourisme et l'environnement doit se faire par la conjonction de l'ensemble ou de quelques uns des facteurs suivants :

- Respect de la capacité de charge limitée des destinations,
- Réduction des impacts négatifs dérivés du caractère cyclique du tourisme,
- Préservation des milieux sociaux et culturels des différentes destinations touristiques,
- Mise en valeur du tourisme soutenable.

Pour atteindre l'objectif final, le Consejo Español de Turismo a établi le Plan du Tourisme Espagnol 2020 en consensus avec les administrations publiques, le secteur privé et la population en général, dans le but d'améliorer le secteur touristique à l'horizon 2020, date fondamentale pour la durabilité.

2.2.3 Actions principales

- 1) Connaissance et gestion des aptitudes
 - a) Gestion de la connaissance pour un développement touristique soutenable
 - b) Formation de réseaux de connaissance
- 2) Destinations touristiques durables
 - a) Revalorisation intégrale des destinations touristiques matures

- b) Nouvelles destinations touristiques
 - c) Systèmes intégraux de gestion des destinations touristiques
- 3) Nouveaux produits touristiques
- a) Project *Premium* : localiser et cibler sur les marchés émetteurs des segments de population avec une plus grande capacité d'achat et une meilleure répartition saisonnière de leurs voyages hors haute saison, vers qui orienter des produits déterminés avec le secteur privé ;
 - b) Programmes spécifiques pour l'hiver : promotions pour attirer des flux en dehors de la haute saison et améliorer l'équilibre saisonnier du secteur tourisme ;
 - c) Tourisme pour tous : sensibiliser et faire prendre conscience au secteur touristique espagnol de l'importance des touristes handicapés et/ou à mobilité réduite, pas seulement dans l'optique des droits de ces personnes mais aussi dans l'optique du marché.
- 4) Clés de durabilité : I (recherche) +D (développement) +i (innovation)
- Pour bâtir une culture touristique basée sur la durabilité, il faut promouvoir la recherche, (connaissances et expériences) qui puisse développer des processus d'innovation et qui qualifie et met en valeur toute la chaîne touristique : transport, destinations et les différents services et produits, du logement à l'offre complémentaire.
- Ce développement de la recherche aidera à la préservation et au rééquilibrage des systèmes sociaux territoriaux clés pour le pays et à prendre les mesures nécessaires devant un possible changement climatique. La recherche apporte, en même temps, des solutions techniques pour l'utilisation plus efficace des ressources naturelles, les déchets, l'eau, l'énergie, aussi bien dans les entreprises comme dans les destinations.
- 5) Qualité touristique
- Le système de qualité touristique espagnole (SCTE), méthodologie de l'administration, a été établi, pour le moment, dans plus de douze mille entreprises et quatre-vingt-dix destinations touristiques, devenant un facteur clé pour l'augmentation de la compétitivité et la soutenabilité de l'industrie touristique espagnole.
- 6) Entreprise et soutenabilité
- a) Incorporation du point de vue environnemental aux processus de gestion de l'entreprise
 - b) Responsabilité sociale collective
- 7) Sociétés d'accueil
- a) Assurer l'habitat, les opportunités socio-économiques et l'emploi des sociétés d'accueil
 - b) Sensibilisation sociale.

2.3 Plan Tourisme 2020

L'objectif du Plan Tourisme Espagnol Horizon 2020 est bâtir le développement touristique espagnol sur un modèle global, compétitif et soutenable, qui puisse répondre aux défis suivants, à moyen et long terme :

- Réussir à adopter une position différenciée dans le terrain de l'offre face à l'apparition d'innombrables destinations.
- Améliorer la rentabilité, amplifiant l'impact économique et social du tourisme grâce à sa plus grande extension géographique et saisonnière.
- Développer des modèles d'affaires soutenables dans l'usage des ressources de l'environnement et dans sa contribution à l'intégration sociale (371 000 immigrés employés soit 17,9% des immigrants occupés en Espagne).
- Améliorer la productivité.
- Atteindre un degré plus élevé d'innovation.

La réalisation du Plan du Tourisme Espagnol Horizon 2020 a comme objectifs de :

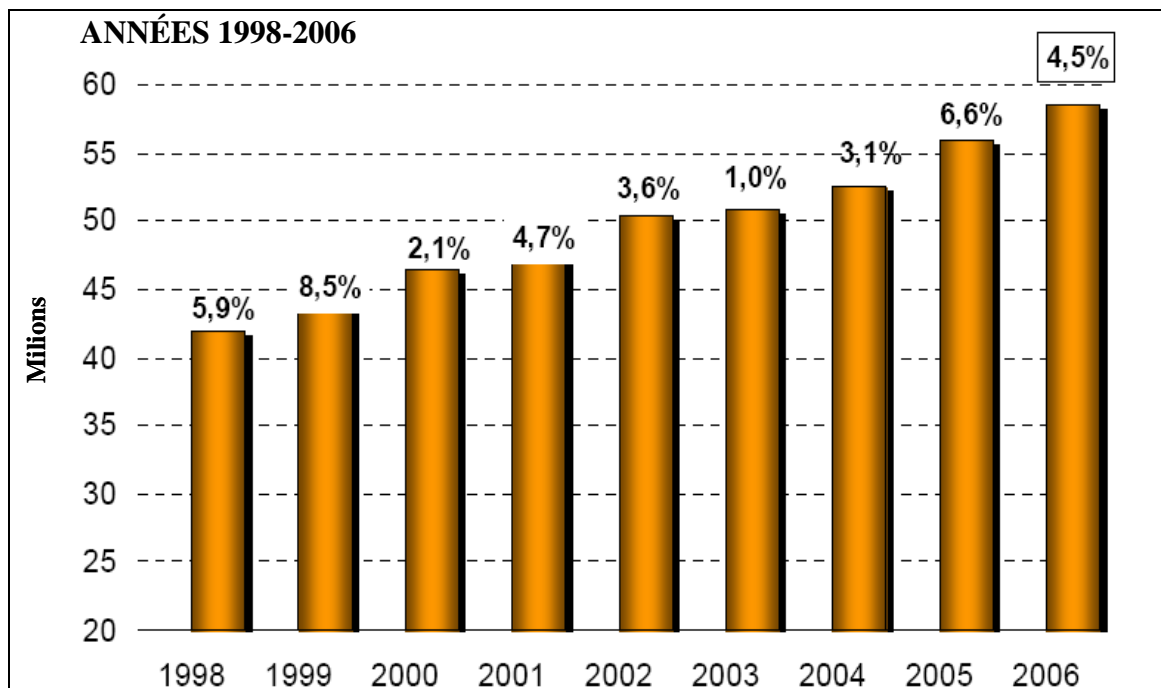
- Revaloriser le système touristique espagnol en facteur de soutenabilité, fortifiant la qualité et l'efficacité tenant compte de la capacité de charge du milieu ambiant.

- Améliorer le modèle de gestion des ressources humaines dans le secteur, attirant et conservant le talent pour maintenir une meilleure position face aux destinations concurrentielles.
- Augmenter la compétitivité du tourisme espagnol en intensifiant les efforts autour d'une promotion et d'une commercialisation différenciée, spécialisée et rentable.
- Générer et répandre une plus grande connaissance de meilleure qualité, utile à la prise de décisions de la part des agents du tourisme espagnol.
- Améliorer le rendement économique du tourisme espagnol en augmentant la valeur des produits offerts, adaptés à chaque type de clientèle et avec sa propre personnalité.
- Créer les meilleures conditions pour le développement de l'activité touristique (infrastructures ; cadre économique, législatif et fiscal ; instruments de gestion et de relation des agents publics et privés).
- Incorporer l'innovation comme élément différentiel des affaires, des produits et des destinations touristiques, en créant une nouvelle culture de l'innovation caractéristique du tourisme espagnol dans le monde.

II. PARTIE I CONTEXTE ET TENDANCES, POLITIQUES ET STRATEGIES TOURISTIQUES

L'Espagne est une grande destination touristique mondiale, la deuxième en nombre de touristes internationaux accueillis et en nombre de dépenses faites par les touristes. Cette évolution est continue (Graphique 1 ci-dessous).

Graphique 1 Arrivées de Touristes Internationaux



Source : IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Cette augmentation constante concerne aussi bien les touristes que les excursionnistes, d'où une croissance du nombre de visiteurs encore plus forte que celle du nombre de touristes.

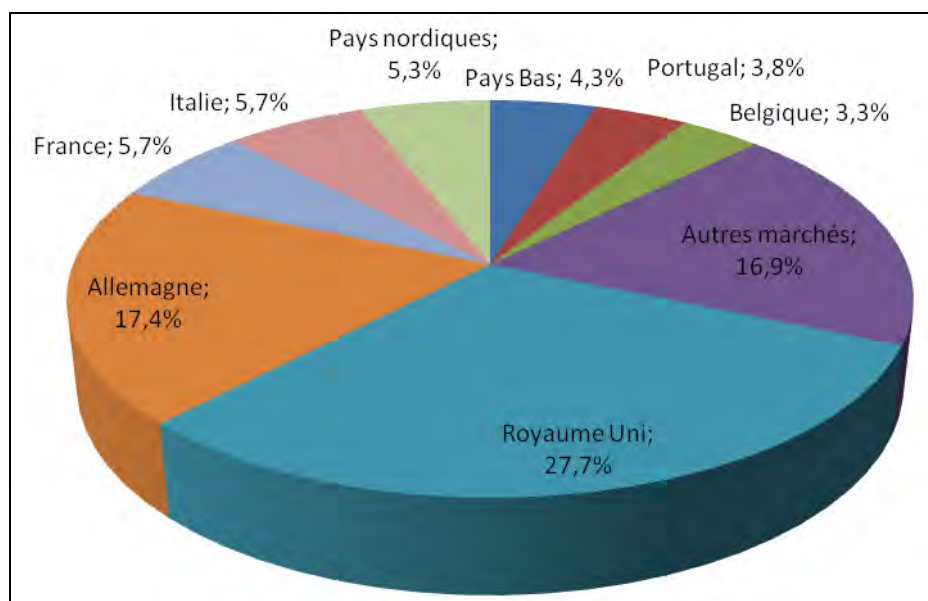
Quels sont les atouts qui ont fait de l'Espagne cette destination de premier niveau ? Si pendant la première moitié du XXème siècle l'Espagne a connu des chiffres modestes de touristes, attirés notamment par son exotisme, le pays est devenu cette grande destination touristique mondiale à partir des années cinquante, avec la naissance du tourisme de masse. Il s'agit alors d'un tourisme de soleil et plage, grâce à ses atouts sur ce terrain : climat, plages, prix, proximité.

À partir de ce moment, l'Espagne n'a fait qu'augmenter son poids et a continué à développer ce tourisme de soleil et plage jusqu'aux années quatre-vingt, comme nous l'avons montré dans l'introduction. À partir de cette décennie, le pays arriva à maturité dans ce secteur et on commença à envisager la création d'autres produits pour rester une destination attractive. Le tourisme rural, urbain, celui des affaires, foires et congrès, le tourisme culturel, celui de nature, etc., seront les différentes formules qui vont se développer et qui seront encouragées par l'administration.

Après une lente et constante urbanisation du littoral tout au long de ces décennies, la demande d'une croissance plus durable prendra forme et la protection de l'environnement et les atouts culturels et patrimoniaux vont devenir les nouveaux atouts du pays.

Le Graphique 2 ci-dessous montre l'origine des touristes par nationalités.

Graphique 2 Nombre de touristes non résidents selon le pays de résidence - Année 2006



Source : IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)

Pour 2007, les données provisoires sont telles que ci-dessous.

Tableau 3 Entrées de visiteurs selon la typologie – Année 2007, données provisoires

	TOTAL	% VERTICAL	TAUX DE VARIATION INTERANNUELLE
TOTAL	99.062.926	100	3.3
TOURISTES	59.193.290	59.8	1.7
EXCURSIONNISTES	39.869.639	40.2	5.6

Source : IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Tout aussi important que le nombre des arrivées de touristes, les dépenses faites par ceux-ci sont primordiales, car les répercussions socio-économiques du tourisme sur le pays et la société d'accueil se voient mieux à travers les dépenses réalisées. En 2006, dernières statistiques dont nous disposons, les données ont été les suivantes :

Figure 1 Composants de la dépense totale année 2007

Dépense totale des touristes 49.946 millions de € +3,5%			
Nombre de touristes 56.297 (milliers de person.) +4.5%	Dépense moyenne par touriste 870 €/touriste +1.5%		
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"> Dépense moyenne par jour 94 €/jour +4.4% </td> <td style="text-align: center;"> Séjour moyen 9 nuitées -2.8% </td> </tr> </table>		Dépense moyenne par jour 94 €/jour +4.4%	Séjour moyen 9 nuitées -2.8%
Dépense moyenne par jour 94 €/jour +4.4%	Séjour moyen 9 nuitées -2.8%		

Données respect aux arrivées par route et par aéroport uniquement.

Source : IET Encuesta de Gasto Turistico (EGATUR)

Nous pouvons remarquer la dépense moyenne qui n'augmente pas dans la même proportion que l'inflation, ce qui montre une moindre dépense en définitive, et une diminution du séjour moyen, caractéristiques qui se répètent depuis plusieurs années.

Comme nous avons vu dans l'introduction, les chiffres de la dépense touristique sont stables, ce qui a conduit à planifier le futur du tourisme espagnol sur la qualité et la captation de niches de marché plus performantes. Sinon, la crise serait réelle. N'oublions pas que, en termes de taux de croissance d'arrivée de touristes, beaucoup de pays concurrents du sud et de l'est de la Méditerranée devancent l'Espagne depuis quelques années. L'Espagne n'est plus concurrentielle en prix, donc elle doit l'être en qualité et en nouveaux produits touristiques.

1. Atouts pour le tourisme

L'Espagne est riche en atouts touristiques grâce à son histoire, son emplacement géographique, son climat et son patrimoine. Ces atouts ont été utilisés de façon différente selon les époques. Au XIX^{ème} siècle c'était la culture, les mœurs et les ruines qui lui donnaient cet aspect exotique que les Romantiques vantaient si bien ; au début du XX^{ème} siècle ce furent d'abord les paysages, l'art et le patrimoine puis, dans la deuxième moitié du siècle, le climat et les plages devinrent ses atouts phares. Le XXI^{ème} siècle apporte de nouvelles formes touristiques à exploiter : nature, patrimoine, villes, congrès, langue. Voyons très brièvement quelles sont ces ressources, nouvelles et anciennes :

1.1 Ressources culturelles

Tout au long de cette dernière décennie, le tourisme culturel et urbain s'est consolidé comme le deuxième produit touristique espagnol après celui du soleil et plage. Une bonne partie de ce succès est dû à la richesse culturelle du pays et à une meilleure commercialisation. N'oublions pas que l'Espagne est le deuxième pays au monde en nombre de sites historiques artistiques déclarés par l'UNESCO comme Patrimoine de l'Humanité, avec un total de 39 sites. Le grand épanouissement que connaît ce type de tourisme tout au long de ces dernières années est le reflet de l'impact des tendances actuelles, aussi bien sociales qu'économiques sur le tourisme : Internet et les compagnies à bas coût, ces deux éléments étant les vrais responsables de la popularisation de ces produits. En 2005, 13,2% des arrivées touristiques en Espagne ont été motivées par la culture (7,4 millions d'arrivées). Actuellement le tourisme culturel et urbain représente 8,2% des arrivées internationales en Espagne

Carte 1 Villes patrimoines de l'Humanité, d'après l'UNESCO



Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Le grand atout pour le tourisme culturel et urbain réside en l'existence de deux grandes villes, Madrid et Barcelone, d'une grande richesse en musées et en patrimoine architectonique de réputation internationale, et en l'inscription de 13 villes Patrimoine de l'Humanité. Parmi ces villes Patrimoine de l'Humanité, quatre sont de grande renommée et les plus visitées : Santiago de Compostelle, Tolède, Salamanca et Cordoue.

Dans ce domaine, il faut remarquer la richesse en musées et collections, au nombre de 1343 en 2006, qui ont accueilli 53,17 millions de visiteurs.

Les musées de l'État ont reçu les visiteurs suivants :

	MUSÉES ET COLECCIONS MUSÉISTQUES	VISITEURS ESTIMÉS		
		TOTAL	PAR MUSEE	PAR MUSEE OUVERT
TOTAL	1.343	53.174.971	39.594	41.969
TPOLOGIE				
Archéologique	168	3.870.799	23.040	24.655
Art Contemporaine	106	6.383.156	60.218	60.792
Arts Décoratives	27	862.304	31.937	34.492
Beaux Arts	192	13.073.916	68.093	73.864
Maison - Musée	75	2.115.157	28.202	30.654
Science et Technologie	37	5.610.207	151.627	155.839
Science et Histoire Naturelles	51	1.339.008	26.255	26.780
De Site	47	2.037.416	43.349	45.276
Spécialisé	130	2.996.586	23.051	24.562
Etnographie et Anthropologie	228	1.952.447	8.563	9.166
Générale	160	6.575.700	41.098	43.838
Histoire	96	3.380.017	35.209	36.739
Autres	26	2.978.258	114.548	114.548

Tableau 4 Evolution des visiteurs des musées espagnols les plus importants (2005/2006)

Visitantes a los principales museos de España	2005	2006	Var % 05-06
Museo del Prado (Madrid)	1.935.770	2.165.581	11,87
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia (Madrid)	1.590.099	1.418.032	-10,82
Museo Picasso (Barcelona)	1.074.060	1.225.543	14,10
Teatre-Museu Dalí (Figueres-Girona)	1.019.195	1.028.280	0,89
Museo Guggenheim	965.082	1.008.744	4,52
Fundació Joan Miró (Barcelona)	529.013	579.926	9,62
Museu Nacional d'Art de Catalunya (Barcelona)	415.774	376.671	-9,40
Museo Thyssen-Bornemisza	643.784	736.713	14,43
Museo de Bellas Artes San Pío V (Valencia)	145.789	180.265	23,65
Museo de Bellas Artes de Sevilla	181.675	175.427	-3,44
Museo de Bellas Artes de Bilbao	142.067	144.085	1,42
Centro Gallego de Arte Contemporáneo (Santiago de Compostela)	72.681	57.580	-20,78
Museo Chillida- Leku (Hernani-Gipuzkoa)	83.200	83.779	0,70
Museo de Escultura de Valladolid	82.901	95.977	15,77
Fundació Antoni Tàpies (Barcelona)	62.132	58.612	-5,67
Museo de Bellas Artes de Asturias (Oviedo)	57.066	68.932	20,79
Museo de Arte Abstracto Español de Cuenca	39.542	34.464	-12,84
Museo de Bellas Artes de A Coruña	32.370	39.945	23,40
Fundación Lázaro Galdiano (Madrid)	30.000	30.608	2,03
Museo Sorolla (Madrid)	83.403	88.442	6,04
Casa Museo Greco* (Toledo)	217.601	198.009	-9,00
Museo Picasso (Málaga)	304.658	342.824	12,53
Total	9.707.862	10.138.439	4,44

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Tableau 5 Visiteurs des principaux monuments espagnols (2004-2006)

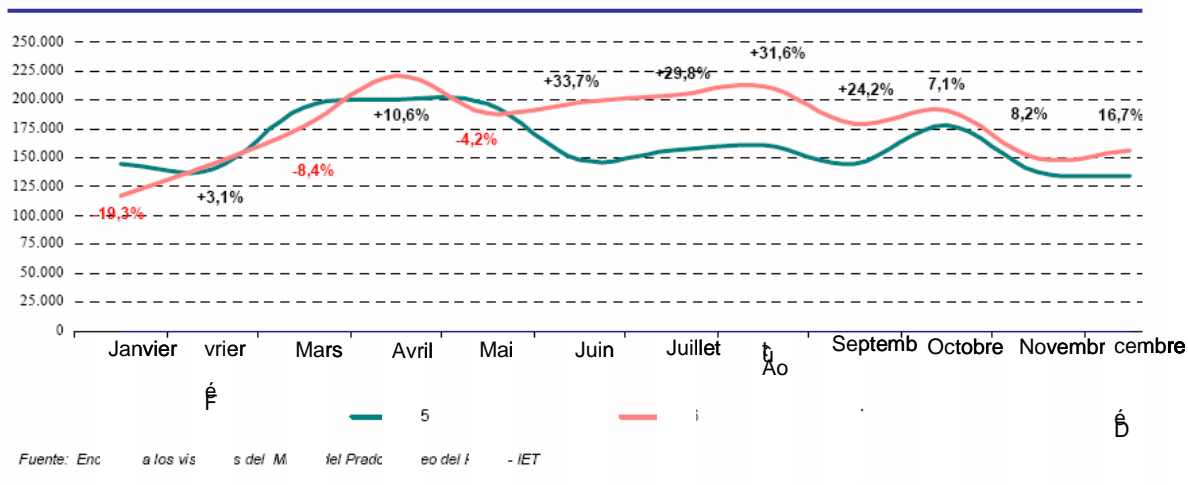
Principales hits monumentales	2003	2004	%var. 03-04	2005	%var. 04-05	2006	%var. 05-06	%var. 03-06
Catedral de Sevilla	1.277.032	1.264.667	-0,97	1.300.883	2,86	1.435.910	10,38	12,44
Mezquita de Córdoba	1.047.383	1.040.679	-0,64	1.122.338	7,85	1.204.626	7,33	15,01
Alhambra de Granada	2.029.322	1.987.686	-2,05	2.012.596	1,25	2.153.491	7,00	6,12
Muralla de Ávila	177.350	233.591	31,71	182.073	-22,05	185.934	2,12	4,84
Alcázar de Segovia	541.825	493.758	-8,87	497.928	0,84	504.438	1,31	-6,90
Santo Tomé de Toledo	418.351	442.242	5,71	420.230	-4,98	457.992	8,99	9,48
Sagrada Família de Barcelona	2.056.448	2.260.661	9,93	2.376.205	5,11	2.542.070	6,98	23,61
Palacio Real de Madrid	775.617	720.710	-7,08	806.775	11,94	883.324	9,49	13,89
Monasterio de El Escorial	539.278	504.238	-6,50	504.609	0,07	521.799	3,41	-3,24
Sinagoga de Córdoba	347.300	256.000	-26,29	402.000	57,03	404.375	0,59	16,43
Medina Azahara Córdoba	183.108	193.035	5,42	183.621	-4,88	193.190	5,21	5,51
Palacio Real de Aranjuez	304.616	298.779	-1,92	322.103	7,81	326.481	1,36	7,18
Casa de la Pedrera de Barcelona *	1.405.426	1.273.037	-9,42	1.229.496	-3,42	1.333.356	8,45	-5,13
Universidad de Salamanca (Edificio Histórico)	164.136	201.645	22,85	185.372	-8,07	202.904	9,46	23,62
Total	11.267.192	11.170.728	-0,86	11.546.229	3,36	12.349.890	6,96	9,61

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Les Communautés Autonomes de Madrid et de Catalogne reçoivent, à elles seules, un tiers des visiteurs, bien qu'elles ne concentrent que 10% de l'offre de musées et de collections. Mais elles ont les plus grands établissements et les plus réputés (Musée du Prado : 2 137 719 visiteurs en 2006, Reina Sofía, Thyssen-Bornemissa, Picasso, Miró,....).

Graphique 3 Entrées de visiteurs au musée du Prado selon le mois et taux de variation interannuelle

Llegada de visitantes al Museo del Prado según meses y tasa de variación interanual. Enero 2005 - Diciembre 2006



En ce qui concerne les typologies des musées, il faut faire deux remarques :

Les musées et collections des Beaux Arts, qui ont reçu ¼ des visites de musées et représentent 16,3% de l'offre globale de ces établissements.

Les musées ethnographiques et anthropologiques, aussi nombreux que les musées des Beaux Arts mais qui n'ont reçu que 4,6% des visites.

La clientèle de ce type de tourisme correspond à un profil de personne d'âge moyen, qui voyage en couple, avec un pouvoir d'achat élevé et dont les voyages présentent une petite saisonnalité.

Il faut également citer le tourisme linguistique, composé de gens qui viennent pour apprendre l'espagnol, de plus en plus nombreux et dont l'Instituto Cervantes encourage la présence. S'il n'est pas encore très important, le taux de tourisme linguistique ne fait qu'augmenter d'année en année. Les régions qui en bénéficient le plus largement sont Madrid, Castilla y León, l'Andalousie et, à moindre degré, Valence et Catalogne.

1.2 Ressources sportives

Parmi les activités sportives qui sont commercialisées en Espagne comme produits touristiques, il faut en citer trois : le golf, les activités nautiques et les stations de ski.

Le produit touristique **golf** occupe la première place au niveau européen. Si en 2005 il y avait 308 terrains (dont 35 de propriété publique, soit 11,3% de l'offre), une forte augmentation a lieu en 2006 avec l'ouverture de 32 nouveaux terrains de golf (alors que la moyenne était de 10 nouveaux terrains par an). En 2007 il y en a 349 associés à Golfspain.

La Communauté Autonome qui dispose de plus de terrains de golf est l'Andalousie (100 au total) et c'est elle qui a également le plus fort taux de croissance, avec presque 30% du taux national. La Catalogne vient ensuite avec 42 terrains. Les prévisions pour ce secteur sont extraordinaires et on attend la construction de 100 nouveaux terrains de golf pour les dix prochaines années. Ce type de tourisme permet d'envisager une diminution de la saisonnalité dans les régions qui l'ont bien développé, car elles sont actuellement trop tournées vers le tourisme de soleil et plage.

Les **activités nautiques** se concentrent plutôt dans les marinas. L'Espagne offre de grandes possibilités naturelles avec un littoral qui s'étend sur 7 880 km de côte, ce qui multiplie les opportunités pour la pratique de sports nautiques. Le pays se trouve actuellement dans une période d'expansion de ces activités. En 2006, l'offre espagnole était de 323 marinas, dont 19 stations nautiques, avec un total de 107 772 anneaux. N'oublions pas, non plus, le rôle dynamique qu'a joué la célébration en 2007 de la Coupe Amérique de Voile à Valence.

En ce qui concerne les **stations de ski**, l'Espagne est limitée et ne dispose pas des conditions les plus favorables. Sa latitude la situe déjà au sud de la région tempérée, ce qui rend difficile la présence de neige en abondance. De plus, les montagnes les plus élevées se trouvent au sud (où la température est plus élevée) et seules les Pyrénées profitent de conditions relativement favorables. Tous ces éléments rendent difficile un épanouissement de ce type d'installations sportives.

Actuellement nous trouvons 49 stations de ski d'hiver, dont 39 sont aptes à accueillir des activités de ski alpin et 10 de le ski de fond. La capacité d'hébergement de ces stations est d'environ 150 000 lits et la durée moyenne d'ouverture est de 125 jours en combinant ski et l'offre de la montagne.

1.3 Ressources pour le tourisme d'affaires et de congrès

C'est le produit avec les meilleures perspectives de croissance. Les prévisions tablent sur une augmentation de 59% pour l'année 2014, face aux estimations qui prévoient une croissance de 25% pour l'ensemble de l'Europe. C'est le segment avec la dépense moyenne la plus élevée de tout le tourisme espagnol : 373,19 euros par personne et par jour, mais qui arrive à 503,87 euros personne/jour dans les villes de plus d'un million d'habitants. Les villes qui attirent le plus de touristes de cette sorte sont : Madrid, Barcelone, Valence, Séville, Bilbao et les villes comprises entre 200 000 et 500 000 habitants. Il existe donc, une relation directe entre la taille de la ville et l'attrait que cela représente pour ces touristes.

Tableau 6 Nombre de touristes selon les motivations 1997-2006 (FRONTUR)

Año	Total motivos	Trabajo, negocios, ferias y congresos	% Sobre el total	Tasa Var. Interanual
1997	39.552.720	2.995.301	7,6%	
1998	43.396.083	3.479.334	8,0%	16,2%
1999	46.775.869	3.878.606	8,3%	11,5%
2000	47.897.915	4.420.149	9,2%	14,0%
2001	50.093.555	3.647.769	7,3%	-17,5%
2002	52.326.767	4.091.008	7,8%	12,2%
2003	51.829.598	4.472.109	8,6%	9,3%
2004	52.430.000	5.286.000	10,1%	18,2%
2005	55.914.000	5.940.000	10,6%	12,4%
2006	58.451.141	6.264.000	10,7%	5,5%

Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Tableau 7 Indicateurs d'activité en foires par catégories urbaines 2006 (Nombre d'habitants)

	Más de 1.000.000	De 500.000 a 1.000.000	De 200.000 a 500.000	Menos de 200.000	Total
Número Ferias	147	90	97	135	469
Número Expositores	63.274	22.511	18.861	17.035	121.681
Número Visitantes	7.844.186	2.737.120	3.888.713	2.219.738	16.689.757
Superficie (m ²)	2.568.232	1.063.059	695.459	640.816	4.967.567

Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Tableau 8 Indicateurs de tourisme de réunions par catégories urbaines 2006 (Nombre d'habitants)

	Más de 1.000.000	De 500.000 a 1.000.000	De 200.000 a 500.000	Menos de 200.000	Total
Número Reuniones	5.245	1.527	6.226	4.878	17.876
Número Delegados	1.165.823	378.438	953.183	584.298	3.081.742
Tamaño medio reunión	222,28	247,89	153,09	119,77	172,40
Entidades generadoras de la reunión de vocación privada (%)	71,89	49,82	45,40	48,93	48,56
Duración media (días)	2,68	2,88	2,52	2,25	2,41
Gasto medio por delegado y día (€)	487,47	451,18	231,80	270,06	294,61

Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Dernièrement l'Espagne s'est mise à construire et développer les infrastructures qui permettent ce type de tourisme, ce qui lui a permis de se placer parmi les plus importantes zones d'accueil européennes du secteur.

À la fin de 2006 nous trouvons en Espagne 90 entreprises de gestion et d'exploitation d'environ 50 enceintes de foires et 45 palais des congrès. Le chiffre d'affaires de ces deux types d'infrastructures a été de 600 millions d'euros (80% pour les enceintes de foires et 20% pour les palais des congrès). Malgré l'abondance d'entreprises de ce type, il existe une forte concentration du marché, de telle façon que les cinq premières entreprises par chiffre d'affaires ont réuni 60% du total du marché (IFEMA, Foire de Barcelone, Foire de Valence, Foire de Bilbao et Madrid, Espaces et Congrès).

1.4 Ressources de loisir

Les **parcs thématiques** et les **parcs de loisir** représentent la part la plus importante de l'offre de ressources touristiques pour le loisir en Espagne.

Nous trouvons une offre de 114 parcs en 2006, classés en trois catégories selon la thématique : parcs animaliers et de nature (61 établissements), parcs aquatiques (44 établissements) et parcs thématiques et d'attractions (9 établissements). Le chiffre d'affaires, pour 2005, a été de 548 millions d'euros avec 3,8 millions de visiteurs. Ici, comme dans le tourisme d'affaires, il existe une forte concentration, car les cinq premiers parcs ont fait 49,4% du chiffre total d'affaires du secteur.

Nous pouvons inclure dans ce type d'établissements consacrés au loisir les **casinos**. En 2006 nous trouvons en Espagne 39 casinos et 2 annexes, en plus des bingos (locaux où le jeu est une sorte de loto). Ces établissements ont connu une forte augmentation de l'argent en jeu, stabilisée cette dernière année :

ANNÉES	2003	VAR.	2004	VAR.	2005	VAR.	2006	VAR.
DROP	1.404,37	2,34	1.476,15	5,12	1.735,33	17,55	1.716,24	-0,10
MÁQ.C	509,75	5,90	591,31	16,00	709,50	19,98	743,38	4,78
TOTAL	1.914,12	3,27	2.067,46	8,01	2.444,83	18,25	2.459,62	0,61

Source : Memoria del juego en Espana. Ministerio del Interior

Les volumes d'argent en jeu ont permis un chiffre d'affaires de plus de 550 millions d'euros pour les casinos (après élimination de l'argent rendu en prix).

Le nombre de visiteurs des casinos est aussi stable, malgré sa relative importance.

Tableau 9 Visiteurs des casinos espagnols

ANNÉE	VISITEURS	VARIATION	VARIATION INTERANNUALE %	% SUR 1990
1990	3.253.559
1991	3.099.615	-153.944	-4,73	-4,73
1992	2.951.443	-148.172	-4,78	-9,29
1993	2.807.129	-144.314	-4,89	-13,72
1994	2.839.072	31.943	1,14	-12,74
1995	2.822.260	-16.812	-0,59	-13,26
1996	2.836.059	13.799	0,49	-12,83
1997	2.922.756	86.697	3,06	-10,17
1998	2.920.745	-2.011	-0,07	-10,23
1999	3.139.040	218.295	7,47	-3,52
2000	3.292.614	153.574	4,89	1,20
2001	3.262.856	-29.758	-0,90	0,28
2002	3.081.071	-181.785	-5,57	-5,30
2003	2.966.164	-114.907	-3,73	-8,83
2004	3.049.984	83.820	3,83	-6,25
2005	3.479.373	429.389	14,07	6,94
2006	3.634.006	154.633	4,44	10,36

Source : Memoria del juego en Espana. Ministerio del Interior

Comme la plupart des casinos sont situés dans des hôtels (64%), ils font partie de l'offre de loisir complémentaire pour le tourisme. Nous devons remarquer, aussi, que 80% d'entre eux sont placés à proximité de la côte et, dans la plupart des cas, autour des grands centres d'activité touristique, ce qui montre une forte relation entre tourisme et jeu.

1.5 La grande ressource : soleil et plage

C'est le grand produit touristique espagnol qui représente 82% de l'offre hôtelière du pays. Elle est concentrée sur les deux archipels et la côte méditerranéenne, spécialement aux Baléares, Canaries, Andalousie, Catalogne et Valence. Ces destinations attirent de préférence le tourisme familial, les touristes individuels et le troisième âge, mais cette clientèle change progressivement son comportement à l'heure de programmer les vacances, passant du paquet touristique à la réservation directe par Internet.

Sur ce terrain, l'Espagne souffre de la concurrence des autres pays de la Méditerranée, de préférence la Bulgarie, la Croatie, l'Égypte, la Grèce, le Maroc, la Tunisie et la Turquie. Parmi tous ces pays, la concurrence la plus forte viendra, à moyen et long terme, de la Turquie, et moins de la Grèce.

1.6 Le tourisme rural et de nature

Le tourisme rural a prit une place de plus en plus conséquente dans le tourisme espagnol avec un impact économique très important dans certaines régions, mais son poids croissant tient plus à ses résultats concernant le tourisme domestique qu'international. Sa popularité vient de l'intérêt qu'il représente en tant que mécanisme de croissance économique des milieux ruraux, ce qui explique qu'il soit encouragé par les pouvoirs locaux.

Ce tourisme est basé sur la commercialisation d'activités réalisées en pleine nature qui apportent aux touristes des expériences uniques dues à la jouissance des ressources naturelles. Ces touristes sont caractérisés par leur préférence pour le milieu naturel, la tranquillité et l'éloignement des milieux urbains.

Tableau 10 Tourisme Rural – Nombre de Lits (Estimations moyennes annuelles)

	2006	2005
Hotel Rural	8.869	7.675
Appartement Rural	6.056	4.612
Maison Rural	65.845	57.945
Auberge Rural	2.020	2.021
Tourisme Actif	9.215	7.879
Grands Bâtiments	3.890	3.486
Établissements non groupés	0	118

Source : Instituto Nacional de Estadística

Tableau 11 Tourisme Rural - Nombre de lits estimés (moyenne annuelle)

	2006	2005	2004	2003	2002	2001
TOURISME RURAL	95.906	83.916	71.488	59.884	51.010	42.925

Source : Instituto Nacional de Estadística

L'importance que prend le tourisme rural est confirmée au vu de la grande quantité de lits qu'offre le secteur, bien que ces chiffres comprennent aussi les lits de tourisme actif. Il s'agit d'une activité plus difficile à quantifier que les autres formules d'hébergement, donc nous parlerons toujours d'estimation à ce sujet.

Tableau 12 Enquête d'occupation en logements de tourisme rural – nombre de voyageurs selon résidence année 2007- données provisoires

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
TOTAL	2.661.359	2.425.429	1.982.902	1.754.361	1.467.543	1.370.371	1.210.890
ESPAGNE	2.395.970	2.180.235	1.770.400	1.588.294	1.322.709	1.229.849	1.086.761
ÉTRANGER	265.389	245.194	212.502	166.067	144.834	140.522	124.129

Source : Instituto Nacional de Estadística

Tableau 13 Enquête d'occupation en logements de tourisme rural – nombre de nuitées selon résidence année 2007 – données provisoires

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
TOTAL	7.969.361	7.438.386	6.306.321	5.492.321	4.476.142	4.104.674	3.660.812
ESPAGNE	6.658.467	6.134.582	5.088.606	4.542.606	3.725.378	3.423.807	3.067.790
ÉTRANGER	1.310.894	1.303.804	1.217.804	949.890	750.764	680.867	593.022

Source : Instituto Nacional de Estadística

Nous sommes surpris par la forte croissance annuelle que connaît le secteur, mis en lumière par le nombre de touristes qui utilisent ce type d'hébergement, et le poids qu'il commence à représenter dans l'ensemble de l'activité touristique, quoiqu'il s'agisse principalement de touristes nationaux. Un autre élément à remarquer concerne le faible taux d'occupation des logements d'après ce que révèlent les données fournies, mais c'est une activité où la vérification des données est assez difficile. On sait que le taux est faible, car principalement basé sur les week-ends et les vacances, mais il semble trop faible si nous tenons en compte l'intérêt d'en ouvrir de nouveaux, ce qui ne serait pas vraiment intéressant si le taux était aussi faible que l'indiquent les statistiques.

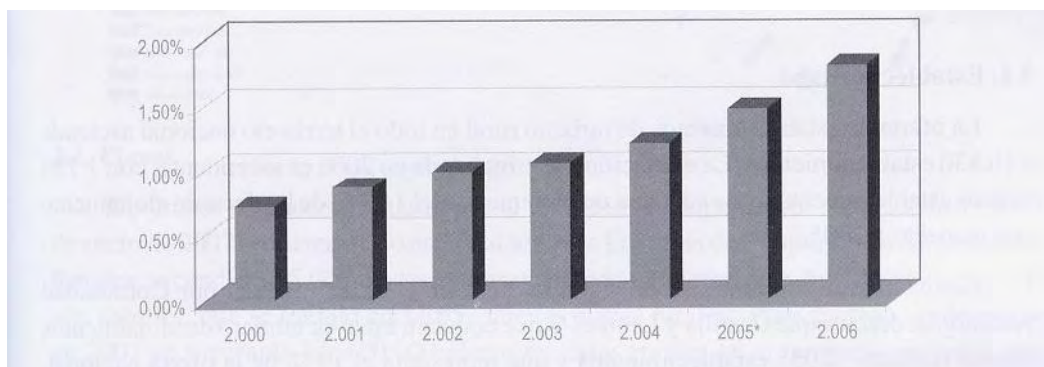
Tableau 14 Voyages réalisés dans les maisons rurales

AÑO	VIAJES A CASA RURAL (VCR)	VIAJES (V)	CUOTA VCR/V
2.000	892.421	123.400.691	0,72%
2.001	1.111.642	127.966.815	0,87%
2.002	1.223.369	124.347.532	0,98%
2.003	1.361.396	129.180.823	1,05%
2.004	1.604.897	132.936.300	1,21%
2005*	2.371.020	161.112.545	1,47%
2.006	2.802.453	155.691.826	1,80%

* Cambio Metodológico del IET (Fam)

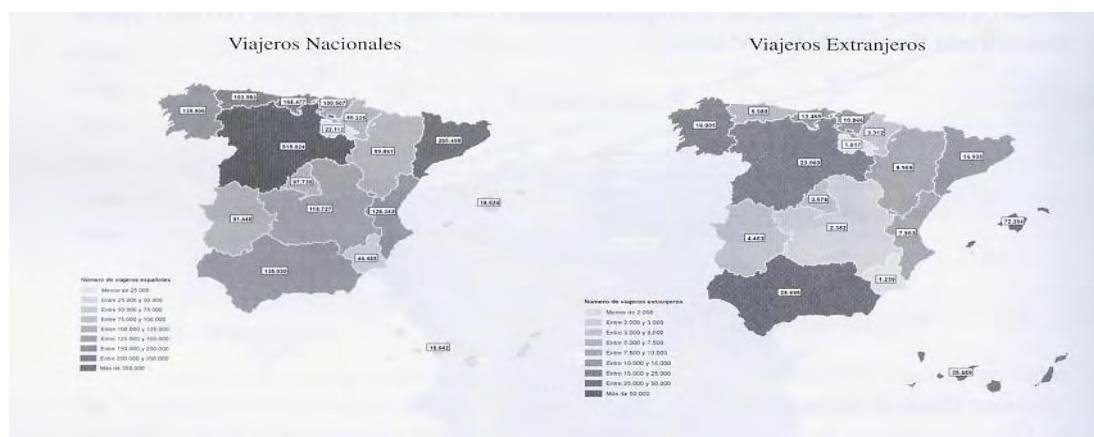
Source : La Actividad Turística Española en 2006

Graphique 4 Pourcentage de voyages dans les maisons rurales sur le total des voyages



Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Carte 2 Voyageurs nationaux et étrangers en tourisme rural



Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Tableau 15 Entreprises de tourisme actif par communautés autonomes (Septembre 2007)

Comunidad Autónoma	Número de Empresas
Andalucía	295
Aragón	86
Asturias	19
Baleares	107
Canarias	53
Cantabria	80
Castilla La Mancha	36
Castilla León	52
Cataluña	125
Comunidad Valenciana	432
Extremadura	27
Galicia	15
Madrid	116
Murcia	112
Navarra	31
Pais Vasco	138
La Rioja	10
Ceuta	Sin datos
Melilla	Sin datos
TOTAL	1734

Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Le tourisme de nature connaît, tout comme le tourisme rural, un grand essor dans le pays. Les espaces naturels sont très convoités et chaque région protège une partie de son territoire pour montrer son intérêt pour l'environnement. Les outils de protection se sont multipliés, selon le degré et le type de richesse naturelle que l'on veut conserver.

Le reflet de cet intérêt des touristes pour la nature est visible dans les statistiques sur la fréquentation des parcs nationaux en Espagne. Nous pouvons remarquer que la facilité d'accès et la proximité avec les zones touristiques augmentent énormément la fréquentation.

Tableau 16 Visiteurs des Parcs Nationaux des dernières années

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aigüestortes	362.822	356.411	341.759	337.484	355.633	322.555
Cabrera	66.302	66.535	73.540	71.987	74.532	76.541
Cabañeros	63.277	63.739	70.782	66.935	73.926	72.688
C. Taburiente	375.753	395.264	367.938	380.399	371.558	389.024
Doñana	407.693	361.984	391.536	381.964	376.287	384.638
Garajonay	507.000	641.754	859.860	854.824	842.467	884.858
I. Atlánticas *	---	171.999	182.394	213.897	220.240	238.939
Monfragüe ¹	---	---	---	---	---	83.819
Ordesa	622.014	619.700	582.800	598.950	616.700	617.950
Picos	1.596.825	1.990.255	2.221.761	1.939.803	1.863.847	1.774.955
S. Nevada	302.520	315.000	558.489	645.738	728.137	
T. Daimiel	100.099	107.437	128.640	123.413	100.666	122.955
Teide	3.488.622	3.364.873	3.540.195	3.349.204	3.567.701	3.142.418
Timanfaya	1.768.566	1.841.431	1.815.186	1.778.882	1.787.776	
Total	9.661.493	10.296.382	11.134.880	10.743.480	10.979.470	

Source : Parques Nacionales. Ministerio de Medio Ambiente

1.7 Le tourisme de croisière

Par sa situation géographique à l'extrême ouest de la Méditerranée, L'Espagne se trouve un peu en dehors des grands circuits de croisières traditionnels, qui se font surtout en Mer Égée et en Adriatique. Pourtant, ces dernières années, la Méditerranée occidentale a connu une forte croissance dans ce secteur et le port de Barcelone s'est entièrement transformé pour accueillir ces circuits et devenir un port de départ de croisière.

Barcelone et les Baléares sont devenues les destinations classiques de tous les circuits de ce côté ouest de la Mer Méditerranée, comme le montrent les statistiques ci-dessous.

Tableau 17 Croisières et passagers en croisière par ports du réseau de ports de l'Etat

Puerto	Cruceros 2006	Pasajeros 2006	Variación nº Pasajeros 2002-2006	Variación % Pasajeros 2002-2006
A Coruña	65	39.988	+ 14.741	+ 58,39%
Alicante	51	51.527	+ 25.528	+ 98,19
Almería	45	29.801	+ 8.6641	+ 40,84
Bahía de Algeciras	3	78	0	0
Bahía de Cádiz	272	171.309	+ 56.641	+ 49,40
Baleares	652	1.026.895	+ 252.472	+ 32,70
Barcelona	706	1.405.192	+ 587.407	+ 71,83
Bilbao	21	16.645	+ 8.556	+ 105,77
Cartagena	39	29.337	+ 14.657	+ 99,84
Ceuta	6	1.840	- 2.876	- 60,98
Ferrol-San Cibrao	5	2.984	+ 2.984	s.d.
Gijón	3	1.391	+ 1.391	s.d.
Las Palmas	352	336.099	+ 61.525	+ 22,41
Málaga	231	222.133	+ 59.330	+ 36,44
Melilla	2	960	+ 600	+ 166,67
Motril	21	2.542	+ 2542	s.d.
Santa Cruz de Tenerife	350	446.355	+ 105.209	+ 30,84
Santander	12	6.031	+ 4.277	+ 243,84
Sevilla	56	14.558	+ 13.291	+ 1.049,01
Tarragona	3	1.273	- 4.457	- 77,78
Valencia	82	88.170	39.766	+ 82,15
Vigo	99	129.268	+ 55.952	+ 76,32
Vilagarcía	18	6.803	+ 884	+ 14,93
TOTAL	3.094	4.031.179	+ 1.308.792	+ 48,07

Source : La Actividad Turística Española en 2006

III. PARTIE II BILAN APPROFONDI DES PROGRES REALISES

Après la publication des Recommandations sur le tourisme et le développement durable adoptées en 1999 sur proposition de la CMDD, le Gouvernement espagnol a réalisé quatre publications pour la planification du futur touristique du pays. Ces travaux sont le fidèle reflet de la vision et de la planification que le Gouvernement pense appliquer au tourisme dans l'avenir. Ces travaux sont :

- Le Plan Intégral de Qualité du Tourisme espagnol 2000-2006 (PICTE),
- Les initiatives pour un Tourisme Soutenable pour la période de programmation 2007-2013,
- Le Plan du Tourisme Espagnol 08-12,
- Le Plan du Tourisme Espagnol Horizon 2020.

Nous allons analyser, à présent, comment sont reflétées dans ces Plans les Recommandations de la CMDD. Pour ce faire, nous allons résumer les trois grands chapitres prévus dans les recommandations, puis nous analyserons les quatre plans et nous indiquerons quelles recommandations ont été prises en compte. Cependant il convient de souligner combien il est difficile de bien préciser les relations : le problème vient principalement du caractère généraliste et transversal aussi bien des recommandations que des Plans, d'où de nombreux aspects diffus. Nous avons essayé de préciser les aspects qui sont reflétés d'une manière plus précise.

1. Les Recommandations de la CMDD

Trois grandes lignes ou axes :

- 1) Contrôle des impacts sur l'environnement,
- 2) Promotion d'un tourisme en harmonie avec le développement soutenable,
- 3) Développement d'une coopération méditerranéenne.

Tous ces axes se reflètent dans les 34 indicateurs prioritaires pour le suivi de la SMDD.

1.1 Contrôle des impacts sur l'environnement

Directives :

- 1) Prévenir et réduire les impacts négatifs du développement, de l'urbanisation et des infrastructures touristiques littorales.

Recommandations :

- a) Acquisition de moyens nécessaires pour évaluer les impacts sur l'environnement des programmes touristiques et des projets à long terme.
 - b) Réaliser des évaluations sur la capacité de charge des destinations et faire les démarches pour s'assurer que l'offre se limite à la capacité de charge définie.
 - c) Renforcer ou établir les outils nécessaires, de type législatif ou normatif, pour le contrôle des urbanisations touristiques et la protection des espaces naturels.
 - d) Mettre en route des programmes qui permettront la réhabilitation des destinations matures, favorisant l'environnement.
 - e) Mettre en route des mécanismes qui rendent possible une contribution financière du secteur touristique pour la protection et gestion des espaces naturels et culturels.
- 2) Réduire la consommation des ressources naturelles et la pollution produite par les logements et les activités touristiques.

Recommandations :

- a) Assurer une bonne gestion environnementale des installations et destinations touristiques.
- b) Encourager les procédures de qualité environnementale avec un possible appui financier.

- c) Engager tous les moyens possibles pour essayer d'allonger la saison touristique, si possible, à toute l'année.
 - d) Promouvoir dans le secteur touristique :
 - i) La lutte contre le gaspillage de l'eau, l'énergie et la création de déchets.
 - ii) Encourager la technologie propre et innovatrice.
 - iii) Mettre en route des processus de certification (EMAS, ISO 14000, etc.) des installations et des destinations touristiques.
- 3) Contrôle du développement des activités touristiques en relation avec milieu marin ou côtier.

Recommandations :

- a) Les bateaux de loisir ne pourront pas rejeter les eaux usées aux endroits d'amarrage ou dans les ports.
- b) Les ports doivent disposer des facilités nécessaires pour vider les déchets solides ou liquides.
- c) Les nouvelles formules de loisir avec impact sur l'environnement, spécialement sur les espèces protégées, ne seront autorisées que lorsque l'on aura évalué leurs impacts et leur conformité avec les stratégies touristiques concernées.
- d) L'accès et l'usage des plages de la part du public et par les professionnels seront réglementés et gérés en accord avec les facteurs environnementaux.

1.2 Promouvoir le tourisme en harmonie avec le développement durable

Directives :

- 1) Développer des stratégies au niveau local et national qui réconcilient le tourisme, l'environnement et le développement soutenable.

Recommandations :

- a) Développer et renforcer les méthodes de négociation entre les autorités du tourisme et de l'environnement ainsi que les acteurs touristiques, pour définir les stratégies touristiques.
 - b) Développer ces stratégies pour pouvoir observer les impacts touristiques sur l'économie, la société et l'environnement.
 - c) Encourager la mobilisation de la population locale, des Oings et des professionnels correspondants pour l'implantation de l'Agenda Local 21.
- 2) Promouvoir la diversification du tourisme et l'équilibre du développement régional.

Recommandations :

- a) Promouvoir le développement du tourisme culturel, écologique et rural. En remarquant que le paysage archéologique, architectural, historique et le patrimoine naturel peuvent contribuer au développement touristique.
- b) Observer la complémentarité et les synergies avec les autres secteurs économiques (agriculture, pêche, artisanat,...)
- c) Développer les synergies entre le tourisme de littoral et continental.
- d) Mettre en route des programmes d'action spécifiques adaptés au développement soutenable de secteurs spécialement fragiles, notamment îles et zones marécageuses.
- e) Développer les instruments adéquats pour parvenir à réaliser ces objectifs (exemples : Réserves de la Biosphère, parcs naturels, etc.).

1.3 Développer une coopération méditerranéenne

Recommandations :

- a) Renforcer les activités de prise de conscience et les instruments à l'échelle régionale.
- b) Développer des programmes de formation.

- c) Promouvoir l'application de réseaux méditerranéens entre professionnels, entre zones (îles) ou types de tourisme (culturel).
- d) Promouvoir l'application d'écolabels méditerranéens.
- e) Encourager la coopération régionale.

2. Le plan intégral de qualité du tourisme espagnol 2000-2006 (PICTE)

La plupart des actions des dix programmes du PICTE suivent les recommandations de la CMDD. Etudions chacun des programmes et voyons les liens entre les actions qu'ils proposent et les recommandations de la CMDD.

2.1 Qualité des destinations touristiques

Ce programme s'axe sur deux principes :

- Le leadership de l'administration locale et son rôle moteur nécessaire.
- Le concept de développement soutenable : la préoccupation est de continuer à faire des bénéfices économiques à travers la préservation de l'environnement et de la culture locale.

Actions :

- 1) Définition de modèles de gestion intégrale des destinations touristiques (1.2.A)
- 2) Plans d'Excellence Touristique : récupération et régénération des destinations matures (1.1.A.4)
- 3) Plans de Dynamisation Touristique : activation économique et soutien aux destinations touristiques émergentes. (1.2.B).

2.2 Qualité des produits touristiques

Sur la base de la demande, il semble fondamental de travailler sur la structure de l'offre de produits touristiques ainsi que sur sa création et son développement pour avancer dans l'objectif de la diversification du tourisme espagnol.

Actions :

- 1) Création de terrains de golf ouverts au public (1.2.A.1)
- 2) Renforcement du programme de marinas (1.1.C)
- 3) Consolidation de base de l'entrepreneuriat du tourisme actif et d'aventure et régulation de son exercice pour garantir la qualité et la sûreté du consommateur (1.2.A)
- 4) Réorientation des programmes d'aides au développement du tourisme rural et coordination (types et qualité) (1.2.B.1)
- 5) Développement de produits de tourisme culturel (1.2.B.1)
- 6) Tourisme thermal (1.2.B.1).

2.3 Qualité du secteur de l'entrepreneuriat

Les principes de ce programme reposent sur le rôle central de l'entrepreneuriat et l'existence d'une marque unique basée sur un Institut pour tout le secteur, homologué et reconnu internationalement.

Actions (1.2.A.1) :

- 1) Conception et implantation de systèmes dans les différents secteurs touristiques.
- 2) Aides aux entreprises pour l'implantation et la certification.
- 3) Création de l'Institut pour la Qualité Touristique Espagnole (ICTE).
- 4) Promotion de la marque de qualité.

2.4 Formation en qualité (1.3.2)

La formation est un programme transversal avec des répercussions sur toutes les autres initiatives. Il touche à la formation professionnelle, initiale et continue, ainsi qu'à la formation de formateurs.

Actions :

- 1) Définition de modèles de formations et coordination au niveau des universités, des associations et du secteur de l'entrepreneuriat : l'Observatoire du Tourisme.
- 2) Suivi et coordination avec les organismes qui réalisent des actions de formation professionnelle et continue. Formation de formateurs.
- 3) Formations pour l'amélioration de la qualité des destinations (responsables municipaux) et des secteurs (directions et personnels).
- 4) Appui à la formation après la licence, la spécialisation et la recherche en tourisme.

2.5 Innovation et développement technologique. (1.2.A.1)

L'innovation technologique, dans ses différentes applications (information, environnement, nouveaux produits et nouveaux modèles de développement), constitue l'avant-garde de l'évolution du tourisme espagnol.

Actions :

- 1) Technologies de l'information : systèmes d'information et de réservation (Turinter, Turcentral, SIT), gestion et e-mail (Editravel, Edihotel,...).
- 2) Technologie de la qualité : appui à l'implantation, établissement et mesure des indicateurs.
- 3) Technologie environnementale (préservation des ressources, promotion des énergies et des processus alternatifs propres).
- 4) Développement de nouveaux produits avec un fort contenu technologique (parcs de loisirs, centres d'interprétation).
- 5) Définition de modèles d'architecture, génie civil et urbanisme applicables aux destinations et aux produits touristiques.

2.6 Internationalisation de l'entrepreneuriat touristique (1.3)

En ce qui concerne l'internationalisation de l'entrepreneuriat touristique, nous devons tenir compte du fait que le tourisme est en soi une exportation. Il s'agit d'un ensemble de services intégrés, en produits touristiques, qui se destinent à un consommateur qui se déplace, en dehors de sa résidence habituelle, du marché émetteur (destination de l'exportation) vers la destination touristique (origine de l'exportation) pour en profiter.

Actions :

- 1) Information aux entreprises : Guide de l'investisseur et guide de la connaissance touristique.
- 2) Rencontres entre les entreprises : Forums d'internationalisation de l'Entrepreneuriat Touristique : financement.
- 3) Études de viabilité de marchés.
- 4) Subventions pour le financement d'une partie des frais d'implantation
- 5) Assistance et conseil des OET (Bureaux de Tourisme Espagnol), responsables en outre du suivi des projets.
- 6) Bourses pour hauts fonctionnaires de pays tiers.

2.7 Coopération internationale (1.3)

L'Administration touristique doit mettre à disposition sa connaissance de l'industrie et du marché touristique international, ainsi que sa capacité d'analyse de la potentialité des ressources touristiques, aux pays qui demandent sa coopération. L'Administration touristique doit prêter son expertise et son assistance technique à tous les secteurs de l'activité touristique et faciliter ainsi le développement touristique du pays demandeur.

Actions :

- 1) Renforcer la présence espagnole dans les organismes internationaux.
- 2) Travailler pour l'obtention de financement communautaire pour le secteur touristique en procurant des fonds, programmes et initiatives.
- 3) Améliorer la qualité de la coopération touristique engagée à travers l'Agence Espagnole de Coopération Internationale (AECI) par une plus grande coordination.

- 4) Appui aux projets de coopération internationale de contenu touristique : cession de technologie et d'outils.

2.8 Information statistique et analyse économique (1.2.B.2)

Pour pouvoir définir toute politique touristique, il faut partir de la connaissance scientifique de la réalité, l'évolution de l'offre et de la demande, l'approche de caractère prospectif et l'accès à la documentation.

Actions :

- 1) Connaissance de l'économie touristique.
- 2) Système national d'indicateurs. Perfectionnement et harmonisation des indicateurs de l'offre et de la demande touristique.
- 3) Comptes satellites.
- 4) Recherches sur les marchés.
- 5) Publication d'études de marchés et de produits touristiques.
- 6) Distribution semestrielle du rapport de conjoncture.
- 7) Perfectionnement au niveau régional des statistiques actuelles.
- 8) Familitour (tourisme intérieur). Envoi trimestriel des données au niveau régional.
- 9) Frontur (tourisme étranger). Rapport des entrées de touristes étrangers par les Communautés Autonomes.
- 10) Création des comptes satellites régionaux.
- 11) Système d'information de données statistiques et documentaires.

2.9 Promotion (1.2.A.1)

Le besoin de la promotion du tourisme espagnol en tant que destination de qualité est souligné, avec la diffusion d'une image de marque qui fasse la différence avec les autres concurrents. Il faut soutenir – sous le parapluie de cette image de marque – la commercialisation de différents produits et sous-marques qui ont un pouvoir de pénétration des marchés.

Actions :

- 1) Campagnes publicitaires.
- 2) Actions en collaboration avec les Communautés Autonomes et les Chambres de Commerce.
- 3) Campagnes spécifiques sur le Q de qualité et d'appui à l'internationalisation.
- 4) Information touristique.
- 5) Développement du portail d'Internet.
- 6) Création d'un centre unifié d'information téléphonique.
- 7) Plan de publications.

2.10 Appui à la commercialisation. (1.2.B.3)

La stratégie d'appui à la commercialisation a pour objectif l'adaptation de l'offre et de la demande et sert à appuyer – toujours en préservant la même image de marque – la commercialisation des différents produits et sous-marques avec pouvoir de pénétration des marchés

Actions :

- 1) Participation à des foires à caractère professionnel et spécialisé. Encouragement à la présence de l'entreprenariat et des contacts d'affaires.
- 2) Renforcement de la présence espagnole aux congrès, assemblées et conférences à caractère professionnel. Pénétration dans le marché des promotions.
- 3) Développement de journées professionnelles, inverses (rencontre entre les acheteurs et l'offre espagnole en destination) et directes (l'offre espagnole voyage vers le marché émetteur).
- 4) Voyages de familiarisation pour les opérateurs touristiques et les agents de voyages.
- 5) Séminaires pour des agents sur les destinations ou produits concrets.

3. Les initiatives pour un tourisme soutenable à la période de programmation 2007-2013

La plupart de ces initiatives sont, aussi, en relation avec les recommandations de la SMDD.

3.1 Nouvelles initiatives de tourisme soutenable

Les lignes d'action se présentent sous deux aspects :

- Les produits touristiques
- Les destinations touristiques.

3.1.1 Les produits touristiques

1) Réforme et encouragement de produits déjà existants

Réussir un tourisme soutenable et de qualité exige une amélioration continue, ce qui implique la mise en route d'initiatives telles que :

- a) Restauration du patrimoine culturel (restauration de cinémas, théâtres, façades,...) (1.2.B.2)
- b) Amélioration de la traduction, information personnalisée et promotion de valeurs environnementales (1.2.A.3)
- c) Amélioration de l'accessibilité des services touristiques (y compris les adaptations qui facilitent les accès des touristes handicapés) (1.2.A.1).
- d) Amélioration de la qualité environnementale des installations et du milieu grâce à (1.1.B) :
 - i) Des mesures d'épargne et d'efficacité énergétique,
 - ii) Des mesures pour la réduction de la pollution,
 - iii) La gestion des déchets et le recyclage.

2) Nouvelles technologies dans les produits touristiques

Dans le secteur touristique, il y a un large éventail de possibilités technologiques qui permettent d'augmenter la qualité et l'efficacité des services, quand elles sont incorporées aux entreprises et aux agents économiques.

L'implantation des nouvelles technologies représente toujours une innovation pour les entreprises touristiques. Pour encourager le tourisme soutenable, les entreprises et organismes publics espagnols doivent se centrer sur les Technologies de l'Information et la Communication et sur les nouvelles technologies respectueuses de l'environnement. Les TIC permettent l'amélioration de la qualité des services donnés ainsi que la communication et le marketing, ce qui favorise la compétitivité du secteur (principal priorité de l'Union Européenne pour la programmation 2007-2013).

Les technologies respectueuses de l'environnement apportent des avantages compétitifs en coûts et services, en intégrant des aspects environnementaux de plus en plus demandés par la clientèle du secteur. Quelques initiatives :

- Technologies appliquées au système de réservations et de distribution touristique,
- Nouvelles technologies pour l'information,
- Bases de données avec indicateurs de qualité,
- Développement d'outils de gestion d'indicateurs environnementaux (1.1.B).

3) Nouveaux produits touristiques (1.2.A)

Dans un secteur de plus en plus concurrentiel comme le secteur touristique, il faut une éco-innovation constante des concepts et une actualisation des initiatives. L'éco-innovation ne se limite pas uniquement à la recherche ou aux nouvelles technologies, mais peut consister à développer de nouveaux produits éco-innovateurs à partir de la structure des produits existants, de l'augmentation de la qualité des services, de l'amélioration dans l'offre des produits, etc. Il ne faut pas toujours développer un produit complètement nouveau.

Dans ce sens, voici quelques initiatives où le secteur touristique pourrait développer ses propres actions innovatrices :

- Bâtiments bioclimatiques,
- Recherche et développement en génie civil, construction et installations utilisables de la part du secteur touristique,
- Offre touristique spécialisée pour certains groupes de population,
- Développement de produits touristiques différenciés et vraiment originaux qu'apporte l'innovation technologique, avec plus de possibilités pour le visiteur incluant le respect pour l'environnement et des paquets touristiques non traditionnels,
- Création de nouveaux produits touristiques.

4) Marques de produits touristiques éco-innovateurs (1.3.4)

L'établissement de marques et attestations de produits encourage les activités innovatrices et respectueuses de l'environnement, en favorisant, en plus, l'information et la communication du produit.

Les systèmes de certification, étiquettes et marques, assurent la possession d'une série de critères de la part des entreprises ou des produits, qui permettent leur promotion à l'extérieur. Chaque marque pourra établir les conditions spécifiques qu'elle pense exigibles, en fonction du marché vers lequel se dirigent les produits certifiés.

Dans le secteur touristique, l'information et la communication sont des aspects centraux. L'offre des destinations touristiques est importante ce qui exige la spécialisation des produits, et leur promotion par un réseau de communication parfait. Les systèmes de certification et les marques de produits touristiques sont des moyens d'information supplémentaires pour ceux qui cherchent une offre spécifique, et cela encourage également les agents économiques du secteur à avoir de bonnes pratiques. Les organismes délivrant les certifications devront disposer des dernières technologies de communication, ainsi que de critères de certification de l'innovation.

Les organismes publics et privés pourront développer des marques spécifiques pour le secteur touristique, avec des critères de qualité environnementale, d'accessibilité, de développement, d'intérêt culturel, etc. La certification des services touristiques assurera la qualité totale vers le client, ainsi que des avantages pour l'information et la communication. Une initiative possible serait d'en faire le plan et de mettre en route des systèmes d'assurance de qualité.

5) Coordination régionale pour le développement des activités touristiques innovatrices (1.2.B) :

Chaque région dispose de ressources, d'une culture et de traditions propres, et même parfois uniques. Le secteur touristique doit encourager les avantages compétitifs de chaque région, en en conservant les spécificités et les ressources, et en encourageant la formation de nouveaux avantages à travers l'innovation et la création de nouveaux produits touristiques.

D'une façon générale il existe de multiples initiatives touristiques sur des produits qui pourraient être exploités par toutes les régions ; mais il existe aussi certaines activités spécifiques qui pourront uniquement être développées dans les régions qui ont cet avantage compétitif. Le développement d'activités touristiques éco-innovatrices dépendra de la coordination des nouvelles initiatives sur des produits et des possibilités de la région, ce qui obligera, en même temps, la coordination des différents agents des régions et l'établissement d'activités d'éco-innovation touristique plus adéquates à leur région.

Pour le développement de nouvelles initiatives à la carte, la collaboration entre organismes publics et privés devra être encouragée afin de développer des programmes de recherche et de développement pour la promotion du tourisme et la préservation de l'environnement, et afin d'encourager la communication et la formation par des organismes publics et professionnels impliqués. Quelques initiatives pourraient être :

- Coopération entre agents,
- Travail en réseaux,
- Qualification et valorisation des destinations touristiques,

- Centres de consultation et bases de données,
- Unification des services des différents secteurs touristiques.

6) Communication environnementale (1.1 et 1.2)

L'innovation ne doit pas être toujours associée à de nouvelles technologies ou à la recherche et au développement. Souvent, l'innovation passe simplement par un changement de format des produits qui permet un bénéfice supplémentaire, que ce soit par l'amélioration de la disponibilité ou, simplement, par l'innovation que représente le changement.

La tendance est aujourd'hui à la sensibilisation des populations au sujet de l'environnement. Actuellement il existe de nombreux cours de formation sur le sujet, dont la plus part sont subventionnés par le Fond Social Européen, de campagnes de sensibilisation, de journées informatives, etc.

Les organismes publics et privés devraient développer de nouvelles stratégies de sensibilisation de telle façon que les consommateurs voient l'amélioration de la situation par les actes qu'ils peuvent entreprendre. Afin que la sensibilisation soit effective, on doit prêter une attention particulière aux aspects qui se reflètent sur les initiatives suivantes :

- Situation stratégique de la sensibilisation, aussi bien au niveau temporel qu'au niveau spatial, pour atteindre la plus grande efficacité,
- Sensibilisation en thèmes spécifiques, nouveaux, qui attirent l'attention des touristes,
- Unification de l'information des activités récréatives,
- Transmission des bénéfices pour encourager le touriste à conserver son comportement environnemental,
- Formation relative aux bonnes pratiques environnementales.

3.1.2 Les destinations touristiques (1.2.A)

Le touriste choisit ses vacances en fonction de la destination. Cela nous oblige à travailler sur cet aspect, car c'est lui qui détermine la qualité de l'expérience touristique. Pour améliorer la durabilité du tourisme, la conservation de la compétitivité et l'amélioration des destinations sont des éléments essentiels. Cette amélioration dans les destinations comprend, comme mesure transversale, leur adéquation à des groupes spécifiques de la population qui voient parfois leurs choix de destinations touristiques limités par leur manque d'accessibilité. C'est le cas pour les touristes handicapés notamment.

La perception que le touriste a d'une destination dépend de beaucoup d'éléments qui sont en relation d'une façon plus ou moins directe avec l'activité touristique. Ce qui fait se rejoindre dans un même milieu beaucoup d'intérêts. Dans ce sens, il serait opportun de mettre en place une stratégie cohérente et bien coordonnée qui permette la participation de tous les agents sociaux impliqués dans le processus des décisions, car la responsabilité de l'accomplissement de tous les objectifs dépendra de tous.

Du point de vue de la soutenabilité, la réhabilitation d'une destination mature, le développement d'une destination nouvelle ou la planification touristique dans une ville historique ne sont pas possibles si tous les secteurs en relation directe ou indirecte avec l'activité touristique n'y interviennent –spécialement le commerce, la restauration et l'offre complémentaire.

1) Contribution du tourisme à l'amélioration du patrimoine culturel et naturel (1.2.B.1)

Ces activités vont contribuer au développement durable de la zone. Elles seront spécialement recommandées pour les régions et les localités rurales, ainsi que pour les villes d'une rente per capita moindre, et serviront de mesure de dynamisation et de promotion de la région.

Les organismes publics et les entreprises privées pourront développer des activités de loisirs, culturelles, gastronomiques, etc., en relation avec les ressources de chaque région. Quelques initiatives pourraient être :

- Promotion des traditions en relation avec l'environnement,

- Création de nouveaux bureaux de tourisme,
- Installation et amélioration de la signalisation touristique,
- Conservation et récupération du patrimoine historique et artistique,
- Valorisation du patrimoine naturel.

2) Actions pour rendre plus soutenables les destinations touristiques (1.1.A)

Historiquement, le type de tourisme majoritaire en Espagne a été le tourisme de soleil et plage, à partir duquel se sont développés d'autres services touristiques comme le tourisme culturel, le tourisme de montagne, ou encore le tourisme de loisir. L'offre de services touristiques traditionnels n'a pas cessé de croître, créant ainsi une grande concurrence de destinations et de produits touristiques au niveau national et international. Plus il existe une offre large, plus les consommateurs demandent des produits ciblés, associés à leurs goûts, ce qui exige de plus en plus de spécialisation des produits et une plus grande offre spécifique.

L'innovation des destinations touristiques doit encourager le développement économique, social et culturel des régions, en conservant toujours les valeurs environnementales. Mais, la conservation ou l'augmentation de ces valeurs environnementales est, en soi, un produit spécifique demandé par les consommateurs, ce qui permet développer des destinations touristiques où le produit à vendre est, précisément, la conservation des valeurs environnementales. En ce sens il faut remarquer les plans de dynamisation du produit touristique, qui sont un outil de coopération qui rassemble les administrations centrale, autonome et locale dans le financement des actions d'amélioration d'une destination touristique pour la création d'un produit et en faire ainsi une destination plus soutenable.

Le développement de destinations où l'environnement représente une valeur en elle-même est une des initiatives éco-innovatrices dans le secteur touristique. De tels projets mis en route et pouvant servir de référence pour d'autres organismes sont les suivants :

- Nouvelles mesures pour l'embellissement et l'amélioration d'entourages touristiques,
- Désengorgement urbanistique et limitation de l'offre,
- Augmentation de la diversité de destinations,
- Nouveaux plans et campagnes de dynamisation et de promotion touristique,
- Mesures de limitation des impacts, possibilité d'épargne, etc.

3) Certifications environnementales de destinations touristiques (1.3 et 1.4)

Comme pour les produits, les destinations touristiques peuvent, elles aussi, être certifiées à partir de critères de qualité, environnementaux, de soutenabilité, etc., de façon à servir de systèmes d'information pour les consommateurs. Dans le secteur hôtelier, par exemple, il y a de multiples systèmes d'éco-étiquettes. Les distinctions de qualité les plus prestigieuses et globales font référence à la certification de « SYSTÈMES DE GESTION ENVIRONNEMENTALE », parmi lesquels, les plus connus sont : ISO 14001 et EMAS (1.1.B.4).

L'éco-innovation de ces certifications se centre sur les valeurs environnementales, tout comme les nouveaux critères établis et les systèmes technologiques utilisés, faisant la promotion du tourisme soutenable proposé par la destination. Une initiative possible serait :

- Création et adoption de distinctions de qualité,
- Création et adoption de distinctions de soutenabilité.

Par exemple :

- L'étiquette écologique européenne

L'Union Européenne a créé **l'étiquette écologique européenne**, qui permet de différencier les produits et les services les plus respectueux de l'environnement, à travers un simple logo en forme de fleur entourée par les douze étoiles de l'Union Européenne.

- Q de qualité touristique

La marque **Q**, l'élément plus visible de tout le système, dont la dénomination générique est « Qualité Touristique Espagnole » est commune à toute activité en relation avec les

services ou les produits touristiques. L'image de la marque de Qualité Touristique Espagnole, avec plus de 2 000 établissements certifiés par le timbre correspondant, commence à être reconnue au niveau national et international.

4. Le plan du tourisme espagnol 2008-2012

Ce Plan, comme toute la législation et planification, suit parfaitement toutes les recommandations de la SMDD.

4.1 Axe Nouvelle économie touristique

4.1.1 Programme connaissance (1.1.A)

Développer un système d'intelligence de référence pour le secteur touristique espagnol, et permettre au maximum son accès et sa diffusion.

Lignes d'action :

CO1 : Réseau d'intelligence et innovation touristique

Structurer un système d'intelligence et d'innovation touristique en réseau pour faciliter au maximum l'accès et la diffusion de la connaissance générée dans les différentes administrations publiques, les entreprises, les associations de l'entrepreneuriat et les centres de recherche et universités, en établissant un réseau de transmission de connaissance à travers la création d'une fenêtre de gestion de l'intelligence touristique et avec la création d'un entourage de collaboration.

CO2 : Nouveaux contenus de connaissance pour l'année 2020

Avancer, grâce au réseau de connaissance, dans les domaines identifiés par les différents milieux dans le projet Tourisme 2020. Placer l'intelligence comme l'outil de base pour la prise de décisions dans le secteur et pour rendre possible son incorporation aux produits et aux processus de prestation de services.

CO3 : Priorité des besoins d'information à partir de la participation.

Développer un système de participation public-privé qui donne la priorité aux besoins de recherche, ainsi qu'à la détection des nouveaux besoins et améliorations, en établissant des mécanismes efficaces de coordination, coopération, échange et diffusion continue entre les générateurs de la connaissance et les usagers finals.

CO4 : Système d'information et de documentation de l'administration touristique de l'État

Mettre en route un système de diffusion de la connaissance générée par l'administration touristique, comme un système d'information et de documentation touristiques, diffusé par Internet à partir de différentes lignes éditoriales.

CO5 : Projection internationale de la connaissance touristique espagnole

Incorporer le système de connaissance aux forums internationaux, et promouvoir, en même temps, la participation aux réseaux de recherche qui facilitent la projection de l'intelligence touristique espagnole.

4.1.2 Programme d'innovation (1.1.B)

Encourager un nouveau modèle d'innovation horizontale pour l'ensemble du système touristique espagnol, améliorer sa capacité scientifique et technologique, et augmenter l'effectivité et l'efficacité des processus de gestion.

Lignes d'action :

IN1 : Programme de sensibilisation en innovation

Réaliser un programme de sensibilisation adressé à l'ensemble du système touristique espagnol sur l'impact de l'innovation dans la compétitivité.

IN2 : Clusters touristiques innovateurs

Promouvoir la création de clusters touristiques innovateurs comme plateformes de collaboration entre les entreprises du secteur touristique, fournisseurs, centres de recherche et de formation, et gestionnaires des destinations touristiques, afin d'identifier les besoins technologiques, de développer les solutions techniques et d'organisation communes et d'utiliser les services avancés partagés. Tout cela à travers la participation des entreprises touristiques aux lignes d'appui prévues dans le Plan National de Recherche et Développement pour l'innovation et le développement scientifique et technologique.

IN3 : Développement d'outils techniques pour le secteur (TIC Tourisme)

Réaliser en collaboration avec les instituts technologiques et de l'entrepreneuriat du secteur, un programme d'investissements pour le développement de nouvelles technologies, tout spécialement dans le terrain des nouvelles technologies de l'information et des communications, pour faciliter la prestation des services et le développement des activités touristiques.

IN4 : Appui à l'innovation de l'entrepreneuriat

Favoriser la réalisation de projets de l'entrepreneuriat dédiés à la création et à la généralisation de nouveaux modèles de produits et de processus de gestion et commercialisation touristiques, capables d'améliorer la valeur offerte au client et d'augmenter l'efficacité et l'efficience.

IN5 : Innovation pour la soutenabilité

Encourager la réalisation, par des destinations et des entreprises touristiques, de projets innovateurs dans le domaine de la soutenabilité sociale, culturelle et environnementale.

4.1.3 Programme d'attraction du talent (1.2.A.1)

Attirer, développer et retenir le talent dans le secteur touristique, mettant en valeur la carrière professionnelle et en améliorant les pratiques de management et de gestion des personnes.

Lignes d'action :**AT1 : Formation et emploi dans le secteur**

Créer dans le Conseil Espagnol du Tourisme un système de suivi basé sur la collaboration public-privé et des agents sociaux de l'emploi, de l'éducation et de la formation dans le secteur, pour identifier et définir les besoins de programmes et ressources de formation et de l'emploi, en accord avec les exigences de la nouvelle économie touristique.

AT2 : Modèles de gestion des ressources humaines

Adapter le modèle de gestion du personnel, généralement appliqué dans le secteur, au nouveau contexte de compétition, aux nouvelles demandes et aux exigences du secteur et de sa projection future.

AT3 : Capacité des entrepreneurs et formation dans la nouvelle économie touristique

Développer un programme dédié à l'attraction d'entrepreneurs et à la capacité des personnes en aptitudes et connaissances des valeurs de la nouvelle économie touristique pour l'innovation, aussi bien dans les entreprises que dans les destinations.

AT4 : Renforcement de méthodes d'intermédiation active dans le travail

Encourager, en collaboration avec l'administration et les secteurs, des méthodes d'intermédiation active dans le travail pour faciliter la couverture des besoins professionnels du secteur.

AT5 : Attraction de talents.

Développer des actions de sensibilisation pour mettre en valeur le côté attractif du secteur comme opportunité de progrès professionnel.

4.2 Axe Valeur pour le client

4.2.1 Programme Espagne expérientielle (1.1.B.3)

Développer l'Espagne expérientielle, avec la promotion de produits touristiques de haute valeur, pour le client, et se référant à l'identité et la singularité des destinations.

Lignes d'action :

EE1 : Brochure de produits Espagne expérientielle

Créer la brochure de produits Espagne expérientielle. Les regrouper en expériences émotives de haute valeur pour servir de référence au système touristique espagnol et d'appui au repositionnement de la destination Espagne.

EE2 : Revaloriser les produits traditionnels (produit, destination, marché)

Augmenter la compétitivité des produits existants, fortifier la valeur des expériences offertes au client et profiter des tendances de la demande pour réduire la saisonnalité.

EE3 : Produits à haut potentiel : les clubs du produit

Impulser, sur la base du cofinancement, le développement et la création de produits à fort potentiel orientés vers les segments de marché en croissance qui cherchent les attributs différentiels de la destination Espagne.

EE4 : Niches de demande : produits d'intérêt spécial

Impulser la création de produits spéciaux, orientés vers une cible de marché, qui, par leurs caractéristiques particulières, influencent positivement la perception de la destination de la part du reste de la demande touristique.

EE5 : Nouveaux produits pour des segments Premium : « Privilegespain »

Créer des lignes de produits innovateurs à travers des marques associées, adressés aux segments à haut niveau de revenus, aux habitudes d'achat qui cassent la saisonnalité et qui recherchent des expériences uniques, différentes des produits touristiques standardisés.

4.2.2 Programme Positionnement 2020 (1.1 et 1.2)

Lignes d'action :

PO1 : Définition de la proposition de positionnement

Identifier, à partir d'une analyse en profondeur de l'image et du positionnement actuels, les attributs communs et différentiels des destinations et des produits touristiques qui doivent projeter et promouvoir l'Espagne comme destination, en approfondissant la connaissance de nouveaux marchés et dans le cadre des nouveaux réseaux sociaux sur Internet.

PO2 : Plan d'image et de communication

Définir et développer une proposition de positionnement, sur la base des motivations et des segments différenciés pour chaque marché, afin de permettre l'incorporation d'attributs différentiels pour différents produits et destinations.

PO3 : Actions d'impact dans des nouveaux segments et marchés touristiques objectifs

Développer une ligne de travail, sur des projets spécifiques de communication, destinée à avoir un impact majeur et à se faire remarquer dans des segments et marchés objectifs, et devant renforcer et faire évoluer les attributs de marque.

PO4 : Plan d'architecture de marques et timbres

Définir et développer une architecture de marque qui rende possible la différenciation des différents produits et destinations, et qui puisse recueillir les principaux bénéfices de ce positionnement touristique de l'image de la marque Espagne.

PO5 : L'Espagne sur Internet : marque et notoriété

Définir et développer une action devant augmenter la notoriété de la marque touristique Espagne sur Internet.

4.2.3 Programme Aider à vendre (1.1.A)

Impulser la transformation des processus de commercialisation, à travers l'augmentation de la relation avec le client et l'adaptation permanente aux nouveaux entourages et aux espaces de relation créés par les technologies, canaux de distribution et tendances.

Lignes d'action :

AV1 : Formation de haut niveau en marketing touristique

Concevoir un programme spécifique pour augmenter les capacités de marketing touristique des destinations et des entreprises.

AV2 : Marketing segmenté : segments/produits/destinations et outils

Concevoir et développer une stratégie de marketing pour chaque marché et profil de client, en partant de la connaissance de la demande, intégrant dans l'entourage spécifique du marché les plans de marketing définis par produit dans le cadre de la coopération public-privé.

AV3 : Outils de gestion des relations avec les clients CRMs

Introduire, dans les destinations et dans les entreprises, des outils de gestion des relations avec la clientèle.

AV4 : Marketing et commercialisation online

Renforcer la présence des destinations et des produits touristiques espagnols sur les nouveaux canaux online, établissant un nouveau cadre de collaboration qui permette d'optimiser les efforts et l'impact des actions.

AV5 : Pénétration des nouveaux marchés et captation de nouvelles niches

Développer une action spécifique pour l'ouverture de nouveaux marchés touristiques et pour capter de nouveaux segments dans des marchés consolidés qui rendent possible la diversification de la demande en rapprochant le produit du marché.

AV6 : Collaboration et efficience dans l'action internationale

Impulser la collaboration entre les organismes de promotion, les gérants de destination et les entreprises dans les marchés internationaux.

4.2.4 Programme de qualité perçue (1.1 et 1.2)

Soutenir l'amélioration de la qualité des entreprises et des destinations touristiques pour satisfaire les attentes et les besoins des clients, en encourageant une culture du détail et de l'attention au client, avant, pendant et après le voyage, ce qui améliore la qualité perçue.

Lignes d'action :

CA1 : Services au client pour la qualité touristique

Concevoir un service d'information et le CRM de qualité touristique, en établissant des formules pour capter l'intérêt du touriste au moment du choix pour influencer sa décision d'achat ainsi que pour améliorer son niveau de satisfaction quand il est arrivé à destination, et établir des mécanismes de rétroaction sur l'expérience vécue.

CA2 : Index de satisfaction touristique

Constater, d'une façon continue, le degré de satisfaction des touristes comme base pour les actions futures, en développant un modèle de mesure systématique de la satisfaction des clients qui choisissent l'Espagne comme destination touristique (index de satisfaction touristique).

CA3 : Culture du détail

Développer une stratégie de service et d'attention au client qui soit partagée par le plus grand nombre possible de prestataires de services, afin d'enrichir l'expérience du touriste qui visite l'Espagne, en encourageant la culture du détail (gentillesse), de l'hospitalité et du travail bien fait.

CA4 : Embellissement des destinations

Stimuler l'adoption de pratiques d'embellissement de destinations touristiques, en profitant de leur caractère et de leur singularité.

CA5 : Évolution du modèle SCTE vers la qualité expérientielle

Faire évoluer le modèle SCTE vers le concept de qualité expérientielle, en garantissant l'adaptation continue de son corpus méthodologique. Le modèle est le mécanisme qui aboutit au compromis de la rigueur, de la fiabilité et de la qualité du service.

CA6 : Promotion et communication de la qualité touristique espagnole

Présenter l'offre touristique de telle façon qu'elle attire l'attention des marchés avec efficacité, grâce à une spécialisation. Le touriste qui veut visiter l'Espagne pourra alors configurer son itinéraire de consommation en sélectionnant les entreprises qui lui garantissent un service de qualité reconnue. Encourager en même temps la reconnaissance de l'effort pour la qualité des entreprises, des produits et des destinations certifiées.

CA7 : Transfert international du système de qualité touristique espagnole

Il faut soutenir la reconnaissance internationale du modèle espagnol avec le transfert de l'expérience espagnole aux pays tiers et encourager l'internationalisation du modèle. Diriger les procédures de normalisation au niveau international et assurer la présence des entreprises espagnoles du secteur.

4.3 Axe Soutenabilité du modèle

Le but de cet axe est d'améliorer la soutenabilité du modèle touristique espagnol. Il cherche à optimiser les bénéfices par unité de charge, garantissant la qualité de l'environnement naturel et culturel de chaque endroit, l'intégration et le bien-être social et le rééquilibrage socio-territorial.

4.3.1 Programme Tourisme, environnement et société (1.1 et 1.2)

Ce programme essaie d'avancer dans la prise en charge de compromis pour la soutenabilité et de développer des prototypes intégraux de référence avec une projection internationale des activités de l'entrepreneuriat et des destinations côtières, culturelles, patrimoniales et de nature.

Lignes d'action :

TU1 : Connaissance et identification de bases pour la soutenabilité touristique

Étudier en profondeur les différents impacts générés par l'activité touristique, afin d'établir les bases et les critères de soutenabilité et, en même temps, d'identifier et analyser les principaux motifs de ces effets.

TU2 : Observatoire du tourisme et de la soutenabilité

Définir et développer, au moyen d'un observatoire, un modèle d'évaluation continue des résultats générés par l'activité touristique sur l'économie, l'environnement et la société, en établissant un système d'information, et les mécanismes nécessaires pour le suivi.

TU3 : Sensibilisation et formation à la soutenabilité

Encourager un programme de sensibilisation et de formation de leaders, directeurs et gérants touristiques pour faciliter et encourager l'adaptation progressive du secteur aux grands défis de la soutenabilité, en remarquant l'efficacité, la productivité, l'adaptation à la demande et aux valeurs environnementales des destinations touristiques.

TU4 : Projets démonstratifs en réseau du tourisme et de l'environnement

Impulser des expériences intégrales fortes en durabilité, de haute qualité et largement reconnues en tant qu'activités d'entrepreneuriat, éléments clés dans la chaîne de valeur en destinations côtières, patrimoniales et de nature.

TU5 : Codes et compromis pour la soutenabilité

Faire en sorte que le secteur touristique espagnol assume d'une façon progressive les codes et les compromis de la durabilité de l'activité touristique. Ces compromis doivent donner des résultats tangibles pour rendre possible leur communication à la société et au marché.

TU6 : Modèle de reconnaissance de la responsabilité sociale

Élaborer un plan d'insertion du secteur en pratiques responsables et établir un modèle de reconnaissance de ces comportements.

4.3.2 Programme Planification et gestion des destinations touristiques (1.1.A.B. et C)

Le Programme cherche à encourager l'application de nouvelles méthodologies et de nouveaux critères de planification et de gestion des destinations touristiques basés sur la coresponsabilité public-privé, capables d'intégrer et de développer une vision stratégique du modèle touristique lequel, prenant en compte l'orientation vers le marché, prend en compte le développement territorial, la qualité de l'environnement, la qualité et la professionnalité des services touristiques et le bien-être social.

Lignes d'action :**PA1 : Outils d'évaluation de la compétitivité-soutenabilité**

Développer un instrument d'évaluation de la compétitivité-soutenabilité des destinations touristiques, en accord avec la phase d'évolution dans laquelle ils se trouvent. Prendre comme base de référence une demande de plus en plus exigeante, une société de plus en plus sensibilisée et un environnement de plus en plus fragile. Augmenter la contribution économique et sociale de l'activité touristique.

PA2 : Méthodologies pour la planification et gestion des destinations touristiques

Développer des méthodologies et des instruments techniques qui permettent de définir et de renforcer les processus stratégiques de planification et de gestion des destinations touristiques d'après son degré de développement. Ces méthodologies et instruments doivent faciliter l'intégration des apports des différentes disciplines, vu le caractère multidisciplinaire et multi-compétence de l'activité touristique. La méthodologie définie doit incorporer comme étape fondamentale la révision stratégique des destinations touristiques, réalisée sur la base de la matrice produit-marché et la proposition de positionnement, en prenant comme principes de référence la spécialisation et la différenciation des destinations.

PA3 : Impulser la planification stratégique

Promouvoir l'application d'un processus de planification stratégique dans les destinations qui permette de définir, en accord avec les méthodologies et les instruments techniques créés, un modèle touristique basé sur les principes de différenciation et de spécialisation. En même temps, il doit intégrer et concilier les différents agents et aires de compétence. Il doit considérer aussi, dans la perspective du marché et des nouvelles tendances de la demande, la sélection des produits touristiques à offrir et ajouter les critères et les bonnes pratiques de soutenabilité pour son application de la part de tous les agents.

PA4 : Gestion des destinations : renforcement des capacités et de la connaissance

Renforcer les organismes de gestion des destinations touristiques pour orienter, à partir de la planification stratégique, son développement vers les principes de collaboration public-privé, la professionnalisation de la gestion et de la prise de décisions, l'efficacité dans la gestion.

4.3.3 Programme de requalification des destinations touristiques matures (1.1.A.4)

Ce programme cherche promouvoir la transformation des destinations touristiques matures pour leur adaptation aux nouvelles exigences de la demande et pour la génération de plus grands bénéfices économiques, sociaux et environnementaux.

Lignes d'action :

RE1 : Projets extraordinaires de requalification de destinations matures

Appuyer d'une façon technique et financière le développement de projets extraordinaires de reconversion et de modernisation intégrale des destinations touristiques matures qui auront une répercussion internationale. Ces projets seront développés et cofinancés par les administrations respectives et le secteur de l'entrepreneuriat, dans le but d'implanter un modèle touristique pour le futur.

RE2 : Réhabilitation des équipements et des milieux urbains et naturels

Appuyer les projets spéciaux pour la réforme ou la réhabilitation des équipements touristiques, des milieux urbains ou naturels des destinations touristiques, pour leur adaptation aux exigences actuelles et toujours changeantes de la demande. Il faut améliorer la compétitivité-soutenabilité de la destination, avec une attention spéciale pour les investissements destinés à la récupération de la qualité environnementale et paysagère des destinations et des zones touristiques.

RE3 : Modernisation de l'offre touristique

Impulser un programme de réforme et de réhabilitation de l'offre touristique, du logement, de la restauration et de l'offre complémentaire, qui adopte les principes de spécialisation et de différenciation, permettant une amélioration de son adaptation aux exigences de la demande.

4.3.4 Programme de limitation de la saisonnalité et de rééquilibrage socio-territorial (1.1.B.3, 1.2.B.3)

Dans ce programme on cherche à revaloriser toutes les ressources qui promouvaient la limitation de la saisonnalité et l'équilibrage socio-territorial du tourisme, à travers la création de nouvelles catégories de produits capables d'être opérationnels toute l'année, sur la base de la différenciation et de la spécialisation des destinations touristiques.

Lignes d'action :

DE1 : Identification d'opportunités : carte de ressources pour limiter la saisonnalité

Identifier différentes opportunités et ressources à haut potentiel touristique, qui soient orientés vers la diminution de la saisonnalité et vers le rééquilibrage socio-territorial.

DE2 : Plans en destination sur des produits, itinéraires et routes thématiques

Développer des programmes d'action publics-privés cofinancés par les différentes administrations et le secteur de l'entrepreneuriat, dans des zones touristiques, sur la base de routes et de produits thématiques expérientiels, qui encadrent sur le territoire les ressources culturelles et naturelles à haut potentiel avec l'offre de services touristiques.

DE3 : Plans de limitation de la saisonnalité

Impulser des plans de compétitivité de destinations de projection internationale pour leur spécialisation en produits touristiques à haut potentiel limitant pour la saisonnalité.

DE4 : Modèle de coopération en réseau des destinations participantes

Développer un modèle de collaboration et de coopération en réseau entre les différents participants au programme pour le renforcement global des différents produits au niveau national.

4.4 Axe Entourage compétitif (1.1 et 1.2)

Cet axe est basé sur la création d'un cadre optimal pour la création et le développement d'affaires touristiques compétitives et innovatrices.

4.4.1 Programme cadre normatif et de simplification

Ce programme cherche à promouvoir un cadre normatif qui optimise la compétitivité du système touristique espagnol, qui favorise les initiatives de l'entrepreneuriat et l'innovation, et qui simplifie les processus administratifs qui se répercutent sur la prise de décisions des entreprises.

Lignes d'action :

SIM1 : Plan de travail sur la législation touristique

Réaliser un plan de travail, basé sur le consensus et la collaboration public-privé, pour analyser et évaluer l'effectivité de la législation sur le tourisme, spécialement en relation avec la limitation de la saisonnalité.

SIM2 : Système de consultation normative online

Créer un instrument de consultation normative online, nourri par les administrations respectives, qui facilite l'information sur les questions normatives, fiscales, du travail, et de tout ce qui a une incidence sur le tourisme, y compris les convocations d'aides, les consultations et autres initiatives d'aide.

SIM3 : Groupes de travail de la Commission Interministérielle

Incorporer aux groupes de travail correspondants de la Commission Interministérielle de Tourisme, des initiatives pour l'adéquation de la norme à la réalité touristique.

SIM4 : Simplification de l'entourage administratif : inclusion du tourisme dans le Plan National de Promotion de l'Entrepreneuriat

Insérer le secteur touristique dans le Plan National de Promotion de l'Entrepreneuriat pour la simplification de l'appareil administratif, à travers l'augmentation des démarches télématiques des opérations avec les administrations touristiques, guichets uniques de démarches et d'information, et tous les guides de procédures administratives.

4.4.2 Programme de culture coopérative

Le but est d'augmenter la fonction directive du tourisme, la coopération entre les administrations et la participation privée sur la définition et l'exécution de politiques publiques en relation avec le secteur.

Lignes d'action :

CC1 : Plans annuels d'action interministérielle en faveur du tourisme

CC2 : Coopération avec les Communautés Autonomes : réglementation normative, territoire et soutenabilité, plans sectoriels de compétitivité, recherche en tourisme.

CC3 : Réseau de coordination inter administrative et avec le secteur.

CC4 : Coopération internationale pour le leadership de la technologie touristique espagnole.

4.4.3 Programme des plans sectoriels de compétitivité

Promouvoir des plans sectoriels de compétitivité pour améliorer l'efficacité des affaires, à travers des alliances, des collaborations et des plateformes de gestion de l'entrepreneuriat.

Lignes d'action :

PS1 : Conception, méthodologie et identification de sous-secteurs

Élaboration d'une méthodologie spécifique pour la conception de plans sectoriels de compétitivité, en profitant du diagnostic réalisé par le Plan du Tourisme Espagnol Horizon 2020.

PS2 : Plans sectoriels de compétitivité

Promouvoir des rencontres et la création de groupes techniques entre les principaux sous-secteurs d'activité, lesquels, avec l'appui des administrations publiques, rendent possible l'analyse et la promotion des mesures nécessaires à l'amélioration de la compétitivité.

4.4.4 Programme d'accessibilité touristique

Faciliter l'accès, la mobilité et les communications des clients, avec une revalorisation touristique des infrastructures de transport, des technologies et des services.

Lignes d'action :**AM1 : Actions sur le transport et la mobilité touristique**

Introduire des actions coopératives, pour le transport et la mobilité touristique, dans les Plans Annuels d'Action Interministérielle, avec pour objectif l'incorporation des besoins du secteur touristique au Plan Stratégique d'Infrastructures et de Transport.

AM2 : Promouvoir la participation du secteur touristique dans le Plan Avanza

Incorporer le secteur touristique aux initiatives du Plan Avanza pour le développement de la société de l'information et de convergence avec l'Europe.

AM3 : Tourisme accessible – Tourisme pour tous

Encourager les actions que le Secrétariat Général du Tourisme, en collaboration avec les entreprises et les ONG, développe en matière d'amélioration de l'accessibilité des touristes à mobilité réduite ou handicapés, dans toutes les destinations et les établissements touristiques espagnols.

AM4 : Système de signalisation touristique homologuée

Promouvoir le système de signalisation touristique homologuée sur toutes les routes nationales de l'État, avec la révision et le suivi des normes en la matière. Cela permettra l'adaptation aux innovations en matière de perception visuelle et esthétique.

AM5 : Visas touristiques et sécurité

Inscrire des actions coopératives sur les démarches de visas touristiques et de sécurité aux frontières dans les Plans Annuels d'Action Interministérielle pour permettre d'analyser les marchés potentiels pour le tourisme espagnol.

4.5 Axe Leadership partagé (1.2.A, 1.1)

Soutenir un nouveau leadership partagé du système touristique espagnol qui permette d'augmenter la conscience, par le secteur et la société, des bénéfices socio-économiques de l'activité touristique, à partir des principes de compromis, d'efficacité et de coresponsabilité pour développer des actions communes.

IV. PARTIE III LES BONNES PRATIQUES

Après tous les exemples de bonnes pratiques réalisées au cours des années quatre vingt dix en Espagne (épuisement des zones littorales, vieux hôtels plastiqués, lois des Baléares, l'Espagne verte, villes patrimoine de l'Humanité,...), le début du XXIème siècle se caractérise par la forte croissance immobilière sur le littoral et la mise en place de nouveaux produits dans la zone intérieure, caractéristique de la recherche de nouveaux marchés et de l'adaptation aux nouvelles demandes.

Au cours des premières années du XXIème, nous ne trouvons pas beaucoup d'exemples concrets d'expériences innovatrices dans la recherche d'un tourisme soutenable pour la transformation des espaces, car la plupart ont été réalisés durant la précédente décennie. Après la crise de 88-93 et la prise de conscience environnementale dans le secteur du tourisme, beaucoup d'actions furent menées pour changer l'image des destinations. La société prit conscience que la destination était arrivée à maturité, que la demande était en

train de changer et que la soutenabilité était une nouvelle valeur à appliquer pour changer les choses.

L'arrivée du XXI^{ème} siècle marquera un changement dans les tendances. Traditionnellement l'évolution touristique de l'Espagne se caractérisait par un manque de planification. L'arrivée du tourisme de masse se fera à mesure qu'augmentait la demande, dans une politique de libre marché. Rares étaient les communes qui avaient leur Plan d'aménagement, et la législation au niveau de l'État ne prenait pas en compte le tourisme. Les années quatre-vingt, avec l'implantation des Communautés Autonomes, verront apparaître les premières lois et réglementations et les premières planifications touristiques vont apparaître vers le début des années quatre-vingt-dix.

Mais, c'est à l'aube du nouveau millénaire que la planification devient l'obsession de toutes les administrations. Nous avons vu, dans la deuxième partie, comment ces dernières années les responsables nationaux ont commencé à promulguer toute une batterie de lois et de programmes de planification, prenant en compte des recommandations sur la soutenabilité, avant de prendre les décisions. Dans le même temps, la coopération des Communautés Autonomes et du secteur privé a été recherchée, comme système d'une planification intégrale et participative.

C'est pourquoi nous pouvons trouver deux modèles de bonnes pratiques dans le domaine de la planification. D'un côté, l'Andalousie, qui a élaboré un Plan Général de Tourisme Soutenable 2008-2011, très bien structuré, et dont les recommandations pour un tourisme soutenable sont bien prises en compte comme nous le remarquerons. D'autre part, le Plan de Réhabilitation Intégrale de la Playa de Palma, aux Baléares, est un bon exemple de coopération entre différentes administrations et constitue le projet le plus ambitieux de rénovation d'une destination touristique mature, exemple unique pour le moment en Méditerranée.

Ces deux Plans n'ont pour le moment pas de résultats visibles, car il faut attendre la fin de leur application pour les voir apparaître et en faire le bilan. Mais, il est déjà extraordinaire de voir que les nouvelles tendances espagnoles se situent sur le terrain de la planification et suivent très soigneusement les indications du tourisme soutenable. Cela montre un changement radical de la part des organismes publics et privés, qui n'étaient pas habitués jusqu'à présent à la planification et au travail en commun. Une nouvelle façon d'agir est née. Une nouvelle étape du tourisme espagnol commence.

1. Plan général de tourisme soutenable pour l'Andalousie (2008-2011)

Ce Plan, actuellement en vigueur, vient tout juste de commencer à être appliqué. Il a été élaboré suivant les Directives de la Stratégie de Lisbonne révisée (appliquée par la Commission européenne en Avril 2005) et les travaux du Cadre Stratégique National espagnol 2007-2013. De ce plan espagnol, il prend en compte les huit stratégies suivantes :

- Recherche, développement technologique et innovation,
- Société de l'information,
- Favoriser l'accès au marché du travail et la durabilité dans l'emploi,
- Améliorer la capacité d'adaptation des travailleurs et des entreprises,
- Encourager le capital humain avec une meilleure éducation et compétence,
- Transport soutenable,
- Énergies renouvelables et efficacité énergétique,
- Environnement et développement soutenable.

Le Plan base l'activité touristique andalouse sur quatre DÉFIS :

- Régler le rythme de croissance de la capacité d'accueil de l'espace touristique avec celui des nuitées, améliorer son niveau d'occupation,
- Maintenir et renforcer l'attraction touristique des destinations,
- Différencier les destinations et les produits andalous pour détacher sa compétitivité de la course des prix à la baisse,

- Maintenir et professionnaliser l'emploi stable et de qualité.

Le Décret 279/2005 qui établit le Plan Général du Tourisme Sostenible pour l'Andalousie retenait les OBJECTIFS DE BASE suivants :

- Structurer une politique touristique dans les différentes dimensions de l'offre et de la demande, des dimensions territoriales et environnementales, avec l'incorporation du patrimoine et en réponse à la demande du marché ;
- Développer des stratégies et des politiques touristiques pour garantir un modèle touristique soutenable sous les aspects sociaux, environnementaux et économiques, basées concrètement sur la différenciation ;
- Développer un modèle touristique compétitif basé sur la qualité totale, l'innovation et la formation ;
- Fortifier le secteur de l'entrepreneuriat touristique et la création de l'emploi ;
- Établir un procès d'intégration entre la planification et la gestion.

Pour répondre aux défis, le Plan prévoit les OBJECTIFS GÉNÉRAUX suivants :

- Redéfinition de la position compétitive,
- Adéquation de la structure productive aux nouveaux besoins,
- Amélioration de la cohérence et de l'efficacité dans les projets mixtes.

Orientations stratégiques

Objectif A. Redéfinition du positionnement compétitif

- A.1. Encourager le développement basé sur la différence, à partir du renforcement de l'identité de l'espace touristique, en tenant compte du patrimoine naturel, culturel et paysager.
- A.2. Habilitier un instrument d'analyse des marchés pour orienter les marques et les produits.
- A.3. Favoriser une amélioration de la relation entre le marché émetteur et les entreprises andalouses.

Objectif B. Adéquation de la structure productive aux nouveaux besoins.

- B.1. Actualisation et adaptation des destinations aux exigences actuelles de qualité.
- B.2. Incorporation de critères généraux d'accessibilité.
- B.3. Appui aux spécificités qui renforcent l'identité et qui permettent de réduire la saisonnalité.
- B.4. Disposer d'une structure de destinations prioritaires pour chaque segment spécifique, afin d'être le point de référence des différents agents.
- B.5. Formulation de politiques différentielles pour chaque zone de l'espace touristique.
- B.6. Faciliter une intégration corporative et active des agents sociaux dans les orientations proposées par chaque destination.
- B.7. Moderniser et encourager l'innovation dans l'entrepreneuriat andalou.
- B.8. Internationaliser les entreprises touristiques andalouses.
- B.9.- Faciliter une augmentation de la stabilité et la qualité dans l'emploi.
- B.10. Capacité du personnel en favorisant les politiques de formation.
- B.11. Promouvoir une culture de l'innovation dans les produits et les procédures, dans un environnement d'intégration.

Zonage des types de tourisme en Andalousie

Le Plan a prévu le développement touristique des différents types de tourisme en Andalousie selon les zones qui offrent les meilleurs atouts pour le développement de chaque type. La classification réalisée est la suivante :

- Soleil et plage : Costa del Sol, Costa de Almería, Costa de la Luz et Costa Tropical.
- Culturel : Granada, Séville, Cordoue, Málaga, Jerez de la Frontera, Ronda, Úbeda, Baeza, Antequera et le réseau de villes moyennes.

- Congrès et réunions : Costa del Sol, Séville, Málaga, Grenade, Cordoue et Jerez de la Frontera.
- Rural-Nature : Sierra Morena, Doñana, Alpujarras-Sierra Nevada, Cazorla-Segura, Cabo de Gata, Grazalema-Serranía de Ronda et Subbética.
- Golf : Costa del Sol, Sotogrande, Novo Sancti Petri.
- Santé et beauté : diffus
- Nautique : Costa del Sol, Bahía de Cádiz, Tarifa.
- Linguistique : Séville, Málaga et Grenade.
- Équestre : Jerez, Doñana, département de Séville.
- Croisières : Málaga, Cadix, Campo de Gibraltar, Séville.

Commentaires

Ce Plan est innovateur quant aux sujets et à sa façon de privilégier les thèmes face à la planification traditionnelle. Les aspects les plus remarquables en sont :

- L'insistance dans le besoin d'avoir un emploi professionnalisé, bien préparé, qui assure un bon service ce qui permettra d'assurer l'emploi lui-même.
- Le grand souci pour la qualité de l'environnement et l'encouragement des énergies renouvelables pour remplacer la forte dépendance aux énergies traditionnelles.
- La diversification des produits pour attirer une clientèle plus segmentée et essayer de faire en sorte que chaque destination se diversifie et puisse offrir un produit différent sur le marché, évitant ainsi les effets de la concurrence.
- Le besoin de créer une image de marque forte dans tous les marchés.
- La recherche d'une spécialisation de chaque zone dans de nouveaux produits, ou bien la réorientation des produits existants.

C'est toute une planification différente dont les intérêts se portent sur les aspects sociaux (emplois), sur de l'image et la rénovation des produits avec une spécialisation de chaque zone selon ses points forts.

2. Plan stratégique pour l'amélioration et l'embellissement de la plage de Palma

La Plage de Palma « Playa de Palma », est la plus grande station touristique de soleil et plage des Baléares. Elle comporte une superficie de 257,55 ha, 4 km de plage, à 7km de Palma, 65 000 habitants et une densité de 210h/ha. Malgré la présence d'un tourisme embryonnaire dans la première moitié du XXème siècle, elle a connu son véritable essor avec l'arrivée du tourisme de masse des années cinquante. Son développement a été rapide et très important, grâce à sa proximité de la capitale Palma, ainsi que de l'aéroport et du port. Son accessibilité était remarquable dans tous les sens et cela justifie l'importance et l'ampleur de sa croissance.

Mais, la station qui connu son essor dans les années cinquante et soixante se trouvait, cinquante ans après, dans une crise de maturité. La dégradation de certains quartiers, le vieillissement d'une bonne partie des constructions, l'absence de tourisme de qualité, ont plongé la Plage de Palma dans une crise qui exigeait de forts investissements et un traitement global pour lui redonner sa splendeur passée.

C'est cette exigence d'une rénovation totale et les forts investissements exigés qui ont révélé le besoin d'une action conjointe de toutes les administrations : État, Communauté Autonome et municipalités, ce qui n'a pas été facile, vu les différentes couleurs politiques de chaque administration.

Finalement, le 20 Mars 2007, a été signée une convention entre les trois administrations pour réaliser ce Plan, avec une collaboration économique des trois niveaux de compétences administratives. Le but est que ce Plan soit dorénavant le modèle à suivre pour la reconversion d'autres stations touristiques matures de la Méditerranée espagnole.

Plan d'Action

Le Plan d'action est très minutieusement planifié, mais nous ne remarquerons ici que les grands traits généraux.

Ligne 1.- Amélioration de l'image et de la qualité de la zone (1.1.A.1, 1.1.A.2, 1.1.A.3, 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.3, 1.2.A des recommandations de la CMDD)

Actions principales : mise en valeur de la deuxième ligne, transformation de certaines rues en rues piétonnes, construction de boulevards, augmentation des espaces verts, mise en valeur du front maritime, augmentation des services sur la plage, rénovation hôtelière, création de routes commerciales et culturelles, amélioration de l'attention portée au touriste.

Ligne 2.- Amélioration des rues, du trafic et de la mobilité urbaine (1.1.A.2, 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.3, 1.1.C.4, 1.2.B.1)

Actions principales : Amélioration des accès, création d'itinéraires exclusivement piétonniers et cyclistes, transport maritime de passagers, ligne de chemin de fer, construction de parkings.

Ligne 3.- Développement d'équipements et d'infrastructures environnementales (1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.2 et 1.1.B.4)

Actions principales : Enfouissement du ramassage d'ordures, des câbles des réseaux de services publics –électricité, téléphone, télévision... –, création du réseau souterrain d'utilisation des eaux recyclées, amélioration du réseau d'émissaires des eaux de pluie, prix annuel du recyclage dans les entreprises, augmentation des points de ramassage sélectif (points verts), augmenter l'usage des énergies renouvelables.

Ligne 4.- Développement d'équipements et d'infrastructures culturelles, sportives et ludiques (1.1.A.4, 1.1.B.3, 1.1.C.1, 1.1.C.3, 1.1.C.4, 1.2.B.1)

Actions principales : construction de bâtiments à usage ludique, centre de thalassothérapie, construction d'infrastructures sportives, circuits de santé dans les espaces verts, construction de grands parcs pour activités sportives non programmées, plan stratégique de tourisme sportif, création de secteurs à usage ludique (chemins ruraux, route des moulins, visites aux villages proches, routes vertes), reconversion des carrières abandonnées.

Ligne 5.- Développement d'équipements et d'infrastructures sociales, sanitaires et d'éducation.

Actions principales : Construction d'un nouveau centre sanitaire, équipements sociaux, formateurs sociaux.

Ligne 6.- Régulation de l'esthétique du milieu urbain (1.1.A.1 et 1.1.A.3, 1.1.B.1 et 1.1.B.3)

Actions principales : régulation de l'usage de la voie publique, gestion et usage de la publicité, réhabilitation et illumination de façades, accessibilité des bâtiments, usages des antennes, modernisation du commerce et de l'offre complémentaire, création de prix à la modernisation et à l'innovation.

Ligne 7.- Promotion de la qualité de l'environnement urbain (1.1.A.4, 1.1.B.1 et 1.1.B.2)

Actions principales : plantation d'arbres, amélioration de la signalétique urbaine et touristique, rénovation du mobilier urbain, gestion des activités de chargement et déchargement des marchandises.

Ligne 8.- Actions urbanistiques (1.1.A.3 et 1.1.A.4, 1.1.B.1 et 1.1.B.2)

Actions principales : gestion du sol pour les programmes d'échange, conversion de biens abandonnés en espaces libres et publics, élimination de bâtiments obsolètes, définition d'un nouveau modèle urbanistique pour satisfaire les besoins environnementaux, sociaux et urbanistiques, reconversion de logements touristiques.

Ligne 9.- Stratégies de dynamisation et de valorisation du secteur (1.1.A.2, 1.1.A.3 et 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.2, 1.1.B.3 et 1.1.B.4)

Actions principales : plan annuel de dynamisation de la plage, Commission Film, école de sports nautiques, stimulation de l'offre gastronomique, contrôle continu de la zone côtière, protection soutenable, équipements de sauvetage et premiers secours de la plage.

Tableau 18 Points forts et faibles de la station

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Ressources naturelles et environnement attractif Connaissance de la destination au niveau international Expérience et connaissances du secteur touristique Accessibilité (ville et aéroport) Offre de logements touristiques modernes en majorité Initiatives municipales (Agenda Local 21)	Concentration sur le tourisme de soleil et plage Infrastructures et équipements insuffisants Bâtiments et terrains en mauvais état de conservation Pas d'harmonisation esthétique dans l'offre touristique L'offre commerciale et de restauration peu attractive, qualité assez moyenne et peu innovatrice

Commentaires

Les apports de ce Plan en termes d'innovation dans le domaine de la réhabilitation de stations matures, utilisables dans d'autres projets, sont les suivants :

Le fait que le programme de réhabilitation soit total, changeant totalement l'aspect de la destination, car, dans une station touristique mature, cela représente un changement global et un coût très élevé, toute action se faisant sur de l'existant.

Le besoin de coordination des actions et du financement entre toutes les administrations et également avec le secteur privé.

Les difficultés d'articulation et le besoin de coordination dans le temps des changements physiques, externes, des infrastructures et la création de nouveaux produits, pour arriver à créer une nouvelle image de la station, complètement différente de l'actuelle.

C'est une aventure, un risque et une profonde transformation qu'exigent la maturité et la taille de la station. Mais, si les résultats escomptés sont obtenus, cela permettra de mettre en route des programmes semblables dans d'autres destinations touristiques méditerranéennes. C'est un risque, mais bien planifié pour le moment. Le processus reste lent dans son application, vus les différents acteurs intervenants.

V. PARTIE IV PROPOSITIONS

Faire des propositions à partir de l'analyse de l'état actuel du tourisme en Espagne n'est pas une tâche facile. Comme nous l'avons vu dans l'introduction, l'Espagne a traversé plusieurs étapes très significatives depuis l'arrivée du tourisme de masse, avec des crises assez importantes motivées par les crises pétrolières (années soixante-dix), l'arrivée de la destination à la maturité (fin des années quatre-vingt) et 11-S. L'Espagne les a surmontées grâce, respectivement, à l'implantation d'appartements et au développement du tourisme familial, au souci pour l'environnement et à la philosophie du tourisme soutenable.

Mais, avec l'arrivée du nouveau millénaire, l'Espagne a semblé stopper et ralentir sa capacité d'innovation. Elle est arrivée aussi au maximum de développement de l'autonomie. À partir de ce moment-là, on a pris conscience du besoin de se coordonner et de diminuer les différences si fortes entre Communautés Autonomes. Si les années quatre-vingt-dix ont vu l'apparition de nouveaux produits sur le marché (golf et tourisme rural, principalement) et un souci de diversification des destinations avec l'encouragement du tourisme urbain et de l'intérieur, au début du XXIème siècle les pourcentages de croissance ralentissaient et la dépense touristique se stabilisait. Il suffisait de regarder les différentes promotions que la marque Espagne faisait sur les marchés émetteurs pour se rendre compte de la perte d'orientation et d'innovation qui se produisait.

Les premières années du millénaire semblaient geler les initiatives et les entreprises touristiques espagnoles se souciaient plus de se lancer dans la croissance internationale (Caraïbes, spécialement, dans le tourisme de soleil et plage, et hôtellerie urbaine en Europe et en Amérique du Nord), vue la stagnation du tourisme de soleil et plage classique, tandis

que le littoral espagnol était offert à la spéculation immobilière et à l'énorme croissance des résidences secondaires. Ces dernières années, le développement urbain était plus valorisé que la croissance touristique, car les bénéfices de ce type de croissance étaient intéressants pour tous : les compagnies immobilières, les postes de travail dans le bâtiment, l'augmentation des rentrées par impôts pour l'État et, plus encore, pour les municipalités, etc.

Aucune innovation n'a été réalisée cette dernière décennie dans le tourisme espagnol et on ne peut pas exposer des exemples de bonnes pratiques finies et avec des résultats visibles ; tout était en continuation des programmes de création de stations-loisirs, de promenades maritimes, d'espaces centraux et commerciaux piétonniers, de fêtes et de semaines thématiques. Les années quatre-vingt-dix ont connu les dernières réalisations dans la diversification des marchés (tourisme d'intérieur, rural, de nature, golf, culturel) et l'environnement et la protection de l'espace sont devenus les symboles de toute action en tourisme. L'application dans toutes les communes touristiques de l'Agenda Local 21 a été la norme, et la valorisation du patrimoine naturel et artistique le nouveau but des responsables touristiques (villes Patrimoine de l'Humanité, Chemin de Saint Jacques, expositions « Las Edades del Hombre », nouveaux Parcs Nationaux, prolifération des parcs naturels et des espaces protégés) : il semblait que c'était la dernière vague en matière d'innovation touristique.

La caractéristique de cette période fut un travail chacun de son côté, avec un manque d'harmonisation des politiques et sans normes communes. Chaque Communauté Autonome, et même chaque commune, avait son plan, faisait sa promotion, et cela aboutissait à les mettre en concurrence entre elles. Si, dans un premier temps, cette concurrence était positive car elle encourageait l'innovation, les choses ont changé au fil des années. Les normes et les lois sont devenues tellement différentes d'un lieu à l'autre, les modèles, typologies et dénominations se sont tellement multipliés, que c'était devenu incompréhensible. L'exemple le plus marquant est celui de la multitude de dénominations que les logements ruraux ont reçu, de telle façon qu'il était impossible pour le client de savoir le produit qu'il allait trouver sous cette dénomination.

Ce ne sera que ces dernières années que toutes les administrations virent le besoin de mettre fin à ce chaos et d'harmoniser le système. Le Ministère central, à Madrid, a pu commencer à planifier de façon conjointe et il est arrivé à convaincre chacun de s'asseoir et de parler ensemble, comme le montre le Plan Tourisme 2020, impensable il y a seulement cinq ans. Les professionnels et les entrepreneurs touristiques y ont bien participé et on voit tout un mouvement d'harmonisation et de planification conjointe. C'est précisément ce changement, cette réunion d'administrations, qui a rendu possible tout ce processus de nouveaux plans qui ont permis d'intégrer complètement toutes les propositions faites par l'Union européenne.

Si l'Administration centrale s'occupait seulement de plans généraux, comme la qualité (PCTE) ou les Plan Futures, ce sera ce changement de vision qui permettra l'élaboration d'un Plan 2007-2013 ou, encore, une planification à plus long terme comme le Plan Tourisme 2020. Comme nous avons pu le remarquer, toutes les recommandations des organismes européens et de la Méditerranée sont prises en compte (nous avons signalé dans chaque plan les points qui correspondent aux recommandations de la CMDD).

Cette philosophie générale est appliquée aussi aux plans territoriaux plus limités, comme le montrent les deux exemples des bonnes pratiques de la partie III de ce rapport : le Plan General de Turismo Sostenible en Andalucía 2008-2011, et le Plan d'Amélioration et d'Embellissement de la Plage de Palma. C'est pour cela que ces deux exemples de bonnes pratiques ne peuvent être exposés qu'en tant qu'intentions, car ils viennent de se mettre en place, sans que nous puissions encore analyser les résultats ; mais, ils démontrent parfaitement que la nouvelle philosophie est très respectueuse de toutes les recommandations et qu'une nouvelle étape de collaboration entre administrations est lancée avec le souci de la durabilité du tourisme. Cela veut dire que l'avenir du tourisme espagnol va changer et que les administrations et les entrepreneurs ont pris conscience du besoin de travailler ensemble, de bien planifier les choses et de faire un bon bilan des problèmes

actuels pour trouver la solution adéquate qui rende possible la continuité de la croissance touristique dans un esprit soutenable.

Nous pouvons dire que le tourisme espagnol, à partir de 1950, s'est construit selon les étapes suivantes :

1950-1988. Croissance du tourisme de masse, typiquement de soleil et plage. L'important était la croissance continue du nombre de touristes.

1989-2000. C'est le moment de la prise de conscience des problèmes environnementaux, d'une intervention forte des Communautés Autonomes (avec une vaste législation dans tous les domaines du tourisme), de l'application des normes du post-fordisme, de la réhabilitation d'hôtels et de milieux urbains et la création d'espaces protégés. Un autre aspect fort intéressant intervient durant cette période : la croissance des résidences secondaires et la substitution de la croissance touristique par la croissance immobilière (encore que toujours en relation avec le tourisme).

2000-actualité. Prise en compte du besoin de coordination. Étape de forte planification. Application des normes, des recommandations et des propositions de tous les organismes internationaux sur le tourisme soutenable. L'Espagne veut devenir un modèle de planification, de croissance harmonieuse et aussi exportatrice du « savoir faire » en tourisme. La qualité remplace la quantité.

L'Espagne se trouve face à un nouveau défi : la soutenabilité. La concurrence sur les marchés touristiques par les prix est finie, la croissance immobilière arrêtée ; il ne reste que la diversification des marchés et des produits, une planification sérieuse, la promotion de la recherche et l'internationalisation comme points forts pour le futur.

VI. ACRONYMS AND ABBREVIATIONS

ATE.- Organisme publique du franquisme, pour gérer les établissements de logement touristique, propriétés de l'État, base des futurs PARADORES.

ATESA.- Organisme publique du franquisme pour le transport public par route des touristes et location de voitures dans ce but.

DAFO. Matrice, appelée en français : AFOM (atouts, points faibles, ouvertures, menaces), utilisée pour faire un diagnostic stratégique d'une entreprise, destination, etc.

EGATUR.- Organisme du Ministère du Tourisme responsable du système statistique espagnol pour le calcul de toutes les données en référence à la dépense touristique.

ENTURSA.- Identique à ATE, mais pour les établissements d'haute gamme.

ESPAÑA VERDE.- Marque pour la promotion du tourisme vers les destinations du nord de l'Espagne, spécialement du tourisme nationale, car sont les destinations moins convoités par le tourisme internationale, en valorisant la nature et les grands espaces verts pour subir cette région une moindre pression urbanistique et touristique.

EXPOTUR.- Organisme responsable d'encourager le tourisme national pendant le franquisme.

FAMILITUR.- Organisme du Ministère du Tourisme responsable du système statistique espagnol pour le calcul de toutes les données en référence au tourisme national : nombre de touristes, dépense touristique, système de transport utilisé, etc.

FRONTUR.- Organisme du Ministère du Tourisme responsable du système statistique espagnol pour le calcul de toutes les données en référence au tourisme international : nombre de touristes, dépense touristique, système de transport utilisé, etc.

I+D+i.- Sigles qu'en espagnol signifient : Investigación (recherche), Desarrollo (développement), innovación (innovation).

IET.- Institut d'Études Touristiques, c'est l'organisme responsable de la recherche des facteurs qui ont une incidence sur le tourisme et, en même temps, responsable de

l'élaboration, ramassage et valorisation des statistiques, informations et données sur le tourisme en Espagne. Il fait partie du Secrétariat Général du Tourisme. Statistiquement il est composé de trois organismes : FRONTUR, pour le tourisme international, FAMILITUR pour le tourisme national et EGATUR pour la dépense touristique.

IFEMA.- Organisme autonome publique, de la municipalité et de la Communauté Autonome de Madrid, ainsi que la Chambre de Commerce et Caja Madrid, responsable des foires qui se célèbrent dans la ville.

INSERSO.- Programme publique de développement du tourisme du troisième âge espagnol en basse saison.

PICTE.- C'est le Plan Intégrale de Qualité du tourisme espagnol qui remplaça le Plan Futures en 2000. Période 2000-2006. Il est conformé par dix programmes qui correspondent à dix aires d'actuation : destinations, produits, patronat-entreprise, internationalisation, coopération internationale, formation, innovation, information statistique et analyse économique, promotion et appui à la commercialisation.

PLAN FUTURES.- Il fut un Plan de compétitivité touristique, en vigueur entre 1992 et 1999, conjoint entre l'Administration centrale et les Communautés Autonomes. Il fut le responsable économique de mettre en route des plans globaux dans des destinations touristiques matures en collaboration avec les différents acteurs sociaux et économiques. En 2000 il est remplacé par le PICTE.

RUTA DE LA PLATA.- Exemple des nouveaux programmes pour encourager un tourisme itinérant, comparable au Chemin Saint Jacques, qui permettent faire un parcours à travers différentes régions sur un sujet déterminé et qui valorise le patrimoine naturel et culturel des régions moins touristiques.

TURESPAÑA.- Actuel organisme de l'État responsable de la promotion touristique espagnole à l'étranger, spécialement à travers des 31 bureaux espagnols de tourisme à l'étranger.

VII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Plages certifiées par le système de qualité touristique espagnol, par communautés autonomes.....	382
Tableau 2 Destinations littorales inscrites au système intégral de qualité touristique par type (SICTED).....	383
Tableau 3 Entrées de visiteurs selon la typologie – Année 2007, données provisoires	388
Tableau 4 Evolution des visiteurs des musées espagnols les plus importants (2005/2006)	391
Tableau 5 Visiteurs des principaux monuments espagnols (2004-2006)	392
Tableau 6 Nombre de touristes selon les motivations 1997-2006 (FRONTUR)	394
Tableau 7 Indicateurs d'activité en foires par catégories urbaines 2006 (Nombre d'habitants)	394
Tableau 8 Indicateurs de tourisme de réunions par catégories urbaines 2006 (Nombre d'habitants).....	394
Tableau 9 Visiteurs des casinos espagnols.....	395
Tableau 10 Tourisme Rural – Nombre de Lits (Estimations moyennes annuelles)	396
Tableau 11 Tourisme Rural - Nombre de lits estimés (moyenne annuelle)	396
Tableau 12 Enquête d'occupation en logements de tourisme rural – nombre de voyageurs selon résidence année 2007- données provisoires.....	397
Tableau 13 Enquête d'occupation en logements de tourisme rural – nombre de nuitées selon résidence année 2007 – données provisoires	397
Tableau 14 Voyages réalisés dans les maisons rurales.....	397
Tableau 15 Entreprises de tourisme actif par communautés autonomes (Septembre 2007)	398
Tableau 16 Visiteurs des Parcs Nationaux des dernières années.....	399
Tableau 17 Croisières et passagers en croisière par ports du réseau de ports de l'Etat.....	399
Tableau 18 Points forts et faibles de la station	422
Carte 1 Villes patrimoines de l'Humanité, d'après l'UNESCO	390
Carte 2 Voyageurs nationaux et étrangers en tourisme rural	398
Graphique 1 Arrivées de Touristes Internationaux	387
Graphique 2 Nombre de touristes non résidents selon le pays de résidence - Année 2006	388
Graphique 3 Entrées de visiteurs au musée du Prado selon le mois et taux de variation interannuelle.....	392
Graphique 4 Pourcentage de voyages dans les maisons rurales sur le total des voyages	398
Figure 1 Composants de la dépense totale année 2007	389

TUNISIE

M. Jean Mehdi Chapoutot, Expert Tourisme

TABLE DES MATIERES

Résumé.....	429
I. Partie 1 Contexte et tendances – politiques et stratégies touristiques	430
1. Tourisme: opportunité de développement (1960 - 1970).....	430
2. Tourisme: choix de croissance économique (1970 - 1987)	431
3. Tourisme: stratégie de développement (1987 – 2007)	432
II. Partie 2 Bilan approfondi des projets réalisés	438
1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme	438
2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable	445
3. Développer la coopération méditerranéenne	449
III. Partie 3 Les Bonnes Pratiques	450
1. PMNH.....	450
2. Eaux rénovées	452
3. Unités de dessalement des eaux saumâtres	454
4. Unités de dessalement des eaux de mer.....	455
IV. Partie 4 Propositions	456
1. La territorialisation et la diversification	456
2. La gestion intégrée de la qualité (GIQ)	457
3. Les innovations	457
4. La formation	457
V. Bibliographie	458
VI. Table of illustrations	459

RÉSUMÉ

La Tunisie

La Tunisie, située au carrefour de la Méditerranée occidentale et orientale, couvre une superficie de 164 000 km². La Tunisie compte 10 126 300 habitants (recensement de 2006); le taux d'accroissement annuel est de 1,1% et le taux d'urbanisation est de l'ordre de 65%.

La Tunisie est un pays largement ouvert au tourisme. Elle bénéficie d'atouts naturels, culturels et civilisationnels ; elle est proche de l'Europe qui est à 2 à 3 heures de vol et son accessibilité a été facilitée par la réduction du poids du transport aérien dans le prix du forfait touristique.

Le tourisme en Tunisie¹

Aujourd'hui, la Tunisie est une destination incontournable en Méditerranée et le nombre de touristes représente 2,5% du flux touristique des destinations méditerranéennes. La Tunisie compte 232 000 lits hôteliers dont 208 883 lits pour les établissements classés, de 1* à 5*, 10 105 lits pour les villages de vacances, 1 623 lits pour les pensions de famille et 11 227 lits pour les hôtels non classés. En 2007, 6,7 millions de touristes étrangers, soit +3,2% par rapport à 2006, ont visité la Tunisie, engendrant 37,4 millions de nuitées. Le montant des recettes s'élève à 3 milliards de dinars qui couvrent 60% du déficit de la balance commerciale. Le tourisme fait travailler 12% de la population active du pays.

La Tunisie compte de nombreuses zones touristiques dont 10 sont situées sur le littoral, à savoir celles de Tabarka, Bizerte, Tunis, Hammamet-Nabeul, Yasmine-Hammamet, Sousse, Monastir, Mahdia, Kerkennah, Jerba-Zarzis.

Éléments d'appréciation – Tourisme

Le tourisme connaît des stades de développement différents selon les pays ; du reste la CMDD différencie « 3 grands types de territoires » : les destinations matures, les destinations plus récentes et en plein croissance et les destinations peu ou pas encore exploitées².

Mais le tourisme connaît également des modes de développement différents. Ces derniers présentent l'intérêt de mettre en exergue de façon significative les relations entre le tourisme et l'environnement. C'est la raison pour laquelle un bref aperçu des étapes du développement touristique en Tunisie est l'objet d'une présentation et ce, d'autant plus que le contexte dans lequel évolue le tourisme a complètement changé.

L'offre balnéaire a évolué depuis une vingtaine d'années. Elle a permis de développer une mobilité touristique-patrimoniale liée à l'enrichissement du produit balnéaire. A-t-elle pour autant participé à la diversification des produits de la destination ?

La promotion d'un tourisme durable passe également par la prise en compte de la dynamique du marché. Cet aspect du problème, relatif au marché, est fondamental car en relation avec la problématique concernant les dépenses des touristes internationaux.

C'est pourquoi, il paraît tout à fait indiqué d'axer les propositions telles que prévues sur quatre points: la territorialisation, la gestion intégrée de la qualité, les innovations et la formation.

¹ Les statistiques touristiques émanent de la revue annuelle, « Le Tourisme en Chiffres » publiée par l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT).

² Néanmoins, ce positionnement des destinations s'appuie sur des statistiques dont la praticabilité est peu évidente parce que différentes d'un pays à l'autre.

I. PARTIE 1 CONTEXTE ET TENDANCES – POLITIQUES ET STRATEGIES TOURISTIQUES

La Tunisie possède de nombreux atouts naturels, avec les merveilleuses plages qui bordent le littoral, 575 km de sable sur les 1300 km de littoral ; culturels avec les nombreux sites archéologiques, dont celui de Carthage, et les musées dont le plus beau est sans conteste celui du Bardo ; civilisationnels avec les nombreuses médinas dont celle de Tunis et les sites d'exception, Sidi Bou Saïd ; exotiques avec les oasis de Tozeur et Nefta et le Sahara.

Grâce à ses atouts mais également à des facteurs exogènes³, les résultats touristiques ont été à la hauteur des attentes des responsables et la Tunisie a vu se développer, depuis les années 1960, un produit balnéaire enrichi au fil des ans. Néanmoins, et pour bien comprendre la politique touristique mise en place par les pouvoirs publics, il est nécessaire de caractériser les trois moments du développement touristique.

1. Tourisme: opportunité de développement (1960 - 1970)

1.1 Une volonté des pouvoirs publics en faveur d'un développement touristique

Dès la fin des années 1950, l'état, à travers l'élaboration des « Perspectives décennales », qui programmaient la construction de 9 000 lits à l'horizon 1970, et la création de la Société hôtelière et touristique de Tunisie (SHTT)⁴, ouvrait la voie au développement de l'activité touristique.

Par ailleurs, l'exigence d'une « liberté en sécurité » de la demande internationale a fortement aidé au développement spectaculaire du tourisme en Tunisie. Les littoraux de la Tunisie ont offert, en effet, cette liberté en sécurité : liberté sur des côtes vides, 41m² de plage par lit à Hammamet et 55 m² à Jerba ; sécurité grâce à des unités d'hébergement qui répondaient parfaitement aux attentes de la demande.

1.2 Un développement non maîtrisé

A partir de 1965, la politique de collectivisation menée à l'époque a stimulé l'investissement touristique qui a trouvé dans le secteur une base de repli pour les capitaux privés. Par ailleurs, le Décret n° 66-339 du 2 septembre 1966, portant encouragement de l'état à la construction hôtelière et touristique, a également eu le même effet.

L'investisseur, qui disposait de fonds propres à hauteur de 40% du coût du projet, pouvait obtenir des crédits destinés à parfaire le financement de son projet. Il bénéficiait également d'une subvention pour couvrir les frais d'études, d'une ristourne sur les droits de douane afférents à l'importation des équipements nécessaires et de la bonification d'intérêts pour les prêts contractés. Ainsi, de 1966 à 1971, l'offre à l'hébergement a compté une capacité additionnelle de 26 000 lits, soit plus de 5000 lits par an. Pour la période de 1962 à 1972, la capacité est passée de 4 000 lits à 46 300 lits, soit une réalisation multipliée par 4,5 par rapport aux prévisions.

1.3 Des impacts environnementaux négatifs

Le développement de l'hôtellerie a abouti à exagérer les inconvénients du tourisme en particulier celui d'un tourisme gros consommateur d'espace avec :

- Une sous-occupation de l'espace et une densité d'occupation moyenne particulièrement faible, souvent inférieure à 25 lits/ha;
- Une privatisation du front de mer. Le village "Jerba la Fidèle" du Club Med occupe un front de mer de 500 mètres et l'hôtel "Tanit" à Hammamet, 850 mètres ;

³ Baisse du poids du prix du transport aérien, saturation du littoral nord méditerranéen et pression de la demande internationale.

⁴ L'objectif de la SHTT a été de développer un parc hôtelier économique et de mettre en place un « tourisme de palaces ».

- Un financement coûteux. Le coût des travaux de génie civil et VRD ont représenté jusqu'à 50% de l'investissement.
- Un amenuisement du support récréatif.

2. Tourisme: choix de croissance économique (1970 - 1987)

2.1 Une stratégie de développement

La prise de conscience croissante de la sous-utilisation de l'espace avec son corollaire coût des infrastructures, une demande plus exigeante quant à la qualité de l'aménagement touristique et le rôle des opérateurs touristiques ont eu une influence sur les décisions des pouvoirs publics pour la mise en place d'une stratégie de développement du tourisme dans le cadre d'une politique environnementale. Elle a abouti à :

- La création par décret de zones touristiques : les premières à Tunis Nord, Tunis Sud, Hammamet-Nabeul, Sousse et Jerba-Zarzis (Décret n°73-162 du 5 avril 1973), puis à Monastir (Décret n°75-202 du 10 avril 1975), Mahdia (Décret n°76-336 du 7 avril 1976), Kerkennah (Décret n°81-1216 du 21 septembre 1981), Tabarka et Aïn Draham (Décret n°81-1217 du 21 septembre 1981)
- L'établissement de plans d'aménagement avec les règlements d'urbanisme y afférents. Les infrastructures à l'intérieur des plans d'aménagement ont été calibrées pour les besoins des touristes et ceux des populations résidentes. **La population est entièrement raccordée à l'eau potable (indicateur TOU_C15)** comme à tous les autres équipements.
- Le code d'incitations à l'investissement touristique qui a prévu en particulier la prise en charges par l'état des infrastructures jusqu'aux limites de l'îlot sur lequel un projet est programmé ainsi que les différentes aides de l'état vis à vis du promoteur.
- La création de l'Agence Foncière Touristique, loi n°73-21 du 14 avril 1973, dont la mission est l'organisation du cadre juridique destiné à la maîtrise de l'emprise foncière, clef de voûte de toute politique d'aménagement. A l'intérieur des zones touristiques, elle peut acquérir, aménager et céder les terrains destinés à la construction des établissements touristiques. Elle a donc la charge de mettre à la disposition des promoteurs des terrains à des prix compatibles avec la rentabilité du projet, soit une charge foncière de 6 à 10% de l'investissement.

C'est dire si la réglementation en matière d'organisation et d'occupation de l'espace réservé à l'activité touristique a permis de développer une activité en relation directe avec la protection de l'environnement⁵.

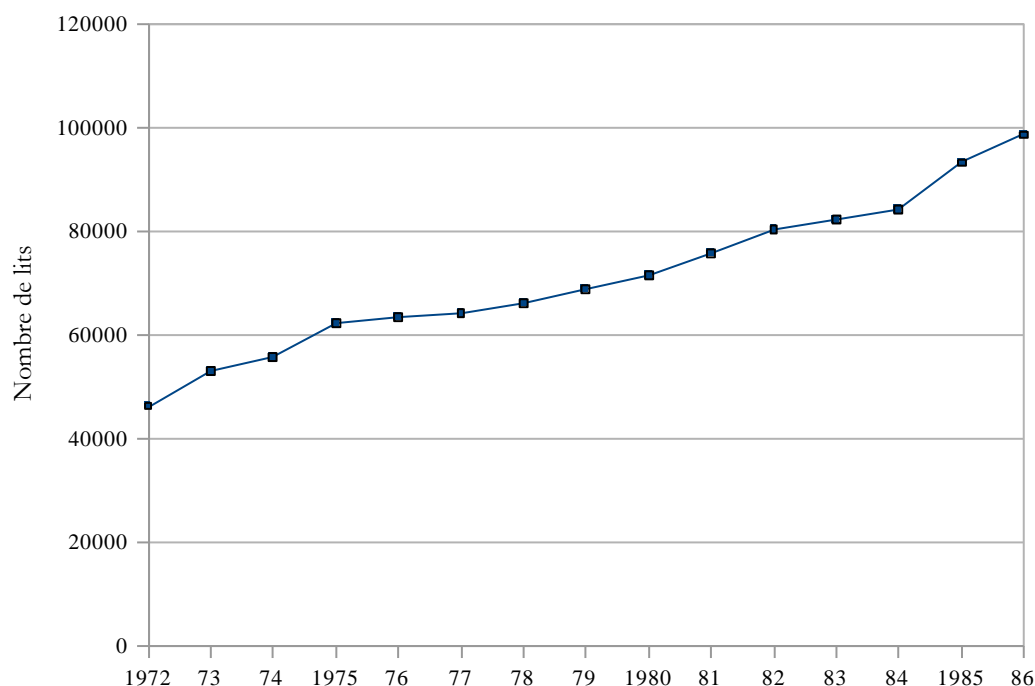
De 1972 à 1986, l'offre à l'hébergement touristique passe de plus de 46 000 lits à près de 99 000 lits (Graphique 1). Il s'agit là d'une croissance très rapide mais qui, à la différence des années 1960, a été réalisée dans un cadre très réglementé.

Néanmoins et durant cette période, il y a lieu de noter que :

- Le nombre moyen de lits par établissement a fortement augmenté et ce, compte tenu d'une commercialisation par les tour-opérateurs qui imposent des capacités hôtelières de plus en plus importantes. En 20 ans, de 1966 à 1986, il est passé de 123 lits/hôtel à 228 lits/hôtel ;
- L'ensemble de ces lits est majoritairement situé sur le littoral dans des zones touristiques;

Les zones touristiques se caractérisent par un hébergement standardisé.

⁵ En particulier grâce aux études spécifiques concernant les crues des oueds, l'érosion marine, la pollution, les ports de plaisance et les terrains de golf.

Graphique 1 Évolution de la capacité en lits 1972 - 1986

2.2 Un enrichissement du produit balnéaire

Compte tenu de la concurrence méditerranéenne, le produit hôtelier se devait d'offrir une palette d'activités à même de répondre aux attentes de la clientèle. C'est à cette époque que les premiers équipements structurants ont été réalisés : le golf de la station El Kantaoui à proximité de Sousse ainsi que la marina en 1979.

- Plaisance

La Tunisie compte six ports de plaisance : Tabarka, 99 anneaux ; Bizerte, 120 anneaux ; Sidi Bou Saïd, 386 anneaux ; Yasmine Hammamet, 718 anneaux ; El Kantaoui, 285 anneaux ; Cap Monastir, 290 anneaux, auxquels il y a lieu de rajouter 20 places au port de Sousse et 150 places au port de La Goulette, soit 2 068 places de port, soit 1,6 places par km de côte (indicateur TOU_C04). Cette capacité représente 0,7% des capacités d'accueil en Méditerranée.

Les ports tunisiens accueillent environ 1350 résidents en hivernage, dont 700 nationaux et 650 sous pavillon étranger, et un peu plus de 2000 bateaux de passage dont la durée de séjour est supérieure à une semaine. La flotte nationale de plaisance est limitée, le ratio d'équipement est de 0,25 bateau/1000 habitants.

Le port de Sidi Bou Saïd a obtenu le label « Pavillon Bleu », il est le seul en Tunisie (indicateur TOU_C07).

- Golf

La Tunisie compte 9 golfs : un à Tabarka, un à Tunis, 2 à Hammamet, un à El Kantaoui, 2 à Monastir, un à Jerba et un à Tozeur.

3. Tourisme: stratégie de développement (1987 – 2007)

Jusqu'à la fin des années 1980, les politiques touristiques ont visé, au travers des infrastructures et des équipements, autant à développer une activité économique qu'à aménager l'espace et ce, dans un cadre réglementaire.

Mais à partir des années 1990, la Tunisie s'est engagée dans une nouvelle stratégie économique qui se caractérise par l'acceptation des notions de développement durable et de

partenariat, deux notions qui renvoient à la Conférence de Rio (1992) et à la Déclaration de Barcelone, 1(995⁶).

C'est sur cette même base que la Tunisie a signé le Traité de Marrakech en 1994 portant sur les accords de l'Organisation mondiale du commerce. Pour la Tunisie, de nouvelles réalités économiques et financières induites par les politiques de libre-échange sont à prendre en compte.

3.1 Une politique environnementale

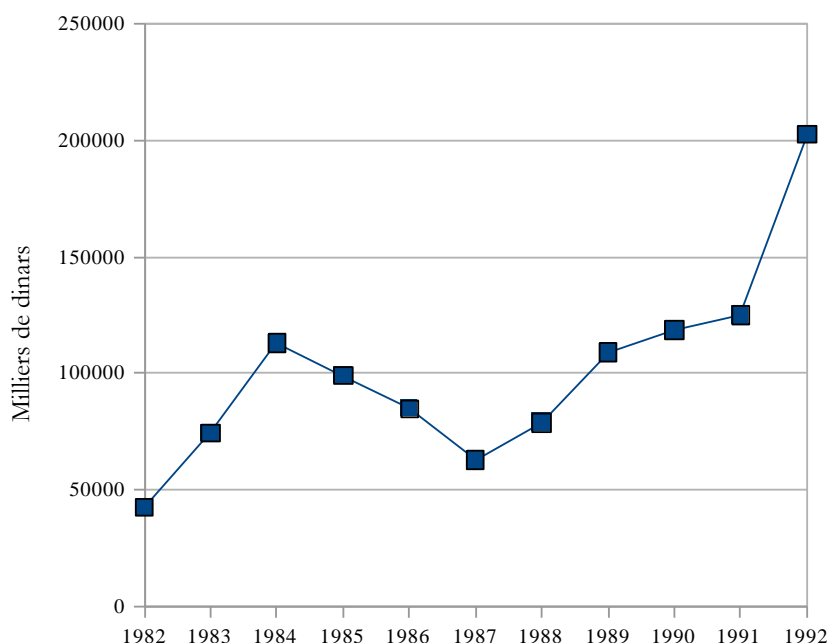
Dans ce contexte, de nouvelles institutions ont été créées : un ministère de l'Environnement en 1992; une Agence nationale de protection de l'environnement (ANPE) en 1988 ; une Agence de protection et d'aménagement du littoral (APAL) en 1995.

Ces institutions, ayant la charge de protéger et de défendre l'environnement, constituent donc la traduction, au plan des acteurs, de l'importance que les pouvoirs publics tunisiens attachent à la notion de développement durable dans le cadre du développement de l'activité touristique.

3.2 Des résultats

Depuis la fin des années 1980, la Tunisie a bénéficié d'une autre image. En effet, grâce à la dévaluation du dinar en août 1986 et du glissement de cette même monnaie au cours des années 1987 et 1988, décidés dans le cadre du programme d'ajustement structurel, la Tunisie a bénéficié d'une conjoncture économique favorable. Dans le même temps, l'avènement du 7 novembre 1987, qui a amélioré l'image politique de la Tunisie à l'étranger, a redonné confiance aux visiteurs étrangers et surtout aux promoteurs touristiques.

Graphique 2 Évolution des investissements touristiques 1982 - 1992

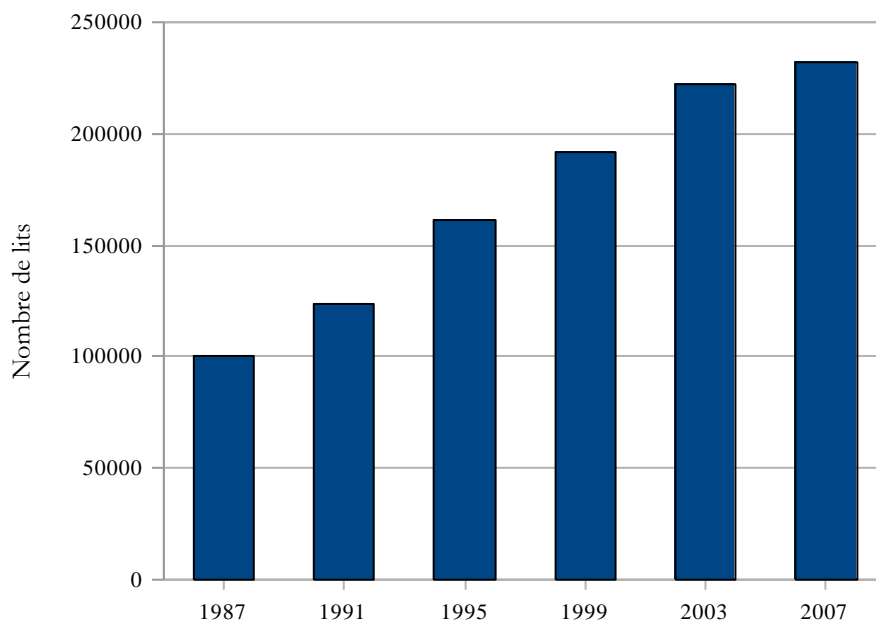


Il est à noter la chute des investissements à partir de 1985⁷ et jusqu'en 1988 : -12,5% en 1985 par rapport à 1984 ; -14% en 1986 par rapport à 1985 ; -26% en 1987 par rapport à 1986. Dès 1988, la reprise se fait sentir, +25% par rapport à 1987.

⁶ La Tunisie y a adhéré en 1995. Après 12 ans de mise à niveau, la Tunisie est, depuis le 1 janvier 2008, de plein pied dans l'espace euro-méditerranéen.

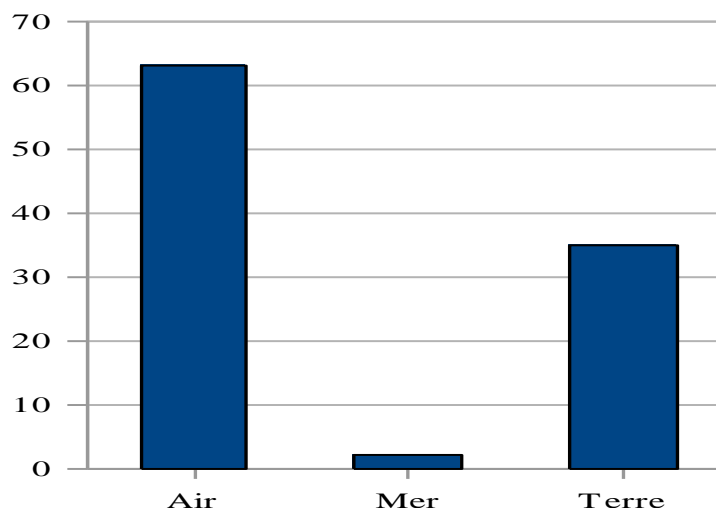
⁷ Les dernières années de la présidence de Habib Bourguiba ont été marquées par des troubles et une méfiance à l'égard de la situation intérieure de la Tunisie.

Graphique 3 Évolution du nombre de lits hôteliers



Graphique 4 Entrées par mode de transport 2006

(%)



La Tunisie a vu le nombre de visiteurs étrangers passer de 320 000 en 1990 à 6 550 000 en 2006.

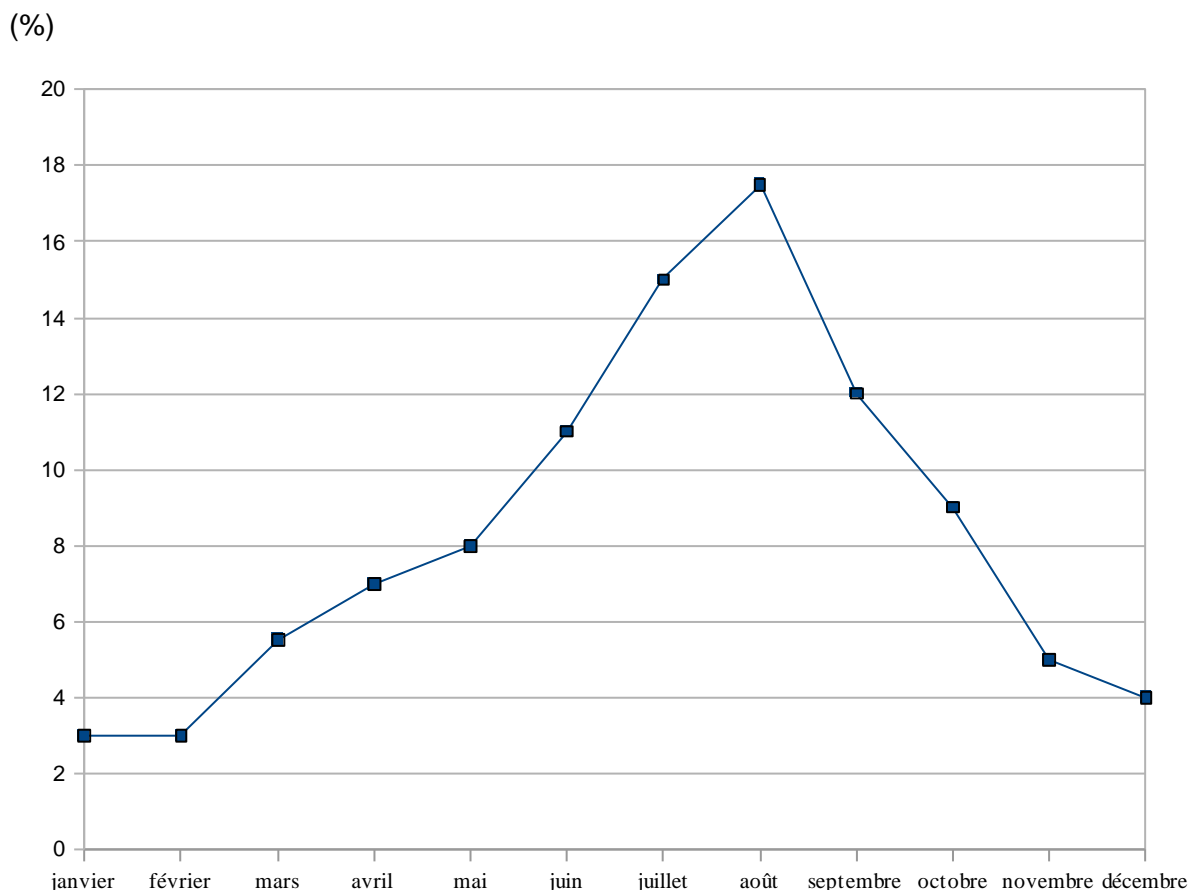
Les marchés européens, américains asiatiques et du moyen orient représentent 62,5% des entrées aux frontières ; les maghrébins 37,5%.

La place du marché libyen, avec près de 1 500 000 entrées et qui est en 1ère position, et du marché français, plus de 1 200 000 entrées, explique en grande partie **les arrivées par mode de transport (Graphique 4) : 63% par air, 35% par terre et 2% par mer (indicateur TOU_C01).**

Malgré tous les efforts entrepris en termes de diversification et d'enrichissement du produit touristique, la saisonnalité reste très marquée. Ainsi, en 1985, les mois de juin, juillet, août et septembre représentaient 51% des nuitées totales ; en 1999, 49% pour la même période et en 2006, 55,5%.

La saisonnalité (Graphique 5) reste forte, même, comme la tendance le veut, en comparant les haute et moyenne saisons, 80%, et la basse saison, 20% (indicateur TOU_C05).

Graphique 5 Nuitées mensuelles totales - 2006



Le marché européen représente, près de 4 000 000 de visiteurs, 60% des arrivées des non-résidents en 2006. **Il est légitime de penser que 85 à 90% des touristes viennent selon la formule du forfait, c'est-à-dire par l'intermédiaire de tour-opérateurs (indicateur TOU_C12)** et ce, d'autant plus que plus de 400 tour-opérateurs commercialisent la destination Tunisie.

- **Tourisme balnéaire**

En 2006, le tourisme balnéaire représente 92% des nuitées globales.

Les grandes régions touristiques, soit 75% des lits hôteliers, sont situées sur le littoral qui reçoit le plus grand nombre de nuitées.

Tableau 1 Répartition régionale de la capacité lits et des nuitées - 2006

ZONES TOURISTIQUES	CAPACITE (%)	NUITEES (%)
Hammamet - Nabeul	20	18
Yasmine Hammamet	6,5	8,5
Sousse	16	21
Monastir - Skanès	11	11
Jerba - Zarzis	21	25

- **Tourisme saharien**

A travers l'histoire, le Sahara a constitué pour le Maghreb la porte de l'Orient et également une voie de passage vers l'Afrique sub-saharienne. Aussi, tout le sud est-il marqué par une grande richesse du patrimoine culturel, témoin de la succession de plusieurs civilisations, mais également par la diversité des paysages avec les oasis de montagne: Chébika, Midès ou Tamerza qui offrent des îlots de verdure contrastant avec les montagnes dénudées environnantes; les oasis du Jérid : Tozeur, Nefta, Douz ou Kébili qui

offrent aux touristes leur palmeraie ; le chott el Jérid avec ses sols salés étincelant sous l'effet du soleil.

Les atouts architecturaux n'en sont pas moins nombreux avec les ksours⁸ : ksar Hadada, ksar Mourabtime, ksar Ouled Debbab, ksar Tazeghdanet et ksar Ghilane. Matmata et son paysage à aspect lunaire avec les troglodytes d'un intérêt très fort ; ici l'essentiel de l'habitat est enfoui sous terre, creusé dans des roches tendres. Tozeur avec son architecture typique réalisée avec des motifs décoratifs en imbrication est remarquable.

Dans le sud tunisien, une politique volontariste a vu le jour dans le domaine spatial avec l'élaboration de plans d'aménagement touristique, intégrés aux plans d'urbanisme des villes de Tozeur, Décret n° 78-1034 du 27/11/78⁹ et de Nefta, Décret n°79-416 du 7/05/79. C'est également en 1979 que l'aéroport international de Tozeur a été mis en exploitation. Et pour donner une visibilité internationale à cette région, des manifestations ont été créées : le festival international du Sahara à Douz ; le festival des ksours de Tataouine ; le festival des oasis à Tozeur et la Journée nationale du tourisme saharien.

Mais pendant longtemps, la région est restée à l'écart des flux touristiques et ce, compte tenu de la faiblesse de la capacité d'accueil limitée à 3 000 lits.

En prenant en compte des lits destinés au tourisme saharien ainsi que ceux situés dans les zones intérieures, en 2006 la proportion de lits non-balnéaires par rapport au nombre de lits touristiques est 13% (indicateur TOU_PO1).

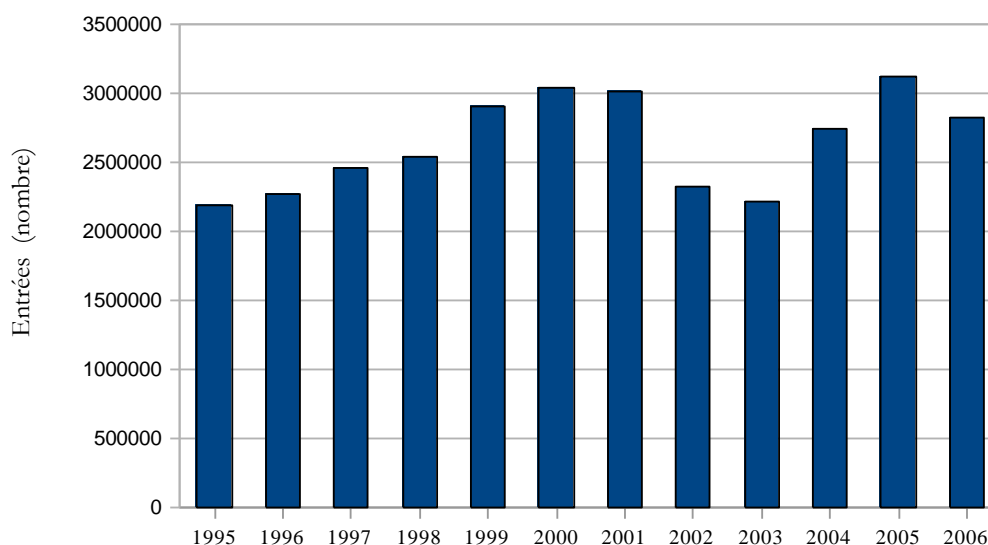
- **Tourisme culturel**

Située au cœur de la rive Sud de la Méditerranée, la Tunisie a été touchée par des influences culturelles très variées : civilisation berbère à Matmata et dans les nombreux ksours ; héritage phénicien punique à Carthage, Kerkouane, Utique ; héritage romain et byzantin à El Jem, Dougga, Sbeitla, Bulla Regia ; patrimoines arabo-islamique à Tunis, Kairouan, Sousse, Mahdia, Sfax et turc dans les grandes villes ; héritage colonial français à Tunis et dans les principales villes

Les sites, d'une grande diversité et d'une grande richesse, sont donc nombreux ainsi que les musées : 55 sont répertoriés par l'Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle (AMVPPC) et ce, en fonction des entrées des visiteurs.

Depuis 1995, les entrées dans les sites et musées ont progressé, passant de 2 200 000 à plus de 3 000 000 en 2005 (indicateur TOU_C09). Les événements du 11 septembre 2001 ont freiné l'évolution en 2002 et 2003 (Graphique 6).

Graphique 6 Évolution des entrées dans les sites et musées



⁸ Grenier collectif ou ensemble de greniers individuels – pluriel de ksar. Il en existe plus de 150 dans le sud tunisien dont une quarantaine est visitable.

⁹ Plan révisé en 1990.

- Autres circuits

L'absence de statistique sur le tourisme autre que « sédentaire » ne permet pas une appréciation correcte. Il faut entendre par « sédentaire », le touriste qui passe un séjour dans un hôtel balnéaire ou dans un établissement situé dans le sud tunisien. **Selon les statistiques avancées par l'ONTT, les nuitées dont la motivation était urbaine ou de circuit¹⁰ représentaient 8% des nuitées globales (indicateur TOU_C02).**

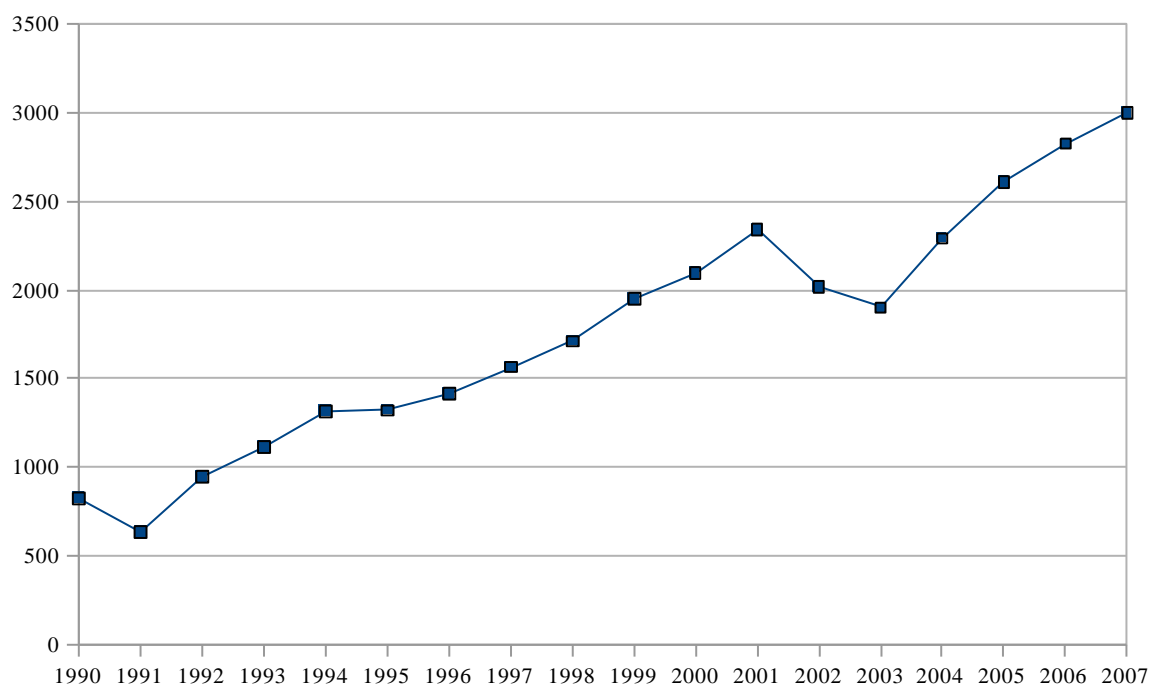
L'absence de statistique relatives à la fréquentation des espaces protégés ne permet pas d'établir un tableau et d'élaborer une étude.

Conclusion

L'ensemble des activités touristiques de la Tunisie engendre des recettes touristiques qui permettent de couvrir plus de 60% du déficit de la balance commerciale de la Tunisie.

Les recettes touristiques extraites de la balance des paiements correspondent à l'ensemble des ventes en devises en Tunisie dans les banques ou guichets habilités et aux règlements des agences de voyages et sous délégués¹¹. Elles ont plus que triplé, passant de 827 millions de dinar en 1990 à plus de 3000 millions de dinars en 2007 (indicateur TOU_P02). Elles sont fonction de la conjoncture (Graphique 7) : 1991, 1^{ère} guerre d'Irak ; 2002 et 2003, attentat de Jerba qui a touché plus particulièrement les touristes allemands. En 2006, elles représentent 14% du total des exportations.

Graphique 7 Évolution des recettes en devises (millions de dinars)



Le tourisme est créateur d'emplois. Durant l'année 2006, 800 emplois directs et 2400 emplois indirects ont été générés par l'activité touristique. **Le total des emplois directs est de 92 735 et de 278 206 pour les emplois indirects, soit un total de 370 941 emplois (indicateur TOU_C10), 12% de la population active.**

L'investissement dans le tourisme tunisien a le plus souvent été un investissement national et ce, compte tenu du mode de fonctionnement du secteur. En effet, pour les projets hôteliers, le code des investissements a prévu le schéma de financement suivant : fonds propre, 40% de l'investissement et fonds d'emprunt, 60%. Ce sont donc, au départ, les banques d'investissement qui ont financé le secteur et actuellement, les banques

¹⁰ Circuit dont la définition reste floue !

¹¹ Les recettes des transporteurs aériens et maritimes ne sont pas comprises dans ce total ainsi que celles correspondant aux achats effectués par les touristes mais payés contre remboursement.

universelles. Néanmoins, les investissements étrangers selon les périodes ont toujours été présents. Si les investissements directs étrangers (IDE) dans l'ensemble des secteurs ont tendance à augmenter, passant de 800 millions de dinars en 2003 à 4 402,9 millions de dinars en 2006, ils diminuent dans le secteur du tourisme et de l'immobilier, passant de 18,5 millions de dinars à 18 millions de dinars. La part des IDE touristiques n'est que de 0,4% du total des IDE (indicateur TOU_C13).

Compte tenu de la concurrence méditerranéenne, de plus en plus d'établissements hôteliers procèdent à la certification d'un ou plusieurs départements de l'hôtel. Une trentaine d'établissements sont certifiés, la plupart « Certification département : Accueil ».

En ce qui concerne, le **système HACCP, il est obligatoire selon la législation relative au classement des hôtels¹² (indicateur TOU_C06)**. C'est l'Institut national de la normalisation et de la propriété industrielle (INNORPI) qui organise l'assistance pour la formation de consultants formateurs et d'auditeur du système HACCP.

Compte tenu des besoins professionnels, il existe une école hôtelière dans toutes les zones touristiques de Tunisie.

II. PARTIE 2 BILAN APPROFONDI DES PROJETS REALISES

1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme

1.1 Prévenir et réduire les impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures sur la frange littoral

1.1.1 Le concept de « Zones Touristiques »¹³ :

La notion de « Zones touristiques » englobe deux aspects : un aspect juridique, puisque zone touristique décrétée, et un aspect territorial, puisque pour bénéficier de l'aide de l'état, tout projet touristique doit obligatoirement s'inscrire dans cet espace.

- Mise en œuvre

- La réflexion¹⁴, relative à la stratégie de développement touristique, a porté sur la localisation des sites touristiques, l'évaluation des potentialités de ces sites, leur intégration dans l'environnement et les possibilités d'amener les réseaux en infrastructure aux limites des sites. Cette réflexion a abouti à l'option d'un développement prioritaire dans les zones territoriales décrétées « Zones touristiques » à l'intérieur desquelles des plans d'aménagement ont été établis.

Les plans d'aménagement ont été adoptés par décret et opposables aux tiers et les infrastructures prévues sont déclarées d'utilité publique. Les plans d'aménagement visent à l'adéquation entre l'offre touristique à des niveaux prévisibles de la demande. Les plans d'aménagement de ces zones ont prévu des îlots hôteliers (H) et d'animation (A), des îlots réservés à l'habitat permanent ou secondaire (U), des équipements complémentaires, des équipements structurants, des espaces verts équipés et zones *non aedificandi*.

Des règlements d'urbanisme ont accompagné ces plans. Ils ont prévu les conditions d'occupation du sol en particulier, le nombre de lit à l'hectare (100lits/ha), le coefficient d'occupation au sol (COS), la hauteur des constructions et le coefficient d'utilisation foncière (CUF).

¹² Arrêté du ministre du Tourisme du 1 décembre 2005, fixant les normes minimales de classement des hôtels de tourisme.

¹³ A celles déjà citées, il y a lieu de rajouter celle de Hammamet Sud (Décret n°89-1492 du 20 septembre 1989) devenue la station Yasmine Hammamet.

¹⁴ Réflexion menée au début des années 1970 et ce, pour éviter l'encombrement des zones touristiques, le gaspillage des ressources physiques et la dégradation du milieu.

- Réalisations

Tous les établissements hôteliers classés, soit plus de 90% de l'offre à l'hébergement, ont été réalisés dans ce cadre. Il y a lieu de rappeler que le tourisme en Tunisie est avant tout un tourisme hôtelier balnéaire.

Néanmoins, dès les années 1985 et devant les demandes des promoteurs touristiques, les plans d'aménagement ont été densifiés et ce, afin de rentabiliser les infrastructures existantes et de rassembler une population touristique suffisamment nombreuse pour rendre viable les équipements d'animation et de loisirs.

- Obstacles

L'hébergement touristique en Tunisie est aujourd'hui massivement monotype et les hôtels représentent 90 % de l'offre à l'hébergement. Celui-ci est très concentré dans les zones touristiques balnéaires avec **des stations touristiques en manque d'identité**¹⁵.

Par ailleurs, et compte tenu de la pression des promoteurs et de la pénurie de terrain, objet d'intérêt touristique, **les plans d'aménagement sont devenus plus des « lotissements »** que de véritables projets « d'aménagement ». Il s'agit donc de mieux insérer ces projets dans l'aménagement global de la région dans laquelle ils sont programmés.

1.1.2 Le cadre institutionnel

En vue de permettre un meilleur suivi des objectifs assignés au développement durable, des institutions ont été créées telles que l'ANPE et l'APAL

- Mise en œuvre

- Une Agence nationale de la protection de l'environnement qui a en charge les études d'impact, préalable aux études d'aménagement, Décret n°91-362 du 13 mars 1993.
- Une Agence de protection et d'aménagement du littoral (APAL)¹⁶ créée pour la sauvegarde de l'environnement côtier. Elle est chargée entre autres de la gestion des espaces littoraux et du suivi des opérations d'aménagement ainsi que de la surveillance des règles et des normes fixées par les lois¹⁷ et règlements en vigueur relatifs à l'aménagement de ces espaces, leur utilisation et leur occupation.
- L'observatoire du littoral mis en place en 1997 dont les objectifs vont de la collecte et la mise à jour des informations sur le littoral à la mise en place d'un système de surveillance, d'une base de données et d'un système d'information géographique.
- Le Centre international des techniques de l'environnement de Tunis, CITET¹⁸.
- L'agence nationale de maîtrise de l'énergie, ANME¹⁹.

- Réalisations

Les actions menées par l'APAL concernent :

- La réhabilitation de la plage d'Aghir à Jerba sur une longueur de 1 000 mètres ;
- La fixation et la protection des dunes bordières à El Asfouria à Mahdia sur un linéaire de 650 mètres ;
- La gestion de la plage de Korba qui s'est traduit par des travaux d'aménagement du sable sur une distance de 1 000 mètres, ce qui a permis de contrecarrer l'avancée du sable et de limiter l'érosion marine.

¹⁵ C'est tout le problème qui se pose au tourisme tunisien qui vise pour les prochaines années à identifier des régions, d'où l'intérêt de la territorialisation (région – tourisme).

¹⁶ Loi n°95-72 du 24 juillet 1995.

¹⁷ En particulier la Loi n°95-73 du 24 juillet 1995, relative au domaine public maritime, qui précise qu'il est interdit de construire à une distance inférieure à cent mètres à partir du domaine public maritime.

¹⁸ Le CITET organise la mise en place des écolabels.

¹⁹ Une politique d'accompagnement est mise en place pour accompagner les hôtels dans leurs efforts de réduction des dépenses énergétiques ; déjà 80 unités hôtelières ont fait l'objet d'audits énergétiques.

D'autres actions ont été menées dans des régions qui ne font pas partie de l'espace touristique marchand.

- Obstacles
R.A.S.²⁰

1.1.3 Les instruments

Le domaine public maritime (DPM)

- Mise en œuvre
La Loi n°94-122 du 28 novembre 1994 (art. 25) qui institue un retrait de 100m²¹ par rapport au domaine public maritime (DPM) et la Loi n°95-73 du 24 juillet 1995, relative à la délimitation du D.P.M.
- Réalisations
Tout le littoral de la Tunisie a été « borné » par une nouvelle délimitation du DPM, ainsi : DPM de Hammamet-Nabeul, Décret n°93-1195 du 24 mai 1995 ; DPM de Zarzis, Décret n°94-440 du 15 février 1994 ; DPM de Kerkennah, décret n°95-1049 du 12 juin 1995 ; DPM de Midoun-Jerba, Décret n°95-2298 du 13 novembre 1995.
- Obstacles
R.A.S.

1.1.4 Les fonds

Cette politique de maîtrise des impacts territoriaux a été accompagnée par des financements tels que des fonds et des lignes budgétaires.

- Mise en œuvre
 - Le fonds de protection des zones touristiques a été créé par la Loi n°92-122 portant loi des finances pour la gestion 1993 et notamment les articles 38, 39 et 40 relatifs à la création d'un fonds spécial pour : le pavage et le dallage des circuits touristiques, l'éclairage public, **l'amélioration de l'environnement et l'assainissement**. Il est géré par le ministère des Finances, le ministère du Tourisme et la Fédération Hôtelière de Tunisie ;
 - Création de zones touristiques municipales²² qui permettent aux villes touristiques de bénéficier de lignes budgétaires pour **l'amélioration du cadre de vie**. Elles sont gérées par le ministère de l'Intérieur, le Secrétaire d'état chargé des Affaires Régionales et des Collectivités Locales et le ministère du Tourisme.
- Réalisations
De nombreuses municipalités bénéficient de ces budgets.
- Obstacles
En ce qui concerne le fonds de protection des zones touristiques, ce fonds, qui est alimenté à 50% par les hôteliers, sert à l'ensemble des actions menées sur l'ensemble des espaces touristiques. Les hôteliers préféreraient que le fonds soit réparti en fonction de la capacité des zones touristiques.

²⁰ Rien À Signaler

²¹ Dans les zones déjà couvertes par un plan d'aménagement, le retrait est de 25m par rapport au DPM.

²² Décret n°922-94 du 10 avril 1994 ; Décret n°1474-96 du 25 août 1996 ; Décret n°1989-97 du 6 octobre 1997 ; Décret n° 659-99 du 22 mars 1999 ; Décret n°2810-99 du 21 décembre 1999.

1.2 Réduire la consommation de ressources naturelles et les pollutions induites par les hébergements et activités touristiques

1.2.1 Étalement de la saison touristique

Le produit balnéaire est par définition une activité saisonnière qui dure 2 à 3 mois à Tabarka et 5 à 6 mois à Jerba. Les politiques de développement touristique ont toujours œuvré pour un étalement de la saison touristique. L'équipement des hôtels 3* en piscine couverte et chauffée, équipement qui n'est pas dans la réglementation et donc pas obligatoire, s'inscrit dans cette logique. Par la suite, les activités de thalassothérapie²³, de balnéothérapie, et à un moindre degré, le golf et les excursions de découverte culturelles entrent dans le même cadre.

- Le golf

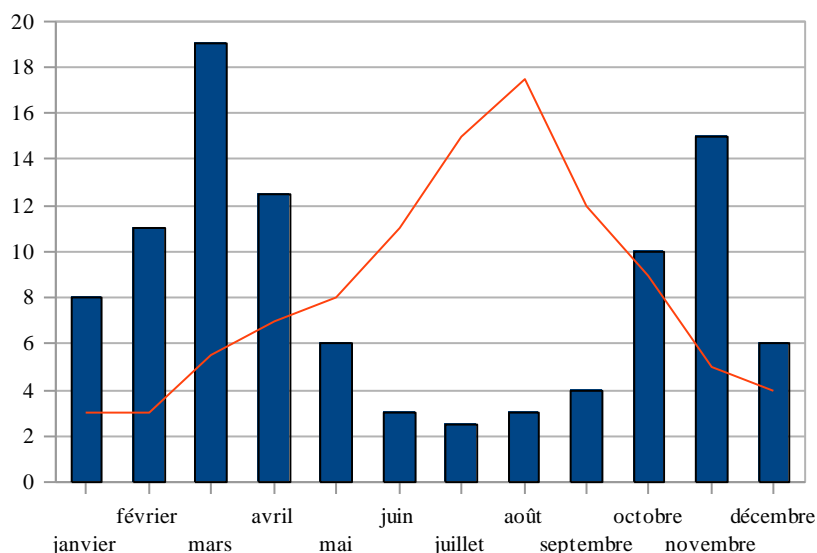
- Mise en œuvre

La possibilité de pratiquer du golf en hiver et au printemps est une raison décisive de voyage à l'étranger. Aussi, la destination "Tunisie" s'est lancée dans une politique golfique dont l'objectif est de drainer une clientèle aisée en hors saison.

- Réalisations

Graphique 8 Nuitées et green fees par mois - 2006

(%)



Les colonnes représentent les green fees mensuels des touristes; la courbe représente les nuitées mensuelles des touristes.

La haute saison golfique se déroule du mois d'octobre au mois d'avril.

- Obstacles

La commercialisation des green fees est réalisée à 60% par les tour-opérateurs, à 23% par les hôtels et à 14% par les agences de voyages. Nous sommes en présence d'une activité qui a enrichi le produit balnéaire et non devant un produit golfique.

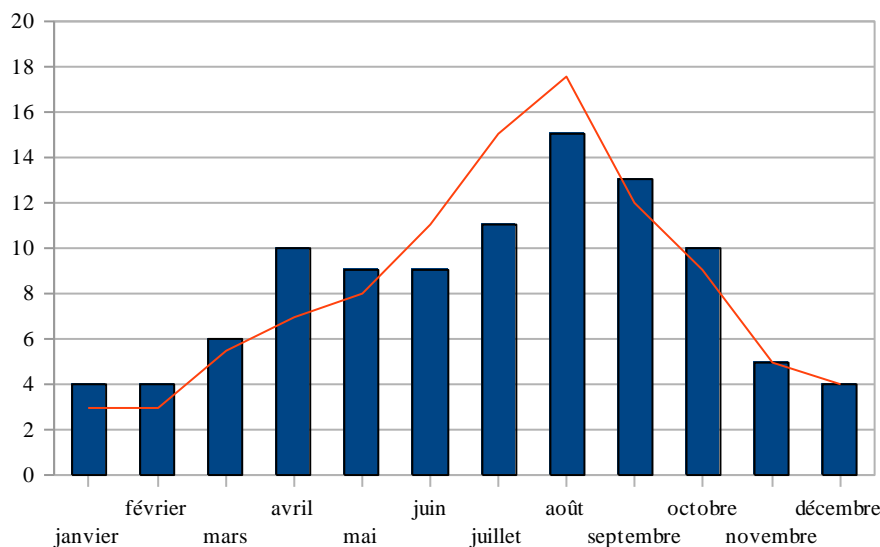
- La découverte culturelle

- Réalisations

²³ La Tunisie, qui compte une quarantaine de centres de thalassothérapie, se positionne juste après la France qui est la 1ère destination dans le domaine.

Graphique 9 Nuitées et entrées musées et sites par mois - 2006

(%)



Les colonnes représentent les entrées mensuelles des visiteurs dans les sites et musées; la courbe représente les nuitées mensuelles des touristes.

50% des visites dans les sites et musées ont lieu de juillet à octobre; néanmoins, il y a lieu de noter un étalement des entrées en arrière saison.

– Obstacles

Si les statistiques sont rassurantes, les indicateurs sont plus réalistes. Le calcul du ratio « entrées sites et musées/entrées touristiques » indique une perte de 20 points depuis 1993, passant de 63,25% à 43% en 2006.

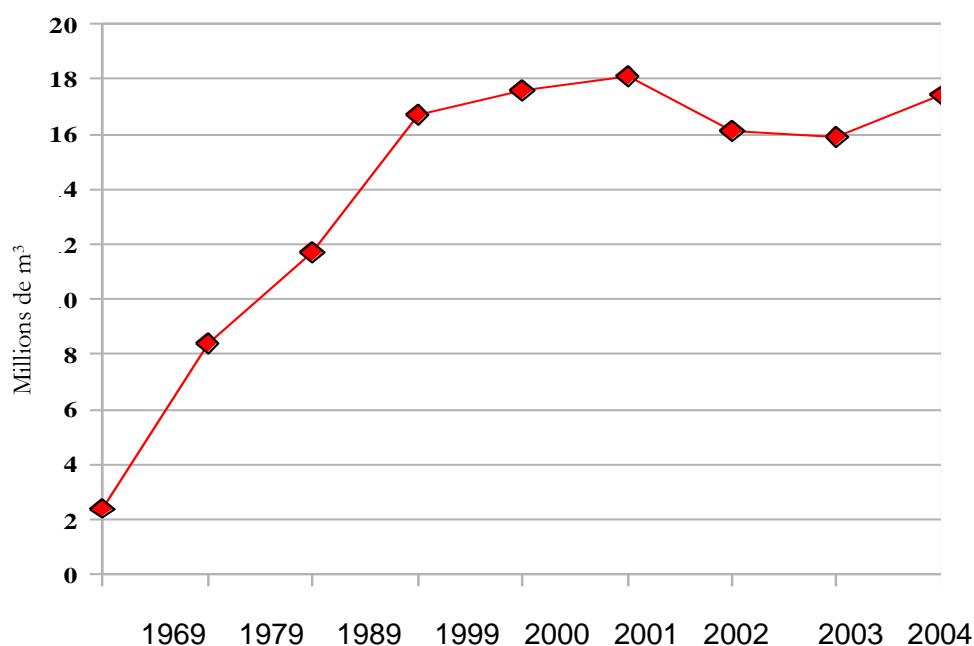
1.2.2 Maîtrise de la consommation d'eau²⁴

La consommation d'eau annuelle en millions de m³ est celle comptabilisée par la Société nationale d'exploitation et de distribution de l'eau (SONEDE)²⁵; elle ne comprend pas la consommation provenant des nappes souterraines ou des eaux non conventionnelles.

- Mise en œuvre

²⁴ Eau et tourisme, programme MEDSTAT II – 2008.

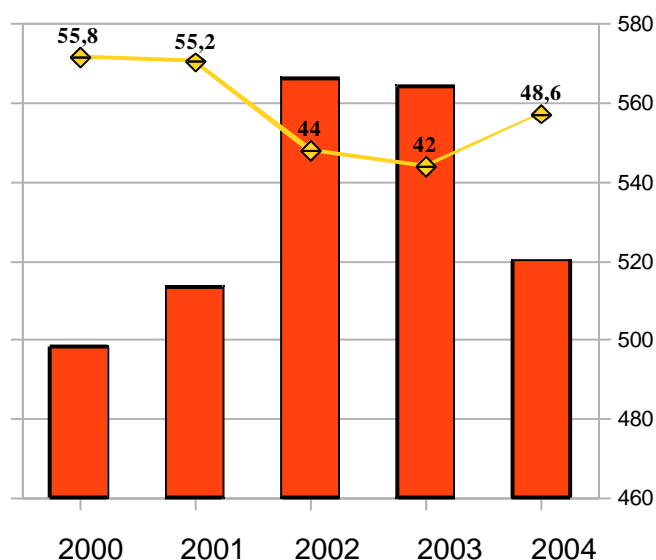
²⁵ Création : Loi n°68-22 du 2 juillet 1968. La Sonede est sous la tutelle du ministère de l'Agriculture et des Ressources Hydrauliques.

Graphique 10 Volume d'eau consommé par le secteur touristique (Millions de m³)

La consommation d'eau comprend deux parties : une partie fixe, à savoir l'arrosage des pelouses, l'irrigation des espaces verts, le nettoyage et cela, indépendamment du taux d'occupation de l'hôtel ; une partie variable, à savoir la consommation des résidents qui naturellement est fonction du taux d'occupation de l'hôtel.

- Réalisations

L'objectif retenu pour les pouvoirs publics est de réduire la consommation d'eau des unités d'hébergement à 300 litres/jour/lit occupé.

Graphique 11 Consommation spécifique (litre/jour/lit) et Taux d'occupation (%)

En effet, et comme l'indique le Graphique 11, la consommation spécifique, calculée en litre par jour et par lit (colonnes), a augmenté et ce, malgré la baisse du taux d'occupation, calculé en pourcentage (ligne jaune), des hôtels du fait des événements du 11 septembre 2001.

Cette augmentation de la consommation spécifique s'explique par le fait qu'elle se compose de deux consommations :

Une consommation fixe, arrosage des pelouses, irrigation des espaces verts et nettoyages divers et ce, indépendamment du taux d'occupation de l'établissement, soit

selon les calculs de la SONEDE, en moyenne 45% de la consommation d'un établissement touristique ;

Une consommation variable qui correspond à celle des résidents de l'hôtel et dépend donc du taux d'occupation.

Dès 2004, et grâce à la séparation de ces deux consommations, la première prise en charge par la distribution des eaux rénovées, en particulier les eaux épurées, et la deuxième par la distribution des eaux de la SONEDE, la diminution de la consommation spécifique a été spectaculaire, passant de plus de 562 à 520 litres/jour/lit.

Néanmoins, et pour atteindre les objectifs de 300 litres/jour/lit, la maîtrise de la consommation d'eau passe également par la modernisation des réseaux dans les hôtels, les pertes, dues à la vétusté des installations, sont en effet de l'ordre de 30 à 40% de la consommation ; la promotion des innovations techniques sur les installations sanitaires existantes grâce à des robinets à arrêt automatique, des douches à faible débit avec des équipements économiseurs d'eau ; l'instauration de stages de formation afin d'améliorer le comportement des agents chargés de la maintenance des équipements de distribution de l'eau.

Par ailleurs, les hôtels de grande capacité sont souvent les gros consommateurs d'eau. Il est prévu un audit obligatoire des systèmes d'eau à l'intérieur de ces hôtels (Décret n°2002-335 du 14 février 2002 fixant le seuil (2000m³) à partir duquel la consommation des eaux est soumise à un diagnostic technique, périodique.

L'opération d'audit consiste à l'examen des différentes données relatives au fonctionnement et à l'exploitation des systèmes. L'objectif est d'identifier et d'évaluer les pertes, de déterminer les rendements des systèmes et de mettre en place un programme de réduction des pertes d'eau. La fréquence de ces audits est fixée à tous les 5 ans.

L'état a instauré des encouragements financiers pour les établissements hôteliers qui réalisent ces opérations d'audit : une subvention relative à la réalisation de l'opération d'audit, à concurrence de 50%, avec un plafond de 2 500 dinars ; une subvention relative aux investissements réalisés à la suite des opérations d'audit, à concurrence de 20%, avec un plafond de 15 000 dinars.

- **Obstacles**

Jusqu'à présent, seuls deux établissements ont réalisé ces opérations d'audit. Cette politique est difficilement applicable d'autant plus que le tarif de consommation de l'eau de la Sonede pour les unités hôtelières, qui est de 0,840 dinar/m³, soit un tarif supérieur au coût de production de l'eau, est particulièrement élevé²⁶. Si la consommation du secteur du tourisme ne représente que 1% de la consommation totale, les recettes touristiques représentent 11% des recettes totales de la SONEDE. Du reste, le nombre des ressources en eau autonomes (puits, forages) dans les hôtels a augmenté de 14 en 1999 à 26 en 2004.

1.3 Maîtriser l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier²⁷

1.3.1 Port de plaisance

- **Réalisation**

Les côtes tunisiennes sont le plus souvent sableuses et rectilignes ce qui est une situation plus propice aux activités balnéaires qu'à la plaisance. Néanmoins, les potentialités de développement sont grandes :

- Le port de Bizerte (120 anneaux) devrait faire l'objet de travaux d'agrandissement ;
- L'ancien port de Tunis devrait être transformé en port de plaisance ;

²⁶ A ce tarif, il y a lieu d'ajouter le tarif ONAS prélevé sur la même facture, soit 0,979 dinar le m³.

²⁷ En 1996, la Tunisie a ratifié l'annexe de la Convention de Barcelone de 1995, relative aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique méditerranéenne.

- Le port de Sidi Bou Saïd (386 anneaux) est complètement saturé. Ce port a obtenu le « Pavillon Bleu » en 2006, mais depuis, et compte tenu des problèmes, en particulier d'ensablement de la passe liés à un transit littoral nord-sud, les autorités portuaires n'ont plus postulé au label « Pavillon Bleu ».

Les autres ports sont de véritables marinas : Tabarka, Yasmine Hammamet, El Kantaoui et Cap Monastir.

Globalement donc, la plaisance en Tunisie est faiblement développée: la Tunisie représente à peine 0,7% des capacités d'accueil méditerranéennes ; les ports y sont en majorité pleins ; la flotte nationale de plaisance est limitée, le ratio d'équipement (0,25 bateaux /1 000 habitants) est un des plus faibles de Méditerranée ; la Tunisie n'accueille qu'une petite partie de la flotte européenne se délocalisant dans de nouveaux pays (< 1%); la location et le charter n'y sont pas exploités compte tenu de la législation.

- **Obstacles**

Mais dans l'ensemble, le niveau d'équipements portuaires et des flottes accueillies reste faible. En effet, compte tenu de l'importance des investissements, le financement des ports de plaisance est impossible sur la seule base des rentrées financières, liées à la location des places, même si l'on y ajoute la vente d'une partie des anneaux. Il est donc nécessaire d'y ajouter un apport lié aux surfaces immobilières construites.

Par contre, les surfaces commerciales et les hôtels participent rarement au financement de l'investissement portuaire, en raison de leur faible rentabilité.

1.3.2 Accès et utilisation des plages

- **Mise en œuvre**

Deux types de plages sont à analyser, les plages dans les zones touristiques et celles hors des zones touristiques. Dans les zones touristiques, l'APAL a en charge l'aménagement de l'espace qui est donné en concession aux hôteliers ; pour les autres zones, il a été créé en 2002 une Société des loisirs touristiques (SLT) dont le but est l'aménagement de plages publiques dans l'ensemble des gouvernorats de Tunisie.

- **Réalisations**

Pour le tourisme de proximité, à l'usage de vacanciers résidents, des espaces littoraux ont été affectés, selon les formules suivantes :

Des plans d'occupation des plages (POP) ont été élaborés pour une gestion de l'espace littoral en le dotant des équipements et des commodités nécessaires au bien-être des estivants. Depuis 2002, plus de 50 plages ont été ainsi aménagées à proximité des grandes centres urbains ;

Par ailleurs, des zones ont été également aménagées à Chaffar à proximité de Sfax, à Sidi Raïs dans la partie sud du Grand-Tunis et à Kallaat Andalous entre Tunis et Bizerte et ce, pour les besoins du tourisme de proximité.

- **Obstacles**

R.A.S.

2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable

2.1 Élaborer des stratégies nationales et locales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable

2.1.1 Méthode confrontation/négociation entre le tourisme, l'environnement et l'aménagement

- **Mise en œuvre**

Un schéma national d'aménagement du territoire, Loi n°94-122 du 28 novembre 1994, portant promulgation du code de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme, a été

adopté. Son objectif est d'assurer l'exploitation rationnelle des ressources ; protéger les zones de sauvegarde, les sites naturels et culturels ; assurer la sécurité et la santé publique ; garantir une répartition rationnelle entre les zones urbaines et rurales. Il est prolongé par des schémas régionaux de développement spatial.

Le ministère de l'Environnement dont le rôle est de mettre en forme une gestion plus rationnelle du territoire et de réunir les conditions favorables à la réalisation d'un développement durable²⁸ est chargé d'élaborer, en concertation avec les départements, services et organismes concernés, dont l'ONTT et l'AFT, les schémas directeurs d'aménagement du territoire.

L'Agence nationale de protection de l'environnement (ANPE) créée par la loi n°88-91 du 2 août 1988²⁹ intervient également sur l'ensemble du territoire tunisien et notamment dans les espaces maritimes (article 4). Dans ce cadre, les villages de vacances et hôtels d'une capacité supérieure à 250 lits et les ports de plaisance doivent faire l'objet d'études d'impact, Décret n°93-362 du 13 mars 1993 et Loi n°94-122 du 28 novembre 1994 (art. 11), préalable à toute autre autorisation pour la réalisation d'unités touristiques.

- Obstacles
R.A.S.

2.1.2 Schémas directeurs

- Mise en œuvre

Toutes les régions de Tunisie sont couvertes par un schéma directeur. Il en a été ainsi pour la région de Menzel Temime dans le Cap Bon qui a, dans le même temps, fait l'objet d'une étude d'aménagement touristique dont le plan avait été approuvé par le Conseil municipal.

Les autorités ont décidé l'abandon du plan d'aménagement touristique et ce, pour préserver la zone humide, avec de nombreuses lagunes, qui caractérise la région. C'est le résultat positif des négociations entre les différents départements et organismes impliqués dans la gestion de la région.

2.1.3 Agenda 21

- Mise en œuvre

Suite aux recommandations de la Conférence de Rio, une commission nationale pour le développement durable a été créée (Décret n°93-2061 du 11 octobre 1993). Un atelier de travail (Agenda 21, 1994) a élaboré un document qui en matière de tourisme recommande de « développer et de promouvoir un tourisme diversifié, intégré et respectueux de l'environnement en améliorant la localisation et la qualité des unités touristiques et en développant et promouvant un système touristique diversifié déconcentrant le tourisme des zones balnéaires en l'ouvrant sur l'intérieur du pays et respectueux de l'environnement »

En conséquence, toutes les mesures prises traduisent les préoccupations d'harmonisation entre le développement économique et la protection de l'environnement qui, en termes de commercialisation touristique, est un argument de vente.

Le littoral tunisien comprend environ 50 zones humides, des forêts littorales, des zones sensibles et d'autres sites littoraux remarquables sur le plan écologique et patrimonial.

2.2 Promouvoir la diversification du tourisme et un aménagement équilibré des territoires

2.2.1 Tourisme culturel, écologique, de découverte

- Mise en œuvre
 - Tourisme saharien

²⁸ Article 4 du Décret n°93-303 du 1 février 1993, fixant les attributions du ministère de l'Environnement et de l'Aménagement du territoire.

²⁹ Loi modifiée par la Loi n°92-115 du 30 novembre 1992.

Depuis 1987, le Sud a été au premier rang des préoccupations des pouvoirs publics. Le premier conseil ministériel restreint, tenu le 12/11/87, a eu pour objectif la réactivation de l'activité du tourisme saharien.

Des textes réglementaires ont été élaborés pour inciter les promoteurs à investir dans les régions du Sud.

- ◆ Loi n°93-120 du 27/12/93 relative au code des incitations aux investissements qui comporte des incitations spécifiques à l'encouragement des investissements touristiques pour le développement saharien dans les gouvernorats du Sud dont celui de Tozeur ;
- ◆ Décret n°94-822 du 11/04/94 : les villes de Tozeur et Nefta sont promues zones touristiques municipales ;
- ◆ Arrêté du ministre du Tourisme et de l'Artisanat du 18 juillet 1994, portant approbation du guide des investisseurs et des promoteurs privés dans le secteur du tourisme, qui prévoit également des avantages spécifiques dans les zones de développement régional pour les projets d'hébergement et d'animation.

Par ailleurs, des équipements ont été créés à Tozeur :

- ◆ Une école hôtelière pour former des techniciens professionnels dans le secteur ;
- ◆ Une station d'épuration ;
- ◆ Un parcours de golf de 150 hectares, irrigué par l'eau renouvelée de la station d'épuration, a été ouvert en 2006 ;
- ◆ Des structures publiques, les Commissariats régionaux au tourisme (CRT) qui existait déjà à Tozeur, ont été ouvertes à Kébili et Tataouine.

- Réalisations

Graphique 12 Évolution de la capacité-lits Gafsa – Tozeur

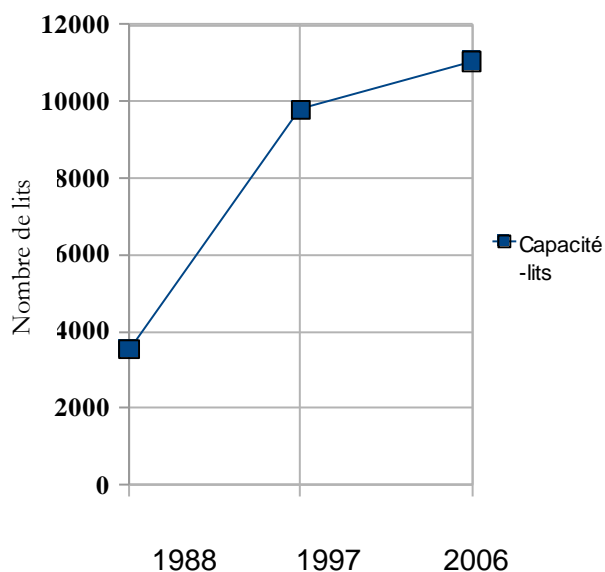


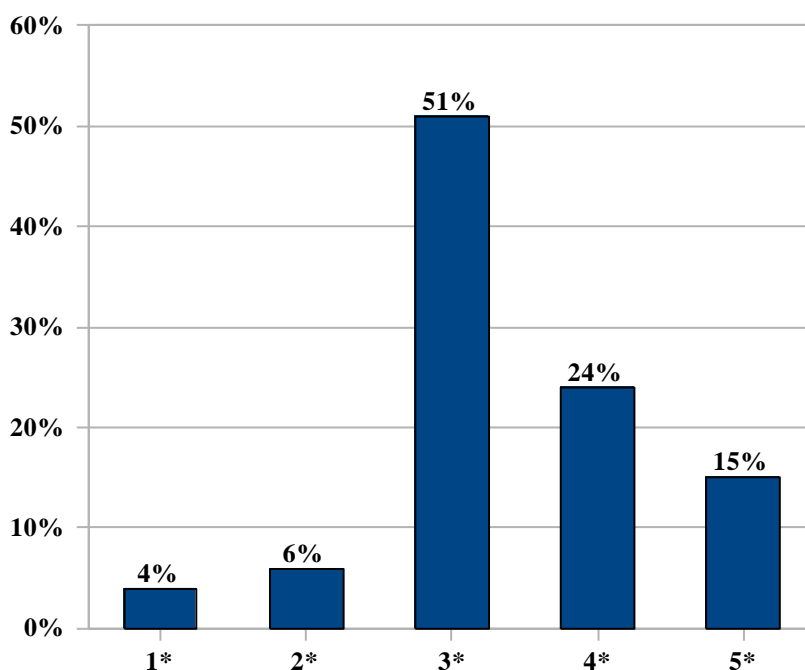
Tableau 2 Offre à l'hébergement et performances touristiques - 2006

ZONES	CAPACITE LITS (NOMBRE)	ARRIVEES (NOMBRE)	NUITEES (NOMBRE)	TAUX OCCUPATION (%)
TOZEUR	3 800	295 163	488 700	35,1
NEFTA	790	39 875	57 298	20,0
TAMERZA	300	11 932	15 253	14,1
KEBILI	330	57 769	60 354	50,0
DOUZ	2 200	363 430	398 378	49,5
KSAR GHILANE	550			
ZAAFRANE	180			

Dans le Tableau 2 ci-dessus, la capacité des campements³⁰ n'a pas été indiquée, parce que rarement fixe, sauf à Zaafrane, à 24 km de Douz, qui peut accueillir 180 personnes.

Alors qu'en 1982, la région ne comptait que 3 000 lits, 22 établissements ont été construits au cours de ces dix années, entraînant un profond changement catégoriel, avec l'introduction d'unités de haut standing (six hôtels de 4* et 5*) qui sont recherchés par la clientèle touristique. Les taux d'occupation des hôtels 5* et des hôtels 4*, respectivement 43,8 et 45%, sont bien supérieurs à la moyenne régionale (34,6%).

Graphique 13 Répartition de la capacité en lits par catégorie Gafsa – Tozeur 2006



– **Tourisme culturel**

Malgré la richesse du patrimoine, quatre centres d'intérêt seulement – Carthage, Le Bardo, El Jem et Kairouan – représentent 72% des entrées dans les sites et musées.

Le Parc de Carthage, avec 764 000 visiteurs, représente 27% des entrées dans les sites et musées de Tunisie. C'est dire si la notoriété joue un rôle fondamental ; le musée du Bardo, avec 584 000 visiteurs, représente 21% des entrées dans les sites et musées de Tunisie. Tout comme Carthage, il bénéficie de sa notoriété. Excepté celui de Carthage (135 000 visiteurs) et celui de Sousse (41 000 visiteurs), les neuf autres musées, dénombrés par l'AMVPPC, ne reçoivent que quelques milliers de visiteurs ; le

³⁰ Les campements de Nouaïl et Aïn Essabat proposent chacun 120 lits.

site d'El Jem, (530 000 visiteurs, 18% des entrées des sites et musées de Tunisie) site imposant situé à proximité des zones touristiques de Sousse, Monastir et Mahdia³¹, ne bénéficie pas d'une même influence ; Kairouan, 212 000 visiteurs, 4^{ème} ville Sainte de l'islam³², ne représente que 8% des entrées et ce, malgré les efforts de mise en valeur entrepris depuis les années 1970 et récemment avec la création du Centre d'interprétation.

– Les parcs nationaux

Le domaine forestier de la Tunisie s'étend sur une superficie de 970 000 hectares, soit 12% de la superficie, non compris la zone saharienne. L'ensemble des parcs nationaux couvrent une superficie de 197 048 hectares. La relation entre le tourisme dans les parcs nationaux semble évidente. En effet, la Tunisie compte huit parcs nationaux, caractérisés par des paysages et des écosystèmes spécifiques à chaque région. Chaque parc est doté d'un écomusée conçu comme un outil éducatif. Actuellement, ces parcs font l'objet d'aménagements : bureau d'accueil et pistes balisées et signalétique à même de satisfaire les visiteurs. Leur gestion devrait être confiée au secteur privé.

Tableau 3 Parcs nationaux

PARC NATIONAL	SUPERFICIE (HA)	CREATION
Zembra	391	1977
Bou Hemda	16 448	1980
Chaambi	6 723	1980
Ichkeul	12 600	1980
Bou Kornine	1 939	1987
El Feidja	2 632	1990
Djebil	150 000	1994
Sidi Toui	6 315	2006

• Obstacles

La richesse de la Tunisie est dans ses territoires et pourtant le tourisme, qui est un outil majeur de leur qualification, demeure une réalité économique, sociale, culturelle sous-estimée, quantitativement et qualitativement.

Le tourisme de découverte saharien ou culturel, tel que présenté, est une activité complémentaire du produit balnéaire. Il est caractérisé par la mobilité touristique-patrimoniale. Il n'aide en rien à l'étalement de la saison touristique. Il n'est pas un produit à part entière et surtout n'aide pas au développement et à l'équilibre régional.

Les parcs nationaux devraient s'ouvrir au tourisme intérieur, national et de résident ; mais les problèmes de gestion et de concession ne semblent pas être résolus. Il est donc difficile, en l'état actuel, de « parler » de tourisme de découverte en ce domaine.

3. Développer la coopération méditerranéenne

3.1 Cinq + Cinq

• Mise en œuvre

Il s'agit de réunions, dont la 1^{ère} s'est tenue le 5 mai 2006 à Hammamet, qui regroupent cinq pays de l'Union du Maghreb arabe (UMA : Mauritanie, Maroc, Algérie, Tunisie et Libye) et cinq pays de l'Union européenne (Portugal, Espagne, France, Italie et Malte).

• Réalisations

³¹ Ces trois zones, dont la capacité est de 75 000 lits et qui enregistrent 14 millions de nuitées, ne sont qu'à une cinquantaine de kilomètres de El Jem.

³² Après La Mecque, Médine et Jérusalem.

Des réunions ont lieu tous les ans. Elles regroupent les experts dont l'objectif est d'échanger des expertises dans les domaines de la qualité, des statistiques, de la formation.

Le but est d'aboutir à l'adoption d'un cadre de travail qui soit commun à l'ensemble des pays.

- **Obstacles**

Ces réunions se tiennent le plus souvent à un haut niveau politique. Les changements, assez fréquents des responsables, ne permettent pas toujours un suivi du travail effectué.

Par ailleurs une coopération internationale s'engage entre acteurs publics et privés :

- Un système de modélisation numérique du littoral tunisien a été mis au point dans le cadre de la coopération tuniso-espagnole. Ce système a été adopté pour l'élaboration des études à venir relatives au programme national de protection du littoral contre l'érosion marine ainsi que pour évaluation de l'impact de projets touristiques tels que les ports de plaisance ;
- Le projet d'assainissement du site touristique-immobilier de Taparura à Sfax bénéficie d'un prêt concessionnel de l'État français pour la construction d'une enceinte de confinement des déchets ;
- L'accord entre la Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie et la Chambre tuniso- allemande de l'Industrie et du Commerce relatif à la mise en place d'actions en matière de maîtrise de l'énergie et de protection de l'environnement dans le secteur de l'hôtellerie
- Le projet régional du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) co-financé par le Fonds pour l'Environnement Mondial (FEM/GEF) et le Fond Français pour l'Environnement Mondial (FFEM). Commencé en 1999, ce projet a pour objectif de contribuer à la préservation de la biodiversité des zones humides et côtières en Tunisie (Dar Chichou/Korba³³, Kelibia/El Haouaria, Zembra/Zembretta). Ces zones se situent toutes dans la région du Cap Bon, région d'importance majeure pour l'avifaune migratrice empruntant la voie médiane méditerranéenne (Tunisie - détroit de Sicile). L'exécution de ce projet est confiée à l'Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral (APAL) en vue de la mise en œuvre des actions urgentes de conservation de la biodiversité par la protection et la gestion de sites pilotes.

III. PARTIE 3 LES BONNES PRATIQUES

En Tunisie, 1,2% du PIB est consacré à la promotion de l'environnement. Depuis une vingtaine d'années, un cadre institutionnel et législatif a été arrêté et une stratégie mise en place. Elle a permis d'améliorer les indicateurs environnementaux tels que l'augmentation du nombre des réserves naturelles terrestres et marines, le boisement forestier et urbain, la lutte contre la pollution, la promotion des énergies renouvelables et le transfert des technologies propres.

Et si le contexte réglementaire est toujours présent, un **contexte normatif**, où les bonnes pratiques occupent une place toujours plus importante, s'est imposé. Dans le domaine du tourisme, il y a lieu de mettre en exergue les bonnes pratiques suivantes : le programme de mise à niveau de l'hôtellerie (PMNH) ; l'utilisation des eaux rénovées ; l'utilisation de l'eau saumâtre ; l'utilisation de l'eau salée.

1. PMNH

La Tunisie est confrontée à une équation sociale et commerciale dont la résolution passe par une croissance accélérée et l'émergence d'activités à forte valeur ajoutée. Le tourisme pourrait être cette activité. Mais, si les résultats en termes d'entrées et de nuitées indiquent

³³ C'est dans cette zone que se situe Menzel Temime dont il a été question plus haut.

un essor du secteur, en termes micro économique, les difficultés rencontrées par les hôteliers sont nombreuses.

Les conclusions des études menées³⁴ ces dernières années insistent sur les problèmes de rentabilité des unités hôtelières et de compétitivité de la destination.

L'écart entre l'investissement hôtelier et la commercialisation est en train de se creuser. Aussi, l'hôtellerie tunisienne connaît-elle un endettement bancaire particulièrement élevé.

Pour les services de l'hôtellerie, et compte tenu du contexte nouveau dans lequel le tourisme évolue, une obligation de cohérence optimale en termes de qualité des prestations touristiques est nécessaire. C'est pourquoi, un programme de mise à niveau de l'hôtellerie a été mis en place. Il doit être compris comme une politique de renforcement de la compétitivité des entreprises hôtelières.

Ce programme concerne la maîtrise des économies d'énergie et d'eau, la gestion des ressources humaines ainsi que tout ce qui à trait aux NTIC.

Une ligne de crédit de 50 millions d'euros a été conclue entre l'Agence française de développement (AFD) et le gouvernement de la République tunisienne dont l'objectif est d'appuyer le financement du programme national de mise à niveau du secteur hôtelier. Le financement de ce programme, qui se fait à travers les banques de la place³⁵, se fait à des conditions favorables en terme de taux et ce, sur une durée pouvant atteindre 15 années avec quatre années de grâce.

Actuellement, 45 hôtels ont lancé un programme de mise à niveau et 128 établissements ont obtenu un accord de principe quant à la mise en œuvre de ce programme.

Sur les 45 hôtels dont le programme a été approuvé par le COPIL³⁶, soit 7% des hôtels classés, toutes les catégories sont représentées :

5*	6 hôtels
4*	21 hôtels
3*	14 hôtels
2*	3 hôtels
AH	1 hôtel

Onze pour cent des lits appartenant à des établissements classés, soit 24 192 lits, font l'objet de ce programme.

Toutes les régions touristiques sont également touchées par ce programme. Mais sur les 45 établissements, 44 sont situés sur le littoral et 1 seul à l'intérieur, à Tozeur.

En ce qui concerne les tranches d'âge, il est remarquable que, même des hôtels récents des années 1990 et 2000, soit 21 établissements sur les 45, ont entrepris un programme de mise à niveau. C'est une indication quant aux faiblesses de management des établissements hôteliers.

Dans ce cas, la bonne pratique émane des pouvoirs publics et ce, en direction des privés.

³⁴ « Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016 » JICA – 2001.

« Stratégie de développement touristique en Tunisie » Banque mondiale – 2003.

³⁵ Amen Bank.

³⁶ Comité de pilotage qui gère le PMNH.

Tableau 4 Programme de mise à niveau des hôtels Ministère du Tourisme

Désignation	Programme de mise à niveau des hôtels Ministère du Tourisme				
Pays	Tunisie				
Destination (préciser littorale, urbaine, rurale)	Tous les hôtels classés dans l'ensemble du territoire				
CLASSIFICATION PAR DOMAINE ET PAR TYPE (COCHER, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transport	<input checked="" type="checkbox"/> énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Eau	<input type="checkbox"/> Eaux usées	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Construction
<input checked="" type="checkbox"/> écosystèmes	<input type="checkbox"/> Patrimoine culturel	<input type="checkbox"/> économie locale	<input type="checkbox"/> éducation	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	
Autre (préciser) :				
Type d'activité					
<input checked="" type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre :	
CLASSIFICATION PAR PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHER LA CASE A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
<input type="checkbox"/> Changement climatique	<input type="checkbox"/> Biodiversité	<input type="checkbox"/> Protection des mers et des océans	<input type="checkbox"/> Croissance et répartition de la croissance		
<input checked="" type="checkbox"/> Création d'emplois	<input checked="" type="checkbox"/> Régulation de la mondialisation	<input type="checkbox"/> Accès de tous aux services essentiels	<input type="checkbox"/> Renforcement des systèmes de santé et d'éducation		
<input type="checkbox"/> Lutte contre les discriminations				<input type="checkbox"/> Autre :
COORDONNEES					
Site Internet	www.tourismtunisia.com				
Publication(s)					
Personne à contacter	Directeur de la mise à niveau				
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					

2. Eaux renouvelées

Il s'agit des eaux traitées d'origine domestique. Elles proviennent de l'Office national de l'assainissement (ONAS).

Grâce à un réseau de stations d'épuration, 98 dont 45 contribuent à la réutilisation de l'eau, le volume des eaux traitées est passé de 106,5 millions de m³ en 1994 à 135 millions de m³ en 2002 et à 225,5 millions de m³ actuellement.

Ce réseau a permis un développement touristique en harmonie avec son environnement. L'objectif de l'utilisation des eaux renouvelées est, en effet, double :

- Protéger l'environnement qui est une composante de la commercialisation du produit touristique. Toutes les zones touristiques sont équipées de stations d'épuration ;
- Valoriser le potentiel mobilisable en tant que ressource additionnelle pour l'irrigation des golfs, des jardins des hôtels et également pour la recharge des nappes phréatiques.
- Actuellement, 42 millions de m³, soit un taux de réutilisation de 22%, sont réutilisées dans les domaines suivants :
- Neuf golfs, soit une superficie irrigable de 540 ha ;

Tableau 5 Irrigation des parcours de golf

GOLF	SUPERFICIE (HA)	SUPERFICIE IRRIGABLE (HA)	VOLUME D'EAU EPUREE M ³ /JOUR
Carthage	30	18	600
Yasmine Hammamet	80	45	1800
Citrus Hammamet	172	90	2700
El Kantaoui – Sousse	132	110	3456
Flamingo Monastir	80	60	1900
Palm Links Monastir	80	50	2200
Jerba	92	44	1500
Tabarka	110	45	1500
Tozeur	150	75	NC

- Les jardins des hôtels dont l'irrigation correspondrait normalement à 22% de la consommation touristique, c'est dire l'économie réalisée ;
- Les espaces verts dans les zones touristiques.

Par ailleurs, 19 périmètres irrigués, soit 7 447 ha ainsi que le secteur industriel et les nappes phréatiques profitent également de cette ressource.

Tableau 6 Office national de l'assainissement (ONAS)

Désignation	Office national de l'assainissement (ONAS)				
Pays	Tunisie				
Destination (préciser littorale, urbaine, rurale)	Toutes				
CLASSIFICATION PAR DOMAINE ET PAR TYPE (COCHER, PARI LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> énergie	<input type="checkbox"/> Eau	<input checked="" type="checkbox"/> Eaux usées	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> écosystèmes	<input type="checkbox"/> Patrimoine culturel	<input type="checkbox"/> économie locale	<input type="checkbox"/> éducation	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	
Autre (préciser) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre	
CLASSIFICATION PAR PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHER LA CASE A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
<input type="checkbox"/> Changement climatique	<input type="checkbox"/> Biodiversité	<input type="checkbox"/> Protection des mers et des océans	<input type="checkbox"/> Croissance et répartition de la croissance		
<input type="checkbox"/> Création d'emplois	<input type="checkbox"/> Régulation de la mondialisation	<input type="checkbox"/> Accès de tous aux services essentiels	<input type="checkbox"/> Renforcement des systèmes de santé et d'éducation		
<input type="checkbox"/> Lutte contre les discriminations	<input type="checkbox"/> Autre :				
COORDONNEES					
Site Internet	onas.nat.tn				
Publication(s)					
Personne à contacter					
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					

3. Unités de dessalement des eaux saumâtres

Il s'agit d'actions entreprises par la Sonede³⁷, donc l'État, pour satisfaire les besoins en eau de la région de Jerba et Zarzis. Il aurait été possible d'utiliser les eaux des nappes profondes et de transporter cette eau. Dans le cas présent, deux options ont été préférées : ne pas utiliser les nappes fossiles ; ne pas augmenter le prix de la production de l'eau par un long transport.

Les techniques de dessalement des eaux saumâtres ont permis de satisfaire les besoins en eau de l'île de Jerba et de la région de Zarzis grâce à l'installation d'unités d'une capacité unitaire de 12 000m³/jour.

Tableau 7 Société national d'exploitation et de distribution de l'eau (SONEDE)

Désignation	Société national d'exploitation et de distribution de l'eau (SONEDE)				
Pays	Tunisie				
Destination (préciser littorale, urbaine, rurale)	Littoral				
CLASSIFICATION PAR DOMAINE ET PAR TYPE (COCHER, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Eau	<input type="checkbox"/> Eaux usées	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> écosystèmes	<input type="checkbox"/> Patrimoine culturel	<input type="checkbox"/> économie locale	<input type="checkbox"/> éducation	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	
Autre (préciser) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre :	
CLASSIFICATION PAR PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHER LA CASE A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
<input type="checkbox"/> Changement climatique	<input type="checkbox"/> Biodiversité	<input type="checkbox"/> Protection des mers et des océans	<input checked="" type="checkbox"/> Croissance et répartition de la croissance		
<input type="checkbox"/> Création d'emplois	<input type="checkbox"/> Régulation de la mondialisation	<input type="checkbox"/> Accès de tous aux services essentiels	<input type="checkbox"/> Renforcement des systèmes de santé et d'éducation		
<input type="checkbox"/> Lutte contre les discriminations	<input type="checkbox"/> Autre :				
COORDONNEES					
Site Internet	sonede.com.tn				
Publication(s)					
Personne à contacter					
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					

³⁷ Elle est chargée de l'exploitation, de l'entretien et du renouvellement des installations de captage, de traitement, de transport et de distribution de l'eau.

4. Unités de dessalement des eaux de mer

Il s'agit d'une bonne pratique dans le cadre d'une **chaîne privée**.

Dans le cadre des économies de l'eau, la chaîne « El Mouradi », qui compte 14 unités hôtelières comptabilisant 12 000 lits, a entrepris des actions de dessalement.

Au début, la chaîne a installé des équipements pour les eaux saumâtres dont la salinité ne dépassait pas 7g/litre.

Tableau 8 Hôtels « Type d'installation – Eau saumâtre »

HOTEL	CAPACITE M ³ /JOUR	ANNEE
El Mouradi Palace	800	1996
Selima Club	800	1996

Par la suite, la chaîne est passée à des équipements de dessalement d'eau de mer.

Tableau 9 Hôtels « Type d'installation – Eau de mer »

HOTEL	CAPACITE M ³ /JOUR	ANNEE
El Mouradi Hammamet	300	2001
Skanès Beach	400	2003
Jerba Menzel	600	2004
El Mouradi Mahdia	600	2004
El Mouradi Molka	600	2005
Kantaoui Club	600	2005

Compte tenu des progrès réalisés au niveau de la technologie de dessalement, avec des membranes ayant une surface de filtration très importante et un taux de rétention de sel supérieur à 99,6%, et de la diminution des coûts, nous sommes en présence d'une bonne pratique en termes de maîtrise d'économie d'eau.

Il serait indiqué que plusieurs hôteliers se regroupent pour s'équiper en station de dessalement d'eau de mer pour ainsi aboutir à une économie d'échelle.

Tableau 10 Dessalement eau de mer

Désignation	Dessalement eau de mer				
Pays	Tunisie				
Destination (préciser littorale, urbaine, rurale)	Hôtels situés sur le littoral				
CLASSIFICATION PAR DOMAINE ET PAR TYPE (COCHER, PARI LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)					
Domaine d'activité					
<input type="checkbox"/> Transport	<input checked="" type="checkbox"/> énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Eau	<input type="checkbox"/> Eaux usées	<input type="checkbox"/> Déchets	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> écosystèmes	<input type="checkbox"/> Patrimoine culturel	<input checked="" type="checkbox"/> économie locale	<input type="checkbox"/> éducation	<input type="checkbox"/> Aménagement du territoire	
Autre (préciser) :				
Type d'activité					
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre	
CLASSIFICATION PAR PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHER LA CASE A LAQUELLE LA BP EST LIEE)					
<input type="checkbox"/> Changement climatique	<input type="checkbox"/> Biodiversité	<input type="checkbox"/> Protection des mers et des océans	<input checked="" type="checkbox"/> Croissance et répartition de la croissance		
<input type="checkbox"/> Création d'emplois	<input type="checkbox"/> Régulation de la mondialisation	<input type="checkbox"/> Accès de tous aux services essentiels	<input type="checkbox"/> Renforcement des systèmes de santé et d'éducation		
<input type="checkbox"/> Lutte contre les discriminations	<input type="checkbox"/> Autre :				
COORDONNEES					
Site Internet	EIMouradi.com				
Publication(s)					
Personne à contacter					
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)					

IV. PARTIE 4 PROPOSITIONS

Selon les conclusions de l'agence internationale de notation Fitch Rating, l'industrie touristique tunisienne est un modèle économique à rénover. Le tourisme tunisien souffre de problèmes structurels: surcapacité hôtelière sur le littoral, faible diversification du produit touristique, pouvoir de négociation des prix de vente défavorable aux opérateurs, étroitesse de la stratégie marketing et endettement élevé des entreprises hôtelières.

Aussi, et dans ce type de situation, est-il difficile au niveau des hôteliers de concilier le tourisme et l'environnement. C'est pourquoi il est apparu opportun de mettre en valeur quatre axes de développement de produits touristiques indépendants du produit balnéaire.

1. La territorialisation et la diversification

L'attractivité de la destination « Tunisie », c'est l'attractivité du littoral. La Tunisie ne valorise pas ses territoires. Face à une concurrence mondiale de plus en plus intense, à des comportements en évolution rapide, la destination « Tunisie » peine à s'adapter et à s'organiser dans des régions caractérisées par des « passages touristiques » comme il a été analysé pour le tourisme saharien et le tourisme culturel. L'évolution du contexte dans lequel

les acteurs du tourisme évoluent, incite aujourd'hui à faire des propositions concrètes susceptibles d'améliorer l'efficacité du tourisme des régions.

L'enrichissement de l'offre balnéaire a certes permis de développer une mobilité touristique-patrimoniale, mais dans ce cas, le tourisme n'a pas aidé au développement régional car il ne met pas suffisamment les territoires en valeur.

C'est au patrimoine de jouer le rôle de moteur de développement du tourisme régional et c'est ce qui permettra la diversification des produits de la destination.

Cela nécessite la mise en place d'une stratégie de différenciation touristique par la valorisation de l'espace grâce à une approche touristique identitaire des territoires en :

- Étudiant la faisabilité de les labelliser ;
- Organisant les territoires autour de "Projets de destination".

2. La gestion intégrée de la qualité (GIQ)

Elle intègre le développement durable dans ses trois composantes – environnement, efficacité économique, équité sociale – et la satisfaction de la demande. Elle passe par :

- Des stratégies avec les partenaires clés, à savoir une collaboration cohérente entre tous les acteurs et ce, à tous les échelons local, régional, national et international pour bénéficier des effets de synergie et des économies d'échelle ;
- Des bonnes pratiques, à savoir les normes, certifications et labels ;
- Des instruments de suivi et d'évaluation, à savoir l'élaboration d'une vision de développement de l'offre, de la définition du projet jusqu'au suivi de sa mise en œuvre ;
- Des incitations, avec l'émergence et l'encouragement de l'initiative privée (fiscalité, aides, ...)

3. Les innovations

Aussi, la rénovation du système touristique³⁸ pourrait-elle permettre, par les professionnels jusqu' à présent « frileux », la mise en œuvre de la stratégie environnementale mise en place par les pouvoirs publics (cf. Partie I) Elles doivent prendre en compte les NTIC mais également les technologies à même d'aider à l'essor du tourisme dans le cadre du développement durable.

4. La formation

Elle passe par :

La mise en place de **nouvelles figures professionnelles** susceptibles de créer de nouvelles compétences professionnelles dans le domaine du patrimoine, du tourisme et de l'environnement;

L'élaboration d'une certification professionnelle (formation transversale et polyvalente) spécifique à la formation professionnelle et à la gestion des centres.

³⁸ « L'industrie touristique tunisienne : un modèle économique à rénover » FichtRatings - 2007.

V. BIBLIOGRAPHIE

Banque mondiale

2003 Stratégie de développement touristique en Tunisie, Ministère du Tourisme, Tunis.

Chapoutot J. M.

2007 « Le sud tunisien. Objets, enjeux et perspectives dans le domaine touristique », colloque international de Tozeur « Tourisme saharien et développement durable. Enjeux et approches comparatives », université de Sousse et université de Versailles Saint Quentin en Yvelines (sous presse)

2007 « Village de vacances et hôtel-club en Tunisie. La confusion des genres », Les cahiers Espaces, n°94, Paris.

1999 « Jerba : espace insulaire, développement touristique et comportement humain », Université Mohamed V - Agdal, Série colloques et séminaires n°79, p. 121-135, Rabat.

1998 « L'identité de l'espace Hammamet ou l'idéal touristique », Bulletin de la société languedocienne de géographie, 1997, Espaces et territoires, fasc. 3 et 4, tome 32, p. 31-53, Montpellier.

1994 Le foncier touristique en Tunisie : de la disponibilité à la préservation, Cahiers du Tourisme, série B-74, 50 p., Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.

1990 "Tourisme, alternative à l'aménagement", Revue d'Économie Régionale et Urbaine n° 4, Publication de l'ADICUEER avec le concours du C.N.R.S, p. 511-522, Bordeaux.

FichtRatings

2007 L'industrie touristique tunisienne : un modèle économique à rénover, Tunis.

Italconsult (B. Et.)

1971 Programme d'infrastructure pour le développement du tourisme en Tunisie – Volume I : Analyse de la situation actuelle ; Volume II : Options fondamentales du programme ; Volume III : Programme d'investissement, République Tunisienne, Ministère du Tourisme et de l'aménagement du territoire.

JICA (B. Et.)

2001 Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Ministère du Tourisme, Tunis.

Port autonome de Marseille (Fr), Creocéan PACA (Fr), Somete (Tn)

2006 Schéma directeur d'aménagement du littoral tunisien pour les activités de plaisance et de croisière, FASEP n°611, ministère de l'Économie et des Finances français et Office national du tourisme tunisien, Tunis.

Smaoui (A)

2001 « Le développement du tourisme en Tunisie et le rôle des organisateurs de voyages étrangers », in Tourisimes Chances pour l'économie risque pour les sociétés ? (sous la direction de J-L Michaud), Nouvelle Encyclopédie Diderot, PUF, Paris.

Institut National de la Statistique

Compendium statistique national sur l'environnement, Programme Medstat, UE, Ministère du Développement et de la Coopération internationale, Tunis.

WWF

2002 Un paysage pour l'Homme et la Nature. Le paysage vert de la Kroumirie-Mogods, WWF Mediterranean programme office, Rome.

VI. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Répartition régionale de la capacité lits et des nuitées - 2006.....	435
Tableau 2 Offre à l'hébergement et performances touristiques - 2006.....	448
Tableau 3 Parcs nationaux.....	449
Tableau 4 Programme de mise à niveau des hôtels Ministère du Tourisme	452
Tableau 5 Irrigation des parcours de golf	453
Tableau 6 Office national de l'assainissement (ONAS)	453
Tableau 7 Société national d'exploitation et de distribution de l'eau (SONEDE)	454
Tableau 8 Hôtels « Type d'installation – Eau saumâtre ».....	455
Tableau 9 Hôtels « Type d'installation – Eau de mer ».....	455
Tableau 10 Dessalement eau de mer.....	456
Graphique 1 Évolution de la capacité en lits 1972 - 1986.....	432
Graphique 2 Évolution des investissements touristiques 1982 - 1992.....	433
Graphique 3 Évolution du nombre de lits hôteliers	434
Graphique 4 Entrées par mode de transport 2006	434
Graphique 5 Nuitées mensuelles totales - 2006.....	435
Graphique 6 Évolution des entrées dans les sites et musées	436
Graphique 7 Évolution des recettes en devises (millions de dinars).....	437
Graphique 8 Nuitées et green fees par mois - 2006.....	441
Graphique 9 Nuitées et entrées musées et sites par mois - 2006	442
Graphique 10 Volume d'eau consommé par le secteur touristique (Millions de m ³).....	443
Graphique 11 Consommation spécifique (litre/jour/lit) et Taux d'occupation (%).....	443
Graphique 12 Évolution de la capacité-lits Gafsa – Tozeur.....	447
Graphique 13 Répartition de la capacité en lits par catégorie Gafsa – Tozeur 2006.....	448

TURQUIE

*Prof. Dr. Cevat Tosun, School of Tourism & Hospitality Management,
Mustafa Kemal University*

TABLE DES MATIÈRES

Résumé.....	463
I. Chapitre I – Contexte touristique et tendances, politiques et stratégies.....	464
1. Principales attractions et ressources touristiques en Turquie	464
2. Analyse de l'évolution du développement, de la politique et de la planification touristique en Turquie.....	466
3. La contribution du tourisme à l'économie turque	469
4. Les impacts sociaux et culturels du tourisme en Turquie	472
5. Les impacts du tourisme sur l'environnement en Turquie	474
6. Conclusion.....	477
II. Chapitre II - Évaluation approfondie des progrès réalisés	478
1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme	478
2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable	492
3. Développer la coopération en Méditerranée	502
III. Chapitre III – Les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan, un exemple de bonnes pratiques	503
1. Description des bonnes pratiques : les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan, un exemple de bonnes pratiques	503
2. Activités d'urbanisme pour atteindre la durabilité environnementale.....	514
IV. Chapitre IV - Propositions pour la promotion du développement touristique durable en Turquie.....	518
1. Introduction.....	518
2. Principaux problèmes liés au développement touristique durable en Turquie	519
V. Bibliographie	524
VI. Table des illustrations	528

RESUME

La Turquie, couvrant une superficie d'environ 780,000 km², et pourvue de quelques 8,000 km de côtes longeant la Mer Noire, la Mer de Marmara, la Mer Egée et la Mer Méditerranée, jouit d'une position unique au carrefour de l'Europe et de l'Asie, d'un point de vue autant géographique qu'écologique. "Les systèmes floristique et faunistique en Anatolie et à Thrace sont riches en terme de biodiversité" (Adaman et Arsel, 2005:3). Bien évidemment, la position géographique et géopolitique de la Turquie, qui en a fait un creuset de plusieurs civilisations— allant de l'ancienne civilisation hittite, grecque, persane, hellénique, romaine, chrétienne, islamique ; seldjoukide et ottomane jusqu'à l'avènement de la République de Turquie— a toujours servi d'attraction pour les touristes. Tous ces atouts, tant naturels que créés par l'homme, ont déjà attiré l'attention des investisseurs publics et privés, dont certaines multinationales. En conséquence, la Turquie a enregistré une croissance touristique rapide à la fois en valeur et en volume depuis les années 1980. Si les arrivées touristiques ne dépassaient guère les 200,000 en 1963, elles atteignent 20 000 000 en 2005. Des tendances de croissance similaires ont été constatées en termes de lits hôteliers et de recettes touristiques. Les recettes touristiques se situaient à 7.7 millions de dollars US en 1963. En 2006, ce chiffre affiche quelques 16.9 milliards de dollars US. Les lits hôteliers et le nombre d'établissements d'hébergement touristique étaient respectivement de 28,354 et 292 en 1970, mais passent à 783,319 et 3,343 en 2006. Il est prévu que, d'ici l'an 2010, les arrivées de touristes internationaux atteindront les 30 millions de visiteurs, et les recettes touristiques dépasseront les 30 milliards de dollars US, alors que les lits hôteliers seront de l'ordre de 1 000 000. L'industrie touristique a, par ailleurs, généré des opportunités d'emploi importantes pour un grand nombre de jeunes turcs sans emplois. L'emploi déclaré dans le secteur du tourisme dépasse 1 million, soit 5,5% de l'emploi total déclaré. Selon les estimations, l'industrie touristique turque devrait générer quelques trois millions de postes d'emploi d'ici 2010.

Bien que le tourisme en Turquie se soit développé de manière évolutive en réponse aux transformations de son système politique et économique et de ses structures sociales et culturelles, le secteur dut faire face à divers problèmes de développement, qui représentent autant de défis pour la réalisation d'un développement touristique durable (DTD). Ces défis relèvent des impacts négatifs d'ordre environnemental, social et économique, et leurs retombées sur le DTD. A cet égard, il est maintenu que ce n'est pas le tourisme en soi qui crée les problèmes d'ordre socioculturel, environnemental et économique, mais plutôt les méthodes adoptées pour développer le secteur en l'absence d'approches modernes de planification touristique. Au vu de l'analyse générale entreprise dans ce rapport, et en retenant la distinction faite entre "*tourisme durable*" et "*développement touristique durable*", quelques stratégies sont recommandées en vue d'atteindre un développement touristique durable par la maîtrise des défis auxquels l'industrie touristique en Turquie est confrontée. Ces stratégies pourraient se décliner en 7 axes comme suit:

- Diversification des produits et des marchés, ainsi qu'une réimplantation du développement touristique ;
- Participation par les collectivités locales dans le processus de développement touristique local ;
- Décentralisation de l'administration publique du développement touristique ;
- Généralisation de la sensibilisation et de la protection environnementales ;
- Orientation vers une philosophie de commercialisation de type social ;
- Adoption d'une approche de planification volontariste ;
- Etablir une coopération et une collaboration entre les pays méditerranéens.

Il convient de noter que ces stratégies recommandées ne sauraient représenter en elles seules une panacée ou formule magique permettant la réalisation d'un développement touristique plus durable en Turquie. Elles constituent tout simplement des orientations vers un meilleur développement touristique. A cet égard, il est utile de rappeler que ces stratégies ne sauraient être mises en œuvre sans l'appui et le soutien des groupes d'intérêt plus élargis, dont les organisations internationales et de coopération, les organismes gouvernementaux centraux, la communauté agissante du monde des affaires et les ONG.

I. CHAPITRE I – CONTEXTE TOURISTIQUE ET TENDANCES, POLITIQUES ET STRATEGIES

1. Principales attractions et ressources touristiques en Turquie

La Turquie, avec une superficie de 780 000 km² et 8000 km de lignes de côtes s'étendant le long de la mer Noire, la mer de Marmara, la mer Égée et la mer Méditerranée, jouit d'une position unique reliant l'Europe et l'Asie, géographiquement et écologiquement. « La faune et la flore dans les régions d'Anatolie et de Thrace sont riches en termes de biodiversité » (Adaman et Arsel, 2005 : 3). Manifestement, la situation géographique et géopolitique de la Turquie a favorisé l'enracinement de différentes civilisations : hittite, grecque, perse, hellénistique, romaine, chrétienne primitive, islamique primitive, seldjoukide, ottomane, et jusqu'à la République de Turquie. La richesse de cet héritage attire de nombreux touristes. Dans ce contexte, l'offre touristique, en termes de ressources et d'attractions, peut être classée en quatre catégories principales :

- ressources naturelles ;
- mode de vie ;
- héritage historique et culturel ;
- équipements destinés au tourisme.

1.1 Attractions touristiques naturels

En Turquie, les attraits touristiques naturels peuvent être classés en quatre sous-catégories.

La plage, la mer et le soleil : Ils constituent les principaux attraits du tourisme de masse dans les régions côtières méditerranéennes de Turquie, excluant donc les côtes de la mer Noire. Le climat méditerranéen chaud et sec des côtes occidentales et méridionales, ainsi que les longues plages de sable, ont contribué à faire de la Turquie une importante destination touristique et offrent également la possibilité de nombreux sports nautiques, de la plaisance, du golf, etc.

Formations géologiques : La Turquie possède deux formations géologiques spectaculaires : le travertin de Pamukale et les cheminées de fées de Cappadoce. Le travertin de Pamukale est situé dans la région de la mer Égée, tandis que les cheminées de fées se trouvent en Anatolie centrale. Ces deux formations naturelles extraordinaires attirent un grand nombre de touristes et d'investissements touristiques (Tosun, 1998 ; Yuksel, Bramwell et Yuksel, 1999). Ces deux sites sont aussi classés au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Faune et flore : La faune et la flore de Turquie sont d'une grande richesse, en raison de la situation géographique du pays (Adaman et Arsel, 2005). La diversité qui les caractérise permet de développer différentes formes de tourisme selon les centres d'intérêt de chacun, comme l'observation des oiseaux, l'ornithologie, la chasse, la cueillette de plantes endémiques, etc. La Turquie compte par exemple 3000 espèces de plantes endémiques, alors qu'il n'y en a que 2750 dans toute l'Europe (voir ministère de la Culture et du Tourisme, 2007).

Montagnes et autres : La Turquie possède une grande diversité de montagnes, rivières, lacs, grottes et cavernes, pâturages de montagne, etc. Chacun de ces facteurs touristiques naturels dispose d'un potentiel d'utilisation pour les différents types de tourisme alternatif, comme le rafting, la plongée sous-marine, l'alpinisme, les sports d'hiver, la spéléologie, etc. Il est intéressant de noter que les touristes peuvent s'adonner à des sports aquatiques, comme la plongée et le ski nautique en Méditerranée ou sur la mer Égée et en même temps pratiquer les sports d'hiver en Anatolie centrale et orientale.

1.2 Attractions culturelles

L'Anatolie, berceau de la Turquie, se situe au croisement d'un grand nombre de civilisations au cours de l'histoire. Elle a accueilli de nombreuses civilisations : celles précédant Alexandre le Grand, comme le paléolithique, le néolithique, le chalcolithique, l'âge du bronze et les siècles obscurs ; les civilisations hittite, grecque, perse, hellénistique, romaine,

chrétienne primitive, islamique primitive, seldjoukide, ottomane, et la République de Turquie (Yenen, 1997). Étant donné l'existence de ce patrimoine si diversifié et riche, il sera difficile d'expliquer l'héritage culturel d'une douzaine de civilisations dans le cadre de ce chapitre. Cependant, il faut noter que ce patrimoine historique existe dans toute la Turquie et ne se limite pas à certaines régions.

Dans le cadre de ce chapitre, seuls certains héritages culturels qui sont déjà largement reconnus comme attrait touristiques seront brièvement évoqués ici. Istanbul, capitale d'origine à la fois byzantine et ottomane, ainsi que véritable pont socioculturel et géographique entre l'Asie et l'Europe, offre un patrimoine toujours populaire. On y trouve l'Hippodrome, plusieurs mosquées historiques comme la Mosquée Bleue, des églises comme Sainte-Sophie, et des lieux spectaculaires de l'Empire ottoman. Il est intéressant de noter que Sainte-Sophie a été utilisée comme église au cours de la période byzantine par les chrétiens et comme une mosquée durant la période ottomane. Elle abrite aujourd'hui un musée. Des gens de toutes les religions la visitent, les chrétiens priant Jésus, les musulmans Allah, et les visiteurs d'autres confessions s'émerveillent devant la richesse des styles architecturaux qui la caractérisent. Les différents usages de ce patrimoine culturel ont contribué à sa bonne préservation. Il représente également la paix culturelle entre les civilisations, et se révèle un excellent exemple historique d'harmonie entre les religions, plutôt que de conflits.

L'histoire de la Turquie comme patrie de différentes religions lui a donné en héritage de nombreux monuments dont d'anciennes églises et mosquées pouvant intéresser des personnes de toutes religions. Ce patrimoine religieux est bien préservé et reflète le respect et une haute estime envers les autres religions, représentant aujourd'hui un fort potentiel pour le développement du tourisme spirituel (ministère de la Culture et du Tourisme, 2005).

1.3 Modes de vie

La diversité des modes de vie selon les régions peut être interprétée comme le reflet de la cohabitation pacifique de sociétés multiculturelles tout au long de l'histoire de l'Anatolie. Cependant, avec les efforts de modernisation destinés à l'élite (Keyman, 2005), les conséquences de l'évolution technologique, de l'industrialisation et de la mondialisation et, par effet d'entraînement, l'urbanisation et les interactions touristes/habitants (Tosun, 2002), une partie importante de la société traditionnelle turque a changé et adopté un mode de vie plus occidental. Ainsi ce dernier se développe-t-il dans les métropoles tandis que les régions rurales semblent conserver leurs caractéristiques traditionnelles propres. On observe par exemple des communautés rurales différentes les unes des autres en périphérie de la mer Égée, de la Méditerranée, des régions de l'Anatolie centrale, de la mer Noire, de l'est et du sud-est de l'Anatolie. Ainsi, il existe une culture rurale hybride reflétant un mélange de tendances turques, grecques et bulgares dans la région de la mer Égée, mais aussi d'authentiques *Yoruk Koyleri* (villages nomades) à l'image du mode de vie traditionnel turc à proprement parler que l'on trouve à l'intérieur de la région méditerranéenne. Le mode de vie rural de l'est et du sud-est de l'Anatolie reflète quant à lui un mélange de tendances culturelles turques, arabes, perses, et kurdes. D'autre part, si les communautés rurales de la région de la mer Noire ont absorbé des influences culturelles aussi diverses que des tendances turques, caucasiennes, grecques et géorgiennes, le mode de vie rural de l'Anatolie centrale reflète différentes tendances culturelles typiques des villages turcs (*Avsar Koyleri*, *Cerkez Koyleri*, *Kurt Koyleri*, *Macir Koyleri*, etc.).

Il est intéressant de remarquer qu'en général, la vie rurale en Turquie semble refléter une caractéristique commune : la tendance religieuse. Mise à part cette caractéristique, presque toutes les communautés rurales dans les différentes régions disposent de leur propre mode de vie, et ces contrastes apparaissent parfois au sein d'une même région. Cette diversité des modes de vie ruraux authentiques représente un riche potentiel en matière de développement du tourisme rural en Turquie.

1.4 Équipements destinés au tourisme

Les équipements destinés au tourisme peuvent être classés en deux catégories, infrastructures et superstructures, elles-mêmes déclinées en sous-groupes.

L'infrastructure touristique désigne tous les équipements de base qui accompagnent ou sont essentiels à l'utilisation des superstructures touristiques. Dans cette optique, les transports, télécommunications, systèmes d'évacuation et de traitement des eaux usées, les services de sûreté et sécurité, etc. peuvent être considérés comme des infrastructures touristiques bien qu'ils ne soient pas spécifiquement destinés à l'industrie touristique. Ces infrastructures ont connu un développement considérable dans les régions de la mer Égée, de la Méditerranée et de Marmara, mais beaucoup moins dans des régions relativement moins développées, telles que l'intérieur des terres de la mer Noire, et l'Anatolie centrale, orientale et du sud-est.

Il faudrait augmenter significativement les investissements afin d'améliorer les standards de l'infrastructure existante dans les parties rurales des régions les moins développées, afin de stimuler le tourisme rural. Néanmoins, il a été rapporté que :

« [...] les tensions politiques et sociales déclenchées par la violence et les actes terroristes du Parti des Travailleurs du Kurdistan (PKK) ont découragé les investisseurs locaux, nationaux et internationaux d'investir dans les régions de l'est et du sud-est de la Turquie. [...] Entre 1987 et 2001 le PKK a détruit en partie ou en totalité 1884 équipements de service public, dont 241 écoles, 14 hôpitaux, 305 bureaux de postes et mosquées, 500 véhicules publics et engins de construction, 89 postes de police et gendarmerie, 26 ponts, 624 véhicules privés et 85 wagons. En plus de la destruction de biens publics et privés, le PKK a tué ou blessé des centaines de fonctionnaires, notamment des enseignants, médecins, gouverneurs et maires. » (Tosun, Timothy and Öztürk 2003 : 151)

Une grande majorité des actes terroristes du PKK ont bien entendu eu lieu dans l'est et le sud-est de l'Anatolie. C'est pourquoi la question de la sécurité menacée par l'organisation terroriste kurde devrait être résolue au plus vite, sans quoi il pourrait s'avérer impossible de développer et d'améliorer les infrastructures nécessaires non seulement à l'accroissement du tourisme rural mais aussi à l'ensemble de l'économie régionale.

Les superstructures touristiques peuvent être divisées en quatre catégories : hébergement, alimentation et boisson, loisirs, commerces. Comme on peut s'y attendre, ces composantes des superstructures touristiques sont bien développées selon les critères occidentaux dans les régions touristiques dont les limites ont été déterminées par la loi d'encouragement au tourisme de 1982, afin de promouvoir les investissements touristiques. La plupart de ces régions touristiques prédéterminées sont situées le long des côtes sud et ouest du pays. Grâce aux généreuses incitations fiscales, financières et administratives accordées à l'industrie du tourisme au cours des années 1980 et du début des années 1990, les régions côtières de Turquie ont connu une croissance du tourisme rapide en termes de capacité d'offre et de demande (Tosun, Okumuş et Fyall, 2008 ; Tosun, 1999 ; Sezer et Harrison, 1994). En ce sens, il est expliqué qu'« une dichotomie spatiale importante est apparue dans le tourisme turc entre des régions privilégiées le long des côtes et une zone défavorisée à l'intérieur du pays » (Göymen, 2000 : 1030). Cela a pour conséquence que, bien que le développement du tourisme dans les régions plus développées ait apporté une contribution considérable au produit national brut (PNB) du pays, il a également renforcé les problèmes de développement de la Turquie en générant des inégalités régionales et sociales (Tosun, Timothy et Öztürk, 2003 ; Seckelmann, 2002). Ces problèmes seront détaillés dans les chapitres suivants.

2. Analyse de l'évolution du développement, de la politique et de la planification touristique en Turquie

Le tourisme en Turquie s'est développé de manière évolutive en réponse aux transformations de son système politique et économique et de ses structures sociales et culturelles. Durant les années 1960 et 1970, l'État a joué un rôle novateur en fournissant les infrastructures physiques et sociales nécessaires, tandis que la mise en place de stratégies de croissance économique basées sur les exportations dans les années 1980 ont fait du tourisme l'une des nouvelles industries de la croissance, à mesure que le rôle de l'État commençait à changer. Tandis que le rôle de l'État a évolué au sein des systèmes macro-politiques, culturels et économiques, une évolution progressive d'un développement financé

et géré par l'État vers différents degrés de coopération et de partenariat entre les secteurs publics et privés a également vu le jour dans l'industrie du tourisme. On observe que les politiques touristiques adoptées entre les années 1980 et 1990 en constante interaction avec des facteurs politiques, sociaux, culturels et économiques plus larges ont permis une croissance rapide en termes de volume et de valeur.

Au début des années 2000, les autorités étatiques ont reconnu que l'octroi de généreuses incitations fiscales et monétaires à des établissements touristiques de grande importance n'avait pas tellement contribué au développement d'un tourisme durable, mais avait au contraire accéléré les impacts sociaux, économiques et environnementaux négatifs du tourisme. Après cette prise de conscience, les autorités étatiques turques ont eu tendance à insister sur la nécessité de formes de tourisme plus écologiques avec l'aide d'approches de développement et de planification plus participatives et inclusives.

Baidal remarque que « l'évolution constante du tourisme, ses différents contextes de développement politique et économique ainsi que les diverses contributions scientifiques et techniques dans les disciplines liées à ce domaine (urbanisme, régions, planification environnementale, etc.), forment différentes approches de planification » (2004 : 316). Dans ce contexte, les évolutions des approches de planification et de développement du tourisme en Turquie peuvent être étudiées en quatre étapes.

2.1 Période du développement non planifié du tourisme (1960 – 1970)

Comme dans de nombreux pays en développement, au cours des années 1960 et 1970, la planification du tourisme n'était pas reconnue comme un besoin en Turquie (Tosun, 1996). De plus, les impacts sociopolitiques, économiques et environnementaux du tourisme n'étaient pas connus (Tosun et Jenkins, 1998). À cette époque, le phénomène du tourisme lui-même n'était pas considéré comme important, puisque le développement touristique était limité et sa contribution à l'économie nationale négligeable. Le développement du tourisme s'est donc déroulé de façon imprévue et incontrôlée dans différentes régions de la Turquie.

2.2 Période de planification du tourisme orienté vers la production et le produit (1980-1994)

Le gouvernement mené par les militaires est à l'origine d'une période de forte croissance de l'offre touristique par l'adoption de la loi n°2634 d'encouragement au tourisme en 1982. En raison d'impératifs d'ordre macro-économique, politique, diplomatique et social, les gouvernements successifs encouragèrent les investisseurs des secteurs public et privé du tourisme à développer les infrastructures physiques comme les hôtels, restaurants, systèmes de télécommunication, moyens de transport, etc. grâce à de généreuses politiques d'incitation monétaire et fiscale (Tosun, 2001). La planification touristique était vue comme un simple processus de construction de la superstructure de l'industrie sans considération aucune pour les divers impacts sur les environnements naturel et construit par l'homme (Tosun et Timothy 2001). En conséquence, ces structures se sont développées de façon anarchique. Comme l'ont souligné Tosun et Fyall (2005), la construction du tourisme physique a souvent endommagé les ressources naturelles dans les destinations visitées par les touristes.

Après avoir reconnu la mauvaise qualité de l'offre touristique produite par l'encouragement à l'industrie internationale des tour opérateurs par les généreuses incitations gouvernementales, une approche de planification orientée vers le produit fut adoptée (Tosun et al., 2005). Par la suite, la planification a privilégié la qualité à la quantité des équipements touristiques. Cependant, cela a été fait sans étude de marché portant sur les réels besoins et souhaits des clients au niveau du marché touristique international. En conséquence, l'industrie touristique turque fait preuve d'une impressionnante myopie marketing.

2.3 Période de planification touristique à court terme dictée par le marché et orientée vers la vente (1995-2006)

La période de forte production et de planification orientée vers le produit a accumulé un excès de capacités non stockables d'équipements touristiques reflétant une approche myope de la définition des objectifs de la planification du développement touristique. Cela a eu pour résultat de faire de la Turquie une destination alternative bon marché par rapport à d'autres pays du Bassin méditerranéen. Dans des conditions de marché difficiles, la planification touristique en Turquie a été dictée par le marché et les tours opérateurs internationaux dans les années 1990. La conception de campagnes publicitaires et la définition de stratégies compétitives basées sur les prix par rapport à d'autres destinations similaires sont devenues des activités importantes. Ce genre de planification semble avoir été un problème mondial au cours des années 1990, particulièrement dans les pays en développement. Comme l'a remarqué Butler en 1990, la majorité de la planification faite jusqu'à ce moment-là consistait plus en marketing qu'en planification, et dans une telle situation, les paramètres de capacité (environnementaux et humains) n'ont pas souvent été pris en considération. Traditionnellement, l'accent a été mis sur l'attraction des touristes plutôt que sur la planification d'un développement approprié et la gestion.

Ce qui précède et d'autres éléments de l'expérience turque de développement du tourisme suggèrent que la planification touristique a été réactive plutôt que proactive. Tandis que le secteur privé s'est concentré sur la maximisation des profits, le gouvernement a bénéficié de fortes recettes en devises étrangères.

2.4 Vers une période de planification moderne du développement touristique (2007-2013)

Les impacts environnementaux, économiques et sociaux des approches négligentes, rigides et myopes du développement touristique ont montré qu'il existe un besoin d'avancer vers des approches plus modernes de la planification touristique impliquant la participation de la population locale, la durabilité du développement et l'intégration du tourisme dans le système socio-économique au sens large. Il paraît clair que :

« ... le choix de l'approche des missions de planification sera conditionné par de nombreux facteurs. Les facteurs prédominants seront peut-être liés à l'état du développement politique et économique du pays concerné. L'approche adoptée reflètera dans la plupart des cas les expériences passées et les conditions actuelles, les considérations budgétaires en étant l'un des points principaux (Tosun et Jenkins, 1998 : 111). »

À mesure que la Turquie devient un État plus stable, démocratique et développé, encouragé également par le processus d'adhésion à l'UE, son approche de la planification du développement touristique a évolué, passant d'un modèle myope, rigide et centralisé vers un paradigme de planification plus flexible, systématique, inclusif et collaboratif (Tosun, Fyall et Fletcher, 2006). Bien qu'il n'y ait pas encore suffisamment de cas et de preuves pouvant servir d'exemples à la mise en place de ces approches modernes de la planification touristique, les documents officiels de l'Organisation de planification nationale et du ministère de la Culture et du Tourisme sont prometteurs, et un soutien légal a été mis en place, mais il reste un long chemin à parcourir pour atteindre des formes durables de développement touristique. À cet égard, le neuvième Plan de développement national a été préparé pour une durée de sept ans couvrant la période allant de 2007 à 2013 (voir PSO, 2007). Ce nouveau plan de développement a pour but de guider l'intégration de la Turquie dans l'Union européenne. Ainsi, il a été préparé en prenant en considération le calendrier fiscal de l'UE. La compétitivité de l'industrie touristique, la protection et la préservation de l'environnement, le développement touristique basé sur les populations, le développement touristique durable et la décentralisation de l'administration touristique publique ont été définies comme étant les stratégies touristiques à long terme du neuvième Plan de développement national.

3. La contribution du tourisme à l'économie turque

Les statistiques montrent que le tourisme en Turquie a connu une croissance rapide à la fois en valeur et en volume depuis 1982. Comme le montre le tableau 1, les arrivées touristiques s'élevaient à 200 000 en 1963 et à 1 341 500 en 1973, soit une augmentation de 570 % en dix ans. Entre 1974 et 1984, les arrivées touristiques internationales ont augmenté de 90 %. Les arrivées internationales se sont accélérées de 206 % entre 1984 et 1994. Cette tendance de croissance des arrivées touristiques internationales s'est poursuivie ; leur nombre était de 7 700 000 en 1995 et de 20 000 000 en 2005. Cela représente une augmentation de 385 % en une décennie. Cependant, la Turquie a connu une légère baisse des arrivées touristiques internationales (18 916 000) en 2006, soit une baisse de 9,33 % par rapport à l'année précédente.

Des tendances de croissance similaires ont aussi été observées en termes de capacité de lits et de revenus touristiques. En 1963, les recettes touristiques s'élevaient à 7,7 millions de dollars US. En 2006, ce chiffre est passé à 16,9 milliards de dollars US. Les lits hôteliers et le nombre d'établissements d'hébergement touristiques étaient respectivement de 28 354 et 292 en 1970, mais sont passés à 783 319 et 3343 en 2006 (voir Tableau 1). En bref, il est clair que la Turquie a connu une croissance rapide des arrivées touristiques internationales, de ses recettes et de sa capacité en lits hôteliers.

Tableau 1 Arrivées touristiques et recettes en Turquie, 1970-2006

ANNÉE	NOMBRE D'ARRIVÉES ('000)	RECETTES (MILLIONS \$US)	ANNÉES	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS	NOMBRE DE LITS
1963	200.0	7.7	1970	292	28,354
1970	724.2	51.6	1973	337	38,528
1973	1,341.5	171.5	1974	400	40,895
1974	1,110.2	193.7	1975	421	44,957
1975	1,540.9	200.9	1982	569	62,372
1982	1,391.7	370.3	1983	611	65,934
1983	1,625.7	411.1	1984	642	68,266
1984	2,117.0	840.0	1985	689	85,995
1990	5,389.3	3,225.0	1987	834	106,214
1994	8,000.0	4,700	1989	1,102	146,086
1997	9,689.0	7,000	1990	1,260	173,227
1998	9,752.0	8,300	1991	1,404	200,678
1999	7,487.0	5,203	1992	1,498	219,940
2000	10,428.0	7,636	2000	1,824	325,168
2001	11,619.9	8,090	2001	1,998	368,819
2002	13,256.0	8,473	2002	2,124	396,148
2003	14,029.5	9,676	2003	2,240	420,697
2004	17,516.9	12,124	2004	2,357	454,290
2005	21,124.8	13,929	2005	2,412	483,330
2006	19,819.8	12,554	2006	2,475	508,632

Source : ministère de la Culture et du Tourisme (2007a ; 1007b) ; TYD (Association des investisseurs touristiques de Turquie) (2007)

Il faut noter qu'il est difficile de mesurer les impacts réels du tourisme aux niveaux de l'économie et du développement en raison des divers composants de l'industrie à la fois du côté de l'offre et du côté de la demande qui sont étroitement liés à d'autres secteurs de l'économie. Certains chercheurs affirment qu'aucune méthode fiable n'existe pour évaluer la contribution économique à une économie donnée (Fletcher, 1989 ; Tosun, 1999). Cela signifie que, bien qu'il soit possible d'évaluer la contribution du tourisme à une économie nationale, il est difficile de mesurer sa contribution au développement global comme l'éradication de la pauvreté, les inégalités entre les classes et la satisfaction des besoins de base des classes défavorisées. Dans les paragraphes suivants, ces problèmes seront étudiés en considérant la Turquie comme un pays en développement.

3.1 Le tourisme comme source d'exportation invisible dans l'économie turque

L'économie turque a longtemps connu une balance des paiements négative, ce qui peut être vu comme un problème macro-économique chronique. Cela peut signifier que la Turquie a un grand besoin de devises étrangères afin de faire baisser le déficit de la balance courante et de financer les importations, ce qui est nécessaire au développement économique et social et contribuera à rembourser la dette nationale colossale du pays. C'est pour cette raison qu'un organe gouvernemental (le ministère de la Culture et du Tourisme, qui est ensuite devenu le ministère du Tourisme, puis redevenu le ministère de la Culture et du Tourisme) a été mis en place pour gérer tous les questions liées au développement touristique, mais peu de droits ont été conférés aux gouvernements locaux et aux communautés locales (voir Tosun, 1998a ; Tosun et Timothy, 2001). Pendant un certain temps, les recettes en devises étrangères issues du tourisme ont été vues comme une sorte de panacée pour certains problèmes affectant l'économie turque. En comparant les recettes touristiques avec les produits exportés, elles se sont placées au second rang, seulement derrière les produits manufacturés, et dépassaient la valeur de tous les autres produits exportés entre 1994 et 2006 (Tableau 2).

Tableau 2 Exportations par produits et recettes touristiques (en millions de dollars), 1994-2006

	1994	1996	1997	2000	2003	2006
Agriculture et forêts	2,301.4	2,454.7	2,679.1	1 659	2,121	3,462
Pêche	22.2	26.5	33.2	-	81	130
Industrie minière et extraction	263.0	227.6	404.8	400	469	1,146
Produits manufacturés	15,517.8	20,237.1	23,115.9	25 518	44,368	80,041
Fournitures d'Electricité, gas et eau	1.1	15.5	11.2	-	-	-
Autres activités commerciales	0.0	262.2	1.0	198	204	531
Activités sociales et personnelles	0.4	1.0	0.4	-	-	-
Total	18,105.9	23,224.5	26,244.7	27,775	47,243	85,310
Recettes Touristiques	4,616.6	5,962	7,000	10,428	13,341	18,916,

Source : Organisation de planification nationale (SPO) (1999 ; 2007) ; et tiré du tableau 1.

Les envois de fonds des personnes travaillant à l'étranger et les investissements étrangers sont d'autres sources de flux monétaire dans l'économie turque et la balance des paiements. Le fait de comparer ces deux éléments avec les recettes touristiques internationales peut indiquer clairement l'importance du tourisme comme source de devises étrangères. Le Tableau 3 illustre le fait que les recettes touristiques internationales sont plus importantes pour la balance des paiements et l'économie en général que les envois de fonds des travailleurs et les investissements directs étrangers. En d'autres termes, le ratio moyen entre les recettes touristiques d'un côté et les envois de fonds et les investissements directs étrangers de l'autre est de 6,95 et 4,23 respectivement entre 1990 et 2006. Cela prouve bien l'importance du tourisme (voir Tableau 3).

Tableau 3 Recettes touristiques et flux de capitaux en Turquie en millions de dollars US, 1990-2006

	1990	*1995	1998	2001	2004	2006
a – recettes touristiques	3308	4957	8300	8,090	15,888	16,853
b – envois de fonds des travailleurs	3325	3327	5240	2,843	804	1,121
c - investissement étranger	1784	2938	1646	3,352	1,191	16,127
a / b	0.99	1.5	1.58	2,84	19,76	15,03
a / c	1.85	1.68	5.04	2,41	13,34	1,04

Source : Tiré de l'Organisation de planification nationale SPO (1994, 1996, 1999, 2002, 2007), Chambre de commerce d'Istanbul (1997)

La part du tourisme dans les revenus d'exportation est un critère viable qui illustre bien que le tourisme est une source de revenus en devises étrangères dans une économie. Comme le montre le Tableau 4, la part des recettes touristiques dans l'économie d'exportation de la Turquie a augmenté progressivement ; alors qu'en 1984, cette part était de 5,6 %, elle atteignait 14,7 % en 1995 et 19,8 % en 2006.

Tableau 4 Part des recettes touristiques dans le PIB et les revenus d'exportation 1963-2006

Années	PIB (millions)	Revenus d'exportation (millions \$)	Recettes touristiques (RT) (millions \$)	% de la part des RT dans le PIB	% de la part des RT dans les revenus d'exportation
1963	7 422.4	368.0	7.7	0.1	2.1
1965	8 525.1	464.0	13.8	0.2	3.0
1970	9 951.3	588.0	51.6	0.5	8.8
1975	37 598.0	1 401.1	200.9	0.5	14.3
1980	57 198.3	2 910.1	326.7	0.6	11.2
1985	52 597.6	7 958.0	1 482.0	2.8	18.6
1990	150 060.7	12 960.0	3 225.0	2.1	24.9
1991	147 367.5	13 593.0	2 654.0	1.8	19.5
1992	153 627.5	14 715.0	3 639.0	2.4	24.7
1995	170 081.0	21 636.0	4 957.0	2.9	22.9
2000	201 217.0	27 485.0	7 636.0	3.8	27.8
2001	145 000.0	31 300.0	8 100.0	5,6	25,9
2002	181 000.0	36 100,0	8 500.0	4,7	23,5
2003	239 000.0	47 300.0	9 700.0	4,1	20,5
2004	301 000.0	63 200.0	15 900.0*	5,3	25,2
2005	361 000.0	73 500.0	18 200.0*	5,0	24,7
2006	400 000.0	85 500.0	16 900.0*	4,2	19,8

Source : ministère de la Culture et du Tourisme (2007a ; 2007b) ; TYD (Association des investisseurs touristiques de Turquie) (2007)

Les Tableau 1, Tableau 2, Tableau 3 et Tableau 4 montrent que les dépenses touristiques internationales sont l'une des quelques sources alternatives de revenus en devises étrangères en Turquie. D'ailleurs, après les produits manufacturés, le tourisme est la deuxième source principale de revenus en devises étrangères, mais ce niveau n'est pas encore satisfaisant comparé à d'autres pays méditerranéens comme l'Espagne, la Grèce et l'Italie (Tosun, 1999).

3.2 La contribution des recettes touristiques internationales au PIB

Il est difficile d'évaluer la contribution du tourisme ou de certains secteurs spécifiques du tourisme au PIB, car l'ampleur de cette industrie est mal définie et très mal documentée. En ce sens, la part des biens et services du tourisme dans le PIB peut donc être difficile à utiliser pour illustrer l'importance du tourisme dans l'économie. Mais la part des recettes touristiques internationales dans le produit intérieur brut (PIB) peut être utilisée comme mesure supplémentaire pour illustrer la place du tourisme international dans une économie. La part des recettes touristiques internationales dans le PIB turc a progressivement augmenté au fil des ans. Alors qu'elle était de 0,1 % en 1963, elle atteignait 2,9 % en 1995 et 4,2 % en 2006 (Tableau 4).

3.3 Emploi et développement touristique

Le tourisme est une industrie de main-d'œuvre et donc une importante source d'emploi. Dans la plupart des pays de l'OCDE, le tourisme fait partie des principales sources d'emploi et les secteurs dépendant du tourisme ont enregistré des croissances de l'emploi au-dessus de la moyenne à la fois en termes absolus et en relation avec l'économie au sens large. La création d'emplois est vue comme l'une des conséquences les plus importantes du tourisme en Turquie et dans de nombreux autres pays en développement de la région méditerranéenne, notamment parce que le chômage est un problème socio-économique important. Les intérêts publics et privés soutiennent le tourisme depuis les années 1980, percevant le développement touristique comme une importante source d'emplois.

Cependant, les chiffres de l'emploi généré par l'industrie du tourisme en Turquie varient selon les sources. Selon une étude menée conjointement par le ministère turc du Tourisme (1994) et l'Organisation internationale du travail (OIT), 75 069 emplois ont été créés directement par les établissements d'hébergement touristique (58 325), les restaurants (5552) et les agences de voyage (11 192) en 1993. Les statistiques de l'OCDE (1997)

montrent que le nombre d'emplois créés par le tourisme était de 147 435 en 1990, 160747 en 1992 et 199 732 en 1995. Selon l'*Economist Intelligence Unit* (EIU), en 1993, ce chiffre se situait plutôt entre 200000 et 250 000, soit environ 4 % de l'emploi total dans le secteur des services. À cet égard, il est rapporté que l'industrie touristique a généré d'importantes opportunités d'emploi pour un grand nombre de jeunes Turcs au chômage. L'emploi enregistré dans le secteur du tourisme dépasse le chiffre d'un million, soit 5,5 % de l'emploi total enregistré. On estime que l'industrie du tourisme en Turquie aura généré environ trois millions d'emplois d'ici à 2010. Le dernier plan de développement sur cinq ans anticipe que le tourisme international jouera un rôle de plus en plus important dans l'économie turque. Le ministère de la Culture et du Tourisme prévoit que d'ici à 2010, les arrivées et les recettes touristiques internationales augmenteront jusqu'à 30 millions de visiteurs et 30 milliards de dollars US, tandis que la capacité de lits hôteliers atteindra le chiffre d'un million (Mumcu, 2004).

4. Les impacts sociaux et culturels du tourisme en Turquie

Les chercheurs indiquent que le tourisme comme facteur de changement peut affecter les valeurs familiales traditionnelles (Tosun, 2002 ; Kousis, 1989), causer la commercialisation culturelle (Tosun, 1998 ; Cohen, 1988), faire augmenter le taux de criminalité (Nicholls, 1976) et entraîner des éléments négatifs comme la prostitution (Cohen, 1988) et les jeux d'argent (Pizam et Pokela, 1985). De plus, le développement touristique peut créer des conflits sociaux au niveau de la population locale, en raison des différences socioculturelles, des prestations économiques et des écarts de pouvoir d'achat entre la population locale et les touristes. En bref, il a été remarqué que les attitudes et perceptions des communautés d'accueil envers le développement et les touristes varient continuellement entre le négatif et le positif (King, Pizam et Milman, 1993 ; Pizam, 1978). À cet égard, Tosun (2002) affirme que les conclusions que l'on peut tirer de l'étude de l'impact du développement touristique sont que les impacts économiques sont perçus de manière majoritairement positive, tandis que les impacts culturels, sociaux, juridiques et environnementaux sont perçus, dans la plupart des cas, de façon négative ou neutre.

De plus, le tourisme provenant des pays développés a des impacts socioculturels négatifs, comme le déclin des traditions, le matérialisme, l'augmentation de la criminalité, des conflits sociaux, des phénomènes d'affluences, la détérioration environnementale, et la dépendance des pays en développement aux pays industrialisés (Dogan, 1989). En d'autres termes, le développement touristique et la présence de touristes peuvent transformer la structure socioculturelle et diversifier les communautés d'accueil auparavant homogènes. Pour Reising (1994) et Tosun (2002), les conséquences du contact social entre les touristes et les populations locales dépendent de leurs origines culturelles, et des conditions dans lesquelles ils interagissent. Le contact social entre les individus d'origines culturelles différentes peut provoquer des attitudes, perceptions et expériences négatives.

En se basant sur les discussions théoriques ci-dessus et sur les observations du consultant, on peut dire que la croissance du tourisme de masse a également créé un malaise chez les populations locales. Des recherches sur ce sujet menées en Turquie suggèrent que, dans les principales destinations touristiques, le surpeuplement, les problèmes de circulation et le bruit excessif ont causé des dérangements pour les populations locales. Il existe également des problèmes de manipulation et d'exploitation des populations locales pour satisfaire les besoins des touristes, souvent encouragés par les politiques nationales. Par exemple, certains disent qu'en regroupant le ministère du Tourisme et celui de la Culture, le patrimoine culturel et les valeurs traditionnelles ont été manipulés et exploités au nom de gains économiques à court terme issus du tourisme (Tosun, 1998). Les valeurs culturelles locales dans les destinations touristiques majeures sont devenues l'un des composants du produit touristique et sont utilisées comme un instrument marketing pour attirer plus de touristes et augmenter les marges des entreprises du secteur du tourisme (Dogan, 1989 ; Tosun, 2002). Par exemple, Tucker affirme que « le village de Göreme est construit et entretenu comme un site touristique [...] En effet, à Göreme, la valeur esthétique des habitations et du mode de vie troglodyte montre à quel point le tourisme a le pouvoir de façonner les paysages et les cultures selon ses propres besoins (1997 : 125). Les hôteliers et les restaurateurs

n'emploient pas des personnes spécialement formées pour exécuter des représentations de danse ou de théâtre traditionnels ; au contraire, ils préfèrent employer des équipes moins chères et non professionnelles, au prix de l'exploitation des valeurs culturelles. Les cérémonies traditionnelles comme les fêtes de circoncision et les mariages ont été utilisées dans des buts superficiels de divertissement des touristes. Certaines personnes disent que certaines pièces de théâtre traditionnelles ont été présentées sous des formes causant l'humiliation des communautés locales d'où les textes et les danses étaient originaires (Eroglu, 1995). De plus, la sur-commercialisation et l'émergence de la mentalité du « devenir riche vite » ont entraîné la production de masse de formes d'artisanat traditionnel sans prendre assez en considération leur authenticité.

D'autres résultats des recherches menées en Turquie montrent que les impacts sociaux du tourisme ont été perçus de façon plus négative, comparé aux recherches menées aux Îles Fidji et en Floride (États-Unis). Dans le cas de la ville d'Urgup en Turquie, les résultats peuvent être expliqués par la distribution des revenus du tourisme entre les membres de la communauté d'accueil et par les politiques économiques de la Turquie. Par exemple, spécialement dans le cas d'Urgup, les généreuses mesures incitatives du gouvernement pour le tourisme et les politiques de développement économique biaisées, qui ont accéléré la phase de développement de masse, ont planté des racines non durables (Tosun, 2002). Le gouvernement a encouragé les investissements à grande échelle grâce à des mesures incitatives monétaires et fiscales, mais :

[...] Les populations locales n'ont pas les capitaux suffisants pour mettre en place de vrais hôtels et magasins destinés aux touristes. Le capital doit provenir de sources non locales. De ce fait, il est très difficile pour les populations locales de jouer un rôle important en tant qu'entrepreneurs de tourisme [...] Des employés qualifiés ne provenant pas de la région d'Urgup ont été amenés pour travailler dans les hôtels, car la population locale manque de personnel qualifié pour certains postes hôteliers. Évidemment, le personnel local est employé pour les postes ne nécessitant pas de qualifications particulières (Tosun, 1998b : 601).

Cela suggère que l'aliénation socio-économique des populations locales par rapport au processus de développement touristique a sûrement entraîné les attitudes négatives face au tourisme en Turquie. À cet égard, Tosun (2002) affirme que l'émergence des perceptions négatives des résidents envers les impacts du tourisme a peut-être été accélérée par les politiques économiques des gouvernements locaux et centraux et de l'ignorance des mesures légales et sociales qui auraient dû être prises afin de minimiser les impacts négatifs et maximiser les impacts positifs du développement touristique. Cela montre que les gouvernements locaux et centraux en collaboration avec des ONG auraient pu prendre des mesures légales et sociales afin de transformer les perceptions négatives des communautés d'accueil en attitudes plus positives. Cependant, dans de nombreux pays en développement, dont la Turquie, les décideurs politiques du secteur du tourisme ont toujours tendance à essayer de cacher les impacts négatifs aux communautés d'accueil et tentent de développer cette industrie à tout prix afin de résoudre les problèmes macro-économiques chroniques et de maximiser les intérêts d'un petit nombre de personnes locales. Cela signifie que, malgré le fait que de nombreux chercheurs aient mentionné les impacts socioculturels indésirables du tourisme, les autorités publiques semblent ignorer ces faits ou prétendent les ignorer afin d'augmenter les revenus en devises étrangères si nécessaire pour les programmes d'industrialisation. Ozkan (1992, cité dans Tosun, 1996) rapportait que l'un des principaux responsables du ministère du Tourisme avait affirmé que l'industrie a des impacts positifs sur la société turque, connue pour être traditionnellement tolérante et accueillante, et qui pourra donc gérer la situation au mieux.

Cette approche irréaliste ou biaisée de la politique provient de la conviction que, si les impacts négatifs étaient connus, les habitants ne soutiendraient pas le tourisme. Mais de précédentes études ont prouvé que même ses meilleurs alliés ont conscience de ces impacts négatifs. Il serait donc logique que les décideurs politiques et les représentants du secteur privé acceptent de reconnaître que le tourisme puisse entraîner des impacts à la fois positifs et négatifs pour les communautés d'accueil. En reconnaissant cela, ils pourraient

collaborer ensemble et avec les communautés locales pour établir des mesures de développement participatives afin de minimiser les impacts négatifs et maximiser les impacts positifs. En d'autres termes, des mesures réfléchies peuvent être prudemment introduites afin de permettre aux populations locales de profiter des opportunités engendrées par le tourisme si leur objectif est d'atteindre un développement durable. Sans la reconnaissance de ces faits et la mise en place de mesures nécessaires, l'industrie pourrait perdre progressivement le soutien des communautés d'accueil, ce qui pourrait ensuite menacer la durabilité du développement dans le futur.

Il faut admettre que les perceptions locales des impacts du tourisme sont façonnées par certaines conditions spécifiques aux sites selon lesquelles les touristes et les locaux interagissent. Dans ce contexte, la perception qu'ont les habitants des impacts semble être affectée : par l'écart de niveau de vie entre les locaux et les touristes ; par la distribution des richesses issues du tourisme parmi les personnes locales et entre les personnes locales et non locales ; par les similarités et les différences socioculturelles entre les résidents et les touristes ; par le type, la phase et l'ampleur du développement ; par le niveau de participation de la communauté locale dans le processus de développement ; et par les politiques de loisirs des gouvernements locaux et centraux.

5. Les impacts du tourisme sur l'environnement en Turquie

L'environnement pour la demande et l'investissement touristique peut être catégorisé de différentes façons. En fonction d'un classement large, il est possible d'établir trois grandes catégories (voir Hunter et Green, 1995 ; Tosun et Fyall, 2005) :

- environnement physique (ou abiotique) ;
- environnement biologique (vivant) ;
- environnement socio-économique (dont l'environnement culturel).

On pourrait aussi catégoriser l'environnement de la façon suivante (voir OCDE, 1981 ; Tosun, 1996) :

- environnement naturel ;
- environnement construit par l'homme (le bâti) ;
- environnement socio-économique ;
- environnement culturel.

Cette dernière catégorisation est étroitement liée à la typologie utilisée pour décrire les atouts environnementaux attirant la demande et l'investissement touristique. Il peut être utile de la regarder plus en détail.

L'*environnement naturel* peut être composé d'éléments comme l'air, l'eau, la flore, la faune, le sol, le climat, le paysage, les formations géologiques, etc. L'*environnement construit par l'homme (le bâti)* comprend le patrimoine historique bâti (comme les monuments, les immeubles, etc.), les infrastructures, les superstructures, les espaces verts et espaces ouverts et d'autres éléments de l'urbanisme. L'*environnement socio-économique* peut comprendre les éléments politiques et économiques du pays de destination, comme la stabilité politique et économique, la fiscalité, les mesures d'incitation financières pour l'investissement touristique, la sécurité, etc. L'*environnement culturel* peut être composé de tous les éléments vivants d'une société, incluant l'histoire et donc dans ce contexte les valeurs, les croyances, la vie de famille, le comportement, la morale, l'art, etc.

Les composants des environnements naturel, construit par l'homme, socio-économique et culturel constituent un socle pour différents types de développement touristique. La qualité de ces composants environnementaux déterminera la rentabilité des investissements touristiques à court, moyen et long terme. Il n'est pas possible de dire qu'une catégorie environnementale est moins importante que les autres (et vice versa) pour la rentabilité de l'industrie touristique. Il faut garder à l'esprit que toutes les catégories d'environnement sont interdépendantes et liées les unes aux autres. Un changement dans l'une de ces catégories influencera les autres catégories. D'un autre côté, une fois que les composants de l'environnement utilisés comme contribution à l'investissement touristique sont transformés

ou dégradés, il n'est pas facile ou possible de rétablir la qualité naturelle, car l'évolution vers un système mature et auto-régulé exige parfois des milliers d'années. Par exemple, pour des pays comme la Turquie, la Grèce, l'Espagne ou d'autres pays du bassin méditerranéen, il n'est pas possible de rétablir la faune et la flore après la construction d'équipements touristiques sur les sols agricoles fertiles.

Évidemment, tandis que divers types de pollution causés par le développement touristique dans de nombreux pays méditerranéens ont déjà causé des dommages irréversibles à certains composants de l'environnement, ce qui a affecté de façon négative la rentabilité des établissements et des investissements touristiques, le développement touristique a également contribué à la conservation et la protection de divers composants de l'environnement. À cet égard, il pourrait être utile de considérer les impacts du développement touristique sur l'environnement en se référant spécifiquement à la Turquie. Bien que peu de travail y ait été fait (Tosun, 2001), ce pays a connu, à divers degrés, l'ensemble des impacts du tourisme, comme c'est également le cas de nombreux pays, surtout des pays en développement.

5.1 Pollution visuelle

Le tourisme turc s'est développé de manière rapide et superficielle. Les incitations fiscales et financières offertes aux entrepreneurs (dans les années 1980) et l'important afflux de tour opérateurs et d'hôteliers internationaux, combinés à l'absence de plan de développement touristique approprié, à l'inexpérience et au manque d'expertise ainsi qu'à un objectif d'augmentation illimitée de l'offre, ont conduit à l'émergence de nombreux problèmes environnementaux. Des barres d'immeubles ont par exemple été édifiées, au mépris de toute réglementation sur les constructions, le long des mers Méditerranée, Égée et de Marmara. Souvent disproportionnés et disgracieux par rapport à leur environnement, ces constructions risquent d'être non durables à long terme. « L'échec de l'intégration de considérations environnementales dans l'architecture des hôtels, restaurants et infrastructures de loisirs peut comporter de graves conséquences pour l'environnement comme pour l'économie » (Convery et Flanagan, 1992 : 147-48).

Les hôtels destinés aux touristes internationaux ne sont pas les seuls à causer une pollution visuelle et architecturale : de nombreuses caravanes et tentes colorées installées au hasard dans des campings mal conçus sont également responsables de la destruction du paysage. Le développement sporadique, dans les villes touristiques ou à proximité, de « résidences d'été » ou « secondaires », occupées que deux ou trois mois par an, est également source d'inquiétude : le phénomène du *fléau des bungalows* a déjà entaché le panorama de certaines des plus belles zones de Turquie.

Les détritiques sont un autre problème important. En Cappadoce, par exemple, « lorsque les touristes randonnent ou font de l'équitation, ils polluent l'environnement en jetant des boîtes de conserve ou des restes de nourriture » (Tosun, 1998 : 604). Les ordures et détritiques laissés en toute indifférence par les touristes altèrent la beauté et la qualité de l'environnement mais ont également de graves conséquences sur l'agriculture.

5.2 Impact sur la faune et la flore

Le développement du tourisme perturbe -voire détruit- inévitablement l'équilibre écologique d'une zone qui a mis des milliers d'années à évoluer vers un système mature, autorégulé et stable. Par exemple, un grand nombre d'hôtels et de résidences secondaires ont été construits sur le littoral turc, occasionnant la destruction d'olivaies et de vergers d'agrumes ainsi que la source de revenus de nombreux agriculteurs. De même, le développement touristique sur les plages ainsi que l'éclairage et le bruit émanant des installations touristiques ont influencé de manière négative la vie de *Caretta caretta* et de *Chelonia mydas*, deux espèces de tortue marine, sur une petite partie de la mer Méditerranée.

5.3 Pollution

Le développement rapide du tourisme de masse a surchargé les infrastructures locales de traitement des eaux usées et d'évacuation des déchets (Bywater, 1991). Sur les côtes turques, « la pollution environnementale est devenue un problème de taille dans les

destinations touristiques populaires, où règne l'absence de mesures destinées à lutter contre la production et l'augmentation des déchets. Des systèmes d'évacuation des eaux usées ont été installés uniquement à l'usage des habitants » (Tosun, 2001 : 95). L'augmentation du nombre d'hôtels et de la construction des résidences secondaires en Turquie a rendue insuffisante la capacité de charge de ces systèmes.

Au-delà de ces simples observations, peu d'analyses existent sur la pollution générée par le développement du tourisme de masse et sur ses incidences sur les habitants et les touristes en Turquie. Les graves conséquences de la pollution de l'eau dans différentes parties du monde révèlent que les effluents d'eaux usées non traitées ou partiellement traitées peuvent avoir de profondes répercussions sur la vie aquatique locale mais aussi sur la santé des touristes et des habitants. La pollution par les eaux usées peut altérer l'équilibre écologique d'une région, provoquant souvent le déclin significatif de la diversité des espèces en réduisant l'oxygène dissous dans l'eau et les sédiments, en augmentant la turbidité de l'eau, en comblant le fond de la mer, des lacs ou des fleuves et en favorisant l'accélération de l'eutrophisation (enrichissement en nutriments) des masses d'eau (Hunter et Green, 1995 : 19).

Les déplacements des touristes en voiture, bateau, train, autobus ou avion, ainsi que l'utilisation de combustibles fossiles destinés à fournir chauffage et énergie pour les infrastructures touristiques contribuent à la pollution atmosphérique. Il est important de souligner que la pollution atmosphérique ne rentre pas dans la catégorie d'autres impacts environnementaux du tourisme comme la pollution visuelle et la pollution de l'eau qui sont généralement localisés et restreints à une zone relativement réduite et délimitée. Les industries du transport aérien et du tourisme doivent se montrer concernées par l'environnement en prenant des mesures visant à réduire les émissions atmosphériques (Wheatcroft, 1991).

5.4 Impacts du tourisme sur les formations géologiques vulnérables

Le travertin de Pamukale et les cheminées de fées de Cappadoce sont des exemples de formations géologiques uniques, volcaniques et particulièrement vulnérables utilisées comme attractions touristiques en Turquie. Le site de Pamukale, autrefois connu sous le nom de Hiérapolis et situé en Anatolie occidentale, avec ses formations géologiques spectaculaires et uniques, est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. Le développement rapide du tourisme dans cette région a entraîné, en l'absence de plans de développement touristique et urbain adéquats, une urbanisation anarchique depuis les années 1980.

Les touristes, tant étrangers que locaux, laissent traîner des déchets solides (boîtes de conserve, bouteilles et mégots) sur le travertin, ce qui contribue à la détérioration de cette ressource naturelle fragile et unique. Finalement, l'urbanisation touristique sur le site de Pamukale a progressivement altéré l'environnement magnifique que viennent admirer les visiteurs.

Les paysages et structures géologiques fabuleux ainsi que les sites religieux et historiques, principales attractions des touristes, distinguent la Cappadoce des autres destinations turques. Mais l'attitude irresponsable de certains touristes, qui font preuve de peu de connaissances ou d'intérêt pour ces étonnantes formations géologiques, a endommagé ces formations volcaniques remarquables, peut-être de manière irréversible.

5.5 Impacts du tourisme sur les autres ressources naturelles

L'utilisation d'espèces de feuillus pour la construction et la décoration d'infrastructures touristiques luxueuses ainsi que l'élaboration de matériaux isolants avec des chlorofluorocarbures appauvrissant l'atmosphère ont des conséquences globales sur l'environnement. L'eau douce est une autre ressource naturelle surexploitée par les infrastructures touristiques. Le développement du tourisme de masse s'est déroulé sur les côtes de la Turquie dont le climat est relativement sec et où les ressources en eau douce sont rares. Hamele (1998) rapporte que dans le bassin méditerranéen, l'hôtellerie consomme

400 litres d'eau par jour et par client, contre 70 litres au maximum par habitant et par jour. En outre, certaines infrastructures de loisirs, comme les terrains de golf, sont particulièrement gourmandes en eau si on veut maintenir l'état du parcours au niveau exigé (Tananone, 1991). La surexploitation des feuillus et de l'eau douce par les touristes et les infrastructures touristiques montre que le tourisme pèse gravement sur les ressources renouvelables et favorise la disparition de la végétation.

5.6 Impacts positifs du tourisme sur l'environnement

Le tourisme, malgré ses nombreux impacts négatifs, peut également entraîner des conséquences favorables. Il a réactivé des ressources du patrimoine auparavant sous-utilisées ou abandonnées, générant des bénéfices économiques et sociaux à la fois pour les populations locales et les visiteurs internationaux. Il est indéniable que sans environnement attractif, le tourisme ne peut se développer. De nombreux sites, édifices et monuments ont été réhabilités et préservés afin de rendre la Turquie plus attractive aux yeux des touristes internationaux. Avant les années 1980, par exemple, les églises creusées dans la roche et les villes souterraines servaient de lieu de stockage des produits agricoles pour les habitants de Cappadoce. L'émergence du tourisme comme secteur économique fort au milieu des années 1980 a permis à l'État de les protéger. Le tourisme permet également de préserver les ressources naturelles en Turquie en donnant à certaines zones le statut de parc national. Mathieson et Wall (1992 : 97) expliquent à ce propos que « la conservation et la préservation des zones naturelles, sites archéologiques et monuments historiques sont des conséquences positives du tourisme. La protection de ces ressources touristiques primordiales améliore et perpétue à son tour le tourisme en préservant ses fondements ».

6. Conclusion

Nous pouvons tirer certaines conclusions générales à partir du débat ouvert dans ce rapport, des documents officiels et des recherches menées sur le développement du tourisme en Turquie. En premier lieu, la Turquie a fait l'expérience d'un développement touristique rapide depuis le milieu des années 1980, sans faire l'objet d'une véritable planification. La principale conséquence est que « le tourisme, première source de devises et d'emplois, est perçu comme une priorité nationale par rapport aux objectifs secondaires tels que la préservation du patrimoine culturel, l'environnement, la répartition équitable de la croissance économique, etc., qui constituent les principes mêmes du développement touristique durable » (Tosun, 2001 : 292). La maximisation des profits économiques du tourisme semble toujours être prioritaire sur la réduction des conséquences négatives du tourisme sur l'environnement, à cause des impératifs macro-économiques. Bien que la Turquie ait indiqué, dans son plan de développement à long terme, qu'elle avait l'intention de passer à une approche moins myope et plus globale et moderne du développement touristique, cette approche n'a pas encore été mise en pratique.

Deuxièmement, il n'est pas acceptable d'affirmer que toutes les formes de développement touristique représentent une menace pour l'environnement. Comme l'explique l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) (1983 : 12), ce n'est pas le tourisme qui porte le virus qui attaque l'environnement, mais plutôt les méthodes employées pour le développer sans que les autorités ne prennent leurs responsabilités et avec pour seul objectif de développement la rentabilité économique à court terme.

Diverses raisons expliquent la détérioration actuelle de l'environnement induite par le développement du tourisme. Pour bien les comprendre, il est nécessaire d'examiner les impacts du tourisme sur l'environnement dans la perspective d'une analyse écologique politique. Il est important de connaître les idéologies qui déterminent l'utilisation des ressources et qui influencent les groupes sociaux qui bénéficient du développement touristique et ceux qui n'en bénéficient pas (Tosun, 2002 ; Stonich, 1998).

Troisièmement, la Turquie a fait du tourisme un instrument de croissance économique alternatif mais aussi un outil de changement social. Il était notamment perçu comme un moyen d'européaniser la Turquie, comme une stratégie politique internationale pour donner une image favorable du pays aux occidentaux, et aussi comme un moyen de mettre en

œuvre les stratégies de croissance liée à l'exportation, élaborées et recommandées par les organisations internationales. En outre, la Turquie a utilisé le tourisme comme un outil politique d'apaisement des affrontements chez les jeunes dans les années 1980, en important la consommation, les loisirs et le sexe à travers les touristes occidentaux. En bref, les priorités politiques du gouvernement et des bureaucrates l'ont emporté sur les impacts négatifs inattendus que le développement rapide du tourisme de masse a eus sur l'environnement et les aspects socioculturels.

Quatrièmement, l'industrie touristique, à travers le clientélisme entre les organes locaux et centraux du gouvernement et les hommes d'affaires, a créé de forts intérêts économiques dans différentes communautés rurales attractives pour le développement du tourisme de masse. « Alors que les populations ne disposent pas d'habitations et d'écoles correspondant aux normes nationales, de systèmes d'irrigation efficaces et de matériel agricole moderne, les hôtels de luxe et les infrastructures de loisirs pour les touristes ont utilisé les ressources des municipalités et ont reçu une grande partie des fonds publics au titre de mesures incitatives » (Tosun, 1998 : 601) pour « installer une bulle écologique protectrice autour du touriste de masse » (Cohen, 1972 : 171) sous la forme de son environnement habituel. Cette situation provient de la répartition anarchique des ressources par les autorités turques et de l'accès préférentiel aux organes de prise de décision. Le tourisme environnementalement durable ne peut, dans ce contexte sociopolitique peu favorable, être un objectif réaliste.

II. CHAPITRE II - ÉVALUATION APPROFONDIE DES PROGRES REALISES

1. Maîtriser les impacts territoriaux et environnementaux du tourisme

La majeure partie des impacts environnementaux du tourisme sont dus à la présence d'un grand nombre d'équipements destinés au tourisme de masse dans des zones prédéterminées, particulièrement sur la côte turque, et à la concentration de touristes dans ces zones sur de courtes périodes. À cet égard, l'expérience turque démontre que le développement touristique peut favoriser la distribution inégale des ressources/attractions naturelles et culturelles. Étant donné le profil de la demande touristique en Turquie, on peut conclure que le soleil, la mer, la plage et les hommes ont créé des attractions qui sont devenues des facteurs dominants dans la distribution régionale du développement touristique. À titre d'exemple, certaines régions sous-développées, où le tourisme est également relativement moins développé qu'ailleurs, présentent un potentiel énorme pour le tourisme culturel, rural et hivernal. Cependant, le problème principal réside dans le fait que, dans certaines de ces régions, les infrastructures de base sont insuffisantes et ne sont pas à la hauteur des standards de confort européens que les touristes occidentaux exigent – la bulle protectrice de leur environnement habituel (Cohen, 1972). En outre, comme le développement touristique en Turquie est traditionnellement stimulé par un type particulier de tourisme associé au soleil, à la mer et à la plage (héliotropisme), les zones situées loin du littoral en ont toujours été les laissés-pour-compte. D'un autre côté, l'un des facteurs qui influence le plus la concentration de l'activité touristique dans les régions relativement développées semble être l'utilisation du transport aérien pour se rendre en Turquie. Des aéroports répondant aux standards internationaux ont été uniquement construits dans les grandes villes, lesquelles se trouvent, pour la plupart, sur le littoral. Comme on peut le voir dans le tableau 2.1, entre 2004 et 2006, 50 % des vols charter (à l'arrivée et au départ de la Turquie) ont transité par des aéroports de la région méditerranéenne, 24 % par ceux de la région égéenne et 20 % par les aéroports situés dans la région de Marmara. Au total, ce sont donc 94 % des vols charter qui sont passés par les aéroports des villes plus favorisées du littoral. Dans les zones sous-développées de Turquie, le manque d'infrastructures de transport aérien adéquates limite la mobilité des touristes. La situation est la même dans d'autres pays en développement tels que les Bahamas, la Malaisie, le Maroc et la Tunisie (Oppermann, 1993). Finalement, la faible mobilité des touristes dans les pays de destination limite la répartition des bénéfices économiques et accentue leur concentration dans les destinations touristiques les plus populaires, où sont généralement situés les centres

politiques et économiques. Ainsi, le tourisme n'a pas réussi à stimuler le développement économique des régions les plus pauvres des pays en développement.

Dans les sections suivantes, nous étudierons l'impact territorial et environnemental du développement touristique en Turquie en nous référant aux recommandations « Tourisme et développement durable », adoptées en 1999 sur proposition de la CMDD. Nous analyserons en particulier dans quelle mesure ces recommandations ont été prises en considération dans le processus de planification et d'élaboration de politiques de développement touristique et quels types d'obstacles ont entravé leur mise en œuvre.

Tableau 5 Répartition des vols charter (arrivées et départs) transitant par les aéroports turcs par année et par région

REGIONS	AIR PORTS	2004			2005			2006		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
MEDITERRANEAN	ADANA (ŞAKİRPAŞA)	2127	127056	131359	3035	143788	153520	3004	149499	152693
	ANTALYA (MERKEZ)	61703	5200329	549112	71286	5885269	6043180	65427	5270125	5444145
	ISPARTA (S.DEMİREL)	35	1081	2688	28	1411	2487	195	16347	14770
	Regional Total	Number %	63865 %47,5	5328466 %53,5	5383159 %53,6	74349 %48,3	6030468 %54,9	6199187 %54,2	68626 %53,0	5435971 %57,7
MARMARA	İSTANBUL (ATATÜRK H.L.)	28738	1406524	1390701	32982	1430718	1478542	21459	1126431	1154574
	TEKİRDAĞ (ÇORLU)	126	5064	4900	624	6911	7928	739	18480	17920
	ÇANAKKALE (MERKEZ)	-	-	-	-	-	-	10	97	124
	BURSA(YENİŞEHİR)	92	4553	8006	136	9827	5196	148	7356	17537
Regional Total	Number %	28956 %21,5	1416141 %14,2	1403607 %14,0	33742 %21,9	1447456 %13,1	1491666 %13,0	22356 %17,2	1152364 %12,2	1190155 %12,3
AEGEAN	İZMİR (A.MENDERES)	8458	647937	649884	9030	662102	683519	5678	403482	402436
	MUĞLA (DALAMAN)	15292	1274592	1278842	17052	1422833	1459847	13091	1140307	1182422
	MUĞLA (DALAMAN)	9978	818721	822237	11620	957071	1110587	10295	790971	786752
	DENİZLİ(ÇARDAK)	4	119	108	4	310	282	5	289	191
Regional Total	Number %	33732 %25,1	2741369 %27,5	2751071 %27,4	37706 %24,5	3042316 %27,7	3254235 %28,4	29069 %22,4	2335049 %24,7	2371801 %24,5
BLACK SEA	TRABZON (MERKEZ)	659	27931	29033	690	30641	30610	612	32862	33166
	SAMSUN (ÇARŞAMBA)	262	16581	13116	526	16335	19840	353	23985	25518
Regional Total	Number %	921 %0,68	44512 %0,44	42149 %0,42	1216 %0,79	46976 %0,42	50450 %0,44	965 %0,74	56847 %0,60	58684 %0,60
SOUTHEAST ANATOLIA	GAZİANTEP (MERKEZ)	304	19560	19891	45	3267	2615	178	8221	10409
	DIYARBAKIR (MERKEZ)	-	-	-	172	8068	14207	106	6750	7232
Regional Total	Number %	304 %0,2	19560 %0,19	19891 %0,19	217 %0,14	11335 %0,10	16822 %0,14	284 %0,2	14971 %0,15	17641 %0,18
EASTERN ANATOLIA	VAN (MERKEZ)	16	818	1809	28	1071	1733	21	1124	1440
	ERZURUM (MERKEZ)	186	8747	10558	201	13116	12474	223	11809	12623
Regional Total	Number %	202 %0,15	9565 %0,09	12367 %0,12	229 %0,14	14187 %0,12	14207 %0,12	244 %0,18	12933 %0,13	14063 %0,14
CENTRAL ANATOLIA	KONYA(MERKEZ)	139	10662	10047	230	13574	16194	331	20335	18898
	ANKARA (ESENBOĞA)	4831	296059	312922	4620	266017	282684	5838	276066	279054
	KAYSERİ (MERKEZ)	1323	88636	84897	1347	93042	88307	1564	99230	96436
	NEVŞEHİR (KAPADOKYA)	62	4077	5149	86	7862	5616	167	16003	7567
Regional Total	Number %	6355 %4,7	399434 %4,0	413015 %4,0	6283 %4,1	380495 %3,0	392801 %3,4	7900 %6,1	411634 %4,3	401955 %4,1
	GRAND TOTAL	134335 %100	9959047 %100	10025259 %100	153742 %100	10973233 %100	11419368 %100	129444 %100	9419769 %100	9665907 %100

1: (vols charter au départ et à l'arrivée)

2: (Nombre de passagers à l'arrivée)

3: (Nombre de passagers au départ)

Source : ministère de la Culture et du Tourisme (2008)

1.1 Prévenir et réduire les impacts négatifs des aménagements, de l'urbanisation et des infrastructures touristiques sur le littoral

Comme nous l'avons mentionné au chapitre I de ce rapport, la Turquie a, en tant que pays en développement, connu un développement touristique relativement rapide entre les années 1980 et 1990 que plusieurs raisons peuvent expliquer. On peut notamment citer : (i) les incitations fiscales et financières accordées aux entrepreneurs touristiques par un gouvernement dirigé par les militaires ; (ii) l'influence des fournisseurs d'hébergement et des tour opérateurs internationaux ; (iii) l'absence de plan de développement touristique adéquat, le manque d'expérience et d'expertise et la mission que s'est donnée le pays d'accroître à tout prix la capacité de l'industrie touristique nationale (Brotherton et al., 1994 ; Tosun et Jenkins, 1996 ; Tosun et Timothy, 2001). Bien que d'autres facteurs aient pu contribuer à la croissance rapide du tourisme en Turquie, ces trois éléments semblent être les plus importants. De nombreuses erreurs, lourdes de conséquences, ont été commises pendant cette période : elles sont notamment dues à la négligence dans l'attribution des permis de construire et à la construction de rangées d'immeubles sur le littoral des mers Méditerranée, Égée et de Marmara (Tosun, 2000 ; 2001).

La croissance rapide et non planifiée de l'industrie du tourisme a ainsi entraîné des effets négatifs sur les zones urbaines dotées d'un riche patrimoine culturel et d'autres attractions. Les nouveaux immeubles, routes, chaussées et mobiliers urbains de haute qualité ont déjà transformé le cadre de petites villes consacrées exclusivement au tourisme, en particulier sur le littoral et dans certaines régions du centre de la Turquie (Tosun, 1998). La région de la Cappadoce constitue un bon exemple : des Chrétiens primitifs s'y sont réfugiés et y ont bâti de nombreuses églises en creusant les rochers de la vallée de Göreme. Ces églises de pierre sont décorées d'impressionnantes fresques religieuses (Turizm Bankasi, 1986). Aujourd'hui, les touristes qui font preuve de peu de connaissances ou d'intérêt pour ces sites religieux ont, par inadvertance, commencé à les endommager en se comportant de manière irresponsable. Certaines constructions sont en effet employées comme salons de thé ou comme bars, tandis que d'autres ont été achetées par des étrangers qui visitent la région chaque année. Bref, les mesures pour prévenir la dégradation de cet environnement ont été insuffisantes et, par conséquent, nous assistons au commencement d'une époque de développement touristique non durable.

C'est dans ce contexte que peuvent être formulées de nombreuses recommandations pour l'élaboration de politiques destinées à anticiper et réduire les impacts du développement touristique mentionnés plus tôt. Certaines de ces recommandations seront examinées en détail dans les sections suivantes.

1.1.1 Se doter des instruments nécessaires à l'évaluation des impacts sur l'environnement des programmes et grands projets touristiques

Des enquêtes auprès des organismes centraux tels que le ministère de la Culture et du Tourisme et le ministère de l'Environnement et de la Forêt ont été réalisées afin de savoir si des instruments destinés à évaluer les impacts environnementaux des programmes et grands projets touristiques avaient été mis en place. Selon les autorités, malgré l'absence d'une politique officielle écrite pour la mise en œuvre de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable (SMDD) adoptée par les parties contractantes à la Convention de Barcelone, le développement touristique durable est devenu l'une des priorités de la Turquie. À titre d'exemple, les autorités nationales telles que le ministère de la Culture et du Tourisme, le ministère de l'Environnement et de la Forêt et l'Organisation de planification nationale ont identifié, grâce à la participation de plusieurs parties prenantes de l'industrie du tourisme, trois objectifs principaux pour le développement touristique : accroître la compétitivité de l'industrie touristique ; offrir un environnement social et culturel acceptable tant pour les touristes que pour la population locale ; protéger, préserver et mettre en valeur les ressources naturelles et le patrimoine construit. Bien que ces trois objectifs n'aient pas encore été atteints, certains efforts semblent avoir été mis en œuvre. En effet, la Turquie a déjà, dans le cadre du processus d'intégration et d'adhésion à l'Union européenne (UE),

adopté la directive de l'UE concernant l'Étude d'impact sur l'environnement (EIE) selon laquelle les projets d'investissement touristique pour une capacité d'accueil supérieure à 50 chambres doivent maintenant obligatoirement réaliser une EIE. Cependant, on rapporte qu'en dépit des améliorations de la législation et de la réglementation, la plupart des investisseurs touristiques ne satisfont pas aux exigences légales de la loi n°2872 sur l'environnement et du règlement EIE 23/6/97 (Erdogan et Baris, 2007).

Trois obstacles semblent entraver la mise en œuvre des instruments destinés à évaluer l'impact environnemental des programmes et grands projets touristiques :

- le manque de contrôle ;
- le clientélisme et le favoritisme ;
- le manque de connaissances dans le domaine du développement touristique durable.

Il est évident que, si la Turquie ne prend pas les mesures nécessaires pour assurer l'application de la réglementation en vigueur en matière de protection de l'environnement et ce, de manière objective en abandonnant le clientélisme, l'atteinte des objectifs de développement touristique durable risque d'être très difficile.

1.1.2 Procéder à des évaluations des capacités d'accueil des destinations et prendre les mesures nécessaires pour s'assurer de la limitation de l'offre aux capacités ainsi définies

La capacité d'accueil d'une destination touristique se définit en quelques mots comme le nombre maximal de visiteurs pouvant être accueillis dans un endroit précis (O'Reilly, 1986). Cette définition « évoque des images de limite, de plafond ou de seuil précis que le développement touristique ne doit pas dépasser » (Williams et Gill, 2005 : 195). D'un point de vue environnemental, « il s'agit du nombre maximal de personnes pouvant utiliser un site sans entraîner une altération inacceptable de l'environnement physique ou une baisse de la qualité de l'expérience vécue par les visiteurs » (Mathieson et Wall, 1982). Dans une perspective socioculturelle, la capacité d'accueil se définit comme « le seuil de croissance du tourisme à partir duquel la population locale prend conscience, tout bien considéré, de l'atteinte d'un niveau inacceptable de désavantages sociaux liés au développement touristique » (d'Amore, 1983 : 144). En d'autres mots, « les populations locales peuvent accueillir un certain nombre de touristes. Au-delà de cette capacité ou de ce seuil, la croissance du tourisme pourrait entraîner des impacts sociaux ou environnementaux négatifs et diminuer les retours sur investissements » (Allen et al., 1988 : 16-17). Il est dès lors important de déterminer la capacité d'accueil sociale et environnementale des destinations touristiques afin d'atteindre un développement touristique durable. Toutefois, bien que la capacité d'accueil ait été étudiée par de nombreux spécialistes (Pearce, 1989 ; Inskip, 1994 ; Tosun, 2001 ; 2001 ; Williams et Gill, 2005), aucun d'entre eux n'a su élaborer une méthode systématique pour la déterminer. Ce n'est pas étonnant, car déterminer la capacité d'accueil sociale implique l'étude de variables sociales subtiles dont les interactions, complexes, sont difficiles à déterminer ou à prendre en compte. Bref, il n'est généralement pas facile d'établir précisément la capacité d'accueil d'une destination. Son calcul dépend en grande partie des hypothèses retenues et elle peut évoluer avec le temps. Malgré tout, il s'agit d'une technique très utile pour orienter la planification et permettre un niveau de développement durable.

Suite à l'observation du consultant et à des enquêtes auprès des principales parties prenantes de l'industrie du tourisme, tout porte à croire que les capacités d'accueil socioculturelles et environnementales des destinations turques n'ont pas été calculées. En outre, aucune initiative n'a été mise en place dans cet objectif. Bien qu'aucune étude détaillée n'ait été réalisée pour déterminer l'impact de l'utilisation abusive du patrimoine naturel, humain et construit, plusieurs recherches sur le sujet ont révélé que certaines destinations touristiques turques avaient connu des expériences négatives dues au dépassement de la capacité d'accueil. À cet égard, on rapporte qu'en dépit du riche potentiel de la Turquie pour des formes de tourisme autres que le tourisme de masse, notamment l'écotourisme et le tourisme culturel et rural, le premier a délibérément été encouragé afin d'atteindre les objectifs économiques à court terme des gouvernements qui se sont succédés

au pouvoir dans les années 1980 et 1990. Du fait du manque de contrôle et de planification et de la mauvaise gestion du développement touristique, stimulé par les intérêts de puissants milieux d'affaires et de tour opérateurs internationaux, les destinations touristiques du littoral ont dépassé leur capacité d'accueil, sont victimes de pollution architecturale et sont moins compétitives sur le marché international. Si la Turquie souhaite que l'industrie du tourisme continue de contribuer à son économie en générant des emplois pour les jeunes – de plus en plus nombreux – et les gains en devises étrangères desquels elle dépend pour financer son industrialisation, elle doit adopter une stratégie équilibrée de diversification de produits (Tosun et Jenkins, 1996 ; Tosun, 2001 ; 1998 ; Tosun, Fletcher et Fyall, 2006).

En outre, la pollution de l'environnement est devenue un véritable problème dans ces destinations touristiques populaires du fait du manque de mesures mises en œuvre pour gérer la production de nouveaux déchets ou d'une quantité croissante de déchets. Dans de nombreuses destinations touristiques turques – si ce n'est pas partout – les systèmes d'évacuation et d'assainissement des eaux usées ont été uniquement conçus pour répondre aux besoins de la population locale, sans tenir compte du développement touristique. La capacité de charge de ces systèmes a rapidement été dépassée avec l'augmentation rapide du nombre d'hôtels et de résidences secondaires, combinée à l'arrivée d'un nombre significatif d'ouvriers en provenance de régions moins développées pour travailler sur les chantiers de construction. Ces ouvriers sont ensuite restés pour occuper des emplois de jardiniers, plongeurs, serveurs et autres métiers du même type (Tosun, 2001).

Des preuves attestent du dépassement de la capacité d'accueil environnementale et physique des destinations touristiques locales, mais également de l'absence de prise en compte de la capacité d'accueil sociale. Par exemple, les embouteillages et le bruit des voitures gênent la population locale. En effet, dans les destinations populaires telles que Kusadasi, Bodrum, Marmaris et Urganis, les cars de tourisme klaxonnent alors que ce n'est pas nécessaire. Certains quittent les axes principaux et empruntent les rues des quartiers résidentiels. Les cars qui font la navette entre les hôtels et l'aéroport sont une source de dérangement inacceptable pour la population locale, en particulier lorsqu'ils circulent tôt le matin et tard le soir. En outre, certains bars, discothèques et boîtes de nuit sont ouverts jusqu'à tard le soir et mettent la musique à plein volume, ce qui gêne les habitants de la région qui doivent se lever tôt pour travailler à la ferme, par exemple. En haute saison, les embouteillages semblent être devenus un véritable problème, notamment dans la région de la Cappadoce. On peut notamment observer ce problème devant les églises troglodytes les plus connues, situées sur l'axe principal. Parfois, quatre ou cinq cars y attendent leurs passagers, partis visiter les églises taillées dans la pierre et les villes souterraines. Ceux-ci restent deux ou trois heures au même endroit pour visiter les principales attractions avant de partir, généralement tous en même temps. Les embouteillages mettent à rude épreuve la patience des touristes et des locaux et constituent dès lors une source de gêne. Les problèmes de circulation ne sont cependant pas uniquement dus au surencombrement, mais également au manque de contrôle et d'organisation du réseau. Certaines dispositions pourraient permettre de résoudre le problème, du moins à court terme. Dans de nombreuses destinations touristiques, l'encombrement est devenu un problème ingérable les jours de marché (*halkpazari*). Les aires prévues pour les marchés publics en plein air ont en effet été conçues et aménagées pour satisfaire les besoins de la population locale. Les marchés publics en plein air semblent attirer les touristes étrangers : les prix y sont relativement bas et il y règne une ambiance traditionnelle. Toutefois, les vendeurs se préoccupent tellement des touristes étrangers qu'ils en oublient parfois les besoins des locaux. La population locale se sent ainsi humiliée par le manque d'attention dont elle fait l'objet. Les propriétaires des boutiques estiment en effet qu'il est plus avantageux de faire des affaires avec les touristes étrangers qui risquent d'acheter plus sans marchander, contrairement à la population locale (Tosun, 1998 ; 2001 ; 2002).

En se fondant sur les faits mentionnés ci-dessus concernant la nécessité de déterminer la capacité d'accueil des destinations touristiques, plusieurs conclusions peuvent être formulées. Premièrement, si la Turquie ne cherche pas à évaluer la capacité d'accueil de ses destinations touristiques, la pollution de l'environnement ne peut qu'empirer. Deuxièmement, l'ignorance et l'utilisation abusive des ressources naturelles pourraient entraîner des effets

irréversibles sur la promotion d'un développement touristique durable. Troisièmement, le dépassement de la capacité d'accueil des destinations touristiques locales pourrait provoquer l'apparition de tensions entre les hôtes et les visiteurs. Enfin, la Turquie pourrait, pour avoir ignoré les capacités d'accueil environnementales, physiques et sociales de ses destinations touristiques, perdre en compétitivité face aux autres destinations du marché touristique international.

1.1.3 Renforcer ou créer les outils législatifs, réglementaires et de gestion foncière permettant de contrôler l'urbanisation touristique et de protéger les sites naturels les plus précieux

Comme nous l'avons vu dans les sections précédentes, une mauvaise gestion de l'urbanisation dans les destinations touristiques populaires, l'utilisation abusive des ressources naturelles et la pollution de l'environnement sont devenues de véritables problèmes. Le manque de contrôle, d'outils législatifs et réglementaires ainsi qu'un mécanisme de gestion foncière inadéquat semblent être à l'origine de ces problèmes. Ainsi, afin de surmonter ou de limiter les conséquences négatives de cette situation, plusieurs recommandations concernant les politiques à adopter pourraient être examinées. Nous étudierons ci-dessous plus en détail certaines de ces recommandations.

Doter les zones côtières subissant une forte pression de développement touristique de plans d'aménagement et d'occupation des sols prenant en compte les aspects environnementaux.

Selon des documents officiels, les fortes pressions liées au développement touristique ont déjà poussé le gouvernement à adopter la loi n°3621 du 4 avril 1990 sur la protection du littoral. Deux ans plus tard, la loi a été révisée et des règlements supplémentaires y ont été ajoutés. La version mise à jour, la loi n°3830 sur la protection du littoral, a été adoptée le 1^{er} juillet 1992. Ces règlements avaient pour objet la planification et le contrôle du développement du littoral et de l'aménagement des terres. À cette fin, certains concepts pertinents tels que « ligne de côte » (*kıyı çizgisi*), « ligne de bord de mer » (*kıyı kenar çizgisi*) et « bande côtière » (*sahil şeridi*) ont été définis afin de prévenir l'urbanisation côtière anarchique et un développement plus poussé. Le terme de **ligne de côte** fait référence au point atteint par la mer, une rivière ou d'un lac en conditions météorologiques et atmosphériques normales. La **ligne de bord de mer** se définit comme l'extrémité des plages ou d'autres formations naturelles créées par l'eau comme les endroits sablonneux, les plages de galets ou de rochers, les terrains marécageux, les marais, etc. En prenant comme point de référence les définitions précédentes, la **bande côtière** se situe à 100 m de la ligne de bord de mer vers l'intérieur des terres.

La bande côtière se divise en deux parties. La première se trouve entre la ligne de bord de mer et une ligne imaginaire située à 50 m vers l'intérieur des terres, tandis que la seconde est comprise entre la limite de la première partie et l'extrémité de la bande côtière, à 50 m vers l'intérieur des terres. Dans la première partie de la bande côtière, seul l'aménagement d'espaces ouverts tels que les espaces verts, les aires de jeux pour enfants, les sentiers, les aires de repos et autres espaces de loisirs est autorisé. Il est important de noter qu'aucune construction en béton n'y est autorisée. Dans la seconde partie de la bande côtière, la construction d'infrastructures touristiques publiques, ouvertes à tous sans discrimination, ainsi que de routes, parkings publics et sanitaires est autorisée. Il est à noter que la présence d'établissements d'hébergement y est interdite.

Bien que les lois n°3621 et 3830 sur la protection du littoral semblent augurer un meilleur avenir, elles n'ont pas réussi à mettre un frein à la pollution architecturale le long des bandes côtières de la Méditerranée et de la mer Égée. Plusieurs raisons peuvent être invoquées.

En premier lieu, le développement du tourisme de masse sur le littoral a commencé au milieu des années 1980 dans un contexte de crise économique et politique. En 1982, le gouvernement a promulgué la loi n°2634 d'encouragement au tourisme, destinée à accélérer le développement du tourisme de masse. Cette loi a encouragé de nombreux entrepreneurs, tant publics que privés, à réaliser d'importants investissements en capital fixe dans l'industrie touristique par la construction d'hôtels, de ports de plaisance, de piscines, etc. Elle prévoyait un large éventail d'incitations fiscales et financières. Ses dispositions comprenaient

notamment l'appropriation des terres appartenant à l'État pour le développement touristique, la diminution des formalités bureaucratiques auxquelles devaient se soumettre les investisseurs touristiques et un relâchement des restrictions liées à l'embauche de travailleurs étrangers dans le secteur touristique. Elle prévoyait également la mise sur pied de projets de développement de l'éducation et de la formation professionnelle et donnait la priorité à l'amélioration des services de téléphone, télégramme et poste. Ces incitations ont été accordées aux entrepreneurs qui ont investi dans les *régions touristiques, les zones touristiques et les centres touristiques*, tel que prévu par la loi n 2634 d'encouragement au tourisme. Il convient de souligner que les bandes côtières des mers Méditerranée et Égée ont été choisies en priorité comme destinations des investissements, tant publics que privés (Duzgunoglu et Karabulut, 1999 ; Tosun, 1999). Cette situation a provoqué une concentration géographique des investissements au détriment de coûts environnementaux, économiques et sociaux de toutes sortes. Bref, il était déjà trop tard lorsque les lois n 3621 et 3830 sur la protection du littoral ont été adoptées respectivement en 1990 et en 1992. Le littoral était déjà, dans les années 1990, occupé par une rangée d'infrastructures touristiques construites sans qu'aient d'abord été élaborés des plans adéquats d'aménagement et d'occupation des sols.

De la même façon, les lois sur la protection du littoral ont été ignorées ou violées en raison d'un contrôle insuffisant et d'une politique de clientélisme largement répandue entre les années 1950 et 1990. À cet égard, des spécialistes du tourisme ont soutenu que le développement des infrastructures touristiques des régions côtières des mers Méditerranée et Égée s'est fait, en grande partie, de manière anarchique malgré l'existence de directives de développement et de planification de l'aménagement des terres de ces régions (zones d'investissement touristique du sud-ouest de la Turquie), élaborées par le ministère du Tourisme (Brotherton et Himmetoglu, 1997 ; Tosun, 2001 ; 2006). Il est indiqué également que « bien qu'ils évoluent au sein de l'économie officielle, les hommes d'affaires turcs sont des spécialistes du contournement des règles » (The Economist, 1996 : 13). Par conséquent, en l'absence d'un mécanisme de contrôle efficace, les entrepreneurs privés ont tendance à ignorer les règlements concernant l'aménagement du territoire. C'est dans ce contexte que s'inscrit le développement touristique des bandes côtières des mers Égée et Méditerranée, qui reflète l'absence d'approches de planification détaillée et intégrative pour le développement du tourisme et le manque de contrôle de la mise en œuvre des règlements liés à l'aménagement du territoire. Des hôtels et autres infrastructures ont été construits sans prendre en considération les styles architecturaux traditionnels ou dominants. L'absence de planification et la pollution des ressources ont compromis les possibilités d'un développement touristique durable. La situation a ainsi donné lieu à une pollution architecturale offrant un exemple du « syndrome du chantier ».

Éviter une urbanisation généralisée trop proche des côtes et la construction de routes parallèles et proches du rivage favorisant ce mode d'urbanisation et générant une circulation altérant la qualité des destinations. Évidemment, en l'absence de plans d'aménagement urbain et d'occupation des sols adéquats, plusieurs villes côtières ont attiré l'attention des investisseurs et des propriétaires de résidences secondaires. La construction d'une rangée d'immeubles le long de la bande côtière et de routes parallèles trop proches du rivage offre un exemple de mauvaise gestion des terres et de planification de l'urbanisation. Des villes comme Kusadasi et Bodrum constituent de bons exemples de cette situation.

Identifier les sites littoraux les plus remarquables (tels que les zones humides, dunes...) et mettre en place des mesures assurant leur protection, par exemple la création de réserves naturelles ou d'agences foncières permettant, le cas échéant, leur acquisition. En Turquie, les espaces naturels remarquables qui présentent des particularités nationales et internationales sont délimités, protégés, mis en valeur et gérés par la loi n°2873 sur les parcs nationaux, promulguée en 1983. La Direction générale pour la protection de la nature et les parcs nationaux, gérée par le ministère de l'Environnement et de la Forêt, est l'organisme officiel responsable de la mise en œuvre de cette loi. Cet organisme a défini 39 espaces naturels du pays comme parcs nationaux, pour une superficie totale de 878 801 hectares. Parmi ceux situés sur le littoral, le parc national de la péninsule de Dilek, avec ses 11 km de plage de sable et sa superficie de 10 995 hectares, est l'un des plus remarquables. Il a été

créé en 1966. En vertu de la loi n°2873 sur les parcs nationaux, la construction de tout type d'infrastructure y est interdite et les activités humaines sont soumises à un contrôle très strict par la direction du parc. Ce parc naturel a donc été préservé et n'a connu aucune détérioration depuis 1966 (Tableau 6).

Il est à noter que l'identification et l'enregistrement d'un site en tant qu'espace naturel remarquable (parc national) exigent de longues procédures. C'est pourquoi seuls 39 espaces naturels ont été identifiés et enregistrés comme parcs nationaux jusqu'à aujourd'hui. Quarante-quatre pour cent de la superficie de ces parcs est située dans les régions côtières et 46 %, dans les régions non côtières (Tableau 6).

1.1.4 Mettre en œuvre des programmes permettant de réhabiliter les destinations matures en faveur de l'environnement

Deux exemples majeurs de programmes permettant de réhabiliter les destinations matures en faveur de l'environnement méritent d'être cités. Le premier cas concerne une destination touristique locale, Dalyan, connue pour ses tortues marines (Figure 1). Selon Kaska et al. (2001), l'altération des zones de plage pour les adapter aux goûts des vacanciers risque d'avoir de nombreuses répercussions préjudiciables pour les tortues marines. Une activité en apparence aussi bénigne que le fait de se relaxer, allongé sur une serviette ou un matelas, influe sur la température du sable. C'est également le cas des chaises longues qui, en outre, lorsqu'elles sont laissées sur la plage pendant la nuit, gênent la progression des tortues vers les meilleurs sites de ponte. Les parasols font non seulement diminuer la température du sable, mais peuvent également endommager les œufs si leur pic est enfoncé dans un nid. Il est donc nécessaire de placer des cages protectrices sur les nids sur toutes les plages de nidification fréquentées par les touristes.

Tableau 6 Répartition régionale des parcs nationaux

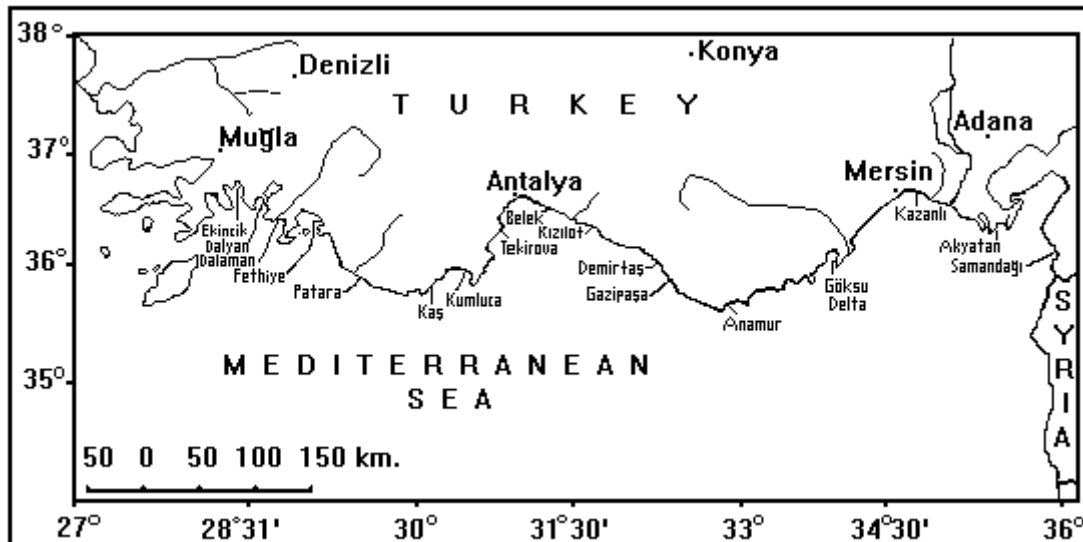
REGIONS	NOM	VILLE	REGION (HA)	%
MARMARA	Kuşçenneti	Balıkesir	24047	2,73
	Uludağ	Bursa	12732	1,44
	Gelibolu Yarımadası T.M.P	Çanakkale	33000	3,75
	Kazdağı	Balıkesir	21300	2,42
	Troya T.M.P	Çanakkale	13350	1,51
	Gala Gölü	Edirne	6090	0,69
	İğne ada Longoz Ormanları	Kırklareli	3155	0,35
Total Regional	113674			12,93
MER NOIRE	Ilgaz Dağı	Kastamonu-Çankırı	1118	0,12
	Altındere Vadisi	Trabzon	4800	0,54
	Boğazköy – Alacahöyü	Çorum	2634	0,29
	Kaçkar Dağları	Rize	51550	5,86
	Hatila Vadisi	Artvin	17138	1,95
	Karagöl – Sahara	Artvin	3766	0,42
	Yedigöller	Bolu	2019	0,22
	Kastamonu – Bartın Küre Dağ.	Kastamonu, Bartın	37172	4,22
Total Regional	120197			13,67
MER EGEE	Dilek Y.– B.Menderes D.	Aydın	27675	3,14
	Spil Dağı	Manisa	6694	0,76
	Başkomutan T.M.P	Afyon	40742	4,63
	Honaz Dağı	Denizli	9616	1,09
	Marmaris	Muğla	33350	3,79
	Saklıkent	Muğla	12390	1,40
	Regional Total	130467		
ANATOLIE CENTRALE	Yozgat çamlığı	Yozgat	1264	0,14
	Soğuksu	Ankara	1195	0,13
	Beyşehir Gölü	Konya	88750	10,09
	Aladağlar	Niğ., Adana, Kayseri	54524	6,20
	Göreme T.M.P	Nevşehir	9572	1,08
	Sultan Sazlığı	Kayseri	24523	2,79
Total Regional	179828			20,46
ANATOLIE DE L'EST	Munzur Vadisi	Tunceli	42000	4,77
	Sarıkamış-Allahuekber Dağları	Kars, Erzurum	22980	2,61
	Ağrı Dağı	Ağrı, Iğdır	87380	9,94

REGIONS	NOM	VILLE	REGION (HA)	%
Total Regional	152360			17,33
MEDITERRANEE	Karatepe – Aslantaş	Adana	7715	0,87
	Kızıldağ	Isparta	59400	6,75
	Güllük Dağı – Termessos	Antalya	6702	0,76
	Kovada Gölü	Isparta	6534	0,74
	Beydağları Sahil M.P.	Antalya	30969	3,52
	Köprülü Kanyon	Antalya	36614	4,16
	Altınbeşik Mağarası	Antalya	1156	0,13
Total Regional	149090			16,96
ANATOLIE DU SUD	Nemrut Dağı	Adıyaman	13850	1,57
	Tek Tek Dağları	Urfa	19335	2,20
Total Regional			33185	3,77
GRAND TOTAL			878801	100

Source : Information du ministère de l'Environnement et de la Forêt par contact personnel.

La plupart des touristes sont conscients du fait que les tortues marines sont en voie de disparition, mais la grande majorité d'entre eux ne réalisent pas que des actes en apparence aussi inoffensifs puissent avoir des conséquences si dévastatrices. Bien que les effets négatifs de leur présence ne puissent être complètement éliminés, un contrôle plus strict de l'emplacement des matelas et des parasols peut améliorer la situation, et leur enlèvement pendant la nuit, faciliter la progression des tortues vers les meilleurs sites de nidification. De telles mesures ont eu un impact positif sur les plages de Dalyan (Figure 1). Il s'agit en effet d'un excellent exemple qui démontre de quelle façon le tourisme peut coexister avec les tortues marines et d'autres espèces de la faune et de la flore. À Dalyan, un équilibre optimal a été atteint en imposant des mesures de contrôle très strictes, appliquées de manière rigoureuse, sur les 4 km de plage d'Iztuzu. Ces mesures incluent notamment l'interdiction d'y accéder pendant la nuit et des restrictions concernant l'emplacement des chaises longues et des parasols. En Turquie, c'est maintenant à Iztuzu que viennent pondre le plus de tortues marines. Malgré ces restrictions sévères, le tourisme international a tout de même progressé rapidement au centre touristique voisin, situé au bord d'un fleuve. Des études ont démontré que les touristes ne sont pas gênés par ces restrictions et que le degré de satisfaction générale est élevé (Kaska, 2001 ; Tosun, 2001).

Figure 1 Sites de nidification des tortues marines en Turquie



Source : Kaska et al. (2001)

La plage de Patara offre un autre exemple intéressant : la publicité a contribué à la mise en œuvre de mesures officielles rigoureuses destinées à protéger cette longue et magnifique plage. Bien qu'elle ne soit pas aussi jalousement gardée que la plage d'Iztuzu, à Dalyan, l'accès y est interdit le soir et le développement le long du littoral est strictement contrôlé. Il convient de souligner que la réhabilitation de ces destinations matures en faveur de l'environnement et de la biodiversité a été rendue possible grâce aux efforts des ONG

nationales et internationales, en collaboration avec l'industrie touristique locale et les pouvoirs publics. Cette coopération et les pressions ont donné lieu à l'élaboration de mesures de contrôle très strictes et à la révision des plans de développement.

Le site de Pamukale constitue un autre exemple intéressant. Situé dans l'ouest de la Turquie et autrefois connu sous le nom de Hiérapolis, le site de Pamukale, avec ses formations géologiques spectaculaires et uniques, est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. Depuis les années 1980, le développement rapide du tourisme dans cette région a entraîné, en l'absence de plans adéquats de développement touristique et d'aménagement, une urbanisation anarchique responsable de deux problèmes majeurs. Premièrement, l'exploitation des eaux thermales souterraines par les hôtels et les motels pour alimenter les piscines et les thermes a provoqué une diminution de la nappe phréatique et risque, à plus long terme, d'entraîner l'épuisement de certaines sources chaudes naturelles. Deuxièmement, des fractures sont remplies de déchets provenant des municipalités, hôtels et motels voisins et le ruissellement des eaux de surface entraînent les polluants à l'intérieur du réservoir principal d'eau thermale, conduisant à l'apparition de deux nouveaux problèmes. D'abord, les eaux thermales polluées précipitent sous forme de travertin souillé, d'apparence disgracieuse. Ensuite, elles risquent de menacer notre santé si elles continuent d'être employées pour alimenter les thermes et les piscines et à servir de boissons à des fins médicinales (Altunel et Hancock, 1994 : 129). Les touristes, tant étrangers que locaux, font preuve de négligence et laissent traîner des déchets solides (boîtes de conserve, bouteilles et mégots) sur le travertin, ce qui contribue à la détérioration de cette ressource naturelle fragile et unique. Finalement, l'urbanisation touristique sur le site de Pamukale a progressivement altéré l'environnement magnifique que viennent admirer les visiteurs.

Après avoir observé l'impact environnemental négatif des grands chantiers de construction d'infrastructures touristiques et d'un grand nombre de visiteurs, les collectivités locales, en collaboration avec les organismes centraux concernés, ont adopté plusieurs mesures destinées à préserver et mettre en valeur le site de Pamukale. On peut notamment citer les mesures suivantes :

- les véhicules ne sont pas admis sur le site ;
- les visiteurs doivent enlever leurs chaussures pour marcher sur le travertin ;
- l'utilisation des eaux thermales par les hôtels et les motels est soumise à un contrôle très strict ;
- un système efficace de collecte de déchets solides et des panneaux d'avertissement s'adressant aux visiteurs ont été mis en place afin de réduire la pollution due aux déchets solides laissés par les visiteurs.

Bien que les exemples de réhabilitation de destinations matures cités soient limités, ils révèlent un début de prise de conscience quant à la nécessité de préserver et d'améliorer la qualité de notre environnement.

Mettre en place des mécanismes permettant, lorsque c'est possible, une contribution financière du secteur du tourisme à la protection et à la gestion des sites naturels et culturels. Le secteur privé turc n'a jamais fait preuve de volonté pour protéger ses propres ressources. L'industrie du tourisme peut être présentée, à cet égard, comme un exemple d'absence de volonté. Bien que le gouvernement ait offert de généreuses incitations fiscales et financières par l'intermédiaire de la loi n°2634 d'encouragement au tourisme, le secteur du tourisme n'a consenti aucune contribution financière à la protection et la gestion des sites naturels et culturels. Malheureusement, le secteur privé a pris l'habitude d'obtenir ce qu'il veut en faisant pression sur les organismes publics par le lobbying et les relations de clientélisme. On estime généralement que le secteur public est le seul responsable du financement des mesures de protection et de gestion de l'environnement destinées à assurer un développement durable. Bien que quelques ONG se consacrent également à la protection et la préservation de l'environnement, leurs moyens financiers sont très limités.

1.2 Réduire la consommation de ressources naturelles et les pollutions induites par l'hébergement et les activités touristiques

Comme nous l'avons mentionné dans les sections précédentes, dans de nombreux pays en développement, le développement touristique détruit ses propres assises par l'exploitation irréversible des ressources naturelles et la production de déchets. Ainsi, l'exploitation du sol, de l'eau et des essences de feuillus peut servir d'exemple. Bien qu'aucune donnée fiable ne soit disponible à ce sujet, on rapporte que les terres agricoles fertiles, y compris les jardins, situées le long du littoral des mers Méditerranée et Égée ont été utilisées pour construire diverses infrastructures touristiques telles que des hôtels, des restaurants, etc. Dans ce contexte, les importations croissantes de produits agricoles (SPO, 1996 ; Tosun, 1999) et la détérioration des conditions de vie de la classe rurale turque (Yeldan, 1988 ; Boratav, 1990 ; Hansen, 1991 ; Tosun, 2001) laissent supposer que le développement touristique s'est fait sur des terres agricoles de valeur et qu'il a dès lors privé le secteur agricole de ressources financières qui lui reviendraient normalement. Comme le soutient Allcock (1986 : 575), « la question ne se limite pas à l'aspect économique, elle est également d'un grand intérêt politique et sociologique ». Cette situation reflète l'indifférence politique des gouvernements des pays en développement quant aux questions de développement rural, et le système généralement approximatif d'affectation des ressources.

La surexploitation de certaines ressources, comme les essences de feuillus employées dans la construction et la décoration d'infrastructures touristiques luxueuses ou l'eau douce utilisée pour alimenter certaines infrastructures de loisirs, a des conséquences globales sur l'environnement. On rapporte qu'un touriste utilise environ six fois plus d'eau qu'un habitant local dans une seule journée (Hamele, 1998). En outre, certaines infrastructures de loisirs, comme les terrains de golf, sont particulièrement gourmandes en eau si on veut maintenir l'état du parcours au niveau exigé (Tananone, 1991). D'un autre côté, selon l'un de nos principaux informateurs, l'absence de contrôle stricts et de réglementation interdisant aux hôteliers de polluer l'environnement, en particulier aux premiers temps du développement touristique, explique la contamination des réservoirs d'approvisionnement en eau par des déchets non solides et la pollution des eaux souterraines et de surface.

Ces affirmations concernant la pollution de l'eau dans les destinations touristiques populaires vont dans le même sens que les enquêtes sanitaires réalisées par Kocasoy (1989) dans les stations balnéaires de Bodrum et Cesme, deux des principales destinations de Turquie. Selon cette enquête, les touristes étrangers et leurs enfants sont particulièrement susceptibles de contracter des maladies liées à une mauvaise qualité de l'eau par la baignade en haute saison. Le rejet ou le déversement volontaire ou accidentel de pétrole, d'essence et de déchets organiques et inorganiques dans la mer sans traitement préalable est également responsable de la pollution à grande échelle de la mer. Des déchets solides sont aussi souvent jetés à la mer depuis les bateaux. À l'exception de ces quelques observations au sujet de la Turquie, peu d'analyses détaillées concernant la pollution de l'eau causée par le développement du tourisme de masse et ses impacts sur la population locale et les touristes sont disponibles. Cependant, dans diverses parties du monde, les conséquences graves de la pollution de l'eau induite par un développement touristique rapide soulignent le fait que « la pollution de l'eau due à des effluents d'eaux usées non traitées ou partiellement traitées peut avoir de profondes répercussions sur la vie aquatique locale et la santé des touristes et de la population locale ».

Jusqu'à présent, aucune étude n'a été menée pour explorer la relation entre la pollution de l'air et le tourisme en Turquie. Selon des études pertinentes appartenant à la littérature touristique, les touristes voyageant en voiture, bateau, train, autobus ou avion, ainsi que l'utilisation de combustibles fossiles destinés à fournir chauffage et énergie pour les infrastructures touristiques contribuent à la pollution atmosphérique. Alors que divers autres impacts environnementaux du tourisme comme la pollution visuelle et la pollution de l'eau sont des phénomènes généralement localisés et restreints à une zone relativement réduite et délimitée, il est important de souligner que ce n'est pas le cas de la pollution atmosphérique. L'utilisation croissante de combustibles fossiles et les rejets de polluants tels

que le dioxyde de carbone, les oxydes de soufre et d'azote, produits par une demande touristique accrue, contribuent à la pollution atmosphérique à une échelle importante, voire mondiale (Wheatcroft, 1991). En outre, selon Copeland (1992), le trafic aérien est responsable, à lui seul, de 2 % des émissions mondiales de dioxyde de carbone dues aux combustibles fossiles.

Afin de surmonter ces problèmes, plusieurs recommandations peuvent être formulées. Premièrement, le problème de saisonnalité de l'industrie touristique doit être résolu. La plupart des impacts environnementaux du tourisme sont dus à la présence d'un grand nombre d'infrastructures destinées au tourisme de masse dans des zones prédéterminées, en particulier dans les régions côtières de Turquie, et à la concentration de touristes dans ces zones pendant de courtes périodes. Répartir la demande touristique dans le temps et l'espace permettrait de limiter les impacts environnementaux du tourisme provoqués par la concentration de touristes dans des espaces restreints et sur de courtes périodes. Des statistiques démontrent d'ailleurs qu'entre 2000 et 2006, 54 % des touristes internationaux ont visité la Turquie entre les mois de juin et septembre (Tableau 7). Les formes alternatives de tourisme telles que l'écotourisme, le tourisme à intérêt particulier et le tourisme rural doivent être développées et encouragées afin de limiter la concentration du développement touristique dans l'espace et le temps. L'association des agences de voyage turques (TURSAB) et l'association des investisseurs du tourisme de Turquie (TYD) apportent leur soutien aux formes alternatives de tourisme, en particulier dans les régions non côtières (Kuleli, 1999 ; Seckelmann, 2002). Cependant, selon Tosun et Fyall (2005), bien que diverses initiatives aient été mises en place dans différentes parties du monde afin de développer des formes alternatives de tourisme pour éviter les impacts environnementaux du tourisme de masse sur le littoral, ces objectifs ne semblent avoir été véritablement atteints nulle part.

Deuxièmement, il faut promouvoir une gestion environnementale adéquate des infrastructures touristiques et des destinations. Dans cet objectif, divers programmes de certification comme Pavillon bleu (Blue Flag) ou ISO 1400 peuvent être encouragés. En Turquie, entre 1997 et 2007, le nombre de plages et de marinas lauréates du Pavillon bleu est passé, respectivement, de 25 à 235 et de 6 à 14. Grâce à ces chiffres, la Turquie se situe désormais au 5^e rang sur 41 pays. Ces données suggèrent que la Turquie évolue vers de meilleures pratiques de gestion environnementale (Mavi Bayrak (Pavillon bleu), <http://www.ntvmsnbc.com/news/407038.asp>, consulté pour la dernière fois le 3 février 2008). Toutefois, seuls 35 établissements de tourisme ont obtenu un certificat de conformité aux normes internationales telles que ISO 9001, ISO 14001, etc. (TSE, 2008, information obtenue par contact personnel).

Troisièmement, il faut promouvoir l'utilisation de sources d'énergie alternatives. Malgré l'abondance des sources d'énergie alternatives dont bénéficie la Turquie, notamment les énergies éolienne, géothermique et solaire, leur utilisation par l'industrie du tourisme turque n'a pas atteint un niveau satisfaisant. L'énergie solaire est uniquement employée pour chauffer l'eau alors qu'elle aurait pu devenir la principale source d'énergie pour la cuisine, l'éclairage, le chauffage, etc. Il semble n'y avoir aucune source de données fiable quant à l'utilisation des sources alternatives d'énergie par les infrastructures touristiques.

Tableau 7 Répartition mensuelle du nombre de touristes en Turquie, 2000-2006

Mois	2000 %	2001 %	2002 %	2003 %	2004%	2005%	2006%	MOYENNE %
JAN	333915 3,20	359320 3,09	306597 2,31	363983 2,59	533694 3,04	700469 3,31	667337 3,36	384758.8 2.98
FÉV	354487 3,39	404653 3,48	426405 3,21	481252 3,43	607854 3,47	696 643 3,29	626565 3,16	437257.6 3.34
MARS	435158 4,17	547365 4,71	675 687 5,09	499 663 3,56	784 107 4,47	107348 5,24	921892 4,65	454432.7 4.55
AVRIL	721128 6,91	884805 7,61	852 930 6,43	669 288 4,77	1104270 6,30	1348264 6,38	1372 922 6,92	825259.5 6.47
MAI	986 376 9,45	1231562 10,59	1325752 10,00	1146309 8,17	1799130 10,27	2302389 10,89	1918809 9,68	1259090.4 9.86
JUIN	1079 148 10,34	1387 955 11,94	1457615 10,99	1510 951 10,76	1898435 10,83	2402912 11,37	2368 628 11,95	1439341.6 11.7
JUILLET	1525 718 14,63	1776821 15,29	1897112 14,31	2130949 15,18	2 591140 14,79	3180802 15,15	3109 727 15,68	1935255.5 15.0
AOÛT.	1419 244 13,60	1601331 13,78	1900120 14,33	2 275055 16,21	2 492794 14,23	2861141 13,54	2905817 14,66	1852114.5 14.34
SEPT.	1368 538 13,12	1440365 12,39	1770566 13,35	1874329 13,35	2 125025 12,13	2502123 11,84	2267146 11,43	1629260.5 12.51
OCT.	1178 481 11,30	1065825 9,17	1420386 10,71	1657726 11,81	1842277 10,51	2108398 9,98	1713916 8,64	1359054.4 10.30
NOV.	602 396 5,77	520962 4,48	662985 5,00	776 181 5,53	948 815 5,41	1052561 4,98	1020106 5,14	672804.2 5.18
DEC.	423564 4,06	398005 3,42	559873 4,22	643872 4,58	789367 4,50	861836 4,07	926968 4,67	544134.4 4.21
TOTAL %	10428153 100	11618969 100	13256028 100	1402958 100	1751698 100	2112486 100	1981983 100	

Source : ministère du Tourisme (2000, 2003, 2007).

1.3 Maîtriser l'évolution des activités de loisirs touristiques affectant l'environnement marin et côtier

Les plages et la mer sont manifestement utilisées pour diverses activités de loisirs. La navigation de plaisance et les sports aquatiques (jet ski, plongée, etc.) peuvent avoir des conséquences particulièrement graves sur l'environnement et la biodiversité sous-marine. En outre, les jet ski peuvent être dangereux pour les baigneurs. En effet, plusieurs accidents impliquant des jet ski ont été rapportés en Turquie et plusieurs personnes, notamment des enfants, ont trouvé la mort dans ces accidents.

Vingt et un ports de plaisance ont obtenu du ministère de la Culture et du Tourisme une licence d'exploitation touristique et 10 sur 21, une licence d'investissement touristique, attribuée elle aussi par le ministère (MCT, 2007, information obtenue par contact personnel). Quatorze ports de plaisance sur 21 peuvent hisser le Pavillon bleu. D'après ces données, environ 70 % des ports de plaisance satisfont à des normes de gestion des eaux respectueuses de l'environnement. Cependant, environ 30 % d'entre eux n'ont pas mis en place de système de gestion respectueux de l'environnement. On estime également que « le tourisme de plaisance a donné lieu à une pollution importante de l'eau dans certaines destinations touristiques des zones côtières. À titre d'exemple, les yachts ont pollué les eaux de mer autour du port de plaisance de Kusadası en déversant des eaux usées dans la mer sans traitement préalable. Des déchets solides (boîtes de conserve, bouteilles...) sont jetés à la mer depuis les yachts (Tosun, 2001 : 295).

Pour remédier aux problèmes expliqués ci-dessus et dus aux activités de loisirs touristiques, plusieurs recommandations peuvent être formulées. Premièrement, un contrôle plus strict devrait être mis en place et les organismes officiels devraient régulièrement effectuer des vérifications pour s'assurer que les ports de plaisance respectent les normes en vigueur. Deuxièmement, la circulation des jet ski devrait être contrôlée par des agents de sécurité, en particulier pendant la haute saison. Les contrôles devraient être plus stricts et les utilisateurs

de jet ski qui enfreignent les règlements en vigueur devraient payer des amendes importantes. Le fait d'ignorer ces recommandations pourrait entraîner la multiplication des accidents mortels près du littoral et des plages publiques. Troisièmement, des normes précises devraient être établies pour les yachts et autres embarcations afin d'éviter la pollution marine. Un mécanisme de contrôle strict doit être créé et respecté. Enfin, des programmes de sensibilisation à la protection de l'environnement devraient être mis en place. À titre d'exemple, des séminaires et des ateliers de sensibilisation pourraient être organisés pour les capitaines des yachts et des embarcations.

2. Promouvoir un tourisme facteur de développement social, culturel et économique durable

Grâce à ses multiples particularités, l'industrie touristique peut sans problème être employée comme un instrument clef du développement durable, contrairement à d'autres industries comme l'automobile, le textile et autres industries lourdes. Cette affirmation s'applique particulièrement aux pays du bassin méditerranéen, car ceux-ci bénéficient d'attributs favorables à l'industrie du tourisme. En effet, ils jouissent d'un avantage comparatif pour plusieurs sortes de produits touristiques grâce notamment à leurs caractéristiques propres, à une dotation avantageuse en termes de ressources et à un fort potentiel de développement touristique. En bref pour utiliser le tourisme comme un instrument efficace et un vecteur puissant du développement durable en Méditerranée, les activités de l'industrie du tourisme doivent être planifiées, orientées et rigoureusement contrôlées. Elle doit en outre permettre le partage équitable des bénéfices et des coûts entre les parties prenantes en respectant la culture locale et en préservant et protégeant le patrimoine culturel et naturel. Plusieurs stratégies peuvent être recommandées afin d'atteindre ces objectifs. On peut notamment citer :

- l'élaboration de stratégies nationales et locales visant à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable ;
- la promotion de la diversification du tourisme et un aménagement équilibré des territoires.

Ces stratégies seront étudiées en détail dans les prochaines sections en s'inspirant de certaines données concernant la Turquie en tant que pays en développement de la région méditerranéenne.

2.1 Développer des stratégies au niveau national et local de manière à mieux concilier tourisme, environnement et développement durable

Les impacts négatifs d'ordre socioculturel et environnemental du développement touristique couplés à une forte dépendance aux tour opérateurs internationaux et aux pays émetteurs montrent que les stratégies de prise de conscience aux niveaux national, régional et local visant à mieux concilier tourisme et environnement selon des principes de développement touristique durable font cruellement défaut en Turquie. Une recherche sur les défis du développement touristique durable (DTD) en Turquie a permis de déterminer certains facteurs comme principes de base (Tosun, 2001). Ces facteurs sont les suivants :

- le DTD doit contribuer à la satisfaction des besoins fondamentaux et perçus des habitants des destinations touristiques, qui ont été jusqu'ici exclus ;
- le DTD doit réduire les inégalités et la pauvreté absolue dans les destinations touristiques ;
- le DTD doit contribuer à l'émergence, dans les destinations touristiques, des conditions nécessaires à ce que les populations locales gagnent en estime de soi et s'affranchissent des maux que sont le besoin, l'ignorance et la misère. Cela signifie que le DTD doit aider les communautés d'accueil à se libérer ou à s'émanciper des conditions de vie matérielles aliénantes et de la servitude sociale à la nature, à l'ignorance, aux autres, à la misère, aux institutions et aux croyances dogmatiques ;
- le DTD doit accélérer la croissance économique nationale, mais aussi régionale et locale. Cette croissance doit être équitablement répartie sur l'ensemble de l'échelle sociale ;

- le DTD doit remplir ces objectifs ou principes dans une période non limitée dans le temps, et ce sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins.

Le DTD peut être bénéfique si les principes précités sont appliqués. La plupart des conséquences néfastes du tourisme de masse pourraient disparaître, et de nombreuses autres formes de tourisme pourraient voir le jour. Il existe néanmoins des limites à sa mise en place dans un pays en développement comme la Turquie (voir Tosun, 2000). Ces limites sont les suivantes :

- les priorités de l'économie nationale ;
- l'absence d'une approche moderne du développement touristique ;
- la structure de l'appareil administratif public ;
- l'apparition de problèmes environnementaux et d'une sur-commercialisation ;
- la structure du système touristique international.

Ces facteurs, autant d'obstacles au développement touristique durable, deviennent des défis dans le contexte de la Turquie en développement. Il est à noter que certains de ces défis sont interdépendants et ne sont donc pas complètement exclusifs. Afin d'appliquer les principes du développement touristique durable et de relever ces défis, différentes stratégies politiques, éducatives, financières et administratives peuvent s'avérer nécessaires, dont voici quelques exemples :

- la décentralisation du système administratif public du tourisme ;
- le développement et la mise en place d'une approche participative du développement touristique ;
- l'éducation des parties prenantes au tourisme, du côté de la demande comme de l'offre, à la nécessité d'appliquer les principes du développement touristique durable ;
- le partage des coûts et des bénéfices de l'industrie de manière équitable.

Ces recommandations politiques, qui visent à parvenir à un développement touristique durable, sont particulièrement difficiles à mettre en œuvre. Cependant, les représentants des gouvernements locaux, du pouvoir central, des ONG et du secteur privé, devraient se réunir pour réfléchir entre autres à la manière d'appliquer ces stratégies, afin de parvenir à un développement durable. Il serait possible, par exemple, de repenser les rôles des parties prenantes : on pourrait faire pression sur le secteur privé pour qu'il consacre de plus grandes parties de son budget à la mise en place de principes de développement touristique durable ; les ONG pourraient agir plus concrètement dans les campagnes de sensibilisation à la question environnementale en éduquant divers groupes concernés comme les touristes, grâce à des brochures, des activités éducatives, etc.

2.2 Promouvoir un tourisme diversifié et un développement régional équilibré

Le développement du tourisme dans les régions rurales ou relativement pauvres d'un pays est susceptible de réduire les déséquilibres entre les zones développées et les zones sous-développées. Avec l'expansion du secteur touristique, l'économie de la région concernée bénéficie de nouveaux revenus, des emplois sont créés et les salaires augmentent. Le niveau de développement régional lié au tourisme dépend généralement du degré d'intégration de l'industrie dans l'économie régionale et du degré de fuites économiques. La croissance touristique peut atténuer l'écart entre les régions développées et sous-développées dans un pays, ce qui confère au tourisme le rôle d'outil de promotion d'un développement régional plus équilibré.

Il semble cependant que les régions les plus développées de Turquie aient été désignées comme des machines de croissance pour accélérer le taux d'expansion économique nationale, maximiser les intérêts des puissantes élites d'affaires et réaliser les objectifs à court terme du gouvernement. Le tourisme est l'une des principales composantes de cette machine de croissance, qui a contribué à amplifier les écarts entre les régions et les classes (Tosun, 2002). En vertu de la loi n°2634 d'encouragement au tourisme de 1982, le gouvernement a créé des régions, zones et centres touristiques. On entend par régions

touristiques des zones géographiques délimitées et déclarées par le Comité des ministres sur recommandation du ministère du Tourisme en vue du développement touristique. Les zones touristiques correspondent à des zones géographiques spécifiques des régions touristiques qui bénéficient de la priorité des investissements et dont la localisation et les limites sont décidées par le Comité des ministres sur recommandation du ministère du Tourisme. Les centres touristiques sont des zones géographiques au sein ou hors des régions touristiques dont l'emplacement et les limites sont décidés par le Comité des ministres sur recommandation du ministère du Tourisme, et qui disposent d'un fort potentiel de développement touristique (Resmi Gazete, 1982 : 3).

Les investissements touristiques hors de ces régions, zones et centres n'ont pas pu bénéficier de la loi n°2634 d'encouragement au tourisme, qui prévoyait un certain nombre de mesures incitatives généreuses, notamment :

- attribution à long terme de terrains publics aux investisseurs ;
- fourniture des principales infrastructures par l'État ;
- lignes de crédit à long, moyen et court terme pour la construction, l'équipement et l'exécution des opérations ;
- taux préférentiels pour l'électricité, l'eau et le gaz dans les zones prioritaires et les centres ;
- priorité pour les équipements de communication ;
- emploi de personnel étranger jusqu'à 20 % du total des employés, conformément à la législation ;
- exemptions de certaines taxes douanières ;
- primes d'encouragement ;
- subventions à l'investissement ;
- primes de soutien à l'utilisation des ressources ;
- exemption d'impôts, de taxes douanières et de cotisations pour les crédits d'investissement à long et moyen terme ;
- exemption des taxes liées à la construction ;
- report des taxes sur la valeur ajoutée (Duzgunoglu et Karabulut, 1999 : 12)

La loi n°2634 d'encouragement au tourisme prévoit que « le critère de création de régions, zones et centres touristiques est l'attractivité naturelle, historique, archéologique et socioculturelle pour des touristes de certaines zones géographiques et leur potentiel en matière de sports d'hiver, d'activités nautiques et de chasse » (Resmi Gazete, 1982, 4). La logique derrière ces critères était la capacité de ces zones à attirer un maximum de touristes faisant entrer un maximum de devises étrangères, principal besoin d'une économie en crise. Le gouvernement a donné la priorité aux projets d'investissements touristiques de grande échelle et ciblant le tourisme de masse, à coups entre autres de mesures incitatives financières généreuses pour remplir ses objectifs politiques à court terme. La crise économique et les troubles sociopolitiques provoqués par les affrontements entre la droite et la gauche, qui ont mené au coup d'État militaire de 1980, n'ont guère laissé d'autre choix au gouvernement que la poursuite de ses objectifs politiques à court terme pour juguler la crise économique et les conflits sociopolitiques avant qu'il ne soit trop tard.

Cependant, la plupart des régions, centres et zones touristiques choisies étaient déjà des régions littorales relativement développées. Comme l'indique l'Association turque des Agences de voyage (TURSAB),

une bande littorale, allant de la limite provinciale de Balikesir à l'extrémité de la province d'Antalya et qui comprenait Izmir, Kuşadası, Bodrum, Marmaris et d'autres destinations aujourd'hui populaires, a été déclarée région prioritaire afin d'y concentrer des investissements à la fois publics et privés. Ensuite, le ministère du Tourisme a lancé des travaux d'aménagement des espaces à visée touristique, en coordination avec le ministère de la Reconstruction et de la Réinstallation, afin de combler l'écart entre les plans de développement dépourvus de dimension spatiale et les projets de mise en œuvre (Duzgunoglu et Karabulut, 1999, 12).

Le Tableau 8 montre que les régions développées (Marmara et les côtes égéenne et méditerranéenne par exemple) ont accueilli la plus grande part des crédits destinés au

tourisme alloués par le gouvernement. Les régions les moins développées (l'est et le sud-est de l'Anatolie) ont reçu quant à elles la plus petite part des crédits destinés au tourisme, et ont fait l'objet du plus petit nombre de projets d'investissement touristique (Türkiye Kalkınma Bankası, 1990). En d'autres termes, tandis que les régions de la mer Égée, de Marmara et de la Méditerranée, zones relativement développées, ont bénéficié en moyenne de 83 % des crédits à l'investissement touristique et de 53 % des crédits d'exploitation au titre de mesures incitatives pour le développement touristique entre 2001 et 2007, la mer Noire et les régions du centre, du sud-est et de l'est de l'Anatolie, zones moins développées, n'ont reçu que 17 % des crédits à l'investissement touristique et attiré 47 % des crédits d'exploitation sur la même période.

Cela signifie que bien que le gouvernement soit parvenu à atteindre la capacité d'hébergement souhaitée, il a échoué à attirer les investissements touristiques dans les régions les moins développées, notamment l'est et le sud-est de la Turquie (voir Tableau 8). Les chiffres relatifs au tourisme turc viennent confirmer cette assertion et montrent que le développement touristique a eu lieu dans les régions les plus développées et a été un précieux outil de réalisation des objectifs d'industrialisation fixés par le gouvernement et ses clients. Le Tableau 2.5 indique qu'en moyenne, entre 1996 et 2006, 90 % des touristes internationaux ont visité les régions turques les plus développées et y ont passé environ 94 % des nuitées. En outre, la durée moyenne d'un séjour a été relativement plus longue dans ces régions développées que dans les autres (centre, est et sud-est de l'Anatolie) (voir Tableau 9). Le Tableau 10 montre qu'entre 2000 et 2006, environ 88 % des opérations touristiques et 87 % de l'investissement dans les lits des établissements agréés ont bénéficié aux régions de Marmara, de la mer Égée et de la Méditerranée, les zones les plus développées de Turquie. De plus, le Tableau 11 montre qu'environ 83 % des agences de voyage et des tours opérateurs se trouvent dans ces mêmes régions. D'un autre côté, la concentration de l'activité touristique dans ces régions semble être influencée par la répartition régionale des aéroports internationaux. La majorité des aéroports internationaux ont naturellement été construits dans de grandes villes situées dans des régions littorales relativement développées (voir Tableau 5). Par conséquent, les touristes venant visiter la Turquie ont largement tendance à s'orienter vers les régions littorales développées.

En toute logique, la plupart des opportunités d'emploi dans le secteur du tourisme se trouvent dans les régions les plus développées (Tosun, 1999). La concentration spatiale du tourisme dans les régions occidentales relativement développées a stimulé une migration de la main d'œuvre pendant la saison estivale depuis les zones non côtières les moins développées pour travailler dans le secteur du tourisme. Seckelmann (2002 : 88) indique que « l'emploi dans le secteur touristique engendre une forme particulière de migration de la main d'œuvre dans laquelle les demandeurs d'emploi se déplacent vers la côte durant les mois d'été pour ensuite rentrer chez eux, dans d'autres parties du pays ou partir pour les grandes villes à la recherche d'un emploi pour le reste de l'année. »

Compte tenu de ces informations, nous pouvons affirmer que le développement et l'investissement dans le secteur du tourisme turc ont intensifié, plutôt que diversifié, les disparités économiques. Cela vient confirmer l'adage selon lequel « le tourisme ne favorise pas le développement mais le développement peut favoriser le tourisme » !

L'insertion du tourisme dans un développement régional équilibré n'est donc pas un objectif simple à réaliser. Si l'on souhaite que le tourisme contribue véritablement à la réduction des écarts de développement entre et au sein des régions d'un pays, il est nécessaire d'adopter une approche de développement sensible, globale, inclusive et responsable, adaptée aux planifications touristiques et aux processus d'élaboration des politiques. En clair, si cette approche ne devient pas réalité, il peut s'avérer difficile pour l'industrie du tourisme de favoriser la réduction des écarts entre et au sein des régions. Aussi pouvons-nous recommander plusieurs stratégies :

- diversifier l'offre touristique en encourageant le développement du tourisme culturel, écologique et rural en respectant l'environnement. La mise en valeur du patrimoine archéologique, historique, architectural, paysager et naturel peut y contribuer significativement et devrait être développée ;

- étudier les complémentarités et les synergies avec d'autres secteurs de l'économie, notamment l'agriculture, la pêche et l'artisanat ;
- développer les synergies entre le tourisme côtier et le tourisme intérieur.

Nous développerons certaines de ces recommandations politiques dans les chapitres suivants.

Tableau 8 Mesures incitatives sous forme de crédit aux investissements et exploitations touristiques par régions (en millions de TRY) entre 2001 et 2007

REGIONS	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		TOTAL		AVERAGE	
	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %
MER EGEE	11864 0.16		12484 0.16	26 0.31	10839 0.11	11 0.08	7653 0.07	58 0.08	19429 0.13	29 0.07	40278 0.21		38034 0.18		140581 0.15	124 0.08	20083 0.15	18 0.08
MER NOIRE	1683 0.02		1243 0.01	28 0.34	1057 0.01	21 0.16	910 0.008	9 0.01	1441 0.01	13 0.03	3693 0.02	35 0.21	5321 0.02	11 0.20	15618 0.01	117 0.07	2231 0.01	16 0.07
CENTRAL A.	2338 0.03	42 0.80	1855 0.02	13 0.15	1580 0.01		1840 0.01	71 0.10	4154 0.02	52 0.14	3873 0.02	13 0.08	3807 0.01		19447 0.02	191 0.12	2778 0.02	27 0.12
ANATOLIA EST	3343 0.04	6 0.11	3990 0.05	13 0.15	3673 0.04	24 0.19	3857 0.03	6 0.009	2635 0.01		1580 0.008		1429 0.006		20507 0.02	49 0.03	2929 0.02	7 0.03
MEDITERRANEE	46791 0.61		47307 0.61		64560 0.71	10 0.08	86815 0.79	428 0.66	109662 0.76	257 0.70	124081 0.67	89 0.55	125650 0.61		604866 0.68	784 0.52	86409 0.68	112 0.52
MARMARA	7413 0.09		6090 0.07		4999 0.05		4505 0.04	6 0.009	3194 0.02	2 0.005	3919 0.02		8320 0.04		38440 0.04	8 0.005	5491 0.04	1 0.004
SUD EST A.	2813 0.03	4 0.07	3811 0.04	2 0.02	4061 0.04	58 0.46	3186 0.02	69 0.10	2143 0.01	14 0.03	5971 0.03	24 0.14	23257 0.11	43 0.79	45242 0.05	214 0.14	6463 0.05	30 0.14
TOTAL	76245	52	76780	82	90769	124	108766	647	142658	367	183395	161	205818	54	884431	1487	126347	212

Légende : a= total des crédits à l'investissement alloués;

b= total des crédits à l'exploitation alloués ;

Source : compilé à partir de Türkiye Kalkınma Bankası (TKB, Banque de développement de Turquie) (1990 ; 2002 ; 2008).

Tableau 9 Arrivées de touristes internationaux et de nuitées par régions entre 1996 et 2006

R	1996			1997			2003			2005			2006			OVERAL AVERAGE		
	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS
A	2530900 0.27	11077200 0.31	4.38	3258179 0.25	13355408 0.23	4.1	2301633 0.19	10097751 0.21	4.4	1677896 0.26	6997243 0.28	4.17	2219118 0.24	10097751 0.21	4.4	2397545.2 0.24	10325070.6 0.24	4.2
M	3332782 0.36	7175868 0.20	2.15	3361636 0.25	7211413 0.12	2.1	3078329 0.25	6621802 0.14	2.2	2351840 0.37	5445825 0.21	2.32	2038173 0.22	6621802 0.14	2.2	2832552 0.29	6615342 0.16	2.1
Md	2649613 0.28	16233604 0.45	6.13	5423837 0.41	33787441 0.60	6.2	5751154 0.48	28463452 0.61	4.9	1759055 0.27	11872274 0.46	6.75	4129834 0.45	28463452 0.61	4.9	3942698.6 0.37	23764044.6 0.54	5.7
CA	735440 0.08	1404036 0.04	1.91	703976 0.05	1383107 0.02	2.0	595518 0.05	2964300 0.06	1.9	515957 0.08	1008981 0.04	1.96	471757 0.05	2964300 0.06	1.9	604529.6 0.062	1944944.8 0.044	1.9
Bs	114206 0.01	160708 0.004	1.41	85470 0.006	146314 0.002	1.7	81893 0.006	141431 0.003	1.7	71721 0.01	102489 0.005	1.43	66150 0.007	141431 0.003	1.7	83888 0.007	138474.6 0.003	1.5
EA	63360 0.007	88379 0.002	1.39	65607 0.005	140777 0.002	2.1	43688 0.003	88786 0.001	2.0	56895 0.008	87169 0.003	1.53	37214 0.004	88786 0.001	2.0	53352.8 0.005	98779.4 0.001	1.8
SE	16898 0.002	27401 0.0008	1.62	53911 0.004	83993 0.001	1.6	44356 0.003	70235 0.001	1.6	15569 0.002	34507 0.002	2.22	29210 0.003	70235 0.001	1.6	31988.8 0.002	57274.2 0.001	1.7
Gt	9443199 100	36167196 100	2.71	12952616 100	56108453 100	2.82	11896571 100	46640460 100	2.67	6448933 100	25548488 100	2.91	8991456 100	46640460 100	2.67	9946555 100	42221011.4 100	2.75

R=Régions ; É=Région de la mer Égée ; M=Région de Marmara ; Md=Région Méditerranéenne ; Ac=Anatolie centrale ; MN=mer Noire ; Ao=Anatolie orientale ; Se=Sud-est de l'Anatolie ; Tg=Total général ;

DMS=Durée moyenne du séjour

Sources : d'après le ministère de la Culture et du Tourisme (1996 - 2007)

Tableau 10 Nombre d'établissements d'hébergement touristique agréés par régions géographiques (2000-2006)

	2000				2003						2005						2006											
	Investissements touristiques agréés		Investissements d'exploitation agréés		Investissements Touristiques Agréés			Tour Opérateurs Agréés			Investissements Touristiques Agréés			Tour Opérateurs Agréés			Investissements Touristiques Agréés			Tour Opérateurs Agréés			Investissements Touristiques Agréés			Tour Opérateurs Agréés		
	Etab.	Lits	Etab	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits	Etab	Chambres	Lits
R	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%	No%
M	178 13,6	4317 2 17,7	422 23,1	62380 19,1	134 15,42	15375 12,47	32778 11,93	556 22,46	39490 16,34	80775 15,88	145 13,96	16661 13,02	35541 12,27	532 22,06	37882 16,39	77279 15,99	134 15,42	15375 12,47	32778 11,93	556 22,4	39490 16,34	80775 15,88	147,7 14,6	15803,6 12,65	36067,2 13,45	516,5 22,50	38954 16,35	75302,2 16,71
É	501 38,5	8941 9 36,6	554 30,3	96139 29,5	253 29,11	34467 27,95	79480 28,93	682 27,56	64875 26,84	138045 27,14	320 30,80	36205 28,28	79134 28,44	686 28,44	63067 27,29	132962 27,51	253 29,11	34467 27,95	79480 28,93	682 27,5	64875 26,84	138045 27,14	331,7 31,88	35046,3 28,06	81878,2 30,72	651 28,45	64272,3 3 26,99	126297,8 27,82
Md	364 28	7835 0 32,1	499 27,3	123627 38,01	298 34,29	58812 47,69	129771 47,24	717 28,97	106936 44,24	228150 44,86	336 32,34	58525 45,72	128104 46,04	698 28,94	100856 43,64	213853 44,25	298 34,29	58812 47,69	129771 47,24	717 28,9	106936 44,24	228150 44,86	324 32,23	58716,3 47,03	116499 43,15	657,7 28,52	104909,3 44,04	198445 42,99
Ac	84 6,46	1234 9 5,06	162 8,81	23979 7,37	53 6,10	5264 4,27	11777 4,29	246 9,94	16539 6,84	33253 6,54	71 6,83	5786 4,52	12741 4,58	232 9,62	15877 6,87	31875 6,59	53 6,10	5264 4,27	11777 4,29	246 9,94	16539 6,84	33253 6,54	65,2 6,37	5438 4,35	12161 4,55	221,5 9,57	16318,3 6,85	30590 6,76
Mn	83 6,38	9390 3,85	96 5,26	9542 2,93	72 8,29	4862 3,94	11023 4,01	154 6,22	6838 2,83	14106 2,77	89 8,57	5351 4,18	11145 4,01	143 5,93	6537 2,83	13388 2,77	72 8,29	4862 3,94	11023 4,01	154 6,22	6838 2,83	14106 2,77	79 7,88	5025 4,02	10645,2 3,97	136,7 5,90	6737,6 2,83	12785,5 2,81
Ao	52 4	6577 2,69	45 2,46	4826 1,48	35 4,03	2728 2,21	5935 2,16	59 2,38	3663 1,52	7466 1,47	49 4,72	3536 2,76	7527 2,71	61 2,53	3543 1,53	7123 1,47	35 4,03	2728 2,21	5935 2,16	59 2,38	3663 1,52	7466 1,47	42,7 4,19	2997,3 2,39	6493,5 2,43	56 2,43	3623 1,52	6720,2 1,47
Se	38 2,92	4537 1,86	46 2,52	4675 1,43	24 2,76	1818 1,47	3923 1,43	61 2,46	3361 1,39	6837 1,34	29 2,79	1941 1,52	4063 1,46	60 2,49	3361 1,45	6850 1,42	24 2,76	1818 1,47	3923 1,43	61 2,46	3361 1,39	6837 1,34	28,7 2,80	1859 1,48	4111,5 1,54	57 2,48	3361 1,41	6299,7 1,38
T	1300 100	2437 94 100	1824 100	325168 100	869 100	123326 100	274687 100	2475 100	241702 100	508632 100	1039 100	128005 100	278255 100	2412 100	231123 100	483330 100	869 100	123326 100	274687 100	2475 100	241702 100	508632 100	1019,2 100	124885,7 100	267855,8 100	2296,5 100	238175,7 100	456440,5 100

R=Régions ; É=Région de la mer Égée ; M=Région de Marmara ; Md=Région Méditerranéenne ; Ac=Anatolie centrale ; Mn=mer Noire ; Ao=Anatolie orientale ; Se=Sud-est de l'Anatolie ; T=Total ;

Source : d'après le ministère de la Culture et du Tourisme (1996 - 2007)

Tableau 11 Répartition régionale des agences de voyage et des tour opérateurs en 2007

Régions	Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Total	%
Marmara	1776	109	226	2111	39.4
Mer Egée	1123	17	70	1210	23
Méditerranée	1049	19	31	1099	20
Anatolie Centrale	575	30	17	622	12
Mer Noire	105	6	21	132	2.2
Anatolie du Sud Est	99	12	1	112	2.1
Anatolie de l'Est	62	13	1	76	1.3
Total	4789	206	367	5362	100

Source : d'après TURSAB (2008)

<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/sorgu/index1.asp>

2.2.1 Diversifier l'offre touristique en encourageant le développement du tourisme culturel, écologique et rural respectueux de l'environnement

Les faits précédemment discutés et les chiffres concernant les relations entre le développement touristique et un développement régional équilibré montrent que la Turquie doit diversifier son offre touristique pour déplacer le développement touristique des régions côtières relativement développées aux régions rurales intérieures moins développées. Cette diversification doit se concentrer notamment sur le patrimoine archéologique, historique, architectural, paysager et naturel, autant d'éléments d'attractivité d'une nouvelle offre touristique.

Un plan de développement régional, nommé Plan de développement touristique GAP, a été préparé par le ministère du Tourisme en 1998. Il avait pour objectifs principaux de gérer efficacement l'investissement touristique dans les régions les moins développées et de créer des formes de tourisme compatibles avec les valeurs locales et susceptibles de générer des emplois pour les habitants. Le plan prévoyait de soutenir la participation des habitants pour assurer un développement touristique durable. Afin de remplir ces objectifs, les stratégies suivantes ont été choisies :

- la différenciation des formes et des sources de tourisme ;
- le renforcement et le développement de facteurs encourageant des séjours de longue durée dans la région ;
- le déplacement de la concentration du développement touristique des régions occidentales vers l'est et le sud ;
- l'augmentation des arrivées internationales dans la région sud-orientale (Projet GAP pour le sud-est de l'Anatolie, 2002).

Le plan prévoyait également l'encouragement d'autres types de tourisme, tels que l'écotourisme, le tourisme religieux, les voyages d'affaires, les activités liées à la santé et la randonnée. Il indiquait que les capacités d'hébergement augmenteraient de 7040 à 12 820 d'ici 2020 (Projet GAP pour le sud-est de l'Anatolie, 2002). Il est évident que le GAP et le Plan GAP de développement touristique ont un fort potentiel de réduction ou d'élimination des disparités en Turquie. On suppose que le niveau de développement stimulé par le GAP attirera davantage d'investissements touristiques et de touristes dans la région. Néanmoins, il ne faut pas oublier que si ces efforts en matière de développement sont susceptibles de réduire les disparités, ils ne seront pas nécessairement capables d'atténuer les écarts entre les classes sociales dans la région si des politiques et mesures volontaires ne sont pas mises en œuvre. Le clientélisme pourrait continuer à opérer largement, les groupes les moins aisés pourraient ne pas bénéficier du GAP, et devenir en fin de compte relativement plus pauvres. En outre, les activités terroristes du PKK représentent le plus grand obstacle à la traduction en actes du potentiel de développement régional. Ainsi, si les activités terroristes du PKK ne cessent pas, le Projet GAP pour le sud-est de l'Anatolie et le Plan GAP de développement touristique pourraient se révéler moins effectifs et efficaces que prévu.

Comme nous l'avons déjà dit, le tourisme lié à la culture et au patrimoine, à l'écotourisme, au tourisme religieux, au tourisme événementiel, au tourisme rural, au tourisme thermal et de

santé, et enfin au tourisme sportif et d'hiver, fait partie des activités et des attractions pour lesquelles la Turquie dispose d'un potentiel considérable d'offre, capable d'attirer le développement touristique des régions côtières relativement développées aux régions internes moins développées, à la faveur d'un développement régional plus équilibré. Par exemple, le tourisme culturel attire notre attention car il dispose du plus fort potentiel en terme d'offre et de demande, et parce qu'il constitue un phénomène plus complexe que d'autres formes possibles de développement touristique (voir Tosun, Fletcher et Fyall, 2006).

Tourisme culturel. La Turquie, avec son patrimoine historique et culturel, son style de vie, sa gastronomie et sa population, présente un énorme potentiel pour le tourisme culturel. Compte tenu des différences culturelles considérables par rapport à ses principaux concurrents du bassin méditerranéen, la Turquie dispose d'une chance unique de répondre à la fois à la demande en tourisme culturel et en tourisme littoral, grâce à des stratégies équilibrées et intégrées de marketing de la destination et à une collaboration régionale. L'adhésion à l'UE pourrait déclencher une forte demande potentielle pour le tourisme culturel, ce à quoi la Turquie doit se préparer. Le patrimoine culturel peut être utilisé pour accompagner un déplacement vers un développement touristique durable, de diverses manières (voir Tosun, Fletcher et Fyall, 2006) :

- un inventaire exhaustif des ressources liées au patrimoine culturel doit être fait ;
- des mesures strictes doivent être prises pour protéger le patrimoine culturel ;
- la planification des ressources humaines doit être mise en place pour développer et gérer le patrimoine culturel en tant que produit touristique. Un programme complet de formation doit être élaboré et mis en place pour ceux qui travaillent dans des lieux de patrimoine culturel tels que musées, monuments et sites historiques ;
- avec la participation de la population locale, la portée et le contexte des événements et valeurs culturels doivent être déterminés, de manière à promouvoir l'offre touristique culturelle. L'authenticité culturelle ne doit en aucun cas être sacrifiée au nom d'avantages économiques à court terme ;
- les guides touristiques doivent être formés à la présentation du patrimoine culturel, mais la diversité des civilisations et de leurs patrimoines culturels existants en Turquie imposera certainement aux guides de se spécialiser. Ces guides devraient être encouragés à se spécialiser dans le patrimoine culturel de certaines régions du pays. Ils disposeraient donc de plus de connaissances et d'expérience sur certaines régions dotées d'un patrimoine historique et culturel particulier. Enfin, une telle spécialisation permettra d'obtenir un meilleur niveau de satisfaction des touristes à l'égard des guides ;
- la planification des équipements et des opérations liées à l'environnement pour le tourisme culturel devrait être mise en place. L'évolution des structures démographiques et des modes de vie indique que l'importance des formes non traditionnelles de tourisme, notamment en ce qui concerne le patrimoine historique et culturel, augmente régulièrement (Klein, 2001, 1; CEC, 2003).

2.2.2 Étudier les complémentarités et les synergies avec d'autres secteurs de l'économie, notamment l'agriculture, la pêche et l'artisanat

Il est connu que l'effet d'entraînement et l'effet multiplicateur du tourisme semblent relativement plus importants du fait qu'environ 39 secteurs de l'économie participent à l'industrie du tourisme. Par conséquent, il ne fait aucun doute que le tourisme pourrait être utilisé comme un secteur complémentaire dans les zones rurales où l'agriculture, la pêche et l'artisanat sont les activités économiques principales. Utiliser le tourisme comme un secteur complémentaire dans ces zones est susceptible de créer des synergies au sein de ces activités dans la mesure où les touristes visitant les zones rurales peuvent augmenter la demande en produits agricoles et de la pêche, artisanat et autres produits locaux. Déplacer le tourisme des régions côtières vers les régions intérieures peut également permettre de développer des synergies entre le tourisme littoral et le tourisme intérieur.

3. Développer la coopération en Méditerranée

La mondialisation accélérée a poussé de nombreux pays à se rassembler pour coopérer dans divers secteurs, notamment en matière économique, sociale, politique et environnementale. Comme l'indique Ohmae (1992), ceci a permis aux économies de nombreux pays de faire partie d'un système interdépendant. Il n'est plus possible aux États de résoudre leurs problèmes politiques, sociaux, économiques et environnementaux sans coopérer et collaborer de manière efficace et effective. Ceci est particulièrement vrai pour les pays où le réchauffement de la planète et le changement climatique ont les plus graves conséquences sur la diversité biologique, la faune et la flore. Dans ce cadre, nous pouvons soutenir que l'industrie touristique des pays situés dans le bassin méditerranéen pourrait s'avérer incapable de gérer individuellement les opportunités et les menaces induites par une mondialisation accélérée, le changement climatique et le réchauffement de la planète. Cela signifie que les pays situés dans le bassin méditerranéen doivent travailler ensemble à répondre à ces défis, afin de parvenir à un développement plus durable. Tosun et al. (2005 : 5-6) indiquent que « dans de nombreuses destinations touristiques, les institutions, les systèmes administratifs publics et les mentalités sont souvent mal préparés pour les changements à l'œuvre. [...] Par conséquent, dans le processus de mondialisation, la coopération et la collaboration entre les États sont essentielles à la réalisation de l'objectif de développement durable, y compris dans le tourisme. »

Pour résumer, la coopération et la collaboration entre les États du bassin méditerranéen en vue de la promotion d'un développement plus durable peuvent avoir lieu dans les secteurs suivants :

- Le marketing des destinations transfrontalières ;
- La protection et la conservation environnementale ;
- La gestion du problème du terrorisme, principale menace à la promotion du développement touristique durable ;
- L'établissement de la stabilité politique ;
- La protection des droits des consommateurs.

Il a été constaté, dans la région méditerranéenne, un faible degré de sensibilisation aux questions de développement durable. Les parties prenantes concernées doivent comprendre que conserver « une infrastructure environnementale de mauvaise qualité (décharges illégales, stations de traitement des eaux usées défectueuses) revient à creuser leur propre tombe » (Tosun et al., 2005 : 21). Dans ce cadre, on peut penser que l'environnement naturel, la stabilité politique, un niveau élevé de sécurité, sans guerre ni terrorisme, et toute autre condition nécessaire à la réalisation de l'objectif de développement durable sont des intérêts communs dont dépend l'avenir des pays méditerranéens. Par conséquent, ils doivent développer des stratégies et programmes communs afin d'assurer la stabilité politique et la sécurité, de protéger et améliorer l'environnement qu'ils partagent, en préservant et assurant la durabilité de leurs ressources naturelles, « tout en poursuivant leurs efforts de développement dans l'industrie, le tourisme et l'agriculture. Travailler de cette manière montrerait les avantages de la coopération et créerait un esprit de coopération qui pourrait être appliqué à d'autres secteurs » (Niles, 1998 : 9).

Il est évident que si la coopération entre les pays de la région méditerranéenne peut créer de meilleures chances de protéger et d'exploiter commercialement des ressources naturelles, historiques et culturelles uniques, elle peut également favoriser la stabilité politique et la paix dans la région.

III. CHAPITRE III – LES PROJETS DE PROTECTION SPECIALE DE L'ENVIRONNEMENT DE KÖYCEĞİZ – DALYAN, UN EXEMPLE DE BONNES PRATIQUES

Désignation	Les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan, un exemple de bonnes pratiques			
Pays	Turquie			
Destination (préciser littorale, urbaine, rurale)	Côtes et centres urbains			
CLASSIFICATION PAR DOMAINE ET PAR TYPE (COCHER, PARMIS LES DOMAINES ET LES TYPES D'ACTIVITES SUIVANTS, CEUX AUXQUELS LA BP EST DIRECTEMENT LIEE)				
Domaine d'activité				
<input type="checkbox"/> Transport	<input checked="" type="checkbox"/> énergie	<input checked="" type="checkbox"/> Eau	<input type="checkbox"/> Eaux usées	<input type="checkbox"/> Déchets
<input checked="" type="checkbox"/> écosystèmes	<input type="checkbox"/> Patrimoine culturel	<input type="checkbox"/> économie locale	<input type="checkbox"/> éducation	<input type="checkbox"/> Construction
Autre (préciser) :			
Type d'activité				
<input checked="" type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Politique	<input checked="" type="checkbox"/> Plan d'action	<input type="checkbox"/> Partenariat	<input type="checkbox"/> Autre
CLASSIFICATION PAR PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (COCHER LA CASE A LAQUELLE LA BP EST LIEE)				
<input type="checkbox"/> Changement climatique	<input type="checkbox"/> Biodiversité	<input type="checkbox"/> Protection des mers et des océans	<input type="checkbox"/> Croissance et répartition de la croissance	
<input checked="" type="checkbox"/> Création d'emplois	<input checked="" type="checkbox"/> Régulation de la mondialisation	<input type="checkbox"/> Accès de tous aux services essentiels	<input type="checkbox"/> Renforcement des systèmes de santé et d'éducation	
<input type="checkbox"/> Lutte contre les discriminations	x Autre : : Créer une conscience environnementale			
COORDONNEES				
Site Internet	http://www.ockkb.gov.tr/TR			
Publication(s)	There is special publication.			
Personne à contacter	Mr. Mesut AVCI ; Director of Muğla Special Environmental Protection Area 48800 Köyceğiz, MUĞLA Tel. : 0 (252) 262 29 30 ; Fax : 0 (252) 262 25 62 ; E-Posta: ockmuglamd@ockkb.gov.tr			
PARTICIPANTS (NOM, TYPE D'AUTORITE LOCALE/REGIONALE/NATIONALE, ORGANISME, SOCIETE OU AUTRE PARTIE PRENANTE)				
Ministère de l'Environnement et de la Forêt (autorité nationale), ministère de l'Agriculture (autorité nationale), diverses universités (Université Hacettepe, Université technique du Moyen-Orient, Université technique d'Istanbul, Université d'Ankara, etc.), gouvernements locaux (municipalités), employés de l'Agence de protection environnementale pour les aires spéciales (EPASA), bureaux centraux et locaux), enseignants et étudiants de l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan				

1. Description des bonnes pratiques : les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan, un exemple de bonnes pratiques

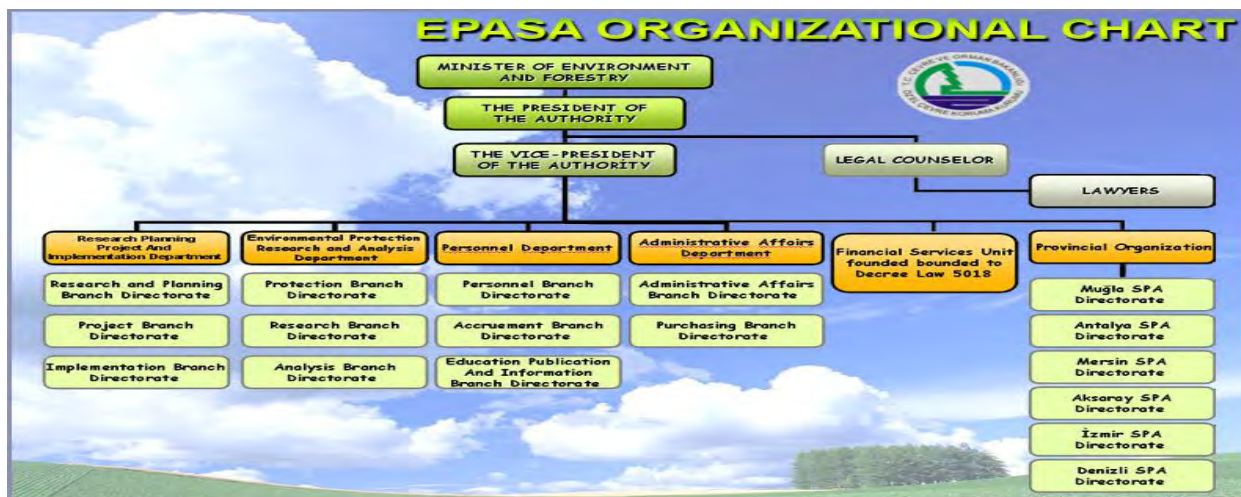
1.1 Introduction

En vertu de l'article 90 de la Constitution turque, les traités internationaux dûment ratifiés doivent être traduits dans le droit turc et ont force de loi. Par conséquent, la force légale des accords et protocoles dont la Turquie est signataire équivaut à la loi turque sur l'Environnement dans le système législatif national (voir <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais). Dans le but de mettre en pratique la Convention pour la protection de la mer Méditerranée contre la pollution (Convention de Barcelone) et des protocoles annexes, les

gouvernements des États méditerranéens, avec la Communauté européenne, mènent une opération conjointe baptisée Plan d'action pour la Méditerranée (PAM) depuis 1975. À la suite du Sommet de Rio, organisé en 1992, qui a donné naissance à de nouveaux concepts et développements, est apparue la nécessité de modifier le PAM et son cadre légal. Les opérations qui se concentrent sur la protection de la diversité biologique du Bassin méditerranéen ont été conduites dans le cadre du « Protocole relatif aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique en Méditerranée », l'un des protocoles annexes de la Convention de Barcelone. La version initiale du protocole était intitulée « Protocole relatif aux aires spécialement protégées en Méditerranée ». Sa révision en 1995 a donné lieu à son nom actuel, "Protocole relatif aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique en Méditerranée ». Toutes les parties réunies à Barcelone ont adopté les documents révisés. À la suite de cette révision, plutôt que d'être un document portant uniquement sur la protection de la mer Méditerranée contre la pollution, le PAM est devenu un instrument visant au « développement durable » dans la région méditerranéenne.

Après avoir été partie au protocole, le gouvernement turc a fait de l'Autorité de protection environnementale pour les aires spéciales (EPASA) en 1989 l'autorité responsable de sa mise en application (voir Figure 2). Depuis, 14 aires de protection spéciale de l'environnement (APSE) ont été déclarées. Dans le cadre du Protocole relatif aux aires spécialement protégées et à la diversité biologique en Méditerranée, 12 aires ont été sélectionnées pour faire partie de la liste des aires spécialement protégées en coopération avec le Programme des Nations unies pour la protection de l'environnement (PNUE). Neuf des 12 APSE sont des Régions de protection spéciale de l'environnement, et trois d'entre elles sont des parcs nationaux. Celles-ci sont Köyceğiz – Dalyan, Foça, Fethiye – Göcek, Datça, Gökova, Gökusu, Patara, Kekova, Belek, le parc national de la péninsule de Dilek, le parc national de Gelibolu, et le parc national de Beydağları. En outre, les études relatives à la protection des phoques méditerranéens, des tortues de mer, des mammifères marins et des espèces menacées de la végétation marine ont été menées dans le cadre du protocole (voir <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais).

Figure 2 Organigramme de l'Autorité de protection environnementale pour les aires spéciales (EPASA)



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/en/tsema.jpg>

Comme nous l'avons déjà dit, Köyceğiz – Dalyan a été classée APSE par l'EPASA en collaboration avec le PNUE. L'analyse détaillée de l'APSE Köyceğiz – Dalyan (voir Figure 3 et Figure 4), exemple de bonnes pratiques, sera présentée dans les sections suivantes.

1.2 Pourquoi l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan est-elle particulièrement intéressante ?

Principales données sur l'APSE Köyceğiz - Dalyan : La région compte environ 461 km² et 17 différents sites. Elle a été baptisée Aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz - Dalyan par le Conseil des ministres, par la décision n°88/13019 du 12 juin 1988.

La superficie de la région a été élargie et réorganisée par le Conseil des ministres, par la décision n°90/77 du 18 janvier 1990.

Cette zone reflète toutes les particularités de l'écosystème hydrobiologique et aquatique : presque tous les types d'habitat hydrobiologique vivent dans cette zone. La plage de Dalyan se trouve dans la province de Muğla et à la frontière de la région d'Ortaca – Dalyan. Le lac de Köyceğiz se trouve également à l'intérieur de cette APSE. Le lac s'étend sur environ 55 km² avec un canal de 10 km de long reliant le lac à la mer. Naturellement, le canal a formé un delta à l'approche de la mer et, en face, une plage. D'importantes forêts à flanc de montagne à l'est et à l'ouest de cette formation présentent un magnifique paysage. La plage mesure 4,2 km de long et la profondeur de l'eau est très faible dans les endroits faisant face à la mer. La Petite Plage se situe dans la partie ouest de Dalyan – Gullet et mesure environ 400 m de long. En face du lac, la profondeur de l'eau est d'environ 4 m. La largeur de la bande de sable varie entre 75 et 200 m, avec une moyenne de 125 m. On trouve également dans l'enceinte de Köyceğiz l'antique cité de Caunos et des sources thermales (Yale et al., 2005, <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais).

Köyceğiz – Dalyan bénéficie d'un climat méditerranéen, et sa flore en présente les caractéristiques typiques. La région est extrêmement riche en couvert végétal. La présence de 924 taxons (au niveau des espèces et sous-espèces) a été montrée par les études de Güner et al. (1996, cité sur www.strt.hacettepe.edu.tr, en anglais). 19 espèces de poissons (Yerli, 1989, cité sur www.strt.hacettepe.edu.tr) existent dans la région. Ils vivent dans le lac Köyceğiz et ses sources ou bien entrent dans le système de diverses manières. D'importantes recherches dans l'APSE ont identifié 5 espèces de tortues, 11 espèces de lézards, 13 espèces de serpents et 18 espèces mammifères dans la région (Baran et al., 1994, cité sur www.strt.hacettepe.edu.tr).

À la fin des années 1980, les villes de Köyceğiz et Dalyan somnolaient. Néanmoins, elles sont depuis devenues des destinations touristiques populaires. Elles se trouvaient dans la Zone d'investissement touristique déclarée dans le cadre de la loi n°2634 de 1982 d'encouragement au tourisme par le gouvernement militaire. Cette zone dispose d'un héritage naturel et culturel inestimable tel que les plages, la tortue Loggerhead qui y pond ses œufs depuis des centaines d'années, menacée d'extinction, les ruines antiques (Caunos), les bains de boue, les sources chaudes réputées bénéfiques pour la peau et la santé, etc. Grâce à son introduction dans la loi sur l'encouragement au tourisme, Dalyan a attiré l'attention de nombreux investisseurs locaux, nationaux et internationaux. La population de Dalyan et de Köyceğiz peut atteindre plusieurs fois son niveau initial pendant la saison touristique. Un nombre considérable de touristes viennent également dans la région lors d'excursions d'une journée depuis Marmaris, Fethiye et Bodrum. Dalyan est passée du statut de ville d'agriculture traditionnelle à une colonie destinée aux voyages organisés (Tosun, 2001 ; Yale et al., 2005, <http://www.turkuaz-guide.net/dalyan.html>, en anglais). Outre l'agriculture dans les zones rurales, la pêche et l'élevage d'abeilles ont également été développés dans la région.

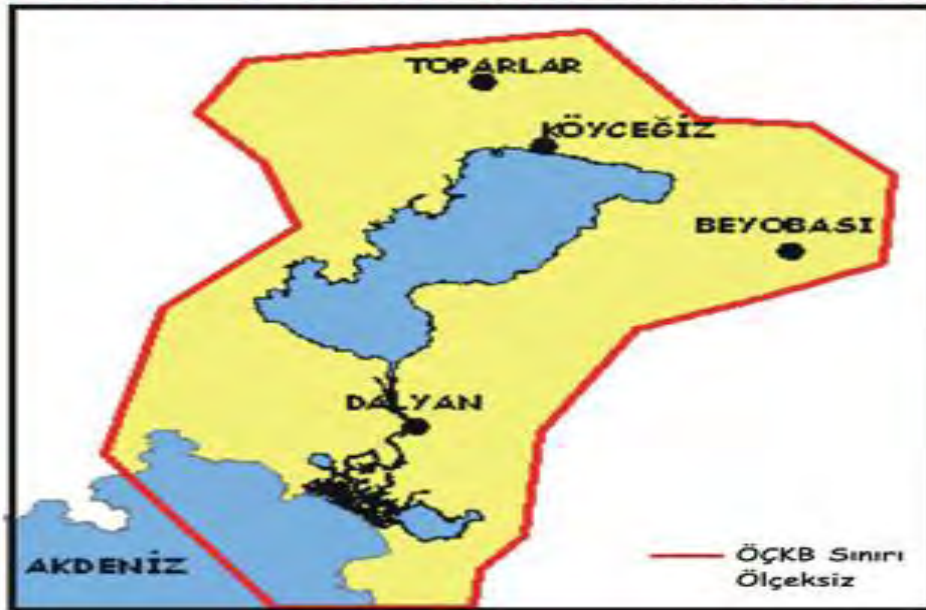
Suite au rapide développement du tourisme de masse, à ses effets négatifs et à la production de protocoles internationaux et d'accords tels que le PAM, Köyceğiz – Dalyan a été classée APSE afin de protéger et d'enrichir sa biodiversité, d'éviter les pollutions de l'environnement et de protéger les ressources en eau dans la localité concernée. Divers projets ont été développés et mis en œuvre afin de réaliser les objectifs fixés par le PAM. Certains de ces projets sont mentionnés dans la Figure 2, qui résume leurs caractéristiques en indiquant leur objectif, leur durée, leurs composantes et les rôles des parties prenantes. Certains seront développés plus loin.

Figure 3 Carte de l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan



Figure 4 Carte de l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan

KÖYCEĞİZ-DALYAN ÖZEL ÇEVRE KORUMA BÖLGESİ



Source: www.cevreorman.gov.tr/durum_rapor/ockkb/

Tableau 12 Les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan

Nom du projet (composantes du projet)	Dates de début et de fin (durée du projet)		Institution responsable
Enquête sur un voyage organisé en bateau et circulation des bateaux	1990	1992	İTÜ
Examen hydrobiologique de l'écosystème aquatique de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan	1991	1992	Département de biologie de l'Université Hacettepe
Éducation à l'environnement	1991	Constant	EPASA
Observation et protection des tortues	1991	Constant	Universités
Recherches sur la flore bryophyte dans l'APSE de Köyceğiz – Dalyan	1991	1991	Département de biologie de l'Université d'Ankara
Recherche sur la faune amphibienne, reptilienne et mammifère dans le complexe de Köyceğiz -Dalyan	1991	1991	Université de Dokuz Eylül
Projet flore de l'APS de Köyceğiz -Dalyan (Muğla)	1991	1992	Université Hacettepe
Recyclage des déchets solides	1991	Constant	EPASA, Çevko, administration locale
Observation sociologique du tourisme environnemental et écologique	1991	1992	GTZ (agence allemande de coopération technique au développement)
Projet ornithologique de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan	1992	1992	GTZ
Projet piscicole de l'APSE de Köyceğiz –Dalyan	1992	1993	Ministère de l'Agriculture - Institut de recherche sur les produits aquatiques de Bodrum
Examen hydrogéologique des environs des sources thermales de Köyceğiz Sultaniye	1993	1993	MTA (Institut turc d'études et de recherches minières)
Contrôle intégré des moustiques	1993	1994	Université Hacettepe
Observation de la pollution	1993	Constant	Projet de l'Agence
Projet d'arboretum Yunus Emre	1993	1994	Université d'Istanbul
Fondation d'une centrale d'assèchement	1997	1998	Ressources externes
Mise en place de stratégies de protection des loutres dans l'APS de Köyceğiz –Dalyan	1997	1998	Université de Muğla
Projet d'évaluation et d'analyse des changements du niveau de l'eau dans le lac de Köyceğiz	1998	2000	İTU
Préparation d'un plan d'action pour la durabilité du projet Yuvarlakçay (Köyceğiz – Dalyan)	2001	2002	Faculté des poissons et de la pêche de l'Université Égée
Études de protection environnementale	1996	Constant	EPASA
Projet d'identification de la diversité biologique dans l'APS de Köyceğiz –Dalyan	2005	En cours	Çınar Engineering
Projet d'observation de la qualité de l'eau	2006	Constant	Institutions privées
Système d'informations sur le littoral par ordinateur pour les côtes méditerranéennes turques : intégration des données satellitaires et de terrain (Projet international pour la Méditerranée)	1995	indéterminé	Université technique d'Istanbul, Financé par l'Agence spatiale européenne (ESA) Université technique d'Istanbul, SPOT Image
Système d'eau potable 2 de Dalyan et Köyceğiz	2003	2003	Village association ; KfW (Banque allemande de crédit pour la reconstruction – Kreditanstalt für Wiederaufbau)
Réseau d'assainissement et système de recyclage des eaux usées à Köyceğiz	2003	2003	Municipalité, KfW & Village Association

1.3 Modalités de lancement et raisons d'être des projets d'aires de protection spéciale de l'environnement

Comme nous l'avons précisé dans l'introduction, la Turquie est tenue par la Constitution d'appliquer les accords internationaux qui ont été signés par les autorités turques compétentes. Par conséquent, la force légale des accords et protocoles dont la Turquie est signataire équivaut à la loi turque sur l'Environnement dans le système législatif national. À partir de ce fondement légal, la Turquie a commencé à appliquer les principes de certains accords et protocoles internationaux auxquels elle est partie. Les conséquences de l'application nationale et internationale de la loi, l'augmentation de la conscience environnementale au sein de la société et les progrès positifs accomplis en matière de développement ont fait de la Turquie un pays plus respectueux de l'environnement.

Le Protocole relatif aux aires de protection spéciale et à la diversité biologique en Méditerranée a eu pour résultat concret que le gouvernement turc a fait de l'Autorité de protection environnementale pour les aires spéciales (EPASA) l'autorité responsable de sa mise en application en 1989. L'EPASA (voir Figure 2) a déterminé 14 aires de protection spéciale de l'environnement (APSE). Dans le cadre du Protocole relatif aux aires de protection spéciale et à la diversité biologique en Méditerranée, 12 aires sur 14 ont été sélectionnées pour entrer dans la liste des aires de protection spéciale en coopération avec le Programme des Nations unies pour la protection de l'environnement (PNUE). Neuf des 12 APSE sont des Régions de protection spéciale de l'environnement, et trois d'entre elles sont des parcs nationaux. Celles-ci sont Köyceğiz – Dalyan, Foça, Fethiye-Göcek, Datça, Gökova, Göksu, Patara, Kekova, Belek, le parc national de la péninsule de Dilek, le parc national de Gelibolu, et le parc national de Beydağları (voir <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais).

Köyceğiz – Dalyan a donc été classée APSE par l'EPASA en collaboration avec le PNUE. À la suite de cette initiative internationale, divers projets ont été développés et mis en œuvre par diverses organisations gouvernementales et non-gouvernementales et des universités (voir Figure 3, Figure 4 et Tableau 12).

1.4 Projets de durabilité environnementale pour l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan

L'EPASA (voir Figure 2) a pris diverses mesures afin d'assurer la durabilité environnementale des 14 aires spéciales, y compris celle de Köyceğiz – Dalyan. À cet égard, les projets suivants ont obtenu la priorité :

- recherche sur la diversité biologique ;
- protection et développement de l'environnement ;
- choix d'un statut socio-économique et socioculturel et d'une perspective de développement ;
- développements agricoles, industriels et touristiques et leur relation à l'environnement ;
- projets d'importance spécifique et prioritaire dans une aire donnée ;
- exploration et protection des sols et des sources d'eau de surface.

Pour résumer, divers projets ont été développés et mis en œuvre par diverses institutions et associations locales, nationales et internationales pour réaliser l'objectif de durabilité environnementale pour l'APSE de Köyceğiz – Dalyan. Le Tableau 12 présente certains de ces projets. Par manque d'espace et de données disponibles, seuls certains de ces projets seront présentés dans le détail. Ce sont les suivants :

- formation sur les questions environnementales ;
- protection de la biodiversité ;
- construction d'infrastructures.

1.4.1 Activités de formation organisées en vue de la durabilité environnementale

L'éducation et la formation sont les deux mots clef de la construction ou du changement des comportements humains. Si certains types d'enseignements et de formation peuvent être dispensés à l'école, d'autres pourraient l'être à l'extérieur du système éducatif formel et des écoles. L'éducation publique à la conscience environnementale passe par des formes d'enseignement plus tardif. Le principal objectif de l'éducation à l'environnement est la prise de conscience par les individus et les communautés et leur sensibilisation à long terme, ainsi que le changement positif de leur comportement, de leur état d'esprit et des habitudes de consommation en termes de protection environnementale telles que les patrimoines naturels, historiques et culturels et des valeurs. La Constitution de la République de Turquie affirme que « Chacun a le droit de vivre dans un environnement sain et équilibré, ainsi que le devoir d'améliorer l'environnement, de protéger l'environnement sanitaire et de prévenir la pollution de l'environnement ». La Constitution et la loi environnementale exigent que les questions environnementales soient traitées dans une approche contemporaine. Dans ce cadre, l'éducation à l'environnement est primordiale.

L'un des principaux arguments expliquant les problèmes environnementaux en Turquie est le manque de connaissances et de sensibilisation en matière d'environnement. Ainsi, l'EPASA a mis en place des activités de formation à la protection de l'environnement dans 14 aires de protection spéciale, dans le cadre des « Réglementations concernant les formations à la protection de l'environnement de l'EPASA » qui sont entrées en vigueur après leur publication au Journal officiel turc le 20 avril 1992, sous le n°21205 (voir <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais). Les activités de protection de l'environnement sont fondées sur le principe de l'utilisation rationnelle et la protection des richesses naturelles en sensibilisant les groupes cibles, tels que les enseignants, étudiants, pêcheurs, agriculteurs, représentants du gouvernement, professionnels du tourisme, marins, etc.

« Éveiller une conscience environnementale est un facteur important de protection et de développement des valeurs environnementales. La protection et l'usage réfléchi des ressources environnementales par les habitants représentent une approche efficace et permanente de l'écologie. Cette approche est également le credo des activités de formation à la protection de l'environnement de l'EPASA. Cette dernière mène, depuis 1991, des formations à la protection de l'environnement dans les APSE. Pour celle-ci, établir des groupes cibles tels que les hommes d'affaires, représentants du gouvernement, enseignants, étudiants, chasseurs, pêcheurs, agriculteurs, professionnels du tourisme, femmes au foyer, marins, propriétaires de bateaux et de yachts, etc., serait une démarche efficace en matière de sensibilisation à la protection de l'environnement et assurerait la réussite des formations. L'adaptation du Protocole pour la coopération aux activités de protection de l'environnement, signé entre l'EPASA, les gouvernements locaux et les ONG le 26 juin 1994, a ouvert la voie aux études sur la formation à la protection de l'environnement. Les formations ciblées sont menées en collaboration avec divers gouvernements locaux, ONG, universités, et d'autres institutions gouvernementales et fondations (<http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais). Les formations menées par l'EPASA sont présentées par ordre chronologique dans le tableau 3.2.

Tableau 13 Activités de formation organisées en vue de la durabilité environnementale

Année	Thème de la formation	Participants	Activités additionnelles
1991	Protection de l'environnement	Représentants du gouvernement, enseignants, étudiants et professionnels du tourisme des APSE	
1993	Protection de l'environnement	Représentants du gouvernement, enseignants, étudiants, chasseurs, chefs de village, agriculteurs, étudiants et professionnels du tourisme des APSE	Des concours d'arts graphiques, de poésie et de prose liés à l'environnement ont été organisés dans ces aires.
1994	Protection de l'environnement	Enseignants et habitants des APSE	
1995	Protection de l'environnement	Représentants du gouvernement, enseignants, étudiants, chasseurs, chefs de village, agriculteurs, habitants, marins, pêcheurs et professionnels du tourisme des APSE	Des concours d'arts graphiques, de poésie et de prose liés à l'environnement ont été organisés dans ces aires.
1997	Protection de l'environnement	Enseignants et étudiants des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
1999	Protection de l'environnement ; Concours d'arts graphiques sur la nature et l'environnement	Étudiants des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2000	Protection de l'environnement ; Un quiz sur l'environnement a été organisé	Enseignants et étudiants des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2001	Protection de l'environnement ; Concours d'arts graphiques sur la nature et l'environnement	Étudiants des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2002	Protection de l'environnement ; Un concours d'arts graphiques et un quiz portant sur l'environnement ont été organisés.	Agriculteurs des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2003	Protection de l'environnement ; Concours d'arts graphiques sur la nature et l'environnement	Étudiants des APSE	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2004	Protection de l'environnement ; Concours d'arts graphiques sur la nature et l'environnement	Étudiants des zones de protection spéciale de l'environnement.	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2004	Protection générale de l'environnement Formation à l'ornithologie et à l'orientation	Employés de la sécurité (policiers, gendarmes et policiers municipaux, 168 personnes) travaillant dans 13 APSE Personnes travaillant pour l'EPASA (15 personnes).	Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2005	Protection générale de l'environnement	Les maires de 14 APSE (55 personnes).	Formation du personnel technique des stations de traitement des eaux usées travaillant pour le gouvernement et des entreprises privées (39 personnes) dans les APSE
2005	Protection de l'environnement Formation en entreprise	Chefs de villages (44 personnes) travaillant dans 14 zones de protection spéciale de l'environnement.	Organisation d'un festival d'observation des oiseaux Des ateliers de formation sur le recyclage

		Employés de l'EPASA 80 personnes issues du public	des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
2005	Protection de l'environnement ; Formation de formateurs	Personnes travaillant dans 14 APSE.	
	Protection de l'environnement ; "Oiseaux et écologie" Protection de l'environnement	Employés de l'EPASA (27 personnes) dans les APSE. Étudiants des APSE de Patara, Fethiye – Göcek, Gökova et Dalyan – Köyceğiz.	Concours d'arts graphiques sur la nature et l'environnement organisé pour les étudiants Des ateliers de formation sur le recyclage des déchets solides ont été organisés dans ces régions.
	Protection de l'environnement ; Séminaire sur la planification des zones rurales et l'élaboration des normes relatives à la planification	Représentants du gouvernement travaillant dans 14 APSE (70 personnes).	

Source : <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

1.4.2 Projets d'infrastructures pour la durabilité environnementale

Divers projets portant sur les constructions d'infrastructures ont été préparés et mis en œuvre par l'EPASA dans le cadre de son budget. Parmi ces projets, des stations d'eau potable, des stations de traitement des eaux usées, la mise en place d'équipements d'assainissement, des ouvrages d'infrastructures dans les bureaux des administrations locales sur la bande côtière et le design environnemental. L'EPASA a également contribué financièrement et par d'autres moyens aux investissements à long terme dans les infrastructures par les administrations locales dans les APSE. Ces projets d'investissement à long terme dans les infrastructures ont été réalisés à partir des protocoles signés par l'EPASA et les administrations locales. Certains des projets menés par l'Agence et visant à améliorer l'écologie dans l'APSE de Köyceğiz – Dalyan sont présentés ci-dessous.

1) Projet de protection environnementale à Köyceğiz – Dalyan :

On a démontré que pour se doter d'un environnement durable, un réseau d'assainissement, des stations de traitement des eaux usées de qualité, ainsi qu'un réseau d'eau potable étaient absolument nécessaires dans cette zone. Ainsi, l'EPASA, avec la contribution financière de la Banque allemande de crédit pour la reconstruction (Kreditanstalt für Wiederaufbau, KfW), a construit des stations d'assainissement et de traitement des eaux usées, des réseaux d'eau potable (voir illustrations 1-5) et les équipements de stockage régulier des déchets solides d'Ortaca. L'exécution et le contrôle de ces investissements ont été confiés à l'Association de protection de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan. Pour résumer, les opérations suivantes ont été menées dans le cadre du projet :

- a) réhabilitation du réseau d'eau potable de Köyceğiz ;
- b) restauration du réseau d'approvisionnement d'eau potable (installation d'un puits d'eaux souterraines, d'un bassin de recueillement de l'eau d'une capacité de 1500 m³ et d'un tuyau malléable de circulation de l'eau de 34 km) ;
- c) réseau d'assainissement de 41 km dans l'agglomération de Köyceğiz ;
- d) station de pompage à Köyceğiz ;
- e) réseau d'assainissement de 28 km dans l'agglomération de Dalyan ;
- f) 2 Stations de pompage à Dalyan ;
- g) à Köyceğiz et Dalyan, construction de deux stations centrales de traitement des eaux usées d'une capacité d'assainissement de troisième degré, (la population concernée par ces équipements devrait s'élever à 16 000 habitants en 2010 et le débit devrait être mesuré à 120 l/s).

Pour des informations complémentaires voir <http://www.ockkb.gov.tr/EN/>, en anglais).

Photo 1 Station de traitement des eaux usées de Köyceğiz



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Photo 2 Bassin de recueillement d'eau potable de Köyceğiz



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Photo 3 Station de traitement des eaux usées de Dalyan



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Photo 4 Bassin de recueillement d'eau potable de Dalyan



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Il était prévu que le réservoir de stockage régulier des déchets solides d'Ortaca dispose d'une capacité de 225 000 m³. Les déchets solides produits dans les environs sont stockés dans ce réservoir de stockage. Les équipements nécessaires au fonctionnement de l'usine sont pris en charge par les fonds obtenus auprès du KfW en 2006.

Photo 5 Réservoir de stockage des ordures d'Ortaca



2) Projets réalisés en collaboration avec l'EPASA :

Au total, l'Agence a contribué à hauteur de 6 560 000 YTL (2 940 118,45 EUR) aux travaux à la frontière de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan en 2004 et 2005. Le réseau d'assainissement et les projets d'aménagement écologique ont particulièrement bénéficié de cette contribution financière.

1.4.3 Les activités de protection et d'amélioration de la diversité biologique comme moyen de parvenir à la durabilité environnementale

Le développement du tourisme perturbe voire détruit inévitablement l'équilibre écologique d'une zone dont le système a mis des milliers d'années à atteindre sa maturité, sa capacité d'autorégulation et de stabilité. Par exemple, un grand nombre d'hôtels et de résidences secondaires ont été construits sur le littoral turc, occasionnant la destruction des oliviers et des vergers ainsi que la source de revenus de nombreux agriculteurs. De même, le développement touristique sur les plages ainsi que l'éclairage et le bruit émanant des installations destinées aux touristes ont influencé de manière négative la vie de la *Caretta Caretta* et de la *Chelonia mydas*, deux espèces de tortue de mer, sur une petite partie de la mer Méditerranée. Tous les gouvernements turcs ont pris des mesures de protection et d'amélioration de la diversité biologique. Le projet Dalyan est l'un des meilleurs exemples à cet égard. La section suivante présente l'analyse de ce projet pour illustrer les activités visant à protéger et améliorer la diversité biologique sur la côte méditerranéenne.

Projet Dalyan de protection des tortues marines au sein de la diversité biologique : « La plage de Dalyan est la plus grande plage de nidification des *Caretta Caretta* en Turquie en matière de densité de nidification (nids/km). On dénombre environ 250 nids par an dans la région. » Le Projet Dalyan a été lancé pour protéger la *Caretta Caretta* sur la plage de Dalyan. La première initiative de conservation des tortues marines en Turquie a été lancée quand une entreprise internationale a commencé la construction d'un hôtel cinq étoiles du côté d'İztuzu, sur la plage de Dalyan. Plusieurs ONG nationales et internationales se sont opposées à la construction de l'hôtel, avec le soutien des habitants, avec succès. Cette action en faveur de l'environnement a mis les tortues de mer, espèce en voie de disparition, au centre des préoccupations de la Turquie.

L'EPASA a soutenu plusieurs projets et pris des mesures de protection des tortues marines. Par exemple, le groupe de recherche sur les tortues marines a notamment été mis en place par l'Université Hacettepe et l'EPASA a financé plusieurs de ses projets. Selon Kaska et al. (2001), l'altération des zones de plage pour les adapter aux goûts des vacanciers risque d'avoir de nombreuses répercussions préjudiciables pour les tortues marines. Une activité en apparence aussi bénigne que le fait de relaxer, allongé sur une serviette ou un matelas, influe sur la température du sable. C'est également le cas des chaises longues qui, en outre, lorsqu'elles sont laissées sur la plage pendant la nuit, gênent la progression des tortues vers les meilleurs sites de ponte. Les parasols font non seulement diminuer la température du

sable, mais peuvent également endommager les œufs si l'extrémité est enfoncée dans un nid. Il est donc nécessaire de placer des cages protectrices sur les nids sur toutes les plages de nidification fréquentées par les touristes. Les mesures suivantes sont prises en vue de protéger les tortues marines :

- 1) la protection des nids à l'aide de cages sur toutes les plages de nidification ayant une activité touristique est considérée comme une nécessité.
- 2) les touristes sont prévenus des dangers qu'ils provoquent pour les tortues marines via des prospectus et des panneaux de signalisation.
- 3) un mécanisme de contrôle strict a été mis en place pour le positionnement des chaises longues et des parasols, qui sont déplacés pendant la nuit. Cette simple action a aidé les tortues à créer un parcours précis vers les sites supérieurs de nidification. Ces adaptations sont couronnées de succès sur les plages de Dalyan.
- 4) l'EPASA définit l'équilibre en imposant des contrôles particulièrement stricts et rigoureux sur les 4 km de la plage d'Iztuzu, notamment des restrictions sur l'accès de nuit, et des limitations sur les chaises de plage et les parasols. On a observé que la plage disposait depuis de la plus grande densité de nidification des plages de Turquie.

Comme le montre le chapitre II de cette étude, cet exemple indique bien que le tourisme peut coexister avec les tortues marines, de même qu'avec le reste de la faune et de la flore. Malgré ces restrictions, le tourisme international a continué à fleurir dans le centre touristique adjacent à la plage. Les statistiques montrent que les touristes se contentent d'une plage accessible uniquement une partie de la journée, et que le taux de satisfaction concernant les vacances est relativement élevé (Kaska, 2001 ; Tosun ; 2001).

2. Activités d'urbanisme pour atteindre la durabilité environnementale

Différents programmes à différents niveaux ont été préparés par l'EPASA. La plupart de ces programmes sont liés à des arrêtés, des établissements et notamment les questions de construction, d'architecture, d'urbanisation, mais aussi à la loi et aux règlements relatifs aux plans des établissements, etc. Dans ce cadre, l'EPASA a préparé le plan principal de la ville et un plan d'exécution des installations à visée de durabilité environnementale dans plusieurs zones de construction de l'APSE Köyceğiz – Dalyan (voir Tableau 12). Ces plans sont présentés plus en détail ci-dessous.

Le plan principal de la ville est créé lorsque l'on procède à l'élaboration du cadastre ou lorsque le plan de la zone et la réglementation environnementale ont été préparés à partir d'une carte approuvée récemment. Le plan de ville principal comprend les éléments suivants : l'ensemble de l'usage des terrains, les parcelles de terrain, le type de région essentielle, la densité de population de la région dans le futur, la densité de construction si nécessaire, le type, la taille, les principes et orientations des zones de construction pour aujourd'hui et pour l'avenir, les principes et systèmes de transport, la solution aux principaux problèmes relatifs aux transports, etc. Il constitue la base des plans de construction. Il traite des questions présentées ci-dessus et l'échelle utilisée est à 1/2000 ou 1/5000. Le plan est agrémenté d'un rapport détaillé.

Plan opérationnel d'habitat : ce plan d'habitat présente les conditions de cadastre et est préparé parallèlement au plan de ville principal. Il indique les zones d'habitat, leur densité et leur classement, les routes et les phases d'exécution des programmes de construction. Son échelle est d'1/1000 et il est agrémenté d'un rapport détaillé.

Tableau 14 Programmes visant la durabilité environnementale

Destination/Aire	Échelle du plan (carte)	Type de plan	Date d'approbation
Köyceğiz-Dalyan	1/25000	Plan de ville principal	29.03.1989
Köyceğiz	1/5000	Plan de ville principal	26.12.2003
Dalyan	1/5000	Plan de ville principal	23.12.2003
Toparlar	1/5000	Plan de ville principal	04.11.1993
Beyobası	1/5000	Plan de ville principal	27.04.2001
Çandır	1/5000	Plan de ville principal	18.03.1994
Köyceğiz	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	28.08.1991
Dalyan	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	31.03.1989
Toparlar	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	04.11.1993
Beyobası	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	27.04.2001
Çandır	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	18.03.1994
Ekincik	1/1000	Plan opérationnel d'habitat	

Source : Dérivé de <http://www.ockkb.gov.tr/EN/> en anglais.

Le bureau local de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan a expliqué que les activités d'urbanisme, notamment les plans de ville principaux et les plans opérationnels d'habitat, avaient contribué à la protection de l'environnement.

2.1 Initiative du secteur privé pour la durabilité environnementale

L'entreprise Kardak Tourism produit et utilise des bateaux fonctionnant à l'énergie solaire, qu'elle a baptisés « Nouveau bateau à l'énergie solaire pour Dalyan et la Turquie ». L'entreprise indique sur son site Internet que « dans le cadre de [son] engagement pour la protection de l'environnement à Dalyan, [elle travaille] aujourd'hui à la création du premier bateau à l'énergie solaire pour Dalyan et la Turquie. [Elle remplace] le moteur diesel d'un bateau classique par un moteur électrique alimenté par des panneaux solaires. [Elle espère], avec l'aide des spécialistes allemands de l'énergie solaire, avoir achevé le premier bateau propulsé à l'énergie solaire d'ici l'été 2005 ». Le principal objectif de ce projet est de réduire la pollution de l'eau générée par les moteurs diesel. Cela contribuera non seulement à des eaux plus propres mais offrira aussi aux tortues *Caretta Caretta*, aux tortues d'eau douce *Trionyx triunguis*, aux oiseaux, aux poissons et à la flore un environnement sain et sûr. Pour des informations complémentaires, voir www.kardaktourism.com/site_index.htm.

2.2 Initiatives ou projets de durabilité sociale

L'implication des populations locales dans la planification, l'élaboration et la gestion des opérations est une condition sine qua non pour parvenir à un développement durable en général et à un développement touristique durable en particulier. La participation des populations locales au processus de développement touristique peut prendre diverses formes et intervient à différents niveaux. Par exemple, la création d'emplois et de possibilités de carrières pour les personnes locales, le renforcement des capacités et l'organisation de programmes de formation pour les habitants dans les destinations touristiques peuvent représenter des formes d'implication dans le processus de développement touristique (Tosun, 2006 ; 2002). En effet, cette forme d'implication des populations constitue l'aspect social du développement touristique durable.

Les projets de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan ont été analysés en profondeur. L'EPASA a certes pris des mesures pour améliorer la durabilité de l'environnement, mais c'est loin d'être le cas pour les aspects socio-économiques. Construire des établissements touristiques de grande envergure exige un capital important qui n'est pas disponible au niveau local, ce qui explique pourquoi les grandes entreprises hôtelières n'appartiennent pas aux personnes locales. La majorité des petits établissements touristiques appartient à des locaux, mais ils rencontrent de sérieux problèmes : certains ont déjà mis la clef sous la porte. De plus, de nombreuses destinations touristiques ont fait venir des employés venus d'ailleurs pour

travailler pour l'industrie du tourisme. Il n'est pas surprenant de voir que les locaux sont employés aux postes qui n'exigent pas de compétences ni de qualification particulière (Tosun, 1998).

Rien ne montre que les populations locales sont véritablement impliquées dans la planification, le développement et la gestion des destinations touristiques. En réalité, le développement touristique participatif est une stratégie qui n'a pas été mise en œuvre en Turquie. Dans le monde en développement, la volonté politique lui fait clairement défaut : ses implications en matière de répartition des pouvoirs et des ressources sont trop importantes (Tosun et Timothy, 2001). Souvent, les gouvernements au pouvoir sont indifférents aux pratiques locales de développement dont les formes sociales traditionnelles sont nombreuses. Le gouvernement ne se désintéresse pas seulement du développement, mais il « annule également rigoureusement tout effort de changement progressif » (Midgley, 1987 : 11). Comme nous l'avons déjà dit, le développement touristique turc reflète les préoccupations du gouvernement et de ses clients. Les ministères refusent les approches participatives de développement afin de ne pas voir leur position ou représentation publique remises en question par l'autonomisation des citoyens. L'objectif principal du développement touristique étant l'augmentation des recettes extérieures, de nombreuses autres dimensions du tourisme ne sont pas prises en compte. Ainsi, le tourisme, au lieu de servir les intérêts des populations locales, reste entre les mains des hautes sphères de l'État.

Cela tient au fait que le tourisme est développé, planifié et géré par le gouvernement, lui-même régi par le clientélisme, avec le concours des tours opérateurs internationaux qui ont façonné le développement touristique dans leur propre intérêt plutôt qu'en faveur de l'ensemble de la société. Cet argument suggère que bien que l'approche participative du développement touristique soit devenue un instrument du développement touristique durable dans les pays les plus industrialisés, cette stratégie proactive n'a pas connu ce succès en Turquie et dans les pays en développement (Timothy, 1998 : 1999). Néanmoins, sans la participation des populations locales, la croissance du tourisme contribuera dans une moindre mesure aux objectifs de développement.

Enfin, nous ne pouvons affirmer que la croissance touristique ne génère pas de possibilités pour les populations locales de renforcer leurs capacités de développement durable social.

2.3 Initiatives ou projets pour une économie durable

Il est bien entendu nécessaire, pour parvenir à un développement touristique durable efficace et efficient, de considérer tous les aspects du développement durable, y compris le marketing et les activités professionnelles, les méthodes et canaux de diffusion, les types d'informations, l'efficacité du marketing, la coopération avec les fournisseurs locaux de biens et services tels que l'agriculture, la construction et l'ingénierie civile, etc. (Tosun, 1999). Cependant, l'analyse des documents importants tels que les Plans de développement national préparés par les organisations étatiques de planification, les rapports préparés par l'Association des agences de voyage turque, les ONG, etc., montre que la durabilité économique de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan n'a pas été prise en considération. Aucune mesure n'a été prise en faveur des activités de marketing et de publicité, d'évaluation de l'efficacité du marketing, de la coopération avec les fournisseurs locaux de biens et de services, etc.

2.4 Réglementation des activités touristiques

Sans l'adoption de lois sous la forme de mesures incitatives ou de restrictions, il sera impossible de promouvoir un développement touristique durable. Les bonnes pratiques prévoient des mesures de contrôle et/ou des restrictions en matière d'urbanisation et de plans de construction dans l'APSE de Köyceğiz – Dalyan. Des restrictions plus strictes sont notamment appliquées pour enrichir et protéger la diversité biologique. L'accès aux plages de Dalyan et Köyceğiz est totalement interdit pour permettre la nidification et la fécondation.

2.5 Aspects économiques et financiers des projets dans le domaine des bonnes pratiques

Presque tous les coûts relatifs aux projets de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan sont financés par le ministère de l'Environnement et de la Forêt avec la contribution de la KfW, du GTZ et des gouvernements locaux.

Köyceğiz – Dalyan est devenue une destination touristique populaire. Les ressources naturelles préservées sont les principales attractions des visiteurs, qu'ils soient internationaux ou turcs. Le nombre de touristes visitant la région ne cesse d'augmenter.

Viabilité : Aujourd'hui, Dalyan et Köyceğiz semblent être économiquement viables et capables de générer des profits grâce à l'industrie touristique. Bien qu'il n'existe pas de statistiques sur les retours des visiteurs, en règle générale, le taux d'occupation des hébergements y est plus élevé que celui des hébergements dans les zones non côtières. En 1998, 1 768 777 touristes ont visité la région, pour 2 658 398 en 2007 (voir ministère de la Culture et du Tourisme, 2007). Cela représente une augmentation d'environ 67 % sur 9 ans. Néanmoins, l'industrie touristique, comme pour de nombreuses autres destinations, est très sensible aux fluctuations du marché, à l'instabilité politique, à la crise économique et aux activités terroristes du PKK.

2.6 Activités de suivi dans le domaine des bonnes pratiques

Des activités de suivi sont menées pour évaluer les indicateurs des performances environnementales, sociales et économiques, ainsi que les indicateurs d'impact. Il sera difficile de comprendre l'évolution du développement touristique durable sans la poursuite de ces activités. Les analyses des documents tels que les Plans de développement nationaux préparés par les Organisations de planification nationale, les rapports de l'Association des agences de voyage turques, des ONG, etc. montrent que les activités de suivi sont particulièrement limitées dans le domaine des bonnes pratiques. Seule la population des tortues marines a été observée par les chercheurs de diverses universités. Il existe donc un système efficace d'évaluation de la performance des mesures qui ont été prises en matière de protection des tortues marines. Mais cette activité de suivi est la seule en son genre.

Justification : Des mécanismes de rapport et de retour devraient être créés. De même, les principes de base de la justification de tout projet que sont l'implication et l'information des employés, des populations locales et des autres partenaires et la transparence doivent être acceptés.

Bien que les résultats des recherches sur les tortues marines aient été publiés dans des revues internationales et des journaux locaux et nationaux, il n'existe aucun rapport sur l'implication et l'information des employés, des populations locales et des autres partenaires.

2.7 Résultats positifs et négatifs / Capitalisation des expériences

Plusieurs conclusions peuvent être tirées de l'analyse de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan, d'ordre positif ou négatif.

Leçons positives : Le cas de l'APSE de Köyceğiz – Dalyan montre comment le tourisme peut coexister avec les tortues marines, mais aussi avec le reste de la faune et de la flore. Dalyan définit l'équilibre en imposant des contrôles particulièrement stricts et rigoureux sur les 4 km de la plage d'İtzuzu, notamment des restrictions sur l'accès de nuit, et des restrictions à l'utilisation des chaises longues et des parasols. On a observé que la plage disposait depuis de la plus grande densité de nidification de Turquie. Cependant, malgré ces restrictions importantes, le tourisme international a continué à fleurir dans le centre touristique adjacent à la plage. Les statistiques montrent que les touristes se contentent d'une plage accessible uniquement une partie de la journée, et que le taux de satisfaction concernant les vacances est relativement élevé (Kaska, 2001).

Autre enseignement positif : la gestion des ressources ou la gestion de l'environnement. Les APSE ont permis à la Turquie de comprendre comment atteindre une relative durabilité

environnementale dans les destinations touristiques. Grâce à la création de ces aires, environ 14 zones environnementalement sensibles et fragiles ont été mises sous protection et restriction rigoureuses en termes d'urbanisation et de développement, notamment en matière de constructions à caractère touristique.

Au final, ces activités ont généré et promu, dans l'APSE de Köyceğiz – Dalyan, une conscience et une sensibilité environnementales. Ce type de projets a aidé les sociétés et touristes concernés à mieux se comporter vis-à-vis de l'environnement et de la biodiversité.

Enseignements négatifs : Le premier enseignement négatif porte sur le secteur privé qui n'est toujours pas prêt à financer les initiatives qui ne lui apportent pas de bénéfice immédiat. Les acteurs du secteur privé ne considèrent pas que les ressources environnementales sont essentielles à leur avenir. Les organes publics doivent prendre toutes les mesures nécessaires au développement durable et prendre en charge l'ensemble du financement des initiatives sans contribution du secteur privé (Tosun, 2001).

Autre enseignement négatif : les institutions officielles ne sont pas parvenues à assurer la participation aux projets des groupes concernés. Néanmoins, sans véritable participation du secteur privé, des communautés locales et des ONG, il serait particulièrement difficile de développer le tourisme de manière parfaitement durable. Chacune des parties prenantes devrait donc coopérer avec les autres pour parvenir à un développement touristique durable efficace et efficient. Bien qu'une approche participative ait été adoptée dans les opérations et activités d'EPASA, elle n'a pas été appliquée telle qu'annoncée dans le plan de développement à long terme préparé par l'Organisation de planification nationale.

2.8 Possibilité de reproduire le modèle

Il faudrait que toutes les personnes concernées acceptent que les projets relatifs à l'APSE de Köyceğiz – Dalyan sont liés à la durabilité environnementale. Pratiquement aucun projet ou initiative ne vise la dimension économique et socioculturelle du développement durable. Ces bonnes pratiques pourraient être appliquées lorsque des ressources sont disponibles pour financer des projets, et que les organes officiels souhaitent mettre en œuvre des projets de promotion du développement touristique durable.

IV. CHAPITRE IV - PROPOSITIONS POUR LA PROMOTION DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE EN TURQUIE

1. Introduction

La Turquie, avec ses 8000 km de côtes le long de la mer Noire, de la mer de Marmara, de la mer Égée et de la mer Méditerranée, dispose d'une position unique de carrefour entre l'Europe et l'Asie, des points de vue géographique, social, culturel et écologique. Elle est dotée d'un patrimoine naturel, culturel et vivant, mais aussi d'équipements touristiques de grande qualité et à relativement bas prix qui attirent les touristes internationaux. Ces avantages de l'industrie touristique ont attiré l'attention du gouvernement turc, mais aussi des organisations internationales telles que la Banque mondiale et le Fonds monétaire international, et des multinationales, notamment les tours opérateurs. En quelques mots, dans les années 1980, le gouvernement civil, à la suite du coup d'État militaire, sous la pression des organisations financières internationales et des multinationales, a fait de l'industrie touristique sa principale priorité, dans le cadre d'une stratégie de croissance économique tirée par les exportations recommandée par la Banque mondiale et le Fonds monétaire international. Le gouvernement et les donateurs internationaux ont donc cherché à résoudre les problèmes macro-économiques tels que le manque criant de devises étrangères pour financer l'industrialisation et les taux très élevés de chômage des jeunes par le développement de l'industrie touristique. Mais les tours opérateurs internationaux ont cherché de leur côté à maximiser leur profit en ouvrant une nouvelle destination touristique à bon marché dans le bassin méditerranéen, ce qui est susceptible de créer une concurrence féroce autour des prix dans les destinations touristiques.

Pour résumer, les initiatives de croissance touristique en Turquie ont commencé pendant la crise socio-économique et politique des années 1980. La loi n°2634 d'encouragement au tourisme de 1982 a été votée pour accélérer la croissance du tourisme par des mesures d'incitation fiscales, financières et administratives, notamment en matière d'investissements à grande échelle dans les parties littorales du pays. En relativement peu de temps, la stratégie de croissance touristique en Turquie a connu un grand succès en volume (arrivées internationales de touristes et capacité d'accueil) et en valeur (recettes provenant du tourisme international). Néanmoins, cette stratégie de croissance ne s'est pas accompagnée d'une approche de planification du développement touristique compatible avec les principes du développement durable. Les problèmes sont apparus au niveau socio-économique et environnemental à cause de la croissance touristique rapide et non planifiée.

2. Principaux problèmes liés au développement touristique durable en Turquie

Comme déjà dit précédemment, la promotion du développement touristique durable rencontre certaines difficultés que nous pouvons résumer en trois catégories.

2.1 Problèmes environnementaux

- concentration du développement du tourisme de masse dans certains espaces littoraux ;
- pollution visuelle ;
- impact du tourisme sur la faune et la flore ;
- pollution ;
- impacts du tourisme sur les formations géologiques fragiles ;
- impacts du tourisme sur les autres ressources naturelles.

2.2 Problèmes économiques

- dépendance extrême aux tours opérateurs internationaux ;
- dépendance du marché ;
- saisonnalité - sous-utilisation des capacités.

2.3 Problèmes socioculturels

- isolement des populations locales par rapport au développement qui a lieu dans leur localité ;
- surcommercialisation ;
- effet de démonstration du tourisme sur la consommation des populations locales.

2.4 Propositions de promotion du développement touristique durable en Turquie

Avant de parler des questions relatives aux stratégies de développement touristique durable, il convient de clarifier les concepts de « tourisme durable » et « de développement touristique durable ». Le développement touristique durable peut être défini comme « tous les types de développement touristique qui contribuent de manière significative ou, au moins, ne contredisent pas le maintien des principes de développement sans limite dans le temps, sans compromettre la capacité des futures générations de satisfaire leurs besoins et souhaits propres » (Tosun, 1998 : 596). Cette définition présente clairement le concept de développement touristique durable, mais elle ne distingue pas « tourisme durable » et « développement touristique durable ». Butler, dans sa définition, a réussi à faire cette distinction. Bien qu'elle ne soit pas largement reconnue, cette distinction reste importante. Butler explique que :

Le développement durable, dans le contexte touristique, peut être entendu de la manière suivante : le tourisme développé et maintenu dans une zone (communauté, environnement) à un niveau tel et de manière à ce qu'il demeure viable sur une durée indéterminée et ne dégrade ni n'altère l'environnement (humain et physique) dans lequel il se trouve, sans empêcher le développement et le bien-être d'autres activités et processus. Le tourisme

durable quant à lui, est une forme de tourisme qui assure sa viabilité dans une zone sur une période indéterminée (1993 : 29).

À partir de l'analyse globale des première, deuxième et troisième partie de ce rapport, et en conservant la distinction entre « tourisme durable » et « développement touristique durable », plusieurs stratégies peuvent être recommandées en vue du développement touristique durable. Ces stratégies peuvent être rassemblées selon les six catégories suivantes :

- diversifier les produits et le marché et relocaliser le développement touristique ;
- faire participer les populations locales au processus de développement touristique ;
- décentraliser l'administration publique du développement touristique ;
- élargir la conscience environnementale et la protection;
- passer à une philosophie du marketing touristique orienté vers un projet sociétal ;
- adopter une approche de la planification plus proactive et contemporaine.

Il peut être utile de débattre de ces stratégies.

2.5 Diversifier les produits et le marché et relocaliser le développement touristique

Il est évident qu'en tant que destination touristique, la Turquie a depuis longtemps suivi la pénétration du marché en offrant ses produits touristiques aux marchés touristiques. La baisse du niveau des prix et l'augmentation de la publicité ont été les principaux outils de pénétration du marché, provoquant la concentration de la demande touristique dans le temps et dans l'espace, ce qui semble être à l'origine de nombreuses déconvenues pour le développement touristique durable. Par conséquent, la diversification des produits et du marché devrait faire partie d'une stratégie de croissance des destinations pour assurer un développement touristique durable. La Turquie devrait identifier de nouveaux produits touristiques, les promouvoir et les vendre dans de nouveaux segments du marché. Le Tableau 15 présente ces nouveaux produits et marchés possibles.

Tableau 15 Diversification produits/marché et relocalisation du développement touristique

Nouveau produit touristique	Localisation du nouveau produit	Nouveau marché touristique
Tourisme lié à la culture et au patrimoine	Zones sélectionnées dans toute la Turquie	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Écotourisme	Zones sélectionnées dans les régions non côtières	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Tourisme religieux	Lieux dans lesquels existe un patrimoine de religion différente	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Tourisme rural	Zones sélectionnées dans les régions non côtières	Groupes à revenus intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Tourisme thermal	Localisations là où il existe des sources thermales	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Tourisme de santé (traitement médical à l'hôpital)	Grandes villes sélectionnées dans les régions non côtières	Groupes à revenus intermédiaires sur le marché international
Tourisme sportif	Zones sélectionnées dans toute la Turquie	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur

Tourisme hivernal	Zones montagneuses	Groupes à revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international et intérieur
Développement de différents types de tourisme d'intérêt spécifique	Zones sélectionnées dans toute la Turquie	Marché revenus élevés – international
Promotion des activités célébrant la paix aux frontières avec la Grèce et la Syrie en érigeant des parcs multifonctionnels, des centres de libre-échange, des centres commerciaux, des parcs naturels et des monuments pour la paix aux frontières	À la frontière avec la Grèce et la Syrie (mer Égée et région méditerranéenne)	Marché revenus élevés et intermédiaires sur le marché touristique international
Organisation d'événements internationaux	Grandes villes sélectionnées dans les régions non côtières	Marché revenus élevés - international - marché touristique spécifique
Tourisme dans les hautes plaines (Yayla)	Mer Noire, Anatolie centrale et orientale	Groupes à revenus élevés et intermédiaires au Moyen-Orient

Comme déjà vu précédemment dans ce rapport, la Turquie a jusqu'à présent ciblé les groupes à revenus bas et intermédiaires d'Europe occidentale, notamment à travers les tour-opérateurs internationaux. Les stratégies de différenciation des produits mèneront naturellement la Turquie à transférer son investissement touristique vers les régions dotées d'un potentiel pour les produits touristiques alternatifs. En tant que destination touristique, la Turquie devra cibler différents segments sur le marché du tourisme international. En conséquence, les stratégies de diversification des produits et du marché diminueront la dépendance du pays aux tour-opérateurs internationaux et aux pays émetteurs, tout en limitant la concentration de la demande et du développement touristique dans le temps et dans l'espace.

2.6 Participation des populations au processus de développement touristique local

De nombreuses études sur le tourisme soutiennent que la participation des populations au processus de développement touristique est la condition préalable à sa durabilité (Tosun et Timothy, 2003 ; Timothy et Tosun, 2003 ; Tosun, 2000, 2001, 2006 ; Woodley, 1993). D'ailleurs, il a également été dit qu'

Un aspect important du développement durable est la mise en valeur de la participation des populations locales au tourisme. Cette approche du tourisme se focalise sur l'implication des populations locales dans la planification et le processus de développement, ainsi que dans le développement de différents types de tourisme, qui génèrent des bénéfices pour les populations locales. La maximisation des avantages pour les résidents provoque généralement une meilleure acceptation du tourisme de leur part et leur participation active à la préservation des ressources locales (Inskeep, 1994 : 8).

Le développement touristique participatif en Turquie et dans d'autres destinations touristiques pourrait avoir les résultats positifs suivants :

- une meilleure répartition des bénéfices et du coût du développement touristique parmi les acteurs des destinations touristiques ;
- plus la population locale bénéficie du tourisme, plus elle participe à la protection du patrimoine naturel et culturel et soutient les activités touristiques (McIntyre et al., 1993 ; Timothy, 1999) ;
- il permettra d'établir des conditions favorables à la gestion de la croissance dans les destinations touristiques (Williams et Gill, 1994 : 184) et pourrait être utilisé comme moyen de limiter les impacts sociaux négatifs (Pearce, 1994) en formant les populations locales au sujet des bénéfices du tourisme (Ryan et Montgomery, 1994 : 369). Pour résumer, un degré raisonnable de consensus qui pourrait être atteint via la participation publique est nécessaire au développement touristique durable ;

- les limites de la tolérance locale au tourisme peuvent être repoussées grâce à la participation des habitants, améliorant par la même occasion la capacité sociale d'accueil (d'Amore, 1983 ; Tosun, 2005, 2002). Comme Murphy l'a expliqué (1985 : 153), « le tourisme repose sur la bonne volonté et la coopération des populations locales dans la mesure où elles font partie de son produit. Lorsque le développement et la planification ne sont pas compatibles avec les aspirations et les capacités locales, la résistance et l'hostilité peuvent... détruire l'ensemble du potentiel de l'industrie » ;
- la participation de la population peut permettre à l'industrie de contribuer au développement national à plus long terme si les habitants peuvent faire entendre leur voix dans le processus décisionnel (Tosun, 2005, 1998). De cette manière, l'approche participative peut se révéler un instrument de croissance économique et de développement durable au niveau local comme au niveau national. En outre, la stratégie participative de développement peut être utilisée comme un outil d'amélioration des capacités d'une population à prendre des décisions dans le processus démocratique. Elle fait cruellement défaut, notamment dans les pays en développement.

L'implication des populations locales est donc devenue un élément indispensable du développement touristique durable, avec son potentiel de protection et de préservation des ressources socioculturelles, historiques et naturelles essentielles aux activités touristiques, ainsi que son potentiel de répartition plus équitable des coûts et bénéfices du tourisme parmi les parties prenantes, mais aussi d'augmentation des bénéfices mutuels entre les touristes et les habitants des destinations en renforçant la compréhension qu'ils ont les uns des autres.

2.7 Décentralisation de l'administration publique du développement touristique

Il ne fait aucun doute que l'une des raisons principales expliquant un développement touristique non durable est l'extrême centralisation du système d'administration publique du tourisme. La structure organisationnelle du gouvernement local provient davantage des préoccupations bureaucratiques et fiscales des organes centraux que de la prise en considération des besoins des populations locales. Plusieurs études démontrent que la Turquie a toujours disposé d'un gouvernement central fort conservant la mainmise sur les organes locaux, ce qui a abouti à la concentration des pouvoirs dans trop peu de mains. De telles pratiques font obstacle à l'émergence d'institutions réactives, efficaces et autonomes au niveau local. Les gouvernements locaux turcs manquent de pouvoir et de ressources financières pour répondre efficacement aux besoins du public et des touristes (Tosun et Jenkins, 1996 ; Tosun, 1998, 2001 ; Tosun, Fletcher et Fyall, 2006).

D'ailleurs, à la lumière de l'expérience personnelle des consultants et des résultats globaux de ce rapport, il est clair que sans restructuration du système administratif turc, il sera difficile de promouvoir et de gérer le développement du tourisme selon les principes du développement touristique durable. Bien que le gouvernement actuel ait reconnu cette nécessité, et qu'il ait préparé une nouvelle législation pour donner plus de pouvoir aux organes locaux, l'application de cette loi a été reportée suite à une forte opposition politique. Sans l'autonomisation appropriée des gouvernements locaux, il s'avérera difficile pour les autorités locales de gérer efficacement les impacts environnementaux, sociaux et économiques du tourisme. Les municipalités ont des difficultés à satisfaire en même temps les besoins des touristes étrangers, des propriétaires de résidences secondaires et de leurs résidents permanents ; en effet, leurs budgets sont fonction du nombre de résidents permanents sans tenir compte de celui des propriétaires de résidences secondaires et des touristes. Lorsqu'un grand nombre de touristes et de résidents secondaires viennent séjourner dans les destinations touristiques populaires au plus fort de la saison, les demandes de services dépassent les capacités des municipalités. S'ensuivent des conséquences environnementales, sociales, culturelles et économiques indésirables. Toute approche de développement touristique durable, en l'absence d'une forte autorité locale de planification et de l'implication des populations locales dans le processus de planification, semble donc être très difficile.

2.8 Élargir la conscience environnementale et la protection

Les ressources naturelles et culturelles sont bien sûr les principales attractions pour les investissements et la demande touristique. Néanmoins, il est bien connu que le tourisme détruit ses propres ressources à cause de la croissance touristique non planifiée et du manque de sensibilité aux questions environnementales. Selon Beeton (2006), « le tourisme est comme le feu. Il est capable de cuire vos repas ou de brûler votre maison ». Si la Turquie veut utiliser le tourisme comme le feu pour cuire sa nourriture, il y a un besoin urgent de développer une plus grande sensibilité environnementales et protection de l'environnement. Elle pourrait y parvenir en offrant plus de formations et d'enseignements sur les questions environnementales et en appliquant des règles et lois environnementales plus strictes.

Créer une conscience environnementale : Afin de donner la priorité aux préoccupations environnementales dans le développement touristique, l'élaboration et la mise en œuvre des programmes de formation à la sensibilité environnementale sont vitales. Ces programmes doivent cibler les employés des autorités locales concernées, les représentants du secteur privé et les membres des ONG. Il sera nécessaire de publier les informations et interprétations appropriées et de les fournir aux touristes afin de les informer quant à la fragilité des ressources historiques et naturelles du pays (Tosun, Fletcher et Fyall, 2006).

Appliquer des règles et lois environnementales plus strictes. L'analyse globale des questions relatives au développement touristique en Turquie montre que des règlements et une loi plus stricts en matière d'environnement devraient être élaborés et appliqués de manière à protéger des ressources naturelles et un patrimoine culturel uniques et fragiles. Ces mesures devraient être strictes et ne laisser aucune place à une interprétation erronée ou à un usage impropre. Il peut être nécessaire de collaborer avec des agences internationales pour protéger ces ressources non renouvelables. En outre, des panneaux informatifs devraient être installés pour expliquer les restrictions aux touristes. Des livrets et lettres d'information permettront aux touristes de s'informer sur la fragilité de ces ressources. Les guides touristiques devraient être éduqués aux questions environnementales et devraient être chargés d'informer les touristes quant aux lois relatives à l'environnement et leur fournir gratuitement livrets et lettres d'information. Plus important, le strict contrôle de l'application de ces lois devrait avoir lieu via l'autonomisation des gouvernements locaux, des ONG et des populations locales (Tosun et Fyall, 2005 ; Tosun, Fletcher et Fyall, 2006).

2.9 Passer à une philosophie du marketing touristique orientée vers un projet sociétal

Comme déjà dit, de nombreux pays en développement, y compris la Turquie, ont suivi une approche de gestion du marketing des destinations dictée par la production, le produit, la vente et le marché en ignorant l'équilibre délicat entre les avantages pour l'environnement, la société et la destination. Néanmoins, en vue de la promotion d'un développement touristique plus durable, il est vital de se diriger vers une approche de gestion du marketing des destinations orientée vers la société, afin d'établir un équilibre entre la protection de l'environnement, le bien-être de la société mais aussi la satisfaction des clients à long terme et les bénéfices pour la destination (Tosun, Okumus et Fyall 2008 ; Tosun, Fletcher et Fyall, 2006 ; Fyall, Garrod et Tosun 2006).

2.10 Adopter une approche de la planification plus proactive et contemporaine

L'un des principaux obstacles à la promotion d'un développement touristique durable en Turquie est l'approche de planification touristique rigide employée au niveau national qui a échoué à répondre aux problèmes des destinations touristiques locales. Il est absolument nécessaire de substituer à l'ancienne approche de planification une nouvelle approche utilisant des modèles de planification plus flexibles, cohérents, globaux, inclusifs et participatifs. Pour Tosun et Jenkins (1998), ces approches de planification ne sont pas nécessairement exclusives, elles ont plutôt tendance à se compléter. Certaines différences les séparent, mais elles sont parfois interchangeables. Elles peuvent aussi représenter une solution alternative vers une réalité empirique, mais aucune d'entre elles ne peut, à elle

seule, suffire à planifier le développement touristique aujourd'hui. Par conséquent, il est recommandé que les pays du bassin méditerranéen élaborent une méthode appropriée de planification, en cherchant l'équilibre et la bonne proportion entre les éléments d'une approche contemporaine qui prenne en compte leurs propres conditions sociales, culturelles politiques, économiques et environnementales.

V. BIBLIOGRAPHIE

- Adaman, F. and Arsel, M. (2005). Introduction. In: Adaman, F. and Arsel, M. (eds) *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot, UK: Ashgate, pp. 1–11.
- Allen, R.L.; Long, T.P.; Perdue, R.R. & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Altunel, E. and Hancock, P.L. (1994). Pollution of the Pamukkale travertine as a consequence of urbanisation: what future for a unique natural Turkish Monument?. In *47 Türkiye Jeoloji Kurultayı, Bildiri Özetleri; Çevre Jeolojisi Oturumu*. İzmir/ Türkiye: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Arsel, M. (eds). *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot (UK): Ashgate, pp. 249–262.
- Baidal, J. A. I. (2004). Tourism Planning in Spain. *Annals of Tourism Research*, vol. 31(2), pp. 313-333.
- Beeton, S.(2006). *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.
- Boratav, K. (1990). Inter-class and intra-class relations of distribution under 'Structural Adjustment': Turkey during the 1980s. In Aricanli, T. and Rodnik, D. (eds). *The Political Economy of Turkey: Debt Adjustment and Sustainability*. London: MacMillan, pp. 199-229.
- Brotherton, B., Woolfenden, G. and Himmetoglu, B. (1994). Developing human resources for Turkey's tourism industry in the 1990s. *Tourism Management*, Vol. 15 No. 2, pp. 109-16.
- Butler, R. W. (1993). Tourism: An evolutionary perspective. In J. G. Nelson, R. Butler, & G. Wall, *Tourism and sustainable development: monitoring, planning, managing* (pp. 26)43). Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.
- Butler, R.W. (1990). Tourism-historical and conceptual context. In Nelson, J.G. and O'Neil, P.C. (Eds), *A Workshop on a Strategy for Tourism and Sustainable Development*, Heritage Resources Centre, University of Waterloo, Waterloo, pp. 15-19.
- Bywater, M. (1991). Prospects for Mediterranean Beach Resorts: an Italian case Study. *Travel and Tourism Analyst*, Vol.5, pp.75-89.
- CEC (Commission of the European Communities) (2003). *Basic orientations for the sustainability of European tourism*. Brussels: CEC . <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/consultation/> (last accessed 21 November 2003).
- Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164}182.
- Cohen, E. (1988). Tourism and Aids in Thailand. *Annals of Tourism Research* 15:467–486.
- Convery, F.J. and Flanagan, S. (1992). Tourism and the Environment-Impacts and Solutions. In Briassoulis, H. and van der Straaten, J. (eds), *Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues*. Boston: Kluwer Academic Publishers, pp. 145-153.
- Copeland, E. (1992). The Role of Airlines in the Tourism and Environment Debate. *Tourism Management*, March, pp.112-114.
- D'Amore, L. (1983). Guidelines to planning in harmony with the host community. In P.E. Murphy, (Ed.), *Tourism in Canada: Selected issues and options*. Victoria, BC: University of Victoria, Department of Geography. pp. 135-159
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment, Social Cultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.16, pp.216-236.
- Duzgunoglu, E. and Karabulut, E. (1999). *Development of Turkish Tourism: Past and Present*. Istanbul: TURSAB, Association of Turkish Travel Agencies.
- Erdogan, N. and E. Baris (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28 (2): 604-614.
- Eroglu, T. (1995). Yuksek Okul adina yapilan konusmalar. In *Kapadokya Toplantilari II: Turizm Endustrisi- Turizm Isletmeciligi ve Otelcilik Yuksek Okulu Isbirligi Imkanlari* (pp. 30}33).
- Fletcher, J.E. (1989). Input–output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research* 16, 514–29.

- Fyall, A., Garrod, B. and Tosun, C. (2006). Destination marketing: A framework for future research. In Kozak, M., and Andreu, L. (eds.) *Perspective in Tourism Marketing*, pp 75-86, Elsevier Publishing.
- GAP Southeast Anatolian Project (2002). *Bolgesel Kalkinma Idaresi Baskanligi*, Ankara, <http://www.gap.gov.tr> or <http://www.dpt.gov.tr>.
- Göymen, K. (2000). Tourism and governance in Turkey. *Annals of Tourism Research* 22,1025–48.
- Hamele, H. (1988). Leisure in Nature. *Naturopa*, Vol.59, pp30-32
- Hansen, B. (1991). *The Political Economy of Poverty, Equity, and Growth: Egypt and Turkey*. Published for the World Bank. Washington: Oxford University Press.
- Hunter, C. and Green, H. (1995). *Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship?*. Routledge, London.
- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning*. London: Routledge.
- Kaska, Y. (1993). *Investigation of Caretta caretta population in Patara and Kizilot*. M. Sc. Thesis. Dokuz Eylul University, Izmir.
- Kaska, Y. (2001). *The need for sea turtle rescue center in Turkey; a preliminary work*. Proceedings of the 21th International Sea Turtle Symposium. Philadelphia-USA.
- Kaska, Y., Baran, I., Ilgaz, Ç.,Turkozan, O., Oz, M., Erdogan, A. (2001). *An estimation of the total nesting activity of sea turtles in Turkey*. Proceedings of the 21th International Sea Turtle Symposium. Philadelphia-USA.
- Keyman, E.F. (2005). Modernity, democracy, and civil society. In: Adaman, F. and Arsel, M. (eds) *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot, UK: Ashgate, pp. 35–52.
- King, B., A. Pizam, and A. Milman (1993). Social Impacts of Tourism: Host Perceptions. *Annals of Tourism Research* 20:650–665.
- Klein, R. (2001) Public policies and cultural tourism. In *The 1st Conference on Cultural Tourism-EU Activities. Fira de Barcelona, Spain, 29-31 March*. <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/tourism-publications/documents/barcelona30-03-2001.pdf> (last accessed March 2005).
- Kocasoy, G. (1989). The relationship between coastal tourism, sea pollution and public health: a case study from Turkey. *Environmentalist*, Vol.9(4), pp.245-251
- Kousis, M. (1989). Tourism and the Family in a Rural Cretan Community. *Annals of Tourism Research*,16:318–332.
- Kuleli, E. (1999). *Erzincan, Türkiye'nin Doğa Sporları Merkezi Oluyor*. TÜRSAB (The Association of Turkish Travel Agencies) Aylık Dergi, Vol.185, pp.28-30
- Mathieson, Alister and Wall, Geoffrey (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Essex: Longman Group Ltd.
- Mavi Bayrak (Blue Flag) (2008). <http://www.ntvmsnbc.com/news/407038.asp>: last accessed February 3, 2008.
- McIntyre, G., Hetherington, A. & Inskeep, E. (1993). *Sustainable tourism development: A guide for local planners*. Madrid: World Tourism Organisation.
- Midgley, J. (1987). Popular participation, statism and development. *Journal of Social Development in Africa*, Vol. 2 No. 1, pp. 5-15.
- Ministry of Culture and Tourism (2000, 2003, 2007, 2008). *Bulletin of Tourism Statistics*. Ankara: Ministry of Culture and Tourism.
- Ministry of Culture and Tourism (2005) *Tourism Activities*. Ankara: Ministry of Tourism. Available at: www.turizm.gov.tr/EN/BelgeGoster.aspx?17A16AE30572D3136407999D5EC
- Ministry of Environment and Forestry (2008). *Documents about National Parks*. Obtained by personal contact, Ankara: Ministry of Environment and Forestry.
- Mumcu, E. (2004) *Türkiye'nin 2010 Turizm Vizyonu ve II. Hamle Dönemi Konulu Basın Toplantısı* (press meeting on the 2010 Tourism Vision of Turkey and the Second Initiation Period). Available at: http://www.kultur.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?BELGENO=49979
- Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Methuen.
- Nicholls, L. L. (1976). Crime Detection and Law Stabilization in Tourist-recreation Regions. *Journal of Travel Research* 15(1):18–20.
- Niles, T. (1998). Greek-Turkish cooperation. *Christian Science Monitor*, 90(141): 19-20.
- O'Reilly, A. M. (1986) Tourism Carrying Capacity. *Tourism management*, 7(4):254-258.
- OECD (1981, 1997). *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*. Paris: OECD.
- Ohmae, K. (1992). *The borderless world: Power and strategy in the global marketplace*. London: Harper Collins.

- Oppermann, M. (1993). Tourism space in developing countries. *Annals of Tourism Research* 20: 535-556.
- Pearce, D. G. (1978). Form and function in French resorts. *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp.142-156.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. Essex: Longman.
- Pearce, P.L. (1994). Tourism-resident impacts: Examples, explanations and emerging solutions. In W.F. Theobald, (Ed.), *Global Tourism* (pp. 104-123). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Pizam, A. (1978). Tourism Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents. *Journal of Travel Research* 16(3):8-12.
- Pizam, A., and J. Pokela (1985). The Perceived Impact of Casino Gambling on a Community. *Annals of Tourism Research* 12:147-165
- Reising, Y. (1994). Social Contact between Tourists and Hosts of Different Cultural Backgrounds. In *Tourism the State of the Art*, A. V. Seaton, ed., pp. 743-753. Chichester: Wiley.
- Resmi Gazete (1982) *Turizm Tesvik Kanunu, Sayi: 2634; Kabul Tarihi: 12/3/1982* (Tourism Encouragement Law no. 2634; Date of Acceptance: 12/3/1982). Ankara: Resmi Gazete.
- Ryan, C. & Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15, 358-369.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism: A Chance for Regional Development in Turkey?. *Tourism Management*, Vol.23, pp.85-92.
- Sezer, H., & Harrison, A. (1994). Tourism in Greece and Turkey: An economic view for planners. In A. V. Seaton, *Tourism the state of the art* (pp. 74}83). Chichester: Wiley
- State Planning Organization (1994, 1996, 1999, 2002, 2007) *Main Economic Indicators*. Ankara (Turkey): State Planning Organization.
- Stonich, S.C. (1998). Political ecology of tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.25 (1), pp.25 55.
- Tananone, B. (1991). International tourism in Thailand: environment and community development. *Contours*, Vol.5(2), pp.7-9.
- The Economist (1996). *A Survey of Turkey*. 8th June, 1996.
- The Istanbul Chamber of Commerce (1997). *Monthly Economic Figures, June-1997*. Istanbul: ITO (ICOC).
- Timothy, D. (1998). Cooperative tourism planning in a developing destination. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 6 No. 1, pp. 52-68.
- Timothy, D.J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, n°2, 371-391.
- Timothy, D.J. and Tosun, C. (2003). Appropriate planning for tourism in destination communities? Participation, incremental growth and collaboration. In S. Singh, D.J. Timothy and R.K. Dowling (eds). *Tourism in Destination Communities*, pp. 181-204. Cambridge: CABI Publishing.
- Tosun A., Okumus F. And Fyall A. (2008). Marketing Philosophies Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 35(1):127-147.
- Tosun, C. (1996). *Approaches to tourism development planning at sub-national level: A case study of Cappadocia in Turkey*. Unpublished MPhil thesis, Strathclyde University, The Scottish Hotel School, Glasgow, UK.
- Tosun, C. (1998). Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey. *Tourism Management*, Vol.19 (6), pp.595-610.
- Tosun, C. (1999). An analysis of contributions of international inbound tourism to the Turkish economy. *Tourism Economics* 5(3), 217-250.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6):613-633.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3):285-299.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of tourism impacts: A comparative study. *Annals of Tourism Research*, 28(4): 231-253.
- Tosun, C. (2005). Stages in emergence of participatory tourism development process in developing countries. *Geoforum*, 36(3):333-352.
- Tosun, C. (2006). Expected level of community participation in the tourism development process. *Tourism Management*, 27(1):493-504.
- Tosun, C. and Fyall, A. (2005). Making tourism sustainable: prospects and pitfalls. In Adaman, F and Arsel, M. (Eds). *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*, pp.249-262, Ashgate Publishing.
- Tosun, C. and Jenkins, C.L. (1996). The need for regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7):519-531.

- Tosun, C. and Jenkins, C.L. (1998). The evolution of tourism planning in Third World countries: a critique. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2):101-114.
- Tosun, C. and Timothy D.J. (2003). Arguments for community participation in the tourism development process. *Journal of Tourism Studies*, 14(2):2-14.
- Tosun, C. and Timothy, D.J. (2001). Defects in planning approaches to tourism development developing countries: the case of Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13(7), 352–359
- Tosun, C., Fletcher, J. and Fyall, A. (2006). Turkish tourism development pattern in the New Europe: Implication of EU enlargement. In Hall, D., Marciszewska, B. and Smith, M. (Eds.). *Tourism in the New Europe: The Challenges and Opportunities of EU Enlargement*, pp.279-287, CABI Publishing.
- Tosun, C., Okumus, F. and Fyall, A. (2008). Marketing Management Philosophies in a Developing Country Context. *Annals of Tourism Research*, 35(1):127-147.
- Tosun, C., Timothy, D.J. and Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism* 11(2-3), 133–161.
- Tosun, C., Timothy, D.J., Parpairis, A. and MacDonald, D. (2005). Cross-border co-operation in tourism marketing for sustainable tourism development: The case of Greece and Turkey. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(1):5-23.
- TSE (Turkish Standard Institution) (2008). *Standard Belgesi Alan İşletmeler* (Establishment Obtained Some Kinds of Standards), obtained through personal contact.
- Tucker, H. (1997). The Ideal Village: Interactions through Tourism in Central Anatolia. In S. Abram, J. Waldren and D.V.L. Macleod (eds), *Tourists and Tourism*, Berg, Oxford, pp.107-128
- Turizm Bankasi (1986). *Cappadocia Touristic Development Areas*. Ankara (Turkey): Turizm Bankasi A.S.
- Turizm Yatirimcilar Dernegi (TYD) (Association of Turkish Tourism Investors) (2007). *Turizm İstatistikleri* (Tourism Statistics). Istanbul (Turkey): TYD.
- Türkiye Kalkınma Bankası (TKB) (Development Bank of Turkey) (1990; 2002;2008). *Turizm kredilerinin Yöresel Dağılımı* (Regional Distribution of Tourism Credit), Obtained by Written Personal Contact on January 25, 2008.
- Türkiye Kalkınma Bankasi (1990). *Turizm El Kitabı* (Tourism Handbook). Ankara(Türkiye) Kalikinma Bankasi.
- TURSAB (2008). *Seyehat Acentaları Bilgileri* (Information about Travel Agencies), <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/sorgu/index1.asp> (last accessed on 30 March, 2008).
- Wheatcroft, S. (1991). Airlines, Tourism and the Environment'. *Tourism Management*, Vol.12 (2), pp.119-124.
- Williams, P.W. & Gill, A. (1994). Tourism carrying capacity management issues. In W.F. Theobald, (Ed.), *Global Tourism* (pp. 174-187). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Williams, P.W. and Gill, A. (2005). Addressing Carrying Capacity Issues in Tourism Destinations through Growth Management, pp.194-212. In Theobald, W.F. (ed.), *Global Tourism*. London: Elsevier.
- Woodley, A. (1993). Tourism and sustainable development: The community perspective. In J.G. Nelson, R.W. Butler & G. Wall, (Eds.), *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing* (pp. 135-146). Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.
- WTO (1983). *Study of tourism's Contribution to Protecting the Environment*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yale, P., Carillet, J.B., Maxwell, V. and Raphael, M. (2005). *Turkey*. London: Lonely Planet.
- Yeldan, E.A. (1988). Structural adjustment and trade in Turkey: investigating the alternatives 'beyond export-led growth. *Journal of Policy Modeling*, 11 (2) 273-296.
- Yenen, S. (1997). *Turkish Odyssey*. Istanbul: Serif Yenen. Available at: <http://www.turkishodyssey.com/turkey/history/history.htm>
- Yuksel, F., Bramwell, B. and Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management* 20, 351–360.

Websites :

www.cevreorman.gov.tr/durum_rapor/ockkb/

www.ockkb.gov.tr

www.strt.hacettepe.edu.tr

VI. TABLE DES ILLUSTRATIONS

Tableau 1 Arrivées touristiques et recettes en Turquie, 1970-2006	469
Tableau 2 Exportations par produits et recettes touristiques (en millions de dollars), 1994-2006	470
Tableau 3 Recettes touristiques et flux de capitaux en Turquie en millions de dollars US, 1990-2006	470
Tableau 4 Part des recettes touristiques dans le PIB et les revenus d'exportation 1963-2006	471
Tableau 5 Répartition des vols charter (arrivées et départs) transitant par les aéroports turcs par année et par région	480
Tableau 6 Répartition régionale des parcs nationaux.....	486
Tableau 7 Répartition mensuelle du nombre de touristes en Turquie, 2000-2006	491
Tableau 8 Mesures incitatives sous forme de crédit aux investissements et exploitations touristiques par régions (en millions de TRY) entre 2001 et 2007	497
Tableau 9 Arrivées de touristes internationaux et de nuitées par régions entre 1996 et 2006	498
Tableau 10 Nombre d'établissements d'hébergement touristique agréés par régions géographiques (2000-2006).....	499
Tableau 11 Répartition régionale des agences de voyage et des tour opérateurs en 2007	500
Tableau 12 Les projets de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan.....	507
Tableau 13 Activités de formation organisées en vue de la durabilité environnementale.....	510
Tableau 14 Programmes visant la durabilité environnementale	515
Tableau 15 Diversification produits/marché et relocalisation du développement touristique	520
Figure 1 Sites de nidification des tortues marines en Turquie	487
Figure 2 Organigramme de l'Autorité de protection environnementale pour les aires spéciales (EPASA)	504
Figure 3 Carte de l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan.....	506
Figure 4 Carte de l'aire de protection spéciale de l'environnement de Köyceğiz – Dalyan.....	506
Photo 1 Station de traitement des eaux usées de Köyceğiz.....	512
Photo 2 Bassin de recueillement d'eau potable de Köyceğiz	512
Photo 3 Station de traitement des eaux usées de Dalyan	512
Photo 4 Bassin de recueillement d'eau potable de Dalyan.....	512
Photo 5 Réservoir de stockage des ordures d'Ortaca	513

Executive summary

The tourism sector in the Mediterranean is very dynamic, creating jobs and wealth. It also poses major challenges for regional development and planning, environmental protection, nature conservation and rational use of natural resources.

In order to “Promote sustainable tourism in the Mediterranean”, as recommended by the Mediterranean Strategy for Sustainable Development, the Blue Plan provides knowledge on key areas indicative of the delicate relationship between tourism and sustainable development. It also serves to follow progress in the implementation of the recommendations adopted by the Contracting Parties to the Barcelona Convention in 1999 and in the identification of good practices in the field of tourism.

Areas covered in this report include climate change, biodiversity, yachting and cruising, employment and wealth creation. Also addressed in a series of regional studies are the following questions: interactions between tourism development and mitigation and adaptation to climate change, control of loss of biodiversity, ways to develop environmentally friendly nautical tourism and the potential of tourism facilitating job and wealth creation.

Six country studies review progress made since 1999, documenting successes and challenges.

The results of these regional and national studies, elaborated by experts in the field, were discussed during a regional workshop held in Sophia-Antipolis in July 2008. The resources presented at the Workshop, the recommendations and avenues to be explored in the near future are collated in this CD-Rom.

PART 1

REPORT OF THE WORKSHOP

REPORT OF THE WORKSHOP

TABLE OF CONTENTS

I. Préambule	534
1. The context.....	534
2. The Mediterranean Strategy for Sustainable Development.....	535
3. The Blue Plan's programme of work in the tourism sector	536
II. Opening and introduction	537
III. Evaluating: implementing the 1999 recommendations and good practices.....	538
1. The viewpoint of the international institutions	538
2. Taking stock of the 1999 recommendations: three examples in the Mediterranean	539
3. Good practices: three examples in the Mediterranean	540
4. Discussion	543
IV. Evaluating: Results of the carrying capacity assessments and links with the ICZM protocol	544
1. Tourism carrying capacity assessment.....	544
2. Handbook on sustainable tourism in coastal zones.....	544
3. The DESTINATIONS project « Developing strategies towards sustainable tourism in the Mediterranean states »	545
4. A Strategy for the sustainable development of tourism in Sardinia	546
5. Discussion	547
V. Discussing: four regional issues linking tourism and sustainable development	548
1. Climate change	548
2. Biodiversity	550
3. Jobs and wealth creation	553
4. Cruising and yachting.....	555
VI. Proposing: lines of work, discussion and recommendations	557
1. Lines of work and discussion	557
2. Recommendations	558
VII. Annexes	559
Annexe 1 : Programme	560
Annexe 2 : Liste des participants	567

I. PREAMBLE

1. The context

The tourism sector in the Mediterranean is moving apace. Over the decade from 1995-2004, average annual growth in the number of foreign visitors was shooting up in countries such as Croatia (20%), Syria (15.7%), Egypt (11.7%), Algeria and Turkey (10.1%). In 2005, 246 million international tourists visited the Mediterranean states, i.e. 30.5% of global international tourism.

By 2025, national and international tourist numbers could well have hit 637 million, 312 million of which will be accounted for by the coastal regions alone. Forecasts of international tourist arrivals indicate that it is in the countries to the south and east of the Mediterranean and in the eastern Adriatic that the most marked growth will occur.

These few statistics alone show the scale of the pressure which tourism is exerting on the environment and natural resources, as well as its innate potential to generate economic and social development. Its links with the major dimensions of sustainable development are rarely unequivocal.

1.1 Environment

The tourism sector is a growing emitter of greenhouse gases, a factor in **climate change**. The emissions it produces are attributable to transport, both as regards travel from home to destination and also at destination, as well as the fossil energy consumed by accommodation and amenities. Just as tourism affects climate change, so the latter is likely to have a marked impact on this sector. Indeed, rising sea levels which exacerbate coastal erosion, the increased frequency of extreme weather events such as heat-waves and the warming of surface waters which can produce eutrophication peaks are unlikely to leave future tourist choices unaffected.

Tourism and biodiversity are bound by strong ties. Although tourism contributes to the loss of **biodiversity** by causing land and marine areas to become built-over, outstanding sites to become degraded or non-native species to be introduced, by the very resources which it generates it can also contribute to its protection and help safeguard the force of attraction that is biodiversity.

As Mediterranean tourism is essentially beach-oriented, its impact on the **quality of coastal waters**, themselves a point of attraction, should always be a central concern.

1.2 Economy

In 2005, international tourist spending in the Mediterranean amounted to some 195 billion USD. Generally speaking, the tourism sector makes a highly significant contribution to economic **growth**, albeit less so to the **distribution of its fruits**, since flight coefficients can be very high. However, and this is one of the stakes for the years to come, under certain conditions this activity is a promoter of fair local development. It can encourage the revitalisation of cut-off areas (small islands) and breathe new life into traditional activities (agriculture, fishing, crafts and construction & public works).

Moreover, tourism as a sector continues to **create large numbers of jobs** both directly and indirectly, even though tourist jobs are often low-qualified and poorly paid.

1.3 Social

By encouraging the provision of drinking water and electricity, sanitation and rubbish collection, tourist development can also promote **access to essential services**. But this must be approached from the sustainable development perspective, failing which it will simply produce pockets of affluence unlikely to reduce the social inequalities which are still so marked in all the riparian states.

2. The Mediterranean Strategy for Sustainable Development

Since its creation in 1996, the Mediterranean Commission on Sustainable Development (MCSD) has flagged tourism as a priority theme. The first work to be undertaken on this front was discussed at the regional workshop held in Antalya (Turkey) in September, 1998. Thereafter, the MCSD's working group on «Tourism» produced various recommendations and proposals for action, which were adopted by the Contracting Parties to the Barcelona Convention in 1999.

At the MCSD's proposal, in 2005 the Parties to the Barcelona Convention adopted a Mediterranean Strategy for Sustainable Development, notably comprising seven priority action areas, one of which is the promotion of sustainable tourism. This «Tourism» chapter sets out three main objectives, broken down into nine points.

Mediterranean Strategy for Sustainable Development

2.4 Promoting sustainable tourism

Reduce the adverse territorial and environmental effects of tourism

1. Strengthen the implementation of the recommendations on tourism adopted in 1999 by the Contracting Parties, identify good practices and produce an in-depth assessment of the progress made by 2008.
2. Promote within countries, on the basis of studies of carrying capacities, a more balanced distribution of tourists in terms of destinations and seasons.

Promote the products and the supply of sustainable tourist facilities and increase the added value of tourism for local communities

3. Draw up as soon as possible and no later than 2010, a 10-year promotional framework programme for the Mediterranean together with the Ministries concerned, the private sector, sustainable tourism professionals and promoters, highlighting the assets of the Mediterranean cultural and environmental heritage, with a view to developing a «Mediterranean tourism quality label». Promote a pilot action at the regional level to support the implementation of national and sub-national programmes.
4. Develop «tourism pay-back» formulae so that tourists contribute to the preservation of the Mediterranean natural environment and cultural heritage and the sustainable development of destinations.
5. Explore the possibility of implementing taxation systems based on transport, especially sea and air transport to islands, as a means of contributing to the sustainable development of these regions.
6. Adapt tourism more effectively to the constraints and opportunities offered by protected natural areas, especially with a view to preserving biodiversity and the natural and cultural heritage in regional parks, biosphere reserves and protected coastal areas.
7. Encourage countries to promote rehabilitation programmes in destinations where hotel facilities and tourism infrastructure are becoming obsolete, and where historical sites are poorly maintained.

Improve governance for sustainable tourism.

8. Improve cooperation between countries and major operators to improve the harmonisation of regulations and develop synergies at the regional level.
9. Improve cooperation mechanisms between tourism and environmental authorities and strengthen the capacities of local authorities to manage the development of tourism and promote sustainable tourism.

The MSSD is a framework strategy. It is intended to prompt the drawing up of national strategies for sustainable development (NSSDs) as well as sectoral strategies, or help to update them. It also invites enhanced regional cooperation on monitoring progress, using

indicators and analyses of good practice, and sharing experience through workshops organised on the seven priority areas under the MCSD's aegis.

3. The Blue Plan's programme of work in the tourism sector

The Blue Plan was invited by the Contracting Parties to collate information to facilitate the implementation and monitoring of the MSSD and the NSSDs. The Blue Plan has a specific mandate to define and document a set of indicators, to further analysis and to identify good practices in the area of sustainable tourism.

In response to this mandate, in July 2007 the Blue Plan organised an experts' workshop to select a set of additional indicators. Along with the two priority indicators, these nineteen additional ones have now entered a pilot phase on MSSD monitoring.

In order to better comprehend the determinants of sustainable tourism in the Mediterranean, the Blue Plan has also led some national studies intended to:

- Gather information on national tourist development policies and strategies, major trends and their possible consequences and to evaluate to what extent the MSSD has been taken into account in national policies;
- Conduct an in-depth assessment of the progress achieved since the Contracting Parties adopted the Recommendations on « Tourism and sustainable development» (Malta, 1999), and analyse the factors of success and/or sticking points;
- Identify good practices in order to contribute to their dissemination throughout the Mediterranean;
- Suggest means for improving the processes for promoting sustainable tourism.

The Blue Plan also invited the experts to prepare regional guidelines for several major issues linking tourism and sustainable development. Four themes were selected:

- Tourism and climate change in the Mediterranean: stakes and prospects;
- Promoting sustainable tourism in the Mediterranean: tourist numbers and biodiversity;
- Yachting and cruising in the Mediterranean: assessment and prospects;
- Employment and wages in the tourism sector in the Mediterranean: assessment and forecasts.

All this work was discussed at a Regional workshop entitled « Promoting sustainable tourism in the Mediterranean», which was held in Sophia-Antipolis on 2nd and 3rd July, 2008. Over 60 participants from 16 Mediterranean countries, representatives of international institutions, NGOs, professionals and Mediterranean Action Plan Regional Activity Centres contributed to the debate. Recommendations were formulated and a programme of work drawn up. The programme for the workshop and the list of participants are annexed to this report. The studies drafted in preparation for the workshop as well as the presentations made at this event can be downloaded from the Blue Plan website at the following address: http://www.planbleu.org/themes/atelier_tourisme.html

II. OPENING AND INTRODUCTION

Following the opening speeches by **Henri-Luc Thibault**, the director of Blue Plan, **Campbell Thomson** representing the European Investment Bank and **Ivica Trumbic**, director of the Priority Actions Programme Regional Activity Centre, work got underway with two presentations by the Blue Plan's Elisabeth Coudert on the nature of Mediterranean tourism and George Kamizoulis on the health risks it is likely to entail.

Elisabeth Coudert, Blue Plan

The Mediterranean is well-endowed on the tourism front. It totals 46,000 km of coastline, with an astounding range of landscapes: from desert to towering mountains, islands to the high seas. Half of its coasts are sedimentary with sandy beaches and the climate- mild and sunny in the winter, hot and dry in the summer- has blessed the region with incomparable assets. Its archaeological and historic wealth are a further asset in developing tourism.

The sector first started to develop in Italy and France in the XIXth century, as a result of winter tourism by the aristocracy. The fifties signalled the start of the emergence of mass tourism, which saw a veritable explosion from 1960-1970. A succession of crises have affected certain countries (Morocco, Turkey, the former Yugoslavia...) since the eighties, leading to products being overhauled, followed by a return to growth over the last few years. In 2006, the Mediterranean welcomed 30.5% of all international arrivals, with 84% of the tourists coming from Europe.

Tourism impacts on destinations and countries in many ways. Its effects are first and foremost economic, with the sector having a marked impact on GDP and national labour markets. However, tourism also has a major effect on the environment and the living space: the pressure which infrastructure exerts on the coasts is difficult to manage; the arrival of tourists and how they move around produce greenhouse gases and pollution; biodiversity but also the social balance are sensitive to the seasonal influx of tourists.

George Kamizoulis, MED POL

Although tourism is a vector for growth, it is at the same time also related to health risks through:

- Air pollution, including « sick building » syndrome, chemical and biological pollutants, suspended particles and poorly maintained air conditioning systems;
- Water pollution, as regards the distribution of drinking water and sanitation;
- Risks related to swimming and beaches: water and sand quality. It has been noted that since 1990-2000 sites are increasingly undergoing quality control. More than 90% of sites are in compliance according to the various national legislations;
- Sun and heat: intense exposure (cancers) or heat and humidity related problems;
- Noise pollution at night and in the hotels;
- Food safety related to food-transmitted disease such as salmonella and typhoid...

Certain transmittable diseases observed in holiday resorts- particularly malaria and yellow fever- or tuberculosis, SARS, avian flu and meningitis on aeroplanes deserve particular attention.

Discussion

The discussion provided the EIB representative in particular with the opportunity to highlight the fact that the Bank endeavoured to promote environmental quality through its work (which was very limited given the small number of requests for intervention it received).

III. EVALUATING: IMPLEMENTING THE 1999 RECOMMENDATIONS AND GOOD PRACTICES

This session, which was intended to assess the follow-up given to the recommendations adopted in 1999 by the Contracting Parties to the Barcelona Convention, allowed the viewpoints of the various categories of players to be compared.

1. The viewpoint of the international institutions

Mr. Pedro Ortún, director of DG ENTR/ European Commission

The European Commission intends to take an active part in debate about the development of sustainable tourism in the Mediterranean, even though its field of competence in this sphere is rather limited (tourism is mentioned in article 3 of the Maastricht treaty). The Commission's aims are as follows:

- To assimilate community policies which affect tourism;
- To facilitate tourism's access to European Union funds;
- To promote competitive and sustainable tourism, the Commission having published a very thorough document on the subject;

To improve political knowledge and recognition of tourism, with ten countries still not having set up tourist satellite accounts, for example.

Mr Luigi Cabrini, director of the World Tourism Organisation's sustainable development department

The UNWTO's two leading objectives are to ensure the competitiveness of destinations and to promote the sustainable development of tourism. To this end, a code of ethics for world tourism was drafted in Istanbul in 1997. It comprises ten points towards fair and sustainable tourism. The Organisation has similarly drawn up a list of 12 objectives to be met, such as economic viability, local prosperity, job quality, social equity, cultural wealth, biodiversity and even environmental purity.

Meeting these objectives will require the implementation of legislative and regulatory instruments, voluntary instruments, codes of conduct and eco-certification, economic instruments such as charging and financial incentives, and support and measuring instruments. Indicators have been developed to measure the sustainability of destinations and projects. The GOST (Global Observatory on Sustainable Tourism) has been entrusted with implementing, monitoring and analysing them.

As far as the links between tourism and climate change are concerned, the Mediterranean's vulnerability is related to the risk of hotter summers, freshwater shortages, the loss of land and marine biodiversity and greater disease prevalence. In 2007, the UNWTO organised the 2nd International Conference on Climate Change and Tourism in Davos (Switzerland), which produced a declaration on the need for the tourism sector as a whole to take urgent action in the face of the challenges put in the path of sustainable development by climate change. A whole process aimed at adapting and reducing the impact is currently being developed, mobilising players from the public and private sectors alike.

In conclusion, tourism is continuing to grow in the countries of the Mediterranean basin, where sustainable tourism strategies must take account of the huge diversity of situations, with some destinations having reached maturity and others in full development mode, and with socio-economic conditions varying widely from one country to the next. The recommendations adopted in 1999 are still relevant overall, although account must also be taken of fresh challenges related to climate change and the spectacular boom in air travel and the cost of energy as well as the trend to travel more for a shorter time, all of which do little towards saving energy and reducing greenhouse gases.

The fresh initiatives undertaken and knowledge developed over recent years are important tools for implementing sustainable tourism, but it is still difficult to measure the genuine

progress being made towards more sustainable practices. Whilst good practices and innovatory initiatives provide models, how these can then be circulated and integrated into national and regional strategies is an issue which remains to be solved. Similarly, apart from tourist arrivals and earnings, the tourism yardstick should also include parameters such as the long term impact on the environment and the well-being of local communities.

2. Taking stock of the 1999 recommendations: three examples in the Mediterranean

Professor Mohamed Berriane, Morocco

Morocco was one of the southern bank's pioneers as far as tourism is concerned. Since 2000, the public authorities and tourism professionals have been implementing a re-launch and recovery policy in the sector. This renewed impetus has led to a pro-active position being adopted on seaside tourism, the main objective being to reach 10 million tourists by 2010. Although there is no actual environmental dimension to these policies as such, interest in the issue is on the rise and the term « sustainable tourism » is cropping up in official speeches. Conceptions of tourism are divided between commercial constraints and the desire to protect the environment.

As far as regulating the territorial and environmental impact is concerned, Morocco is currently undergoing a marked coastal build-up process, with very worrying prospects for the coastline, particularly along its Mediterranean shores. Development is moving closer to the shoreline and marked multi-sectoral demand uniting industry, urbanisation and tourism is sparking multiple conflicts of interest along the lines of what can be seen in the bay of Tangiers and Saïdia. Hopes are pinned on the adoption of the coastal law, which is still pending.

The notion of responsible tourism is gaining ground, particularly through the introduction of the charter on responsible tourism, the Responsible Traveller's Guide, the Responsible Tourism Label and the Responsible Tourism Trophy. Other steps taken by the department of tourism, such as ecological hotel management, the energy efficiency code, the water saving sticker and the meso-economic study of the tourism sector have produced some encouraging results. Moreover, civil society has been behind the outsourcing of the Blue Flag and Green Key labels in Morocco.

As for promoting tourism as a factor of sustainable social, cultural and economic development, the Moroccan context is marked by competition between two different tourist products- seaside and cultural- which is likely to continue according to the trends predicted by the 2030 scenarios.

Finally, the strategy for developing rural tourism and the inland tourism strategy are encouraging the diversification of tourism and balanced territorial development, as witnessed by the example of Chefchaouen and the Biladi Plan.

Professor Miguel Segui Llinas, Spain

Spain experienced a tourist boom starting in 1960, making it the world's second tourist destination. In 2007, Spain received over 56 million non-resident tourists, who spent 50 billion Euros. The various stages in Spain's tourist development were as follows:

- 1951-1962, Spain starts to open up to the world,
- 1962-1974, development stage marked by high annual growth rates,
- 1974-1982, modernisation,
- 1982-1991, institutional adaptation,
- 1991-1996, innovatory stage, change of philosophy, respect for the environment and product diversification, Futures plan,
- 1997-2004, administrative cooperation stage, striving for quality through the holistic « Quality Spanish Tourism » plan.

It was this plan which led to beach certification by the Autonomous Communities and to the listing of coastal destinations under the holistic plan for quality tourism.

As of 2004, Spain woke up to the need to coordinate the Autonomies' policies and to introduce general planning if the State was to refurbish its image as a tourist destination. All the recommendations made by the international bodies were taken on board and applied in all the plans. In 2007, the Spanish strategy for sustainable tourism aims on the one hand to restore the image of the tourist system and, on the other, to strike a balance between tourism and the environment.

The 2020 Tourism Plan demonstrates the desire to differentiate the tourist product in the face of competition, to improve viability and to use tourism as a factor for social integration, boosting productivity and encouraging innovation. Some of its leading objectives are to improve personnel management, to generate better understanding of tourism, to create improved development conditions for infrastructure as well as management and regulation. The General Sustainable Tourism Plan for Andalusia (2008-2011) and the Strategic Plan for improving and enhancing Palma beach (2008) take these concerns on board and illustrate this new method of planning.

Mr. Zoran Klaric, Institute for Tourism, Zagreb, Croatia

Croatian tourism is highly seaside-oriented, with the coastal zones accounting for 97% of international tourist overnight stays. The 1991-1995 war seriously affected the Croatian tourist industry, which has still not returned to its late 80s level: 1989 saw 62 million overnight stays, but in 1992 there were only 11 million, 38 million in 2000 and 56 million in 2007. Over the last ten years, however, the coastal zones have seen major construction of secondary homes, the "apartmentisation" phenomenon, which further intensifies the resort feel and which, poorly integrated with the landscape if at all, undermines the aesthetic value of the coastal areas.

Despite this negative aspect, the Croatian coastal areas are still relatively well preserved in comparison with most Mediterranean countries, thanks to a rather low population density and the many as yet unspoilt areas, including several protected areas. The wide diversity of landscapes, biodiversity and the rich and varied cultural heritage are just some of its attractions.

In Croatia, tourism continues to be positively perceived overall. This is partly explained by the low number of overnight stays in relation to the spatial potential, the tiny number of hotels built over the last twenty years and also by the large proportion of family-run boarding houses. With tourism being probably the country's major economic activity, the standard of living in the coastal areas of Croatia far outstrips the standard inland. This imbalance between coastal and inland tourism constitutes one of the country's major problems.

Most tourists arrive in Croatia by road, which is not overly problematic given that the new motorways have been built far enough away from the coast. As far as freshwater resources are concerned, the environmental situation is relatively good, there is not too much water pollution and there are no serious problems with solid waste. The environmental situation is consequently rather good overall.

The legal aspects, the transition process and rapid adaptation to European standards within the accession context are the key issues for future development. They should be reflected in the adoption of appropriate legislation and simple and effective tax instruments in order to effectively address the recurrent problems with over-construction in the coastal zones as well as the huge imbalance between coastal and inland tourism.

3. Good practices: three examples in the Mediterranean

Since 1999, various innovatory practices intended to promote more sustainable tourism have been initiated in the Mediterranean. Three of them were more specifically described at national level.

Mr. Thibault Devanlay, MEEDDAT France

Tourism provides an amazing opportunity for economic development, but this growth brings with it huge pressures on the environment whilst also influencing the life style of local communities. It is for these reasons that consumer demand is increasingly turning towards sustainable tourism, which represents between 20% and 30% of demand. However, the responsible travel market accounts for a mere 5%-10% of tourists. The questions which arise are thus as follows: how can the tourist sector's unsustainable methods of production and consumption be turned around? How can tourists and professionals be made more aware of the global impact of tourism? How can the economic benefits be increased, particularly for the local communities, without damaging the fragile environmental and social balance?

The International Task Force on Sustainable Tourism Development (ITF-STD) is endeavouring to provide answers to these very questions. It was set up under the Johannesburg Plan of Implementation in 2002, which calls upon the countries in the United Nations to adopt initiatives towards rendering society's methods of production and consumption more sustainable and less polluting. The first international meeting took place in Marrakech in 2003. The Marrakech Process is coordinated by the United Nations Environment Programme (UNEP) and the United Nations Department of Economic and Social Affairs; seven ITFs have been set up on various themes.

The « Sustainable Tourism development » ITF is headed up by France. It comprises 18 countries, three of them Mediterranean (Morocco, France and Croatia), international organisations, NGOs, professional associations and financial institutions. It focuses on four issues deemed to be priorities: the interaction between tourism and climate change, the interaction between tourism and biodiversity, conserving the natural and cultural heritage and improving local governance and involving local communities. Its objectives are to allow the sharing of knowledge, experience and good practices, to develop pilot projects which can be replicated, to raise the awareness of tourists and tourist operators, and to encourage the states to act.

Four meetings of the ITF force have led to a series of projects being identified, including a campaign for a « Green Passport »¹, sustainable tourism in coastal zones, capacity building in the environmental management of accommodation and training for hotel schools.

Mr. Jean Medhi Chapoutot, consultant, Tunisia

As a country, Tunisia is very open to tourism, welcoming 6.7 million foreign tourists in 2007, an increase of 3.2% over 2006. This represents 2.5% of tourist flows in the Mediterranean and generates 37.4 million overnight stays and an income of 3 billion dinars (around 1.7 billion Euros), which covers 60% of the trade deficit. Tourism provides work for 12% of the country's active population. In Tunisia, good practices have been introduced particularly in the land use and water sectors, since tourism stakes out space and consumes vast amounts of water.

Since 1973 the land aspect has been regulated by the definition of « tourist zones », for which development plans are drawn up and to which town planning rules apply. Moreover, the objectives of the 1994 law on the National Land Planning Scheme are to shape the living environment, ensure the rational use of resources, protect conservation areas, natural and cultural sites, ensure public health and safety and guarantee a rational share-out between urban and rural areas. The same law also provides for regional land development plans including tourist zones. The governance of tourist areas is entrusted to several public agencies or organisations.

Trend forecasts indicate that in 2020 water consumption will exceed resources, hence the drive to regulate consumption and identify further resources. According to the SONEDE², consumption in the tourist sector represents 1% of total consumption. The aim is to reach a consumption level of 300litres/day/bed occupied in the hotel sector. Regulating consumption

¹ See <http://www.unep.fr/greenpassport/>

² National Water Company.

in this way will hinge on updating networks, using low consumption equipment, training maintenance staff, conducting mandatory audits of hotel water systems, setting high costs and using recycled water. Other resources include treated water, rainwater and the desalination of brackish water and seawater.

In conclusion, the ingredients for sustainable tourism include product diversification, which entails territorialisation, integrated quality management, training, cooperation and analysing market dynamics.

Dr. Cevat Tosun, Turkey

Within the framework of the Barcelona Convention for the Protection of the Mediterranean Sea and the entry into force in 1986 of the « Protocol concerning Specially Protected Areas in the Mediterranean»³, in 1989 Turkey set up a lead authority- the *Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA)*- which subsequently established 14 environmental protection areas, including Köyceğiz-Dalyan. Measures introduced within this area concern water, including wastewater, waste, ecosystems, education and planning. Activities are based on training, an action plan and policy. Some of the major sustainability stakes being addressed here are biodiversity, access to basic services for all and environmental awareness-raising. Amongst the stakeholders are two ministries, several universities, the local authorities from the areas involved and those working in the protected areas.

The Köyceğiz-Dalyan area covers 461 km² and includes 17 villages. It has all the features of a hydro-biological and aquatic ecosystem with a wealth of flora typical of the Mediterranean climate. Since it became a protected area in 1990, Köyceğiz-Dalyan has hosted numerous projects such as turtle observation and protection, research on amphibians and reptiles, waste recycling, an arboretum, a sanitation system, etc... Numerous environmental awareness-raising training activities target specific groups: the local community, teachers, students, fishermen, farmers, local authorities, sector workers and sailors...

Strictly controlling the number of visitors to the 4km long Itzuzu beach has allowed it to become the highest density turtle nesting beach in Turkey, thereby proving that it is indeed possible for tourism to co-exist with turtles. Moreover, the application of strict town planning and building regulations to the fragile ecology zones shows that environmental sustainability can be achieved through the environmental management of resources.

However, the companies in the private sector are still not ready to look beyond their own immediate profit. Environmental resources are apparently not a precious factor for the future of their activities. In their view it is up to the public sector to take the initiatives needed for sustainable development, with no need for them to chip in. Elsewhere, the public authorities have still not managed to entice interest groups into the sustainable tourism projects, which require the cooperation of the private sector, local community and NGOs.

M. Anthony Ellul, Malta Environment and Planning Authority, Malta

Tourism is one of the Maltese archipelago's main activities. From 12,500 in 1959, tourist arrivals rose to 1.24million in 2007 and tourist beds from 1,200 in 1959 to 44,000 in 2006. Tourism currently represents 19% of exports, down compared with 25% in 1990. Low cost airlines have an important role to play in tourist transport. Stabilisation of the number of arrivals over recent years indicates that the destination has probably reached a certain level of saturation. Thus in 1999, a study of carrying capacity defined a threshold of 160,000 tourists or 1.4 million overnight stays during August high season or the equivalent of 45,000 tourists per day.

Tourist development was initially heavily dependent on the British market, predominantly beach-based with marked summer seasonality and the unplanned growth of tourist resorts along the coasts, which led to a change in landscape and habitats. Since 1989, tourist development strategies have been endeavouring to break away from the sun/sea/sand

³ Replaced in 1995 by the « Protocol concerning specially protected areas and biological diversity in the Mediterranean », which came into force in 1999.

model by developing new products: cultural, linguistic, medical, business and conference tourism. New types of accommodation are encouraged.

More recently, various initiatives have been taken which include certain aspects of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development, particularly the setting up of Marine Conservation Zones, the Eco-Certification system and training programmes. Moreover, a local action plan was initiated in 2006 and a national policy drawn up to ensure that tourist development respects environmental and social resources.

The Eco-Certification system aims to reduce costs, increase viability and reduce the impact of hotels on the environment. Hotels are required to respect 100 criteria designed to guarantee their environmental performance. These criteria fall into several categories, such as environmental management, water, local culture, waste management, buildings and green areas... Thirty eight criteria are mandatory. In order to be eco-certified, hotels must comply with 100% of the mandatory criteria and 65% of the rest. When a hotel meets the criteria, it is granted eco-certification for two years. Results indicate that hotels have cut their costs: in 2004, electricity, water, fuel and gas consumption fell by 4%, 18%, 4% and 6% per overnight stay respectively. Generally speaking, eco-certification has been perceived as a good tool for improvement and an excellent opportunity to raise the staff's environmental awareness. The process also makes it possible to compare hotels, particularly abroad. However, selective sorting of waste is still a bottleneck for improving environmental performance, and the minimal information provided to clients indicates limited awareness of environmental issues.

In the cultural tourism sphere, the Rinella Battery project involves the restoration by the Fondazzjoni Wirt Artna NGO of an abandoned military site which has been leased out by the government. The Foundation's objectives are to preserve the cultural heritage of the Maltese islands, restore cultural property and manage such property in such a way as to ensure that it can be used for both cultural and commercial ends. Surveys are conducted to check that the objectives have been met in terms of interest and satisfaction. Handing over sites to NGOs in this manner has meant that property can be appropriately managed and improved and income can be ploughed back into their conservation. Such an approach speeds up the restoration of heritage sites, which the government recognises.

4. Discussion

Discussion focused first and foremost on unregulated building processes, of which « apartmentisation » in Croatia is an example. Participants questioned where responsibility for this trend lay. In the case of Morocco and certain other southern countries, responsibility is of a legal nature: laws are either too complicated or incomplete and inappropriate. Croatia finds itself in the specific situation of transition from planned socialism to democracy and subsequently accession to the European Union: it has too many laws, which are barely implemented.

The issue as to whether the environment should be used as a sales argument for tourism triggered an intensive exchange of views. Some participants were shocked by the idea whilst others, on the contrary, seemed open to sustainable development-based marketing, also expressing the view that this was an excellent way to attract the private sector and ministries of tourism and finance on board.

The idea of developing a balanced approach to sustainable tourism, taking account of the economy, environment, legislation and social aspects was widely supported, as was the idea of involving the various different stakeholder groups in consideration of these issues.

Asked about the UNWTO's position regarding the polluter pays principle, its representative felt that this was one possible way to reduce emissions, alongside many other tools. Many other participants also expressed their support for more in-depth discussion about transport, water resources and consumption curbing policies.

Training and furthering knowledge were deemed essential, particularly for involving local communities and civil society in decision-taking. However, for some of the southern countries

the immigration policies applied drained the country's management stock and prevented quality policies from succeeding.

Finally, professionals are one of the profiles which should be more closely involved in the think-tanks.

IV. EVALUATING: RESULTS OF THE CARRYING CAPACITY ASSESSMENTS AND LINKS WITH THE ICZM PROTOCOL

1. Tourism carrying capacity assessment

Professor Harry Coccossis, Greece

There are many factors which influence the tourism carrying capacity assessment (CCA). The nature of the destination, for example, determines its resistance to tourism-generated pressures: the size of the population, the vulnerability of natural resources and ecosystems, the cultural heritage and the structure of the local economy. Likewise, the type of tourism determines the pressure and impact, depending on the reasons for tourists to visit, modes of transport, length of stay and tourist activities. As for the specific and operational aspects which link tourism and the environment, such as land development, the management system or even the life cycle, these are constraints which stem directly from the impact of tourist activity.

The carrying capacity assessment focuses on different aspects depending on the tourist zone. In the coastal zones, tourist density, the use of beaches and tourist infrastructure and sea pollution all need to be considered. On the islands, the effects on the local economy and production system, resource tapping, quality of life and the impact on limited resources, etc. are the determining factors. In the protected areas tourist numbers, visitor flows relating to nature conservation and the workings of the ecosystems as well as the quality of the experience according to the visitors are all referred to, whilst in the rural areas it is visitor flows, the impact on local society and culture, the effects on the rural economy and the spatial distribution of visitors... In the mountainous areas, the main issues are the environmental impact of access infrastructure on natural ecosystems and micro-climatic change caused by artificial snow, whilst in the historic cities and towns, changes to the urban fabric also need to be included.

The carrying capacity assessment is fully integrated within tourist development planning processes and the institutional context, including the major international conventions. It also takes land issues and players into account. The role of the State and the cross-cutting nature of many environmental problems are the main constraints and traps to be avoided. The carrying capacity assessment calls for or uses many tools, be they of a regulatory, economic or organisational nature.

In conclusion, the tourist carrying capacity assessment is a management tool, its implementation being part and parcel of an on-going planning process towards the development of sustainable tourism. This approach lays the foundations for refocusing tourist development and can also be used for training, teaching and awareness-raising.

2. Handbook on sustainable tourism in coastal zones

Mrs Zeljka Skaricic, Head of Mission, PAP/RAC

PAP/RAC has produced a handbook entitled « Sustainable Coastal Tourism: The integrated planning and management approach » under the International Task Force, the aim being to provide a practical tool which is needed in the ICZM and tourism fields.

This handbook analyses tourism in the coastal zones, based on the growth and development of tourism, the impact and challenges, planning needs, emerging destinations, small island States and global issues such as combating poverty, climate change and the loss of biodiversity. One chapter examines the planning framework for tourism, including territorial scales, integration instruments, the ecological footprint, carrying capacity and environmental

assessment. The handbook subsequently describes ICZM's input into developing sustainable tourism, recalling the principles, process and benefits of ICZM and demonstrating the successive inter-linkage of the various plans. Finally, strategic planning towards developing sustainable tourism in the coastal areas encompasses the twelve objectives for sustainable tourism as defined by UNEP and the UNWTO, ICZM principles, a strategic planning approach and player involvement. The process involves twelve repeated stages. The handbook is addressed to governments, the tourist industry and its professionals, universities and research institutions, intergovernmental organisations and institutions for regional and international cooperation. A pilot project is being conducted in the Baška Voda area near Split (Croatia). Based on an analysis of the views of those who use the beach and an assessment of carrying capacity in physical, ecological and social terms, the project targets a quality environment, visitor satisfaction, economic sustainability and local prosperity. An action plan aims to reduce the number of beach users, improve and diversify the seaside products on offer, introduce an eco-tax, set up a specialised beach management agency and apply the principles of environmental management.

3. The DESTINATIONS project « Developing strategies towards sustainable tourism in the Mediterranean states »

Mrs Zeljka Skaricic

The aim of the DESTINATIONS project for the Mont Chenoua - Cap Djinet area in Algeria, the Central Rif in Morocco and Cap Bon in Tunisia is to promote the planning and sustainable management of tourism using tools to assist decision-taking, guidelines for tourist promoters, capacity building and awareness-raising. The six planned activities include assessing the carrying capacity, drawing up a tourism development strategy, guidelines for sustainable investment, demonstration projects and involving the local authorities. The project addresses national and local authorities, the tourist industry and sector players throughout the Mediterranean basin.

M. Alessio Satta, Agenzia Conservatoria delle Coste della Sardegna

The tourism carrying capacity assessment methodology is rolled out in the DESTINATIONS project in five phases extending over a year.

Phase 1 « Diagnosis » is based on: defining the project zone, collecting and processing data, using simple indicators, GIS etc, identifying the territorial system particularly according to its environmental, economic and social features, establishing a specific analysis of the tourism aspect according to supply and demand features, the life cycle and history of the tourist system, an assessment of the economic effects and the institutional tourist system.

Phase 2 « Interaction between tourism and the various components of the system at destination » uses the results of Phase 1 to define the scenario for current tourist development.

Phase 3 « Scenario of current tourist development » applies sustainable tourism indicators, defines relative values and thresholds as well as a scale of sustainability for each indicator, and provides a graph to reflect the destination's current situation in sustainability terms.

Phase 4 « Alternative Scenarios » draws up several development scenarios, two of which are extreme, one intensive and the other restrictive.

Based on the most sustainable scenario, *Phase 5 « Integrated strategy towards sustainable tourist development »* sets out the objectives regarding the long term use of the area, balances out the conflicting needs of the area's sectors of activity, dovetails with the other public sectors and meets the needs of local government, permanent and seasonal residents whilst protecting and enhancing the natural and cultural heritage. In conclusion, the close involvement of the project countries' authorities has produced some initial results which augur well for the follow-up.

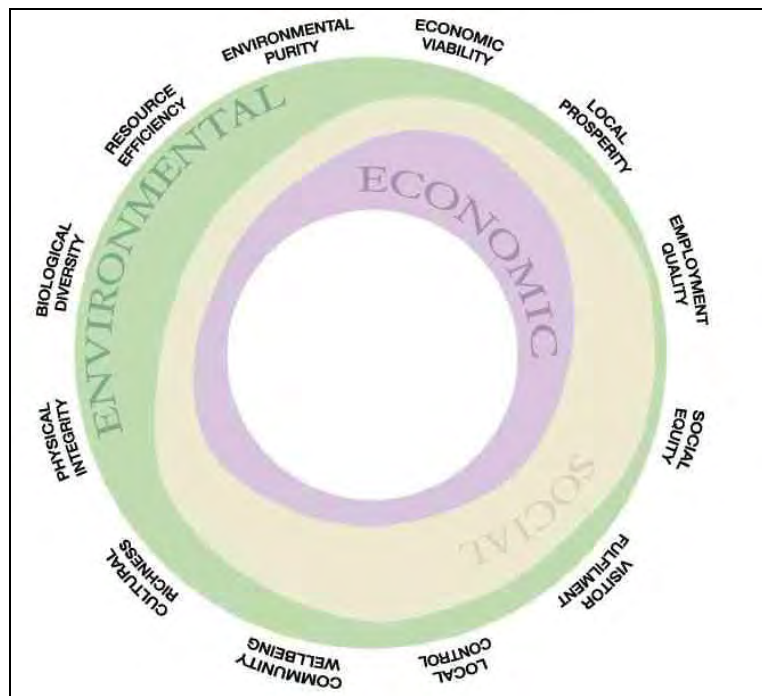
Mr. Ghislain Dubois, TEC

Section II of the DESTINATIONS project consists of drawing up « Guidelines for sustainable investment ». Investment is one of the keys to sustainable tourism and also represents a genuine development opportunity. The aim is to provide all the parties to an investment project with recommendations, an awareness raising tool with a real potential to be used to change behaviour, particularly for drawing up specifications, defining criteria for granting aid, amending investment codes, etc... If tourist investment processes are to be fully grasped, this analysis must include the major trends, the approach followed by private and public players and the decision-taking plans applied by administrations and investors. Sustainable development needs to be integrated on the one hand into project content, using the UNWTO's 12 objectives towards sustainable tourism (Figure 1) and, on the other, into the project development methods in terms of transparency of procedures, public consultation, impact assessments and market research.

The interim results of the analyses conducted in Morocco and Tunisia have led to a better understanding of tourist investment in the Mediterranean. It has thus been noted that action tends to be financial and real estate rather than tourist driven and that capital considerations are not really in line with tourist demand- and all of this within a context of competition, giving rise to a risk of dumping.

Potential leverage exists, however, both in the public sector (property, taxation...) and in the private sphere (banking requirements, the support of « real » tourist professionals...), although the correct level of regulation still remains to be found.

Figure 1 Twelve objectives towards sustainable tourism



Source : OMT/WTO

4. A Strategy for the sustainable development of tourism in Sardinia

Mr. Alessio Satta

Tourism-related issues in Sardinia are linked to the marked concentration of tourist supply and demand along the coast, which accounts for 94% of beds, its marked seasonal nature, with 70% of visits taking place from June to August, a high proportion of holiday homes providing 710,000 tourist beds compared with 80,000 in the hotels, a limited capacity to attract foreign tourists, which account for a mere 30% of the total, as well as low levels of per capita tourist spending, a lack of sectoral integration and limited wealth distribution capacity (30%), the average quality of the sector as a whole, and inadequate coordination between

the various tourism providers. Sardinia has 160,000 official tourist beds, 80,000 of which are in hotels, compared with the estimated 880,000 unofficial beds. Two million entries are recorded, in other words almost 10 million official overnight stays, whilst non-registered tourist beds generate an estimated 25-30 million overnight stays. The regional added value of tourist activity amounts to some 7% of regional GDP.

At the instigation of the Sardinian regional government, the « Regional Plan for Sustainable Tourist Development » (PRSTS), an instrument for analysing tourism, was brought on-line in August 2005. It supplements the « Regional Landscape Plan » (PPR), which sets out certain principles for tourist development in Sardinia: its wild landscape is a unique and competitive asset; the aim is not to compete with the tourist resort market, but rather to provide a genuine alternative thereto; protecting the landscape in the coastal zones and the sustainable growth of rural villages provide the bases for a model of tourism. The latter principle is, for example, opposed to hotel construction in the coastal zones when they could be built in a nearby urban centre, generating a local economic effect to boot.

The PRSTS's « vision » aims to develop an integrated system of tourist services, based on a quality environment, the attractiveness of the natural and cultural heritage, diversification in time and space and on price dynamics avoiding competition with mass tourism destinations.

The PRSTS's general objective is to deploy the tourist product's economic dimension to solve the problems which limit tourist development in Sardinia and to boost the competitiveness of the Sardinian tourist system in the medium term, based on environmental sustainability.

The specific objectives consist of establishing an integrated information system, defining assessment instruments, reducing the seasonal and territorial concentration of demand and increasing spending. The cross-cutting objectives common to all include quality, integration, information and communication.

5. Discussion

Many speakers stressed the interest of the method used to determine carrying capacity and its development over time. In the Mediterranean this approach has evolved over time, moving from the macro to the micro level. For some, however, the use of the term gave rise to a problem of segmentation: to what carrying capacity did it refer- environmental, social or economic? An integrated approach would appear to be needed.

Participants similarly felt that it was essential to think about the consequences produced by this notion of carrying capacity. Banning construction in the coastal zones should, for example, lead to questions being asked about what sort of transport systems to install in order to take tourists to the coast. In Sardinia, for example, the government had invested heavily and a train now connects north to south in two hours. Tourists are also assisted in their movements towards and along the coast. Sticking with the Sardinian example, hotels with eco-labels are similarly priced to the rest, although prices had apparently risen. Reservations, however, appeared to be holding up.

According to the participants, Sardinia's strategic tourist planning project was particularly interesting since it focused on preserving values and the landscape. As for the DESTINATIONS project, deemed remarkable because it was actually all about the transfer of know-how, participants found it regrettable that there were no experts from the southern rim. All speakers converged on a joint conclusion: developing sustainable tourism requires good planning involving players, indicators and scenarios.

V. DISCUSSING: FOUR REGIONAL ISSUES LINKING TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

1. Climate change

Mr. Ghislain Dubois, TEC, moderator of the working group on « Climate change »

Tourism is both responsible for the emission of greenhouse gases- a factor of climate change- and at the same time a victim thereof and therefore forced to adapt. At the Djerba conference in 2003, the main subject addressed was that of its impact. In Davos in 2007, talk was of taking a more balanced approach to the stakes/adaptation link. The issue henceforth is how to reduce the tourist sector's greenhouse gas emissions whilst complying with the objectives of the MSSD.

Mr. Raphaël Billé, IDDRI

The Mediterranean is a hot spot for climate change for physical reasons such as diminished rainfall, and for human reasons relating to the phenomenon of coastal build-up. Tourism and climate change raise a dual issue. The tourist industry is a big emitter of greenhouse gases with low carbon efficiency, standing at half the average for the global economy. The climate is a crucial attribute for a tourist destination- were it to change, it would turn the region's attractiveness on its head.

According to a trend scenario based on limited international effort, tourism will apparently represent 10-20% of greenhouse gas emissions in 2050. If efforts to limit global warming take +2°C as their target then tourism would contribute over 50%. Thus with the rate and nature of growth in the sector being called into question, it must participate in the global effort. The main sources of greenhouse gas emissions are transport (89%)- air travel in particular-, accommodation (8%) and activities (3%). The emissions sources are separate but inter-connected, with links existing between these three headings in terms of tourist profiles and their practices. Thus, for a given destination and tourist activity, eco-efficiency varies by a factor of 1-35.

Many initiatives- be they individual, private, public or international- are underway to disseminate good practices in order to reduce the sector's footprint. They cover the full range of tourist professions. Air transport, however, continues to be the black spot for tourism's greenhouse gas emissions. Tourist practices need to develop in four directions in order to bring about a reduction in emissions: re-regionalisation of destinations, longer and less frequent stays, fewer business trips and the development of on-line conferencing in order to minimise business tourism. Overall, the general framework for reducing greenhouse gas emissions to be rolled out for all components and at all levels comprises four dimensions:

- Rationalisation : eliminating unnecessary greenhouse gases;
- Efficiency: technical or management improvements;
- Substitution : of fossil energy by renewable forms;
- Restraint: changing tourist practices by encouraging those with the lowest climate footprint.

Reducing greenhouse gas emissions apart, societies and territories also need to be adapted to climate change. Developments in the tourist comfort index, which combines several types of climate data, show that by 2080 there will have been a northwards shift in the « acceptable » zones in the Mediterranean, with the virtual totality of the Mediterranean basin falling within the « marginal » zone (Figure 2). Many factors apart from just the climate affect destination choice. Climate change, however, will modify practices and lead to a redistribution of tourist flows in both time and space. Moreover, the impact of climate change will affect the comparative competitiveness of destinations as well as the vulnerability of certain destinations and specific branches of tourism.

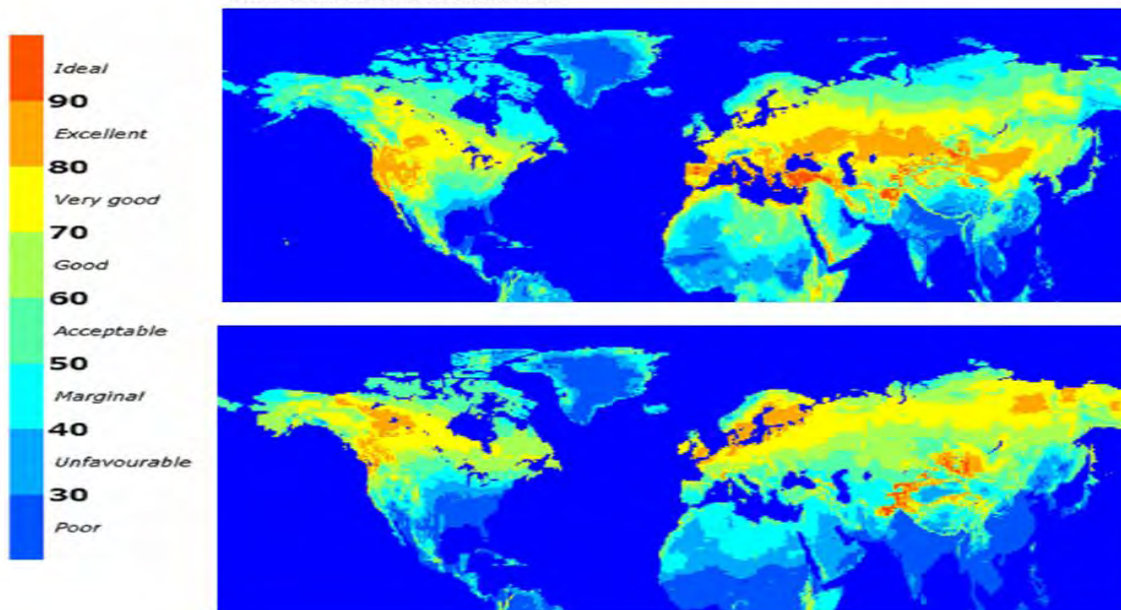
On the adaptation front, three main groups of players need to be borne in mind:

- Tourists will change their habits, seeking to minimise the risk of their holidays being disrupted by climatic conditions. They could also become increasingly sensitive to the quality of the environment and to health matters and develop a preference for longer holidays in the winter;
- Tourist operators vary in their capacity to adapt, depending on the size of the company, its means, its access to capital, its customer profile, etc; adaptation could mean shifting an activity, pre-empting future impact through current investment, environmental management, etc... ;
- The public authorities have a key role to play by encouraging, regulating, bringing pressure to bear, conducting integrated planning, diversifying, etc.

The first general principle of adaptation is « not to count on climatologists to do our work », in other words to accept uncertainty, adopt a doubly integrated approach, use what already exists, recognise diverging interests, tailor measures to the local context, and encourage links between experts and management. More specifically, adaptation in the tourism sector requires the development of an inter-sectoral approach, account to be taken of the territories as well as the sector, a distinction to be drawn between the various forms of tourism, thought to be given to the crossed development of the emitting countries and destinations, the climate issue to be put back in the context of global change and pre-set ideas to be guarded against.

Figure 2 Climate comfort index

Indice de confort touristique aujourd'hui (en haut) et en 2080 (en bas), selon e-CLAT
(www.icis.unimaas.nl/eclat/index.htm)



Discussion and avenues to explore

Discussion centred on the following questions: How aware have tourism stakeholders become of climate change issues? How can uncertainty be managed? What shape could the redistribution of tourist flows take, with what competitive losses and gains? What are the major effects to be expected, heat-waves, erosion...? How can there be more tourism with less transport, air transport in particular? Several speakers started by pointing to the lack of quantified data to support analyses and the absence of any regional model for climate change in the Mediterranean, although many other regions around the world had them. If constructed, such a model would allow various questions to be answered and could lead to the emergence of a common Mediterranean position.

Some felt that it was difficult to use the tourist comfort index, since it suggested that the climate was the only factor to determine tourist choice. Climate, however, would not appear to be a determinant for tourism.

Mountain or rural tourism was mentioned as an alternative and the challenge of climate change was seen as an opportunity for eco-tourism. The recommendation was also made to push ahead with policies which prevent construction on the coasts and to rethink the European school calendar in order to redistribute flows.

Developing « upmarket » tourism to the detriment of its mass equivalent did not strike participants as a viable alternative.

Besides the omnipresent adaptation aspect, some experts felt that it would also be worthwhile to address impact reduction and promote mitigation. Energy management opens up various avenues in this respect and the transport issue (air in particular) was seen as having a central role to play.

Since it is difficult to imagine tourism without mobility, technological progress to reduce pollution and consumption, enhanced traffic management to optimise route length and duration were the main avenues for progress mentioned.

Energy management also involves mobilising water resources, particularly through seawater desalination, and construction. Some examples of good energy practices, particularly the bio-climatic village built in Egypt by a tourism professional, which has no air conditioning and uses new techniques for reducing emissions and over-consumption, show that solutions are simply waiting to be rolled out.

Overall, participants felt that tourism should not be demonised, but that adaptation to climate change should be seen as a priority along with the social distribution of impact. They agreed that the following avenues should be explored:

- Improving political and scientific coordination between Mediterranean countries, regional climate modelling, identifying impacts and collecting basic data;
- Integrating the climate change issue within development strategies, and environmental issues and greenhouse gas emissions within adaptation ones;
- Addressing mitigation and adaptation together, adopting a differentiated approach according to the level of development;
- Setting approaches in context;
- Addressing the territorial level as well as the sector;
- Encouraging awareness-raising amongst players;
- Considering developments in destinations and emitter countries in parallel;
- Favouring tough, reversible decisions in the face of uncertainty, with no regrets;
- Drawing on existing instruments;
- Distinguishing between the various types of tourism: international, domestic, leisure, business, responsible, consumption intensive.

2. Biodiversity

Mr. Chedly Rais, Marine and Coastal Environment Consultant

The relations between tourism and biodiversity are complex and include both positive and negative aspects. In fact, whilst the tourist sector generates pollution, which affects the natural environment including biodiversity, it can also play a positive role towards conserving natural sites. Moreover, conserving biodiversity also contributes to the development of tourism.

So how can tourism play a positive role towards conserving biodiversity? There are several factors involved: firstly, nature-based tourism plays a by no means insignificant role in raising public awareness about the need to preserve natural sites, species and biodiversity in general. Visiting nature areas and observing species helps tourists to develop a liking for certain species, thereby boosting the circle of « friends » of sites and species overall. Finally, tourism can generate alternatives to activities based on the exploitation of biological resources and thus contribute to reducing the pressure on resources.

The negative impact of tourism can be observed in several Mediterranean ecosystems, starting with the coastal dunes. These formations are frequently found along the Mediterranean coastline, their plant cover providing particularly fragile habitats. Their disappearance or degradation has a negative effect on coastal stability and the species which depend upon them. The dune areas have been seriously damaged in several Mediterranean countries, particularly by the development of tourist resorts and the massive tourist influx which tends to concentrate on certain sites. In most of the countries of the region, tourist infrastructure has been built on the coastal dunes themselves (Figure 3) or has destroyed them in order to build as close to the beach as possible. Since the 70s, however, certain countries have introduced measures to regulate building along the coastal strip, since when the dunes have been spared, in principle at least

Figure 3 Construction on the dunes in the Mediterranean



The wetlands are also feeling the pressure of tourism- many of them have disappeared or shrunk following the construction of tourist complexes or marinas. Others are used as outlets for the wastewater from tourist complexes and resorts. The wetlands, however, have played a far from insignificant role in the development of tourist activities, particularly through activities such as hunting, fishing, bird watching, rambling and other forms of sport and leisure.

Despite the fact that the habitats of several species have been damaged by the building of tourist complexes, there are also numerous cases of win-win relationships between tourism and fauna, as for example tourism based on bird watching. Other activities, however, provide examples of negative impact on species, such as using threatened species as exhibits or souvenirs.

Activities such as yachting, recreational fishing and boat trips are booming in the Mediterranean, and play a major social and economic role. They are not incompatible with preserving biological diversity and rules of conduct and other measures can help minimise their impact. When poorly regulated and controlled, however, apart from causing pollution yachting can, for example, lead to damage being caused to habitats and species, particularly when boats anchor over beds of sea-grass or coral formations, the removal of endangered or threatened rare species, the improper use of yachts to observe underwater species and landscapes, the use of hull maintenance products which are harmful to marine life, and the intentional or unintentional introduction of non-indigenous species attached to hulls or stuck to anchors. Inaccessible sites are increasingly being visited by yachts and boat trippers. Thus, the unregulated growth of yachting activity is one of the major threats to the Mediterranean's sensitive sites.

Tourism based on the observation of marine life is both an opportunity and a threat to the conservation of biodiversity and is advancing apace in the Mediterranean. Its sustainability

cannot be ensured in the absence of controls on the intensity of visits and the carrying capacity of each site must be respected. Moreover, diving by tourists has reached an alarming level in terms of its impact on biodiversity.

In several countries, the relationship between tourism and the protected areas is marked by incompatibility and conflict in use, although the PAs and tourism are becoming increasingly reconciled. In the countries to the north of the Mediterranean, the protected areas make a huge contribution to the development of tourism. The same cannot be said of the leading tourist destinations to the south of the Mediterranean, where tourism in the protected areas is still uncommon. But are the Mediterranean protected areas correctly prepared for nature tourism? Tourism can of course provide a major contribution to the protected areas, particularly by generating income for the people who live in and around them, providing arguments for setting up protected areas, generating income to be ploughed back into their management and creating new forms of economic activity in a position to replace the ones which exert pressure on the protected area's natural resources.

Discussion and avenues to explore

The response which was given to the questions about the availability of quantitative data, particularly as regards the extent of sea-grass and *Posidonia* beds was that there was actually no data on the size of the beds, but that their upper limits were monitored by remote sensing. There was general concern about the lack of quantitative and scientific data in the Mediterranean, particularly in the east. The IUCN pointed out, however, that the protection of biodiversity could not wait around for data to be produced.

Difficult as it was to gain a complete overview of the state of biodiversity in the Mediterranean, participants felt that it was likely to be better in those countries where tourist activity had not been developed. There were, however, areas where biodiversity was in good shape even in tourist regions such as North-Western Tunisia, for example. The Tunisian coast is protected where tourism has developed, because the growth of international tourism was regulated. The lightening development of domestic tourism was much more difficult to control, partly because laws were too inflexible.

Although in a strategic study for a conservation programme the WWF had identified tourism as a major threat to marine biodiversity, more measured views were also expressed, stating in particular that the impact of tourism on biodiversity could be both positive and negative at the same time, thus making it extremely difficult to calculate its economic cost.

Discussion of the notion of a «good» tourist project showed how difficult it was to define one and to provide definite examples in the Mediterranean. What makes a « good » project so complex is basically the large number of partners involved and the pending need to identify and test the means for consultation.

The main avenues to be explored are as follows:

- The need for integrated management in order to reconcile biodiversity and tourism, using a landscape, region or site-based approach,
- A clear definition of who is responsible for introducing integrated management,
- The need to use land planning and circulate good practices,
- The crux of protecting biodiversity is not the existence of protected areas, hence the need to work on zoning and have various types of protection status,
- The huge need to quantify tourism-related facts, issues, impact, positive effects, etc...,
- Giving thought to the various forms of tourism (international or domestic) and their interpenetration, taking account of the socio-economic aspects and community well-being,
- The definition of what a « good » tourist project actually means,
- Taking on board past mistakes and lessons learned,
- The need for prospective studies in order to pre-empt developments.

3. Jobs and wealth creation

Professors Valérie Brun and Thierry Sebagh, France

V. Brun and T. Sebagh ranked the countries by size of tourist flows:

- The group of 75 comprising France, Spain and Italy, which accounts for 75% of international tourists in the Mediterranean;
- The high growth group consisting of Malta, Cyprus, Greece, Turkey, Tunisia, Morocco and Egypt, with very high growth rates and a significant share of entries/arrivals;
- The « convalescent » group made up of Slovenia, Croatia, Bosnia-Herzegovina, Serbia-Montenegro, Lebanon, Israel and the Palestinian Territories, all countries which have been or still are subject to major political and military tension and are faced with launching or re-launching their tourist activity;
- The « latent » group of Albania, Syria, Libya and Algeria, countries which are relatively closed to tourist development.

Tourism is a sector which provides a high and increasing number of direct and indirect jobs, the latter growing more than the former. The share of unskilled jobs is falling as more skilled workers appear as the result of longer studies.

Employment in the Hotel/Restaurant/Café sector (HORECA) is following a constant growth curve in virtually all Mediterranean countries. The HORECA sector alone provides more jobs than the entire farming sector in Europe, employing 3.8% of the active population. On average, the HORECA is a more dynamic creator of jobs than the rest of the economy.

Employment in the HORECA sector is, moreover, more favourable to young workers than the rest of the economy: in the group of 75, 15-24 year olds represent 20% of jobs, as opposed to 10% for all branches combined. Yet whilst employability for young people is higher in the HORECA sector than in the rest of the Mediterranean economies, for older people it is lower. These two elements explain why the average age of workers is lower in HORECA than in the other sectors.

Temporary employment in the tourism sector is uncommon in the Mediterranean, ranging from 0.7% in Turkey to 3.9% in Spain. As for part-time work, it is much more frequent in the group of 75 than in the high growth group.

Gender inequality is less marked in the HORECA sector than in the others. In 2007 in the group of 75, women represented over 51% of the total HORECA workforce, as opposed to 42% in all the other sectors. However, three quarters of all part-time jobs are held by women. There is more of a mixed bag in the high growth group.

The up-scaling of tourist accommodation noted throughout the Mediterranean basin with the exception of the latent group corroborates the trend in qualifications. Jobs have become more skilled and less insecure in order to fall into line with the increased quality of accommodation.

In order to assess tourism's role in wealth creation, an indicator of per capita tourist income has been calculated:

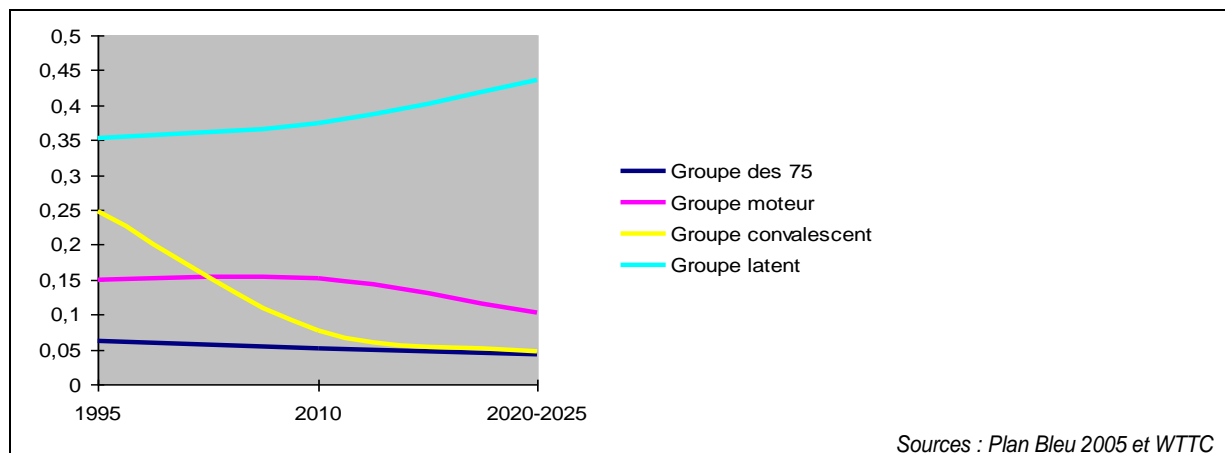
- In the wealthiest developed countries in the basin, the indicator stands at between 400 and 600\$ per capita per year; tourism is not significantly more important therein than other activities;
- In the mid-range countries where per capita GDP is around 19,000\$, tourist income is greater at more than 1,000\$ per capita per year ; tourism is a major issue for the local communities;
- In the countries where tourism is currently developing or of little importance for the economy, annual per capita tourist income ranges from 5-200\$.

Fluctuations in the euro also have an effect. The steep rise of the euro has led to an intensification of flows to the benefit of countries outside the euro zone. The currency is

changing the structure of competition and right now the Mediterranean region is more competitive than it was in 1990.

Trend forecasts for employment indicate that the number of jobs per international arrival should fall by 2010 and 2020-25, with the exception of the latent group (Figure 4). Moving from job-intensive mass tourism to more quality tourism, the structure of the sector is changing and its workforce evolving. The more mature the destination from a tourist point of view, the lower the jobs/arrivals correlation.

Figure 4 Tourist jobs by International arrivals



In conclusion, demographic change in the riparian states will be crucial for meeting labour demand in tourism. Generally speaking, demographic trends will allow manpower needs in the sector to be met. There are, however, major disparities and some countries such as Italy or Croatia could face difficulties in the near future.

Discussion and avenues to explore Débat

The discussion was marked by questions about the necessarily simplistic approach to jobs and wealth creation proposed at regional level. Participants referred in particular to the lack of any reference to imported manpower, which is however increasing in certain countries, particularly in the eastern Adriatic, where the shared language and geographical proximity facilitate exchange. Improving the quality of services would no doubt allow more nationals to be employed.

The issue of recruitment and training was also raised. Thus in Morocco it is apparently difficult to find the necessary manpower to service the boom in air travel. Moreover, although there is more and more hotel management training available, the diploma drain towards the group of 75 or other sectors is still a problem.

As far as the real wealth created by the sector is concerned, participants suggested that the calculation of the value of tourism in Income/GDP terms should include the cost of construction or training as well as remittances abroad. Asked about the results showing low levels of instability in the tourism sector despite the marked impact of seasonality on employment, Valérie Brun and Thierry Sebahg pointed out that they had reasoned in terms of contract length. The authors of the study stressed that this initial analysis, which established the regional scope, had run up against a desperate lack of data, but that wealth creation in the tourism sector needed to be further explored. As such, future analyses should focus on:

- The profiles employed, which differ according to the groups and categories of employment,
- Profit flight,
- Staff movements,
- Seasonal aspects and their effects,
- The various tourist categories- or niches- such as eco-tourism and yachting,

- Training, its role and programmes, the differences between and within countries according to demand for qualification,
- Basic data collection,
- The local effects, which allow the regions to be differentiated.

4. Cruising and yachting

M. Alberto Cappato, IIC, Genova

Total demand for « **Cruises** » tripled globally between 1995 and 2007, hitting 17.5 million passengers. In Europe it quadrupled. Cruising's market share is valued at around 4% of the global tourist market, with massive growth potential. In Europe, for example, sector forecasters are talking of a 60% increase in passengers from 2005 to 2015, with the Mediterranean being largely responsible for this growth.

The classical itineraries in the Mediterranean fall into two groups: the eastern destinations (Croatia, Greece and the islands, Turkey, Cyprus, Malta and Egypt) and the western cruises (Spain, France, Italy, Tunisia, Algeria and Morocco).

Figure 5 the main cruise ports in the Mediterranean



The Mediterranean has been blessed with numerous cruising assets, particularly its strategic position between Europe, Asia and Africa, the cultural wealth of the Greek, Roman and Egyptian civilisations and a multitude of archaeological sites, churches, museums and palaces, the contrast between ancient and modern art, a beautiful natural environment, a pleasant climate and a diversified product when compared with the Caribbean, where cruises revolve around fun, sun and beach.

For the past 30 years, one of the strong features of the cruise sector has been the fact that supply creates demand, the cruise market being in a position to saturate the supply of bunks as soon as new vessels come onto the market. The Mediterranean cruise fleet comprises 138 vessels. By 2010 the European shipyards will be supplying 10 large cruise ships per year, most of which will ply the Mediterranean, thereby increasing supply.

Italy is the leading cruise destination, its ports chalking up impressive increases in passenger numbers from 2000-2006: 223% at Civitavecchia, 139% at Naples, 162% at Venice, 165% at Livorno and 393% at Savona. Other Mediterranean ports are also seeing their numbers rising, including La Goulette (Tunisia) up 123% and Dubrovnik (Croatia), up 376%. But it is the port of Barcelona (Spain) which receives the largest number of cruise passengers, with 1.4 million in 2006, a success due to its privileged position, the proximity of a successful international airport and a new sea terminal.

Buoyant growth on the Mediterranean cruise market has imposed fresh requirements on ports, particularly in terms of technical equipment, infrastructure and a quality approach: decent quays, functional passenger terminals particularly in the cruise lines' ports of registry, high levels of security, efficient supply chains, well organised baggage handling, optimised check-in and good land transfer connections between airports, stations and sea terminals.

In terms of quality, the ports are required to provide a high level of service for tourist assistance and information, accessibility to public and private transport and public safety. Quality also applies to signposting, pedestrian routes, efficient public transport, flexible shop opening hours and local organisation of excursions.

From a logistical and structural point of view, not all the Mediterranean ports are in a position to control and receive a large number of passengers. This is why the sector needs to undergo a fresh policy assessment so that ports of call can be programmed on the basis of real possibilities. Many European ports have initiated a restructuring process in order to respond to market growth in accordance with the new generation of cruise ships.

The gigantic proportions of these vessels further exacerbates the difficulties of passenger management in the ports of call, with two to three thousand people coming ashore at one fell swoop, generating a not insignificant environmental and social impact.

Cruise tourism produces numerous economic impacts at national and local level, in terms of jobs, port dues, supplies, local shops, financial services, etc... In Europe, the direct impact of the sector was valued at 10.6 billion Euros in 2006, up 27% over 2005. This is no longer purely luxury tourism, as used to be the case. Cruise passengers are of all ages, often travelling as a family, pre-eminently English, German, Italian, Spanish and French, who account for 88% of the total. It has been noted that some tourists never leave the ship and that on-land spending is relatively low (between 25 and 75 Euros per passenger per stop).

As far as « **Yachting** » is concerned, three of the world's seventeen leading countries are in the Mediterranean: Croatia, France and Italy, with an indicator of yachts per 1,000 inhabitants of 24, 12 and 7 respectively. Motor boats are highly prevalent across the board.

Showing marked growth since 2000, the United States is the leading yacht builder (66%), followed by Italy and France with 14 and 6.7% respectively. Italy stands out for her share in mega-yacht building, producing 45% of all yachts over 24 metres.

Nautical infrastructure is the key element driving the increase in yachting. Globally speaking, figures on the numbers of berths in the marinas reveal that over half of them are in the United States (52% of the total) and only 1.65% in France, 0.54% in Croatia and 0.46% in Italy. 890 ports were listed around the Mediterranean: 11 in Albania, 24 in Algeria, 4 in Cyprus, 76 in Croatia, 4 in Egypt, 177 in Spain, 117 in France, 3 in Gibraltar, 133 in Greece, 8 in Israel, 233 in Italy, 3 in Lebanon, 15 in Libya, 6 in Malta, 9 in Morocco, 2 in Montenegro, 3 in Slovenia, 3 in Syria, 29 in Tunisia and 30 in Turkey. The services most frequently provided in the ports are drinking water (in 92% of cases), the presence of bars and restaurants (77%), electricity (77%) and the presence of a shopping centre (70%). On the contrary, however, the situation is not good as far as rubbish, wastewater and bilge water collection is concerned.

Environmental awareness is, however, emerging and projects on waste management and to encourage ecological behaviour are being introduced.

Discussion and avenues to be explored

The first point to be stressed was the lack of information about the nature and volume of solid waste from liners, even though liners are floating villages and their impact on the environment needs to be reduced. Direct pollutants apart, the major impact of ship maintenance and repair activities was also flagged up as being the source of numerous pollution events, paint being a particular culprit.

Supplying these enormous vessels with water in the islands, the difficulty of managing peaks in demand, which in Malta for example can involve 5-7 boats all at the same time, and the

risk of investing in quay construction with no guarantees that vessels will continue to dock there were all issues that were raised and discussed.

From the yachting point of view the Mediterranean is not a single market, and there are differences between North and South- there are some 300,000 mooring points around the Mediterranean, with 750 ports in the North and 130 in the South.

Marinas grew exponentially in the past- so what of current trends? In Spain, the construction of new marinas is banned, which increases the pressure as a result of vessels mooring in creeks and on beaches, with the pollution which ensues.

The storage of unused boats is becoming a central issue. Whilst storing boats on dry land whilst they are not at sea is one alternative, co-ownership can help to reduce demand for port berths, but there is little information available on this subject. The north-western Mediterranean's yachting model should to all intents and purposes not be reproduced, with boat under-use pointing to the non-sustainability of yachting.

The issue of waste and lavatory water and whether regulations based on constraint provide the correct response were mentioned several times. Non-elitist information, training and marine discovery campaigns could well be more appropriate. Finally, the following avenues of exploration emerged:

- Dovetailing regulations,
- Collecting basic data,
- Comparing policies,
- Enhancing environmental awareness amongst operators,
- Equipment and infrastructure needs,
- The setting up of a monitoring system to pre-empt events, such as moving boats from one region to another to adapt to climate change.

VI. PROPOSING: LINES OF WORK, DISCUSSION AND RECOMMENDATIONS

1. Lines of work and discussion

Following feedback from the working groups and an examination of the lines of work identified, a general discussion of the following question got underway- with the tourist sector becoming increasingly competitive, was there still room for politics within this globalised context?

Some felt that this was a major sector, which operates beyond the political system, drawing largely on private initiative. The extent of the State's role in decision taking thus depended on the countries and companies, although some major operators like Club Med stressed that the private sector was awaiting more binding regulations to be able to implement them. As far as sustainable development was concerned, the role of the State was crucial. In the developing countries, guidelines came from the political sphere, which allowed the principles of sustainable development to feed in and the shortcomings of the private sector in this field to be compensated for. The international institutions could therefore play a decisive role in drawing up and circulating sustainable development strategies.

The issue of investments, where they came from, their nature and the strategies which guided them was seen as crucial, particularly in view of the massive amounts flowing from the oil-producing states and being invested in the tourist sector. If misread and poorly planned for, as was often the case, this financial godsend could be used to support operations which ran counter to the aims of protecting the environment or promoting sustainable development. It was recalled that, in response to these issues, ODIT France had developed an investment monitoring system, designed to check such trends and to break away from the purely financial approach.

Heightened competition between destinations resulted in the development of non-sustainable tourism. It would appear that, in order to counter this trend, the three pillars of sustainable development should be integrated and pooled to produce a « sustainability pact ». An enlarged « DSPIR⁴ » scheme could be usefully applied in order to quantify the results of tourist development projects. Collecting detailed information was also of the essence in this approach.

2. Recommendations

The rich, intense and fruitful discussions illustrated just how important tourism is as a sector, faced with new challenges of various types:

- Political, with considerable amounts of finance looking to be invested,
- Economic, in terms of length of stay and daily expenditure,
- And finally environmental, particularly as regards climate change and the loss of biodiversity.

It was proposed that the following recommendations be adopted to address these challenges.

Recommendations

Having regard to the central role which tourism plays in the development of the Mediterranean riparian states and the new constraints being forced upon it by an increasingly competitive market, impending climate change, the rising cost of raw materials, fossil fuels in particular, and the crisis within the real estate sector;

Convinced that it is possible in the Mediterranean to achieve environmentally friendly tourism, which is at the same time financially viable and rewarding for all players in the industry;

Committed to implementing the provisions of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development and particularly those relating to the promotion of sustainable tourism;

The participants at the regional workshop on « Promoting sustainable tourism in the Mediterranean », meeting in Sophia Antipolis on 2 and 3 July 2008 recommend that the political leaders of the Mediterranean countries:

Develop long and medium term visions at national level, specifying the scope of the tourism sector within the national economy and taking best possible account of the global challenges to be addressed, particularly climate change and preserving biodiversity,

Draw on strategic planning instruments to better organise the development of the sector, opening deliberations up to all of the players concerned and in particular the representatives of the private sector and of civil society,

Share analyses of and approaches to the development of sustainable tourism within the framework of regional regular meetings gathering various actors,

Introduce provisions at national level, which will provide for full and reliable information which is comparable between countries and is in a position to better characterise the tourism sector and monitor its development,

Place particular emphasis on informing the public and training players regarding the promotion of sustainable tourism.

Moreover, participants invite the Blue Plan to:

Continue its work on indicators in order to better characterise Mediterranean tourism and particularly its impact on the environment and the social balance,

Further its prospective analysis work on tourism in order to pre-empt future developments,

Draw up economic analyses in order in particular to better assess tourism's impact on the environment.

⁴ DPSIR : Driving force, Pressure, State, Impact, Response.

VII. ANNEXES

Annexe 1 : Programme



Mediterranean Commission on Sustainable Development

Regional Workshop

Promote sustainable tourism in the Mediterranean

Sophia Antipolis, France, 2 & 3 July 2008



Programme

With the financial support of:



09h00-09h30 *Welcome and registration*

Session 1 **Opening and introduction of the workshop**

09h30-10h00 Mr. Henri-Luc Thibault, Plan Bleu
Mr. Campbell Thomson, European Investment Bank

10h00-10h20 MAP works in the field of “Tourism and Sustainable Development”
 ❖ Mr. Ivica Trumbic, Regional Activity Center/Priority Action Programme (RAC/PAP)
 ❖ Mr. George Kamizoulis, MEDPOL

10h20-10h30 Tourism in the Mediterranean, regional overview, Mrs. Elisabeth Coudert (Plan Bleu)

10h30-11h00 *Coffee break*

Session 2 **Assess : 1999 recommendations**

Chairman : Mr. Petro Ortun Silvan, director, New Approach Industries, Tourism and CSR, European Commission

11h00-11h15 Sustainable tourism, Mr. Luigi Cabrini, World Tourism Organization (WTO)

11h15-12h00 Presentation of national studies :
 ❖ Prof. Mohamed Berriane, Morocco
 ❖ Prof. Miguel Segui Llinas, Spain
 ❖ Dr. Zoran Klaric, Croatis

12h00-12h30 Debates

12h30-14h00 *Lunch*

Session 3 **Assess : best practices**

Chairman : Mr. Stefanos Fotiou, Tourism Programme Officer, UNEP-DTIE

14h00-14h15 Works of the International Task Force on sustainable tourism development , Mr. Thibault Devanlay, MEEDDAT

14h15- 15h00 Presentation of national studies :
 ❖ Mr. Jean Mehdi Chapoutot, Tunisia
 ❖ Dr. Cevat Tosun, Turkey
 ❖ Mr. Anthony Ellul, Malta

15h00-15h30 Debates

15h30-16h00 *Coffee break*

Session 4 **Assess : Results of tourism carrying capacity assessments in terms of a better distribution of tourism flows in time and space, linkage with the ICZM Protocol**

Chairman : Mr. Ahmed Smaoui, former Tunisian Minister of Tourism (*pending confirmation*)

16h00-16h15 Tourism carrying capacity assessment, Mr. Harry Coccossis

16h15-16h25 Manual for sustainable coastal tourism development, Mrs. Zeljka Skaricic

16h25-16h40 The “Destinations” project in the Maghreb countries, Mrs. Zeljka Skaricic & Mr. Ghislain Dubois

16h40-17h00 Tourism strategic planning in Sardegna, Mr. Alessio Satta

17h00-17h30 Debates

18h45-23h00 *Dinner in Sainte Marguerite island*

08h30-09h00

Registration

Session 5

Discuss: Four major regional stakes in the tourism/sustainable development nexus; linkages with MSSD objectives

WORKING GROUP 1 Climate change		WORKING GROUP 2 Biodiversity	
Moderator	Mr. Ghislain Dubois, TEC	Moderator	Mr. Lucien Chabason, IDDRI
Presentation	Mr. Raphaël Billé, IDDRI	Presentation	Mr. Chedly Rais, Tunisia
Debate: linkages with objectives 3 to 7 of the MSSD Tourism chapter			
Working tracks for the future			

09h00-09h15

09h15-10h15

10h15-10h30

10h30-11h00

Coffee break

Session 5

Discuss: Four major regional stakes with a tourism/sustainable development nexus; linkages with MSSD objectives (continued)

WORKING GROUP 3 Yachting and cruising		GROUPE DE TRAVAIL 4 Employment and creation of wealth	
Moderator	Mrs. Christine Bouyer, ODIT France	Moderator	Dr. Adel Rady, Marsa Alam for Tourist Development
Presentation	Mr. Alberto Cappato, IIC, Italy	Presentation	Mrs. Valérie Brun & Mr. Thierry Sebah, university Paul Cézanne Aix-Marseille
Debate: linkages with objectives 3 to 7 of the MSSD Tourism chapter			
Working tracks for the future			

11h00-11h15

11h15-12h15

12h15-12h30

12h30-14h00

Lunch

Session 6

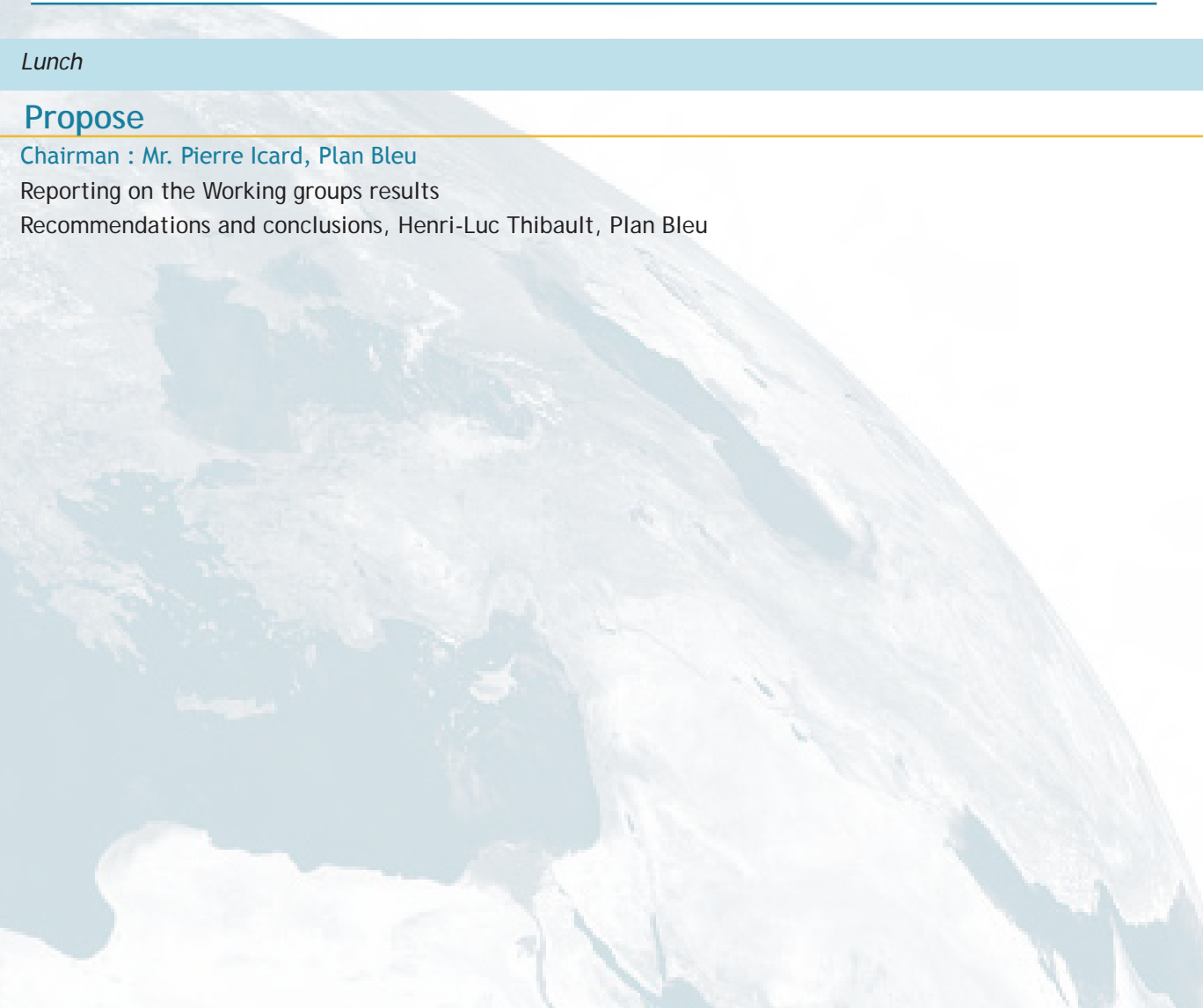
Propose

Chairman : Mr. Pierre Icard, Plan Bleu

14h00-17h00

Reporting on the Working groups results

Recommendations and conclusions, Henri-Luc Thibault, Plan Bleu



Regional workshop

Promote a sustainable tourism in the Mediterranean

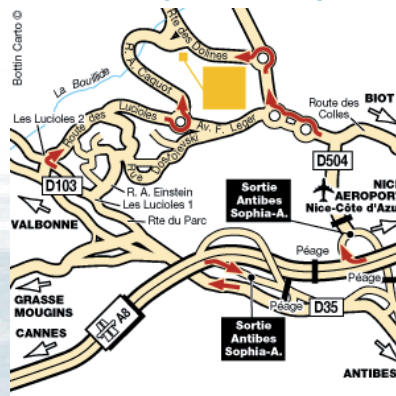
Sophia Antipolis, France, 2 & 3 July 2008

Hotel Grand MERCURE - Sophia Country Club,
3550 Route des Dolines, 06901 Sophia Antipolis

Tel. (+33)4/92 96 68 78

Fax (+33)4/92 96 68 96

@: H1279-SB2@accor.com



Cannes (A8) → Nice. Sortie 44 Antibes Sophia Antipolis. Suivre "Sophia Antipolis", Quartier Les Lucioles, accès 4.

Nice (A8) → Cannes. Sortie 44 Antibes Sophia Antipolis. Suivre "Sophia Antipolis", Quartier Les Lucioles, accès 16.

⊙ 10 km

Contacts

Mrs. Elisabeth Coudert, Plan Bleu, +33 (0)92 38 71 34

Mrs .Isabelle Jöhr, Plan Bleu, +33 (0)4 92 38 71 39

www.planbleu.org



Annexe 2 : Liste des participants



Atelier régional « Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée »

Workshop on “Regional Workshop « Promote Sustainable Tourism in the Mediterranean »

Sophia-Antipolis (FR), 2 & 3/07/2008



Liste des participants / List of participants

Emilio BECHERI

Professor

Tél/Tel. +39 055 230 24 70/888

Fax +39 055 23 02 774

E-mail ebecheri@turistica.it

MERCURY srl
Via de'Bardi 39
50125 FIRENZE
Italie

Mohamed BERRIANE

Professeur

Tél/Tel. +212 37671961

Fax +212 37672792

E-mail mohamed.berriane@menara.ma

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines
27, Rue Bou Iblane, Agdal
Rabat
Maroc

Gilles BEVILLE

Chargé de mission

Tél/Tel. +33 01 53 69 30 62

Fax +33 01 53 69 33 17

E-mail gilles.beville@diplomatie.gouv.fr

Ministère des Affaires Etrangères et
européennes
20 rue Monsieur
75700 PARIS 07 SP
France

Raphaël BILLÉ

Chef de projet, Adaptation au changement
climatique dans les zones côtières
Institut du Développement Durable et des
Relations Internationales (IDDRI) Sciences Po
27 rue Saint Guillaume
75337 PARIS cedex 07
France

Tél/Tel. +33 (0)1 45 49 76 64

Fax +33 (0)1 45 49 76 85

E-mail raphael.bille@iddri.org

Sophie BILLAUD

Consultante

Tél/Tel. +33 (0)4 91 91 81 25

Fax +33 04 91 91 81 25

E-mail sophie.billaud@tec-conseil.com

Tourisme, Transports, Territoires,
Environnement Conseil (TEC)
38 rue Sénac de Meilhan
13001 MARSEILLE
France

Pierre BOUGEANT
Chargé de Mission Méditerranée

Conservatoire du Littoral
27 rue Blanche
75009 PARIS
France

Tél/Tel. +33 1 44 63 56 60
Fax +33 (1) 44 63 56 76
E-mail p.bougeant@conservatoire-du-littoral.fr

Christine BOUYER
Responsable pôle littoral

ODIT France
23 place de Catalogne
75014 PARIS
France

Tél/Tel. +33 (01) 70 39 95 68
Fax +33 1 70 39 95 30
E-mail christine.bouyer@odit-france.fr

Feten BOUZIDI
Expert tourisme

ONTT (Office National du Tourisme Tunisien)
84 avenue de la Liberté
1001 Tunis
Tunisie

Tél/Tel. +216 (98) 583 742
Fax +216 (71) 105 630
E-mail bouzidifeten@voila.fr

Pascal BROUSSET
Directeur Commercial

TLB Destinations
Rabieh - Main Road
P.O. Box 197
ANTELIAS
Liban

Tél/Tel. +961 (4) 41 98 48
Fax +961 (4) 40 26 34
E-mail pascal@tlb-destinations.com

Valérie BRUN
Enseignant Chercheur

Centre d'Analyse Economique
Université Paul Cézanne
Faculté d'Economie Appliquée
3 Avenue Robert Schuman
13628 AIX-EN-PROVENCE
France

Tél/Tel. +33 (0)4 42 17 29 94
Fax +33 (0)4 42 59 38 87
E-mail valerie.brun@univ-cezanne.fr

Luigi CABRINI
Director

World Tourism Organization
Department of Sustainable Development of
Tourism
Capitán Haya 42
28020 Madrid
Espagne

Tél/Tel. +34 91 567 82 25
Fax +34 91 571 37 33
E-mail lcabrini@unwto.org

Sara CANEVELLO

Tél/Tel. +39 (010) 272 23 83
Fax +39 (010) 272 21 83
E-mail canevello@iicgenova.it

IIC (Istituto Internazionale delle
Comunicazioni)
Via Pertinace
Villa Piaggio
16125 GENOVA
Italie

Alberto CAPPATO

Secrétaire Général

Tél/Tel. +39 (010) 272 23 83
Fax +39 (010) 272 21 83
E-mail cappato@iicgenova.it

IIC (Istituto Internazionale delle
Comunicazioni)
Via Pertinace
Villa Piaggio
16125 GENOVA
Italie

Selma CENGIC

Executive Director

Tél/Tel. +387 33 207 949
Fax +387 33 207 949
E-mail selma.cengic@heis.com.ba

Hydro-Engineering Institute
1, Stjepana Tomica Str.
P.O. Box 405
7100 SARAJEVO
Bosnie-Herzégovine

Lucien CHABASON

Président du Plan Bleu

Tél/Tel. +33 (0) 6 26 17 77 59
Fax +33 (0) 1 42 65 44 84
E-mail lucienchabason@wanadoo.fr

Plan Bleu
54 rue du Faubourg Saint Honoré
7500 PARIS
France

Jean CHAPOUTOT

Consultant

Tél/Tel. +216 71 885 086
Fax
E-mail jmmc@gnet.tn

Consultant
7, rue Tahar El Kassar
El Manar 2
2092 TUNIS
Tunisie

Harry COCCOSSIS

Professor and C.E.O.

University of Thessaly and Tourism
Development Co. Greece
44 Nikis street
15127 MAROUSSI-ATHENS
Grèce

Tél/Tel. +30 (210) 68 00 051 /52

Fax +30 (210) 333 95 07

E-mail hkok@aegean.gr

Jean-Marie COLLOMBON

Coordinateur général

FITS
BP 50 099
13793 AIX EN PROVENCE CEDEX 3
France

Tél/Tel. +33 (06) 61 84 16 20

Fax

E-mail fits@tourisme-solidaire.org

Constance CORBIER-BARTHAUXChargée de mission environnement &
biodiversité

Agence Française de Développement
DTO/ENE
5, rue Roland Barthes
75598 PARIS Cedex 12
France

Tél/Tel. +33 (0)1 53 44 31 31 (std)/34 83

Fax +33 (0) 1 53 44 38 66

E-mail corbierc@afd.fr

Thibault DEVANLAYChargé de mission CDD, PNUE, GIE, Task
force Tourisme Durable

MEEDDAT
SG/DAEI Tour Pascal A
92055 La Défense Cedex
France

Tél/Tel. +33 (0)1 40 81 78 46

Fax +33 (0)1 40 81 27 70

E-mail thibault.devanlay@developpe-
ment-durable.gouv.fr

Frédéric DIMANCHE

Professeur ; Directeur du Centre de
Management du Tourisme
CERAM Business School
Rue Dostoïevski, BP 085
06902 SOPHIA ANTIPOLIS Cedex
France

Tél/Tel. +33 (0)4 93 95 44 52

Fax +33 (0)4 93 65 45 24

E-mail frederic.dimanche@ceram.fr

Daniel DROCOURT

Coordonnateur "100 sites historiques
méditerranéens"
Atelier du Patrimoine de la Ville de Marseille
10 ter, Square Belsunce
13001 MARSEILLE
France

Tél/Tel. +33 (0)4 91 90 78 74

Fax +33 (0)4 91 56 14 61

E-mail ddrocourt@mairie-marseille.fr

Ghislain DUBOIS

Consultant

Tél/Tel. +33 (0)4 91 91 81 25

Fax

E-mail ghislain.dubois@tec-conseil.com

Tourisme, Transports, Territoires,
Environnement Conseil (TEC)
38 rue Sénac de Meilhan
13001 MARSEILLE
France

Aymeric EECKMAN

Chargé de programme

Tél/Tel. +34 (952) 028 430

Fax +34 952 028 145

E-mail aymeric.eeckman@iucn.org

IUCN Centre for Mediterranean Cooperation
c/Marie Curie, 35 PTA
29590 MALAGA
Espagne

Anthony ELLUL

Team Manager

Tél/Tel. +356 22 90 15 32/0000

Fax +356 2290 22 95

E-mail Tony.Ellul@mepa.org.mt

Malta Environment & Planning Authority
P.O. Box 200
St. Francis Ravelin
CMR 002 Floriana
Malte

Elmonji Saad Idris ELSMEH

Researcher

Tél/Tel. +218 92 500 80 51

Fax 218 21 48 72 180

E-mail elsmeh@yahoo.com

Environmental General Authority
P.O. Box 83618
Al Gheran Street
TRIPOLI
Libye

Stefanos FOTIOU

Programme Officer

Tél/Tel. +33 (0)1 44 37 14 65

Fax +33 (0)1 44 37 14 74

E-mail sfotiou@unep.fr

UNEP/Tourism Programme
15 rue de Milan
75459 PARIS Cedex 09
France

Frederic GALLO

Sound Chemicals Management Specialist

Tél/Tel. +34 (675) 39 48 80

Fax +34 93 553 87 95

E-mail fgallo@cprac.org

Regional Activity Centre for Cleaner
Production - CP/RAC
C/Milanesat, 25
08017 BARCELONE
Espagne

Nicos GEORGIADIS

Senior Consultant

Tél/Tel. +357 (22) 44 91 40

Fax +357 (22) 44 92 93

E-mail nicosgeorgiades@cytanet.com.cy

Cyprus International Institute for the
Environment and Public Health
5 Iron Street
1105 Nicosia
Chypre

George KAMIZOULIS

Senior Scientist

Tél/Tel. +30 210 72 73 105

Fax +30 210 72 53 196

E-mail gkamiz@unepmap.gr

WHO-MED POL
Vass. Konstantinou 48
11635 ATHENES
Grèce

Zoran KLARIĆ

Associate Professor

Tél/Tel. 385 1 377 32 22

Fax 385 1 377 48 60

E-mail zklaric@iztzg.hr

Institute for Tourism
Vrhovec 5
10000 Zagreb
Croatie

Alexandre MAGNANChef de projet "Changement climatique en
Méditerranée"

Tél/Tel. +33 (0)1 45 49 76 70

Fax +33 1 45 49 76 85

E-mail alexandre.magnan@iddri.org

Institut du Développement Durable et des
Relations Internationales (IDDRI) Sciences Po
27 rue Saint Guillaume
75337 PARIS cedex 07
France

Jean-Pierre MARTINETTI

Délégué Général

Tél/Tel. +33 04 92 3182 00

Fax jp.martinetti@cctd.eu

E-mail

Cité de la culture et du tourisme durable
Château Laval
Route de Valensole
048000 GREOUX LES BAINS
France

Alexandre NOEL

Chargé de Mission Développement Touristique

Tél/Tel. +33 (0)4 91 57 54 60

Fax +33 (0)4 91 57 54 47

E-mail anoel@regionpaca.fr

Conseil Régional PACA
Hôtel de Région
27 place Jules-Guesde
13480 MARSEILLE Cedex 20
France

Pedro ORTÚN

Directeur

Commission européenne
DG ENTR/I
100, rue Belliard
1049 BRUXELLES
Belgique

Tél/Tel. +32 2 2952084
Fax +32 2 2998008
E-mail pedro.ortun@ec.europa.eu

Atef OUERGHI

Chargé de programme

CAR/ASP Centre d'Activités Régionales pour
les Aires Spécialement Protégées
Bd du Leader Yasser Arafat
BP 337 La Chargaia
1080 TUNIS Cedex
Tunisie

Tél/Tel. +216 71 206 649/485
Fax +216 71 206 490
E-mail atef.ouerghi@rac-spa.org

Ferdane ÖZKAN THOMSON

DG Research and Training

Turkish Ministry of Culture and Tourism
Arastirma ve Egitim Genel Mid. Kat: 9
Ýsmet Ýnönü Bulvarý No: 5 EMEK
ANKARA 06100
Turquie

Tél/Tel. +90-312-2139663
Fax +90-312-2213320
E-mail ferdane_t@hotmail.com

Alessandra POMÉ

Head of Marine Unit

WWF Med PO
Via Po 25/c
Rome 00198
Italie

Tél/Tel. +39 06 844 97 443
Fax +39 06 841 38 66
E-mail apome@wwfmedpo.org

Adel RADY

Chairman/Managing Director

Marsa Alam For Tourist Development
3 Abbas El-Akkad Street
Nasr City
LE CAIRE
Egypte

Tél/Tel. +20 (2) 24 04 2734/5/6/7
Fax +20 (2) 404 2731
E-mail arady@emak-marsa.com.eg

Chedly RAIS

Consultant, Marine and Coastal Environment

BP 405
Menzah VIII
TUNIS 2037
Tunisie

Tél/Tel. +216 (71) 70 86 21
Fax
E-mail rais.c@planet.tn

Cesarino ROMANI
Conseiler en Environnement

Tél/Tel. +39 05 41 71 62 81
Fax +39 05 41 71 62 96
E-mail c.romani@provincia.rimini.it

Provincia di Rimini
Via Dario Campana, 64
47900 RIMINI
Italie

Alessio SATTA
Directeur Général

Tél/Tel. +39 (349) 53 41 328
Fax
E-mail alesatta@regione.sardegna.it

Agenzia Conservatoria delle Coste della
Sardegna
Via Roma 80
Italie
09123 Cagliari
Italie

Thierry SEBAGH
Professeur d'Economie

Tél/Tel. +33 (0)6 21 61 24 91
Fax
E-mail thierry.sebagh@univ-cezanne.fr

Faculté d'économie appliquée
3 avenue R. Schuman
13628 AIX EN PROVENCE
France

Miguel SEGUI LLINAS
Responsable de Recherche

Tél/Tel. +34 971 17 31 83
Fax +34 971 17 23 09
E-mail msegui@uib.es

Universitat de les Illes Balears (UIB)
Edifici Beatriu de Pinos
Carretera de Valldemossa km 7.5
Palma (Illes Balears) 07122
Espagne

Zeljka SKARICIC
Chargée de mission

Tél/Tel. +385 21 340 476
Fax +385 21 340 490
E-mail zeljka.skaricic@ppa.htnet.hr

PAP/RAC
Kraj sv. Ivana 11
21000 SPLIT
Croatie

Ahmed SMAOUI
Tourism/Development Consultant

Tél/Tel. +216 71 799 754
Fax +216 71 784 503
E-mail a.smaoui@gnet.tn

7, rue Kawakibi
Le Belvédère
TUNIS 1002
Tunisie

Ioannis SPILANIS

Assistant Professor

University of the Aegean
Department of the Environment,
University Hill
Ex-Xenia Building
MYTILINI 81100
Grèce

Tél/Tel. +30 (225) 10 36 229

Fax +30 (225) 10 36 290

E-mail ispil@aegean.gr

Campbell THOMSON

Conseiller technique, Division Services
et PME, agro-industrie
Banque européenne d'investissement
100, boulevard Konrad Adenauer
2410Luxembourg
Luxembourg

Tél/Tel. +352 43 79 88 544

Fax +352 43 79 68 827

E-mail thomson@pt.lu

Cevat TOSUN

Head of THM Division

School of Tourism & Hotel Management
Mustafa Kemal University
Numune Mah.
31200 ISKENDERUN-HATAY
Turquie

Tél/Tel. +90 326 618 49 30

Fax +90 326 618 49 32

E-mail cevattosun@hotmail.com

Natasha TRICK

Agencia Española de Cooperación
Internacional para el Desarrollo (AECID) /
Programa Azahar/ Azahar Programme
Espagne

Tél/Tel. +34 (915) 16 09 92

Fax

E-mail Natascha.Trick@aecid.es

Ivica TRUMBIC

Director

PAP/RAC
Kraj. sv. Ivana 11
SPLIT 21000
Croatie

Tél/Tel. +385 (21) 340 471

Fax +385 (21) 340 490

E-mail ivica.trumbic@ppa.htnet.hr

Ramazan COKÇEVİK

Attaché Culturel de Turquie en France
Le bureau de l'information et du tourisme de la
Turquie
France

Tél/Tel. +33 01 45 62 78 68

Fax +33 (01) 45 63 81 05

E-mail ccokcevik@kulturturc.gov.tr

Patrick VAN KLAVEREN
Ministre Conseiller, Délégué Permanent auprès
des Organismes Internationaux
Ministère d'Etat
ATHOS PALACE
2, rue de la Lujerneta
98000 MONACO
Monaco

Tél/Tel. +00 377 (98) 98 81 48
Fax +00 377 93 50 95 91
E-mail pvanklaveren@gouv.mc

Bénédicte VALLAT
Resp. Projets et Reporting DD

Club Méditerranée
11 rue de Cambrai
PARIS Cedex 1975957
France

Tél/Tel. +33 1 53 35 31 53
Fax +33 1 53 35 38 44
E-mail Benedicte.Vallat@clubmed.com

Gavrosh ZELA
Director

Albanian Ministry of Environmental, Forest
and Water Administration
Rr. Durrësit, 27 Tirana
Albanie

Tél/Tel. +355 (4) 224572
Fax +355 (4) 270 630
E-mail gzela@moe.gov.al

Henri-Luc THIBAUT
Directeur

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 38
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail hlthibault@planbleu.org

Pierre ICARD
Chef de l'Unité 1

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 86 19
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail picard@planbleu.org

Elisabeth COUDERT
Chargée de mission, tourisme

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 34
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail ecoudert@planbleu.org

Lucille CARREZ
Stagiaire

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 30
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail lcarrez@planbleu.org

Patrice MIRAN
Chargé de mission, changements globaux

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 71 40
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail pmiran@planbleu.org

Brigitte ULMANN
Responsable communication

Tél/Tel. +33 (0)4 92 38 51 65
Fax +33 (0)4 92 38 71 31
E-mail pulmann@planbleu.org

Plan Bleu
15 rue L. Van Beethoven Sophia Antipolis
06560 VALBONNE
France

PART 2

REGIONAL STUDIES ON TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT ISSUES IN THE MEDITERRANEAN

TOURISM AND CLIMATE CHANGE IN THE MEDITERRANEAN¹: CHALLENGES AND PROSPECTS

Raphaël Billé, Hubert Kieken & Alexandre Magnan

TABLE OF CONTENTS

I. Introduction: a two-pronged issue.....	583
1. A few preliminary remarks on tourism.....	583
2. Tourism in the Mediterranean	583
3. The Mediterranean, a global climate change hot spot.....	585
4. Tourism and climate change: A two-pronged issue.....	586
II. Greenhouse gases emissions of the tourism sector.....	589
1. Three major sources of emissions	589
2. Distinct, yet related, emissions sources.....	591
3. Overview of the efforts made and possible scope of action	592
4. Conclusion.....	597
III. Adaptation to climate change.....	597
1. Preliminary definitions: vulnerability and adaptation	597
2. Nature and relative importance of the climate determinants of tourism.....	598
3. Potential impacts of climate change on Mediterranean tourism: Vulnerabilities and opportunities.....	600
4. Adaptation: Challenges, scope of action and early experiences	603
IV. Conclusions and prospects	606
1. Prospects for GHG emissions reduction	606
2. General recommendations and guideline principles in matter of adaptation.....	610
3. General conclusion.....	615
V. Bibliography	616
VI. List of acronyms.....	618
VII. Appendices	619
1. Appendix 1	619
2. Appendix 2	621
VIII. Table of illustrations	624

¹ Note: The Mediterranean countries or territories concerned by this report are: Albania, Algeria, Bosnia-Herzegovina, Croatia, Cyprus, Egypt, France, Greece, Israel, Italy, Lebanon, Libya, Malta, Monaco, Montenegro, Morocco, the Palestinian Territories, Slovenia, Spain, Syria, Tunisia, Turkey.

I. INTRODUCTION: A TWO-PRONGED ISSUE

1. A few preliminary remarks on tourism

The various definitions of tourism, of which that of the World Tourism Organisation (WTO), underline, *inter alia*, that tourism constitutes a voluntary activity: it is thus highly sensitive to the attractiveness of the various possible destinations, itself dependent on more or less subjective factors, among which fashion trends, publicity, etc, play an important role (Perry, 2003). It is also worth noting in such definitions that any practice of tourism is intrinsically connected with travel. Nevertheless, the bond between the phenomenon of tourism and travel is ambivalent: travel has become, wrongly or rightly, a fundamental value in our societies², associated with the discovery of a partly fancied "elsewhere". And so, tourism becomes partly a right, if not a duty. Yet, it must be borne in mind that all surveys concur on the following: the desire to travel, particularly abroad, is only marginally motivated by the interest in other cultures, at least contemporary cultures.

In any case, tourism represents today a major economic sector for a number of countries in the world, at once as a global phenomenon (economic opening on sometimes very distant markets) and as a booming sector: + 6% of global growth between 2006 and 2007 according to the WTO³, that is an increase by 52 million in tourist arrivals. It is thus estimated that this sector contributes around 10% in world GDP.

2. Tourism in the Mediterranean

2.1 2000 years of history, less than a century of summer and seaside tourism

The history of Mediterranean tourism dates back to Antiquity and has fared over the centuries as a long time extremely elitist phenomenon. Some 2 000 years ago, only the poor remained in Rome in the summer, the richest moving, as tourists, to less hot zones. In the 18th century, the European aristocracy and upper middle class (or upper bourgeoisie) took their winter quarters on the Mediterranean coast, its climate regarded as ideal. Tourism thus developed exclusively on certain shores offering little marked winters, such as the French Riviera and peninsular Greece (Lozato-Giotart, 1989). It was only during the 20th century that perceptions, social standards and work organization allowed a gradual (though far from being completed) democratisation of tourism, in a context where suntan and heat, after having been shun over two millennia, became successful holiday "musts". What tourists regarded as an idyllic climate shifted from the winter to the summer, notwithstanding the heat waves, flash floods, strong winds, etc, which also characterize the Mediterranean summer climate (Perry, 2000).

Today, the tourism offer in the Mediterranean is unquestionably varied and original, the region being reputed not only for its climate, but also for its culinary traditions, its rich and time-honoured culture, its landscapes, its sea, its mountains, its deserts, its cities, its country, its villages, astride modernity and tradition. However, the dominant segment remains more than ever the "classic" seaside tourism based on the "three S": *sea, sun, sand*. Thus, "the sea and the climate are key components of tourism in the Mediterranean (...). Today still, tens of million tourists, no longer in the winter but in the summer, settle on the coastal strip (...). The tourism frequenting space index drops abruptly as soon as one moves away from the coasts to the inner country (...). Almost everywhere, the inland areas look like tourism deserts compared with coastal areas" (Lozato-Giotart, 1989) This observation made almost twenty years ago remains more than ever relevant today, as three quarters of Mediterranean tourism flows still concentrate today on the coasts, this proportion remaining constant in the projections made by Plan Bleu for the time frame 2025 (Lanquar, 1995; UNEP-MAP-Plan Bleu, 2005). For this reason, and as skiing, for instance, concerns only a minority of

² Indeed, one finds, for instance, in many Curriculum Vitae the list of countries—preferably remote ones—visited, and certain candidates describe themselves as "willing to travel" to allure a potential employer.

³ <http://www.unwto.org/index.php> ; cf. especially the "World Tourism Barometer".

Mediterranean areas, this document on the nexus between tourism and climate change in the Mediterranean will tend to focus on the coastal development of this activity.

2.2 Mediterranean tourism today: Current status

Tourism, be it domestic or international, is a major activity for many of the 22 Mediterranean riparian countries or territories. They receive over 30% of international tourism, which constitutes their chief source of foreign currency. Being the leading global tourism region, the Mediterranean owes much not only to its attractiveness, but also to its closeness to Europe which remains one of the richest regions of the planet and contributes today 90% of its visitors to the Mediterranean basin.

As tourism continues to be a promising sector, its annual growth has ranged since the beginning of this decade between 3 and 4%. From slightly less than 60 million international visitors in 1970, the figures climbed to about 150 million in 1990 and to about 250 million in 2005. It is expected that international arrivals would be about 300 million in 2008 (for a turnover of 250 billion Euros) and 400 million in 2025⁴. To these figures concerning international tourism, one must add the increasing weight of a thriving domestic tourism. All in all, the seaside formula plays a key role in almost all countries: according to Plan Bleu (Benoît and Comeau, 2005), this formula characterized 80% of Mediterranean tourism frequenting in 2000, a figure likely to stabilize up to 2025. In Tunisia, for example, over 95% of the accommodation capacity is located in coastal zones.

Besides, within the Mediterranean region itself, tourism growth rates vary considerably. Those of Tunisia and Greece, for instance, were between 1990 and 2000 in the range of 56% and 34%, respectively, whereas those of Egypt and Turkey were of up to 97% and 78%, respectively, over the same period. Today, there may be distinguished so-called "mature" tourism areas—which have already tapped their potential and generally report low growth—from high growth areas, being either quite recently emerging, or still being, as of now, but "tourism voids", at least from the point of view of international flows (case of the Algerian, Libyan or Syrian coasts). In an overall favourable context, one can distinguish various trends on sub-regional level:

- The North (from Spain to Greece, Malta and Cyprus included) reported a growth in the total number of tourists (international and domestic) by 28% between 1990 and 2000 (estimate of +52% between 2000 and 2025 according to Plan Bleu);
- The East (from Turkey to the Palestinian Territories) is the most dynamic area, with very high tourism growths (+81% between 1990 and 2000, and 202% projected as between 2000 and 2025);
- The South (from Egypt to Morocco) presents a growth comparable to that of the countries of the North over the period 1990-2000 (+30%), while estimates for the time frame 2025 reflect a much more marked dynamism with +157%.

2.3 Overriding structural features

Three structural features of Mediterranean tourism are worth underlining here, all of which have a great bearing on the tourism/climate change nexus, as we shall see later.

First of all, the North-South gap is quite glaring in this sector as in many other sectors. With a ratio of 1 to 5 (1/5) on average between EU member and non EU member countries, one observes that, on the one hand, the EU countries still largely dominate the tourism offer and that, on the other hand, their populations remain the major tourist providers to all sub-regions of the Mediterranean basin. Tourism is thus a major source of financial transfers between North and South.

Then, the Mediterranean tourism sector is largely dominated by small and medium-sized enterprises (SMEs). In Europe, for instance, over 99% of the enterprises of the sector employ less than 250 people. This is, therefore, the case of a highly fragmented—and mainly local level based—activity. It provides a living to numerous rural areas and interacts with

⁴ Cf. Plan Bleu works (<http://www.planbleu.org/themes/tourisme.html>).

many other sectors such as transport, building, energy, etc, and is thus quite dependent on the development in general of the area where it is established.

Lastly, short duration stays represent the tourism market reporting the most rapid growth. In the case of the French, for example, between 1998 and 2005, the number of short-term stays rose by 47%, as against 31% for the whole tourism activities. In 2005, in one case out of two, the stay duration was of only one to three nights (Demunter, 2008).

2.4 Mediterranean tourism between littoralisation (coastal concentration) and environmental degradation

As we have already pointed out, Mediterranean tourism is mainly coastal. However, Mediterranean coasts are subject to acute and diverse pressures which induce extremely alarming environmental evolutions. We shall not dwell here on a detailed description of these challenges, about which Plan Bleu has undertaken an exhaustive and prospective stock-taking (Benoit and Comeau, 2005), but we can highlight the particular importance of coastal demographic pressure and urbanization. The riparian countries of the Mediterranean basin counted, in 2000, slightly less than 430 million inhabitants (nearly an additional 90 million is expected by 2025), distributed into 45% on the northern rim, 33% on the southern rim and 22% on the eastern rim. In the latter two sets, the demographic growth rates expected over the period 2000-2025 turn out to be 14 and 13 times higher, respectively, than the average of the Northern Mediterranean countries.

While a third of the population of the Mediterranean countries now live on the coasts, this littoralisation is concentrated in the cities, which already accommodated 70% of coastal inhabitants back in 2000 (estimated as 76% by 2025). The number of coastal cities with a population of more than 10 000 inhabitants thus almost doubled between 1950 and 1995. The population of these cities is set to pass from 26 to 90 million between 1950 and 2025.

Tourism plays obviously a key role in the intensive development of many coastal areas. It requires (and benefits from) the construction of major infrastructures which, today, largely strain coastal ecosystems: the major part of Mediterranean coasts has a high traffic road within less than one kilometre of the shore. Tourism thus contributes in increasing the anthropogenic pressure by its twofold character of local economy catalyst and disrupter of the human dynamics in place (Mathieson and Wall, 1982; UNESCO, 1999). And the challenges are the stronger as this activity tends to concentrate on a space where already considerable pressures are exerted. Conversely, however, tourism is one of the major beneficiaries of a quality environment, sound ecosystems and the services which they provide.

3. The Mediterranean, a global climate change hot spot

Climate change is henceforth a proven fact, and the latest IPCC report reveals that the Mediterranean rims are one of its hot spots, at once for physical and human reasons (IPCC, 2007).

The models thus help envision an average temperature rise of 1.8 to 4°C by the end of the century, with more frequent and intense heat waves that would hit, for instance, Athens or Tuscany, with more dry days and of over 40°C which would increase the risks of death and forest fires. In the Mediterranean, the rise is likely to be more significant in inland areas than on the coasts, at sea and on islands (Giannakopoulos *et al.*, 2005), and would be more marked in the summer than in the winter. Projections also forecast annual rainfalls decreasing by 10 to 40% for the time frame 2100 in North Africa, knowing that a decrease has already been observed over the past decades in Cyprus, Greece, Israel, Italy, Spain and Turkey, with however an increase in heavy rain bouts. Droughts are thus likely to also be more numerous and more intense (Karas, 2000), in Crete for instance. Lastly, sea level rise could reach 18 to 59 cm by the end of the 21st century, according to IPCC (IPCC, 2007). Several Mediterranean areas would then be subject to a major risk of flood and erosion, such as the archipelago of Kerkennah in Tunisia, Alexandria and the Nile delta in Egypt, Thessalonica in Greece, or Venice in Italy. Combined, these manifestations of climate

change contribute in exacerbating the fresh water problems which are already acute in the Mediterranean: increased evaporation, resource scarcity, salinisation of coastal aquifers.

In any case, it is important to bear in mind that these trends remain general and indicative. The resolution scale of the models remains to be refined, uncertainties remain large and assumptions are rather substantial⁵. Projections still do not quite take into account the local factors (topography, microclimates, humanized modes...) which, on a fine scale, will sometimes weigh heavily on the variations of the climate evolutions from one place to another, even on very short distances.

At all events, Mediterranean societies prove to be highly vulnerable to these potential changes. Combined with the "littoralisation" (coastal concentration) described above, climate change represents a threat, of which we shall point out, by way of illustration, two major challenges:

It amplifies the pressure on ecosystems whose capacity of adaptation and/or resilience is already weakened by pollution, destruction of habitats and overexploitation of the natural resources. The forests, smaller and less various, thus resist less to fires which are, however, set to intensify;

Water scarcity and soil impoverishment are likely to induce an overall decrease in agricultural yields, particularly in the North Africa and Middle East countries.

4. Tourism and climate change: A two-pronged issue

The "tourism and climate change" issue has been the subject of an increasing interest. While the first scientific works on the subject date as far back as the 1980s (cf. for example McBoyle *et al.*, 1986), research was to intensify in the 1990s, then still more at the beginning of the years 2000. They allow a gradual awareness of the challenges and, finally, their addressing by a certain number of governments, international organizations, NGOs and private enterprises⁶. Box 1, which summarises in a non exhaustive way the major international events fully or partly dedicated to this issue in 2007, gives an overview of the intensity of the current debate about the subject.

Box 1 Major international events fully or partly dedicated to the issue of « Tourism and climate change » in 2007

12-14 February: International conference "Time to adapt - Climate change and the European water dimension", Berlin (A workshop on tourism).

13-14 March: Meeting of the International task force on sustainable tourism, organised by UNEP and the French government, at UNESCO, Paris.

15 March: E-Clat technical seminar "Policy dialogue on tourism, transport and climate change: stakeholders meet researchers", Paris.

19-22 March: International conference on "Secure and sustainable living: social and economic benefits of weather, climate and water services", World Meteorological Organisation, Madrid (A session on tourism).

30-31 May: 12th meeting of the Mediterranean Commission on Sustainable Development (MCSD)⁷, Istanbul. Presentation and discussion on the subject

22 June: Conference "A very visible truth. Climate change at the coast", Cardiff

11-14 September: 5th Coastal & Marine Tourism Congress, Auckland, New Zealand

⁵ James Hansen, a most renowned American climatologist on world level, and eight colleagues, submitted in 2008 an article to the prestigious review *Nature*, in which they present their most recent works. The latter would indicate that a stabilization of CO₂ concentration in the atmosphere at 550 ppm (European target) would induce an average temperature rise by 6°C and a sea level rise by 75 metres. As regards the latter parameter, one may thus consider today that the range of likelihood extends from a few centimetres to several ten metres for the end of the 21st century.

⁶ The founding event of the reflection on "tourism and climate change" was the conference of Djerba, organized by the World Tourism Organisation (WTO) in 2003 (cf. Annex 2).

⁷ The MCSD has chosen "Tourism and Climate Change" as one of its thematic issues in the working programme for the 2007-2008 cycle.

19-22 September: 3rd International Workshop on Climate, Tourism & Recreation, Alexandroupolis, Greece.

7-8 September: CLITOP International Conference on "Climate change impacts on tourism", Lisbon, Portugal.

1-3 October: 2nd International conference on climate change and tourism, World Tourism Organisation (WTO), Davos (cf. Annex 3).

6-8 December: Energaia, International Renewable Energies Fair, Montpellier (sessions on climate change challenges for Mediterranean countries, of which one on "Tourism and climate change (emissions, impacts and adaptation)").

In any case, it has now become obvious that tourism henceforth requires special attention within the framework of climate change, insofar as it is one of the activity sectors that are at the same time very vulnerable and a large emitter of greenhouse gases (GHG). Accordingly, it perfectly falls within the scope of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD; cf. UNEP/MAP, 2005) whose objectives to "ensure a sustainable energy management, mitigate the impacts of climate change and adapt to it" include:

- control, stabilize or reduce, as applicable, GHG emissions;
- mainstream the climate change adaptation measures in the major objectives of national development plans.

From this standpoint, the issue to be addressed in this document is binary: it comprises the issue of the impact of tourism on climatic change, which refers to the challenges of GHG emissions reduction, as well as the issue of the impact of climate change on tourism, the latter referring to the challenges of vulnerability and adaptation. We shall see, however, that these two aspects of the "tourism and climate change" issue are partly interrelated.

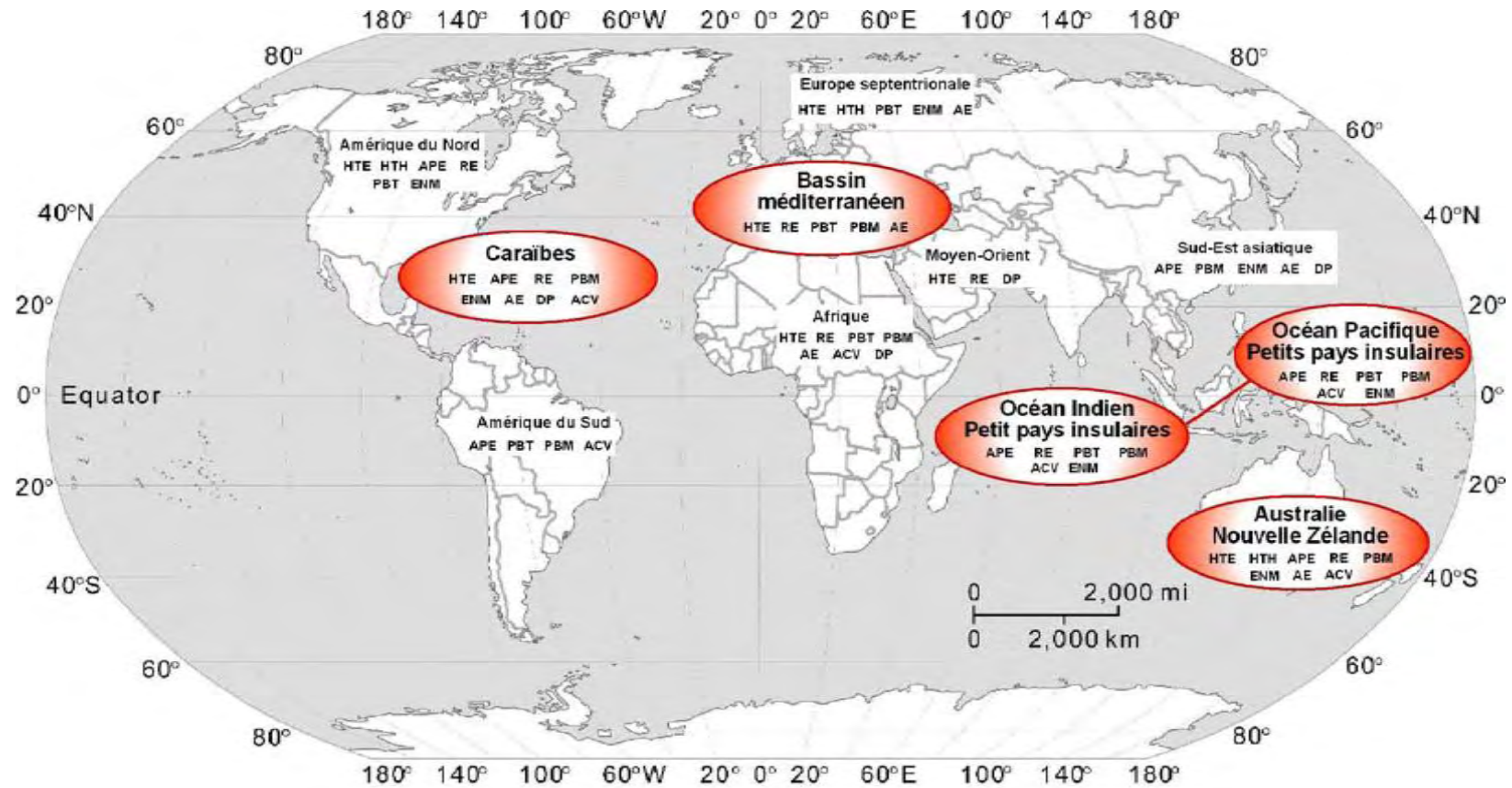
Tourism GHG emissions are, indeed, significant. Thus, in 2000, the historical contribution of tourism to radiation forcing was in the range of 4 to 10%. Besides, the carbon efficiency of the tourism industry (contribution to GDP/GHG emissions) is lower by a half than the average global economy.

Alongside with this, the climate is a core feature of a tourism destination. It is a strong motivation and satisfaction factor. However, the relation between climate and tourism is eminently complex: "good weather" depends on the destination, the type of activity envisaged, the tourist (age, health, etc), and the latter's representations, culture, etc. One expects, in any case, tourists to alter their current practices according to the climate change to come, with variable consequences according to destinations. It is likely that the expected change in climate conditions will result in a spatial redistribution of tourist flows, as well as in new seasonality patterns. The Mediterranean will not, of course, be spared such changes: Scott *et al.* (2007), in their reference report, identify "tourism and climate change" hot spots on global level (Figure 1). The Northern and Eastern Mediterranean rims unquestionably fall within the scope of such hot spots⁸. The rise in sea level, which is set to accelerate, will strengthen the associated phenomena (coastal erosion, submersion, salinisation of coastal aquifers... (Cf. Nicholls and Hoozemans, 1996; Paskoff *et al.*, 2000), and the climate conditions will affect water and food resources, landscapes, etc.

Accordingly, it is crucial today not only to conduct scientific work on this climate change/tourism nexus, but also to build around this issue strong and useful bond between science and public or private decision.

⁸ The Southern Mediterranean here falls outside the scope of the criteria defining "hot spots" because of the relative weakness of the tourism development which still characterizes it.

Figure 1 Geographical distribution of the main impacts of climate change on tourism destinations (Scott *et al.*, 2007)



HTE = hausse des températures estivales	PBT = perte de biodiversité terrestre	ACV = augmentation du coût des voyages due aux politiques d'atténuation
HTH = hausse des températures hivernales	PBM = perte de biodiversité marine	AE = augmentation des épidémies
APE = augmentation du nombre des phénomènes extrêmes	RE = raréfaction de l'eau	
ENM = élévation du niveau de la mer	DP = déstabilisation politique	

Zone exposée

II. GREENHOUSE GASES EMISSIONS OF THE TOURISM SECTOR

Most of the climate change observed over the past fifty years is ascribed to GHG emissions of an anthropogenic origin (IPCC, 2007). Was the growth of these emissions to continue at the current pace in the future, this would cause serious climate change, resulting in a global warming of over 5°C on average. This is why the IPCC has recommended the implementation of ambitious policies to reduce the global GHG emissions by about 50% for the time frame 2050 in order to contain global warming within about +2°C. Achieving this result requires effort on the part of all countries worldwide, differentiated though according to their development level. In broad terms, by 2050, the objective requires a slashing by 3 or 4 the emissions of the most developed countries, a stabilization of the emissions of emerging economies and an improvement of the energy efficiency of growth in developing countries. A complete halt to deforestation is also necessary for a 25-year period as from now.

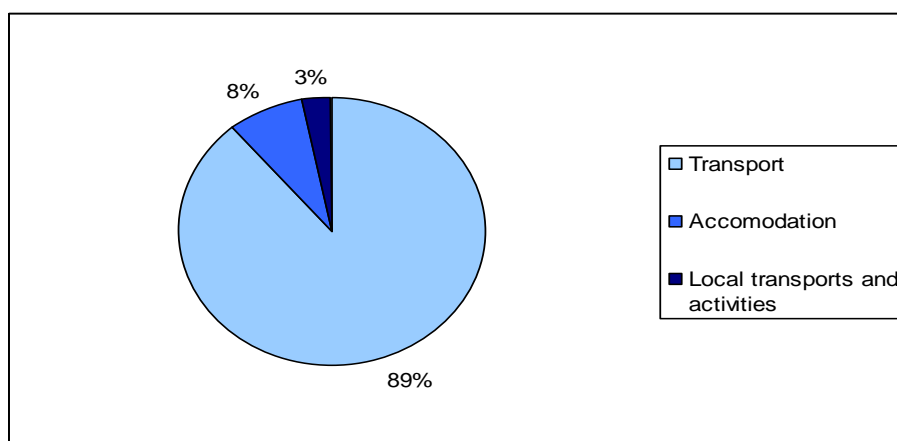
The historical contribution of the tourism industry to radiation forcing was in the range of 4 to 10% in 2000⁹. If one compares the tourism sector development scenarios with those used by the climatologists, by 2050, the sector would account for 10 to 20% of GHG emissions in case of little regulated increase in GHG emissions (non sustainable future, corresponding to a warming in the range of +3°C to +5°C). If one were to compare the tourism scenarios with the emissions levels necessary to contain warming around +2°C, the share of tourism in the emissions would range between 50 and 100%. Such a scenario would clearly be unacceptable. The efforts and progress which must be made in relation to GHG to contain warming around +2°C will be shared by all economic sectors, of which tourism. The strong growth observed in the sector of tourism cannot continue at the same pace, and according to the same patterns, over the next 50 years. Adaptations will be necessary to bring the sector in line with the international will to avoid serious climate disruptions¹⁰.

In order to better identify the challenges of climate change vis-à-vis the tourism industry, it is therefore worth analyzing in further detail the sources of GHG emissions in the sector, as well as the initiatives and scope of action to make the development of this industry compatible with the climate issue.

1. Three major sources of emissions

While the GHG emissions of the tourism industry are significant, they are also very unevenly distributed along the value chain of tourism products. Thus, for instance, the emissions of transport, particularly to destination site, are—on average—much higher than those related to accommodation or to the activities on the stay location (cf. Figure 2).

Figure 2 Breakdown of GHG emissions due to tourism (2002)



⁹ After Peeters, 2007.

¹⁰ Key objective of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), signed in Rio in 1992, and ratified by 192 countries, of which the USA.

1.1 Transport to destination

The emissions of the tourism sector are quite predominantly due to the transport used to get to destination. They account, on average, for 89% of the total emissions¹¹ of the sector. Air transport constitutes the mode of major concern. On the one hand, GHG emissions per tourist and per trip are higher with air transport than with other modes (cf. Table 1). On the other hand, emissions due to high altitude planes ("vapour trails") have a higher warming capacity. The spectacular growth of the sector¹² is thus problematic from a climate change perspective.

Table 1 Emission factors for various transport modes

	CO ₂ EQUIVALENT EMISSIONS ¹³ (KG CO ₂ EQ. / PASSENGER.KM)
Car (1 person)	0.205
Car (3 persons)	0.070
Train	0.060
Car (long distance)	0.0687
Short-haul plane	0.304
Long-haul plane	0.190

Air transport accounts, as of now, for 2.4 to 5.6% of the anthropogenic contribution to global warming. A recent study by the World Tourism Organization (WTO) has revealed that the share of air transport emissions in global emissions is likely to reach 52% by 2035 (Scott *et al.*, 2007), taking into account the improvements in the energy efficiency of air transport as resulting from the technical progress made by the aircraft industry, as well as from the replacement of the oldest planes by modern, more fuel efficient, planes.

The specific problem of air transport must not eclipse the challenges related to other modes of transport. Among them, the car remains the mode most used for the national tourism routes, even though the distances covered are significantly shorter than those made by plane. There are nevertheless great differences as regards the means of transport used by tourists according to Mediterranean basin destinations. The share of international tourists travelling by car is notably smaller for certain Southern Mediterranean countries than for Northern ones.

Lastly, the growth of the demand on transport cannot be ascribed exclusively to tourism activities. Yet, the share of tourism in the development of transport is significant. In France, for instance, a recent study has revealed that recreation and business trips account for nearly a quarter of the total emissions of the transport sector, and this, due to the high impact of air transport in the GHG emissions balance (D4E, 2008).

1.2 Accommodation

Accommodation contributes not more than 8% of the emissions related to a tourism product. The main energy consumption items relate to heating and air-conditioning, ventilation, lighting, refrigerators, linen upkeep (bed sheets and towels, laundry work), as well as the electrical and electronic appliances put at the disposal of the customers. These figures can be appreciably different for destinations requiring a high level of heating or air-conditioning. The global warming which is likely to highly increase the maximum temperatures in the Mediterranean basin could alter this diagnosis by increasing significantly the consumption of energy dedicated to air-conditioning.

¹¹ After Peeters, 2007.

¹² Air transport is increasing by 8% per year, and in a very inequitable way, as only 1 to 2% of the world population take the plane occasionally. Global fuel consumption increase is slower, but is nevertheless of 3% per year and has increased by 4.3 % per year over the period 1990-2003 in Europe (Céron and Dubois, 2008).

¹³ After DEFRA, 2008. Train related data may differ from one country to another according to the energy mix to produce electricity. Aircraft related data are calculated based on a related radiation factor of 2 for high altitude emissions.

According to the practices of tourism operators, food can also be responsible for significant indirect GHG emissions, in particular if the foodstuffs are imported from the tourists' countries of origin.

In the Mediterranean, the production of fresh water by desalination, a high energy-consuming process¹⁴, can also give rise to significant indirect emissions.

1.3 Activities and transport on the place of stay

The activities and transport on the place of stay are, in general, responsible only for a small portion of the GHG emissions ascribable to tourism practices. Certain high energy-consuming activities can, however, present an appreciably different profile, such as the activities of thalassotherapy and of balneotherapy, or winter sports, which consume large energy quantities for the ski lifts or artificial snow. In particular, when water is produced by desalination, such high water-consuming activities as golf are also responsible for significant GHG emissions.

2. Distinct, yet related, emissions sources

The distinction between transport, accommodation and activities at destination tends to focus attention on the GHG emissions due to transport, in particular, air transport. One should not forget, however, the links which exist between these three items, especially in terms of tourist profiles and tourism practices.

There is, for instance, a correlation between distance, duration of stay and quality of the accommodation used (D4E, 2008). Long-distance trips are seldom associated with short stays. Medium-distance trips associated with long stays (4 nights or more) are thus three times longer than for short stays (less than 4 nights). With respect to outbound travel from France, long stays thus account for 45% of the total stays, but for over 80% of the overnight stays.

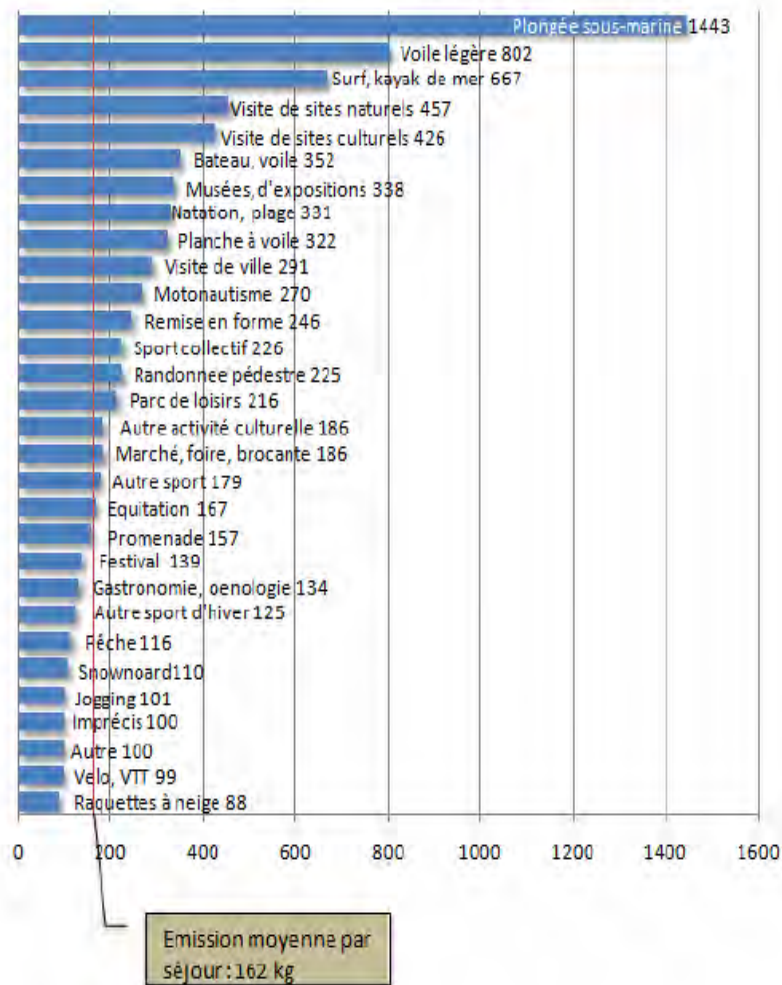
The transport modes used also depend on the distances covered, and are constrained by the transport offer. Except under particular circumstances, the plane is relevant only beyond a few hundred kilometres and holds significant market share for journeys of over 1500 km. The scope of competitiveness of the train depends very largely on the infrastructures in place. All operations of modernization of railway lines or of development of high-speed train lines conducted over the past 25 years have led to massive modal shifts in favour of the train, the plane being regarded as no longer competitive on railway journeys covered in 3 hours or less. For instance, following the opening of the high-speed connection between Paris and Marseilles, air traffic lost about 500 000 travellers between 2001 and 2007, that is 36% (DGAC, 2007).

In the same way, there are strong links between the modes of transport and the nature of the tourism accommodation used. On Mediterranean level, the most GHG emitting tourism practices are particularly associated with most comfortable commercial accommodation. Tourists staying in top-of-the-range hotels or holiday clubs are those whose travel is the largest GHG producer. Conversely, "family" stays (tourists residing in their second home, family home, or at their friends') are associated with more carbon sparing travel, and constitute, on the whole, low GHG emitting tourism practices. Thus, although they are much less frequent than "family" stays, remote international stays are responsible for the larger portion of the GHG emissions of the tourism sector.

Various studies also highlighted quite differentiated GHG emission profiles according to the activities. Thus, certain tourism activities, such as scuba diving, are associated with more GHG emitting journeys than others (cycling, fishing, cultural festival, etc.; cf. Figure 3).

¹⁴ The energy needs are estimated as between 2.5 kWh and 4.5 kWh per m³ of water produced, according to the selected study zone.

Figure 3 Classification of activities at destination according to GHG intensity of the transport used
(Source: D4E, 2008)



These correlations concur with other studies which show that the carbon intensity of tourism activities increases with income levels and socio-professional categories. Pensioners also constitute a class of consumers whose tourism practices are highly CO₂ emitting.

In future, several trends are likely to alter this overview. On the one hand, the demographic ageing of Europe will result in a growing proportion of pensioners, hence of potential consumers of high CO₂ emitting tourism. In the Mediterranean, this trend must be seen alongside the prospect of the climate change impacts likely to result in significantly hotter summers, these being, in turn, likely to reduce the attractiveness of the Mediterranean basin for the elderly.

Over the past few years, the emergence of low-cost airline companies has significantly altered the tourism practices and the profile of the short and medium-haul travellers. The development of these new operators is set to continue and contribute to the reorganization of air transport whose outlines for the time frame 2020 remain quite open.

3. Overview of the efforts made and possible scope of action

Two approaches can be envisioned to elicit the scope of action to be tapped so that the tourism sector would be in line with the climate challenge. For one thing, the segmenting of GHG emissions into transport, accommodation and activities helps identifying technical or management measures dedicated to each of the compartments of the tourism offer. These will involve, for instance, enhancing the efficiency of the engines for transport, improving the regulation of temperature in accommodation, or developing an offer of "soft" transport at destination.

However, the connections highlighted above between these various compartments also require consideration of the tourism practices as a whole. One may, in particular, consider the overall changes of tourism demand and practices which would be consistent with the need to reduce GHG emissions. This crosscutting solution is complementary to the sector-based technical measures, but quite as necessary. Thus, a study dedicated to tourism frequenting of the city of Amsterdam—but which may be generalised for most of its results to the Mediterranean destinations—has revealed that, according to the visitors' nationality of origin, the eco-effectiveness¹⁵ of the tourism activity ranged from a factor of 1 to 35 (Simpson, 2008). For the least eco-effective visits (New Zealanders and Australians), the ratio reaches 3.2 kg of CO₂ per € of expenditure. Based on a CO₂ price of 30€/T CO₂¹⁶, the value of the GHG emissions due to one trip amounts to about 10% of its cost, which is considerable.

These two approaches (cross-cutting and series of sector-dedicated measures) share, however, certain common principles. In particular, the development of a tourism sector in line with the climatic challenge requires the tapping of four types of possible actions:

- The first level of action consists in eliminating unnecessary GHG emissions;
- The second level of action is based on improving the GHG efficiency of the products or services provided, most often via the improvement of energy efficiency;
- The third level of action aims at substituting renewable energies for fossil energy consumption;
- Lastly, the fourth level of action consists in promoting tourism practices into ones with the least climatic footprint¹⁷.

The first three stages rest mainly—though not exclusively—on the offer of tourism products and services. The fourth stage, however, seeks to directly influence the tourists' demand and practices.

In complement to the first three stages, tourism consumers and operators can potentially resort to carbon compensation for the portion of their emissions which they have not managed to reduce. From a strictly climatic point of view¹⁸, the voluntary compensation mechanisms can only be considered as temporary mechanisms aimed at remedying the fact that a significant portion of the tourism activities is not covered by national and international climate policies¹⁹. The compensation mechanisms must be lasting for Mediterranean tourism, but while bringing serious guarantees to the consumers as to the real character of the reductions effected, in a similar manner to the initiatives developed in 2008 by France²⁰ or by United Kingdom²¹. The compensation mechanisms cannot, however, be set up as a model for a sustainable development of the tourism sector in the Mediterranean, for they tend to absolve the actors of the tourism sector from their responsibilities (the tourists included), and defer the necessary changes of practices.

3.1 Initiatives and scope of action on tourism offers and infrastructures

There are many initiatives which aim at disseminating best practices and identifying the measures likely to reduce the climatic footprint of the tourism sector, of which the works of the United Nations Environment Programme (UNEP) on "Sustainable Tourism", the actions of the World Tourism Organization (WTO) within the framework of the Declaration of Djerba (2003; cf. Annex 1) and of the Conference of Davos (2007, cf. Appendix 2), or the voluntary

¹⁵ Tourism eco-effectiveness has been measured here in Euros of tourism incomes generated per kg of CO₂ emitted.

¹⁶ Order of magnitude of the price expected for the third phase of the European CO₂ quotas market.

¹⁷ The concept of climatic footprint corresponds to the GHG emissions of a trip weighted by the specific impact factors connected with the aviation high altitude emissions.

¹⁸ Not to mention the social dimension of part of the projects financed by the carbon compensation mechanisms.

¹⁹ By nature, voluntary compensation mechanisms rest on the implementation of emissions reductions in countries or sectors not subject to binding commitments in matter of GHG—projects whose "additional" character is credited to its financier, and is then used to "compensate" emissions made in other places. However, the extent of the climate challenge is such that it is not likely that economic sectors or countries will be sustainably not subject to the international climate objectives.

²⁰ Compensation Charter, ADEME. <http://www.compensationco2.fr>

²¹ Compensation Label, DEFRA: www.defra.gov.uk/environment/climatechange/uk/carbonoffset/

initiatives of the actors of the sector. These activities relate to the whole range of the tourism professions: tour operators²², hotel owners²³, etc. In Europe, the tourism sector is also subject to various Directives under the European climate and tourism policies.

Nevertheless, in practice, much progress remains to be made in the Mediterranean basin. Thus, in spite of a significant potential (solar, in particular), renewable energies are largely under-tapped, whether for power production or for domestic and tertiary uses. The share of renewable energies was a mere 3% in the year 2000 Mediterranean-wide.

The implementation of this type of measures depends not only on the tourism operators, but also on the local authorities and, in a certain number of cases, on consumers (for the management of hand towels, for instance). When they are carried out in countries that do not have GHG reduction commitments under the Kyoto Protocol, some of these actions can take the form of a CDM (Clean Development Mechanism) project, which provides additional funding ensuing from the valorisation of the CO₂ emissions avoided on world carbon market.

The implementation of these actions can also become a stake in the relations between the actors of the tourism sector. In particular, the current strategy of certain hotel groups leads to being no more the owners of the hotels they operate. The responsibility in matter of energy renovation thus becomes a key contractual stake.

Thanks to the whole range of these initiatives, the scope of action on the tourism infrastructures side is known and identified. On the other hand, concrete achievements in the Mediterranean basin²⁴ remain too thin on the ground, of small scope, often isolated, and do not allow actual addressing of the climate issue in a context of strong development of the tourism sector. The very structure of the sector in the region, which comprises many small and medium-size enterprises (SMEs), does not facilitate *a priori* a large-scale dissemination of best practices.

Apart from the catalogues of measures, it remains worth noting that many of these potential actions have benefits extending beyond the mere climate issue. Many energy efficiency measures are, for instance, profitable when they are disseminated on a large scale. The improvement of energy efficiency and the substitution of fossil energies by renewable energies help reduce energy imports. The increase in energy security has become a key stake in the development of non hydrocarbon producing Mediterranean countries, the rate of energy dependence of the Southern and Eastern Mediterranean Countries (SEMCs) having passed from 50% in the 1980s to over 70% today. In urban environment, the substitution of fossil fuels by renewable energies generates significant benefits in terms of improvement of air quality and of reduction of local pollution. Lastly, the development of public transportation generates benefits in terms of pollution, as well as of easing traffic in the road network; besides, the benefits are also social, in the sense of offering new forms of mobility.

For example, the Tunisian government signed in January 2008 a protocol of agreement with the tourism industry within the framework of the National Conference on Energy Conservation. This initiative will offer benefits in matter of GHG emissions. Yet, the motive of this step was not climatic, but purely of an energy character. Such ancillary motivations are worth exploring towards enhancing the response of the tourism infrastructures to the climate challenge, all the more so as the subsidized tariffs of energy in many Mediterranean countries are conducive neither to energy efficiency, nor to the development of renewable energies. This convergence between development priorities and the climate challenge is, in addition, in tune with the negotiations on mainstreaming sustainable development policy and measures in the instruments of the international climate agreement due to replace or extend the Kyoto Protocol in 2012²⁵.

²² Initiative of the tour operators for a sustainable tourism development: www.toinitiative.org

²³ Initiative such as the International Tourism Partnership: www.tourismpartnership.org

²⁴ Of which, for instance, the pilot operations conducted within the framework of the AESTBM (Thermal Solar Energy Applications in the Mediterranean Basin) programme, comprising the installation of 625 m² of solar captors in hotel Phenicia of Hammamet (Tunisia) or 92 m² of solar captors in the Crowne Plaza Hotel of Amman (Jordan).

²⁵ Proposal of the so-called SD-PAMs, championed in particular by South Africa.

The situation is more complex when it comes to air transport. The GHG emissions due to air and maritime international transport are not covered by the Kyoto Protocol. Besides, the international conventions governing air transport leave little scope of action to States wishing to regulate outbound international flights. The European Union has, nevertheless, chosen to include the air transport sector in the European CO₂ quotas market, while being aware of the dispute risks attendant upon this step.

Lastly, a round-trip by plane between the Mediterranean region and the United States of America in economy class corresponds to emissions equivalent to 2.5 tons of CO₂. This figure is to be compared with the maximum emissions of 1.8 ton of CO₂ per capita and per year that the IPCC recommends to reach in 2050 in order to prevent serious climate change. For so doing, the scenarios set, as an intermediate objective, containing global emissions within 3.5 tons CO₂/ inhab/year by 2020. If there is potential for improving the carbon effectiveness of the sector in the decades to come (progress on the engines, replacement of the oldest and inefficient planes, developments in air traffic regulation rules, etc.), the emissions produced by a transatlantic journey will remain close to the average annual emissions of an inhabitant of the planet. Besides, the pace pertaining to the processes of R&D and industrialisation of the aircraft industry does not allow envisioning technological breakthroughs before several decades.

Certain airline companies have proposed bio-fuels as "the solution" capable of making aviation compatible with climate requirements. In practice, and notwithstanding the current debate on bio-fuels (competition with food production, low or negative energy output...), this is not a "solution". By 2030, the quantity of bio-fuels likely to be produced on global scale will remain a modest fraction of the fossil hydrocarbon consumption. The "carbon free" plane which would fly with 100% bio-fuel is, therefore, an illusion. The bio-fuel resources being limited, there is no reason why such benefits in terms of CO₂ should be monopolized by a single sector.

In the coming decades, despite the strong development of the sector, the plane will thus remain a quite non-egalitarian means of transport²⁶, especially with regard to long hauls. This situation cannot be withstood without changes in global tourism practices.

3.2 Scope of action in terms of tourism practices and demand

The issue at stake, here, is not to consider a reduction in total tourism demand, but rather to reflect upon the possible evolutions in the modes of tourism consumption likely to lead to a reduction of GHG emissions for similar tourism consumption. Nevertheless, it seems to be difficult to achieve such an objective without a reduction of the number of kilometres travelled: the benefits in terms of GHG emissions ensuing from technical progress is more than offset by the strong growth of the tourism demand.

Four potential evolutions of tourism practices in this direction have been identified: a re-regionalization of the destinations; longer but less frequent stays; reduction of the number of collaborators undertaking the same professional travel and partial substitution by Web-based conferences.

The re-regionalization of the tourism destinations seems to be the simplest response to meet the tourism consumption demand, while reducing the distances covered. This type of evolution of tourism practices was observed at the time of the crises which have affected international travel (1st Gulf war, September 11, SRAS, etc). Within a preliminary approach, the principle of regionalization seems to be favourable to the Mediterranean basin destinations located within "short" or "medium" distance range of tourists from the European Union, one of the leading economic powers in the world. The real macro-economic consequences of such an evolution are, nonetheless, complex to evaluate. The professionals of the sector generally note that a decrease in transport expenditure translates into an increase in expenditure at destination (and vice versa). The regionalization of destinations

²⁶ Today, in Europe, 5% of the population contribute by their travel to about half the emissions due to tourism travel (cf., for instance, D4E, 2008).

should, thus, be favourable to the Mediterranean destinations which would benefit from higher tourist expenditure. Yet, such a change in tourism practices will not obtain without a consequent rise in the cost of transport, a shrinkage factor of tourist expenditure.

While a basin-wide balance is difficult to evaluate, the implications on country basis are even more complex to identify *a priori*. One may, however, submit that the mass tourism destinations, resting in particular on the seaside model, and offering moderate cost accommodation services while depending on plane journeys²⁷, are likely to be the most affected by a potential re-regionalization mechanism. This could affect the catch-up currently observed by the tourism sector on the Southern and Eastern rims of the basin with respect to the mature destinations of the Northern rim. The evolution of the organization of air transport will be a determining element for such a change in practices. Contrary to certain generally accepted ideas, the development of intra-Mediterranean air connections or between the Mediterranean basin and its riparian territories will not necessarily result in a negative impact of climate change. This may prove to be, on the contrary, an opportunity to reduce the global impact of tourism on the climate by promoting a re-regionalization of the stays of European or Middle-Eastern tourists, at the expense of more remote destinations.

As regards professional travel, while information technologies will never replace completely face to face contact, evolutions are to be envisaged over the next decade. The generalization of Web-conference systems on personal computers should contribute in standardizing this practice. In due time, one can envision a reduction of the number of the physical meetings necessary for the monitoring or the implementation of a project; as well as a reduction in the number of collaborators who undertake the same professional travel. In complement to the trend aimed at disseminating Web-conference on all personal computers, the video-conference infrastructures are being improved to offer virtual conference rooms in which each distant interlocutor is present on a screen in real size. In spite of the "climate" arguments presented by the promoters of these technologies²⁸, there remain many questions about the role they will play in the future. In particular, the challenges of replacement of professional travel by video-conferences are not only of a technical nature. An important obstacle is particularly connected with the social representations and related advantages associated with the "globe trotter" status (privileged treatment of frequent travellers by airline companies; allowances and free flights; social valorisation of the "grand voyager" ...).

Besides, it is worth noting that business tourism appears today as a way of diversification of the tourism offer, mainly for economic reasons, but also within a perspective of adaptation to the climate-related evolutions of destinations whose attractiveness is based on natural assets threatened by climate change. This case illustrates the fact that the responses considered for adaptation to climate change can sometimes be contradictory with the stakes of GHG emissions reduction. Such is the case of the development of seawater desalination in Mediterranean watersheds whose drought is increased by climate change.

Lastly, the prospect of extension of stay durations may, at first look, seem unrealistic. It, however, corresponds to practices already observed, with European pensioners "wintering" on Costa Blanca or in Cyprus. This type of way of life is likely to develop in view of the demographic prospects of ageing of the population in Europe. For other population groups, the extension of stay durations seems to be more problematic and could be facilitated by evolutions in the rules of management of paid-leaves for example (which could be cumulated over several years), or by more frequent coupling of recreation and professional stays. The latter could be facilitated by employer incentives, or a redirecting of air company customer loyalty programmes (with, in particular, less generous "gifts" in terms of free plane tickets).

Whatever the adjustments considered, incentive or constraining mechanisms will be necessary for changes in tourism practices to be effected on a large scale. Over the medium term, tourists will certainly have to pay the cost of the GHG emissions of their stays. This is the approach initiated by the European Union with a gradual inclusion of airline companies in

²⁷ That is, the destinations for which the portion of the transport expenditure is currently the highest in the tourist stays budget.

²⁸ See for example: http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/corp_031908.html

the European carbon market. While being necessary and unavoidable, the price effect will not be sufficient to change tourism practices and representations. Practices will evolve initially via alternative and attractive tourism offers. Innovations will thus probably be necessary to develop and offer new tourism products and services. However, other forms of action will also be useful to accompany the transitions, including in the social representations and the values associated with the "globe trotter".

4. Conclusion

As regards combating climate change, the tourism sector is not very advanced compared with a number of other economic sectors. While a certain number of pilot projects in matter of energy efficiency and renewable energies have been implemented, there have not been as yet any actions such as would match the scale of the climate stake in the sector, the very structure of the sector not facilitating the task.

Whereas a change of scale is necessary for the actions related to the tourism infrastructures, the case of air transport remains more complex; all the more so as neither the public authorities nor private actors are keen—at this juncture—to consider other alternatives than a strong growth of the tourism activity. The climate challenge cannot be addressed without a profound change of tourism practices, technological innovations alone being incapable of curbing the current tourism consumption trends. These changes of the tourism fact should generally result in reducing the number of kilometres travelled to meet the tourism demand, either by bringing stay locations closer, or by maximizing the stay duration for remote journeys.

III. ADAPTATION TO CLIMATE CHANGE

Besides the issue of GHG emissions reduction, which has for a long time tended to dominate the debate, there arises that of the adaptation of Mediterranean societies and territories to the henceforth partly inescapable climate change impacts. The reorganization, both spatial and temporal, of tourism flows and related practices in the Mediterranean basin, as well as in the supply countries (mainly European ones), proves today to be one of the necessary keys to considering the future of tourism in the Mediterranean. What can one say about the future seasonalities of tourism, of destinations which will emerge or decline? Will climate change affect the total turnover of tourism in the Mediterranean, or only its distribution ("the quantity of money spent or the place where it is spent", to borrow the terms of Berrittella *et al.*, 2006)? Which processes, public and private, are likely to sustain or, on the contrary, to constrain decisions that will help limit the impacts of climate change and/or benefit from them? How increased "natural" risks will come to reshape the prospects of tourism development? The following section seeks to briefly propose pathways of reflection on these questions, without final and universal answers being on the agenda.

1. Preliminary definitions: vulnerability and adaptation

Before pursuing further the issue related to strategies of adaptation, it would be useful to consider briefly the scope of the concept of adaptation. For so doing, it is necessary to introduce another concept, that of vulnerability, a term commonly used in the field of tourism development where adaptation remains primarily confined to the reflections on climate change. However, the links are close between vulnerability and adaptation.

It was mainly during the 1970s/1980s that the concept of vulnerability (Reghezza, 2006) emerged on the international scientific scene. The latter derived from the evolution from a physical outlook ("the risk determines the damage") and an ecological outlook to a current systemic and dynamic approach (Füssel and Klein, 2006) which, integrating the human systems, combines the features proper to the risk with those proper to the territory concerned. The latter are not only physical (topography, subsidence, ecosystems...), but also socio-economic, political and cultural (level and pattern of development, organization of activities and settlement, social bonds, cultural relations with natural, political and public events...) (Bankoff *et al.*, 2004; Adger, 2006). From this perspective, the IPCC defines

climate vulnerability as “the degree to which a system is susceptible to, and unable to cope with, adverse effects of climate change, including climate variability and extremes. Vulnerability is a function of the character, magnitude, and rate of climate change and variation to which a system is exposed, its sensitivity, and its adaptive capacity.. Still according to the IPCC, the climate sensitivity of a system is “the degree to which it is affected, either adversely or beneficially, by climate variability or change”, while its adaptive capacity is its “ability to adjust to climate change (including climate variability and extremes) to moderate potential damages, to take advantage of opportunities, or to cope with the consequences.

The definitions thus establish a link between vulnerability and adaptation capacity (Downing and Patwardhan, 2003; Smith *et al.*, 2003; Tompkins and Adger, 2005), but the reading of this link remains ambivalent: at times, it is the level of vulnerability which influences the adaptation capacity; at other times, it is the other way round, since it is in view of its capacity to adapt to evolutions that a system is more or less vulnerable. In any case, it is important to understand the extent to which the vulnerability of a tourism area is multidimensional.

It is, firstly, environmental, as shown by the phenomenon of coastal erosion all around the Mediterranean basin, the variability of snow fall on medium altitude mountains or the exposure to seismic risks in Algeria, on the French Riviera, in Greece or in Turkey. By intensifying the risks, climate change is likely to over-expose areas that are already highly exposed, as well as to expose some of them that have as yet been relatively spared. One has in mind, for instance, the case of Djerba (Tunisia) which is as yet little subject to strong storms or to intense and prolonged droughts. In such a case, does not the lack "of a training effect" (knowledge of the risk, lived experience of crisis situations, reaction capacity) limit the adaptation capacity? Similarly, a high economic vulnerability, inherent—for instance—in a low level of sectional diversification (tourism mono-activity) or in the fact that tourism is in itself sensitive to exogenic influences (geopolitical, medical or economic crises in neighbouring and/or origin countries), can reduce the capacity of a tourism area to be resilient—i.e., to recover after a disruption. It is particularly on these environmental and economic dimensions of the vulnerability of tourism areas that climate change will have repercussions, by its very nature. However, the vulnerability of a destination can also be socio-cultural insofar as the cultural difference between the tourists and the residents can lead to an identity destabilization within the host community.

In reality, these multiple dimensions of vulnerability interact permanently. This conclusion also applies to adaptation, as the capacity of an area to adapt to (global and specifically climatic) changes depends at the same time on the characteristics of the society under consideration (relation to risk, social bonds, belief systems, institutional organization...) and on those of the space that such a society exploits (more or less resource and space constraints).

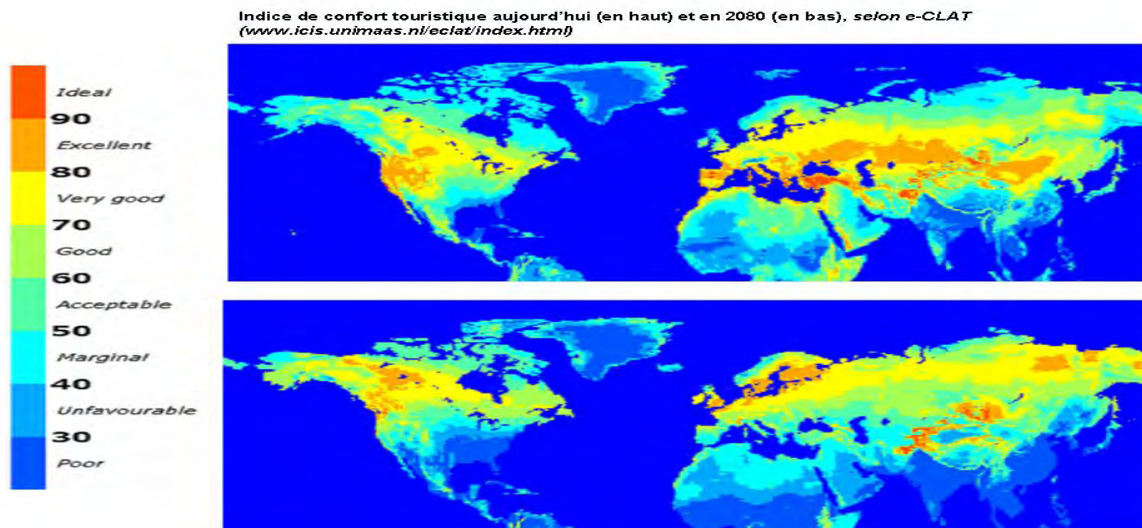
2. Nature and relative importance of the climate determinants of tourism

The climate is unquestionably a key asset of a tourism destination: it is for the tourist a factor of motivation and satisfaction. The rule of thumb readily admits that climate conditions, in particular a strong sunshine and mild temperatures, govern the organization of tourism flows. However, climate determinants of tourism, though studied for quite a long time now (Besancenot, 1990), remain relatively poorly understood due to their great complexity. As we have pointed out in the introduction, the Mediterranean passed within a few decades from a winter Eden to a summer Eden without its climate changing in any significant manner. The perception of "good weather", thus, changes over time.

Broadly speaking, the climatic variables recognized to have an unquestionable influence on tourism are classified in various categories according to the authors. Lise and Tol (2002) or Amelung and Scott (2007), distinguish five such classes: temperatures, sunshine, rainfall, wind and humidity. On his part, Perry (2003) proposes three categories: aesthetic (sunshine, day-time duration), physical (rain, wind) and thermal (comfort). Lastly, Céron and Dubois (2004) propose three others: safety, pleasantness (sunshine, daily distribution of diurnal rainfall), comfort (thermal, water related, climate-pathologic).

Several more or less successful attempts have aimed at modelling the climate conditions/tourism nexus, among which the TCI²⁹ is undoubtedly the best known. It combines data on the mean temperature, the maximum temperature, humidity, rainfall, sunshine and wind to assign an index to a given site which reflects the degree of climate comfort that a tourist feels. Its theoretical limitations are numerous³⁰, but it proves to be a powerful generator of debate, particularly via the maps that it helps produce (cf, for instance, Map 1).

Map 1 Possible evolution of the Tourism Comfort Index up to 2080 (Northern hemisphere)



A further advantage of this type of tool is to highlight the parallel evolutions of the tourists' destination and origin locations. Indeed, the climate determinants of tourism are too often considered only at destination site. However, it is especially the contrast between the daily living conditions of tourists and those which they aspire at destination that is crucial. Giles and Perry (1998) thus showed that an exceptionally pleasant summer in Northern Europe, such as that of 1995, can immediately lead to a reduction in the number of tourists heading for the Mediterranean, with effects extending over the following years. Smith (1990) had already observed that the inflow of tourists from the United Kingdom to the Mediterranean was strongly influenced by the level of rainfall in the United Kingdom during the previous year. Yet, the cause-effect relations are complex: Perry (2000) shows that, theoretically, the most favourable weather in the Mediterranean obtains in October-November for a north-European, since it is in this period that the origin/destination contrast is the strongest. However, other cultural or institutional parameters (school calendar, etc.) are involved in making of the summer the period most prized, followed by spring and, only then, by autumn. Monitoring in parallel the climate evolutions of tourism sources and destinations is, in any case, important when one considers the probable implications of climate change for tourism flows in the Mediterranean.

It remains to consider the extent to which climate conditions, or rather the contrast in climate conditions, plays a decisive role in the organization of regional tourism flows.

It is, indeed, clear that many other factors partake in the choice of a destination by a tourist, sometimes more strongly than the climate conditions of the destination site. Certain examples are obvious: the price of plane tickets or accommodation has a considerable weight, and intensive marketing approaches make it possible to sell seaside stays in the Mediterranean at periods when neither the sun nor bathing are assured nor even probable. Another Mediterranean strong draw is its proximity, the number of flight hours being

²⁹Tourism Comfort Index (TCI). Cf. in particular the works of B. Amelung and D. Viner.

³⁰ For example, it is proven that the human organism can adapt to gradual temperature rises over several decades. Accordingly, the comfort of an "identical" tourist (same age, same health, same origin, etc.) will be different, at equal temperature, in 2050 as compared to 2000. In addition, each tourist should in theory be allotted a different TCI according to their origin: studies have revealed that the ideal temperature for an English tourist was of 29°C, that is, approximately 5 °C more than for a German tourist (Hamilton, 2003)!

sometimes as determining as the flight rate—both of which being, in addition, partially correlated. Aspects related to security and health are also of paramount importance. Tourists are more sensitive to information on poor health conditions or terrorist threats than to those on heat waves, for instance (Perry, 2001)—albeit that the risk related to the latter is objectively much greater than the health or terrorist risk. Also worth mentioning are the “fringe” assets of the destinations: indeed, sun and heat gather their value only in the vicinity of a beach³¹, be it a shingly beach. The cultural attraction of the destinations also plays a role (example of Greece), even though this may concern only a small percentage of tourists. As regards the countries of origin, the social evolutions are fundamental as attested by the emergence of “mass tourism” in the wake of paid-leaves in Europe, alongside with cultural evolutions with a passion for certain hyper media covered destinations (Mykonos in Greece or Ibiza in Spain as party sites, Djerba as family holiday resort, the French Riviera as a posh destination...). Social constructions, be they mystified or not, thus play a powerful role in the promotion of destinations. Lastly, it must be borne in mind that domestic tourism, which is rapidly developing in emerging tourism destinations and is often to be found in areas that one tends to qualify too hastily as “non touristic”, is probably less sensitive to the climate, since it is based on proximity (road journey, modest budget, etc).

The issue of scale must also be taken into account in the reflection. Thus, climate factors must be related to a local scale, where other elements play a part in the upgrading of areas as tourism sites (presence of a road or of an airport, proximity to an economic pole...). A coast little exposed to the wind can, for example, be privileged for the establishment of hotels, both because this choice helps protect tourists against “sand bursts”, thus making of the beach a really attractive area, and because this helps limit the degradation of the buildings by the spray. In other contexts, the wind may be enlisted as an ally helping mitigate the stifling effect of very high ambient temperatures and/or humidity, or boost the development of water sports. Accordingly, two sections of very close coasts, covered by the same climate, can be more or less tourism attractive.

It is thus clear that tourism development is not so much governed exclusively by climate determinism than by other determinants. Tourism preferences are the outcome of a subtle combination of factors whose respective weights vary from one individual to another, one country (of origin and of destination) to another, and one time of the year to another (Céron and Dubois, 2004). This does not by any means signify that the climate factors can be neglected, but rather that they must always be set in a broader context.

One can, in any case, expect that tourists would alter their practices according to the climate change to come, with variable consequences according to destinations. However, uncertainties could not be underestimated. To a certain extent it is “what the weather will be like” which will count, more than the climate: besides the mean/extreme temperatures and rainfall volumes, the sunshine, cloud cover and even the hour of the day when the rains fall will play important roles. Moreover, climate uncertainties come across long term socio-economic uncertainties, at constant climate: What will be the expectations of tourists by 2050? What will be their financial means?

These considerations do not advocate distress and inaction, as we shall see in the following sections: it is undoubtedly not so much in the face of regional or seasonal redistributions of tourist flows following changes in climate determinants that adaptation is necessary, than it is in the face of local vulnerabilities to climate change.

3. Potential impacts of climate change on Mediterranean tourism: Vulnerabilities and opportunities

Climate change has impacts on tourism climate resources (temperature, rainfall, seasons...), but also on non climate resources (water availability, landscapes...) (Céron and Dubois,

³¹ There are, nevertheless, many hotels opposite which the beach is eroded, but which are never short of customers, for all that. The Tunisian island of Djerba is emblematic of the Mediterranean in this regard.

2004). This involves a multitude of impact types, direct and indirect, potentially positive or negative—or, more precisely, positive for certain areas of interest, and negative for others.

In the Mediterranean, where the main tourism flow currently originates from Northern Europe, the potential impacts of climate change on destination are numerous.

Table 2 a few expected climate change impacts on Mediterranean tourism destinations³²

CLIMATE CHANGE ON SITE OF ORIGIN	CLIMATE CHANGE ON DESTINATION SITE	IMPLICATIONS FOR DESTINATION	POTENTIAL MARKET RESPONSE
-Much more mild and wet winters -Hotter and drier summers -Better assured summers	-Milder and wetter winters -Much hotter and drier summers -More marked changes in the eastern Mediterranean -Increase in the heat index -More days above 40°C -More arid landscapes -Impacts of the rise in sea level exacerbated by low tide	-More severe droughts and fire risks -Exacerbated water scarcity -Increased individual heat exposure -Degradation of beaches and loss of habitat due to sea level rise -Vulnerability to more tropical diseases (e.g.: malaria) -More flash floods -Poorer air quality in cities	- Improving summers in Northern Europe induces more domestic holidays - Less incentives for summer holidays in the Mediterranean - Increased incentives for Mediterranean holidays during intermediate seasons - Increased incentive for southerners to travel northwards

Scott *et al.* (2007) classify the impacts of climate change on tourism into four main categories:

- 1) Direct impacts of climate change: increased variability of the climate, hence more complex conditions of exercise of the activity; change in comfort, health and safety conditions; extreme events (storms, floods, etc.); more sunshine, hence increased occurrence of skin cancer³³. Local "improvements" are possible: lower rainfall in spring and in autumn, extension of the summer period, milder winters, rise in water temperature.
- 2) Indirect impacts of climate change via environmental changes: a reduction of the availability of the water resource, particularly in the summer, is envisioned in several Mediterranean regions and is likely to have differentiated impacts on the tourism sector in terms of access to drinking water, risks pertaining to such water activities as lake or river canoeing tourism, or alteration of attractive natural and agricultural landscapes. Such droughts as those having struck Spain in the early 1990s reveal that Majorca, for instance, could become dependent on water conveyed from the continent. Conflicts are likely to arise between the local populations and the tourism sector over access to water, for instance (problems related to golf courses, water parks, etc.). Besides, the forecast changes in the mountains, with increasing temperatures and rainfall, are set to result in higher snowing in high altitude (of over 1500-2000 m), and lower snowing in low altitude³⁴. The pressure that climate change exerts on attractive ecosystems represents a threat to the related activities (diving, etc.). In terms of nuisances, an increased presence of medusa may result from an increase in water temperature, and an extension of malaria zones to the South-West of Spain is possible. Lastly, the expected rise in sea level, combined with other natural or anthropogenic phenomena, constitutes a threat to many coastal tourism resources, ranging from infrastructures to beaches.
- 3) Indirect impacts of emissions reduction policies, especially on transport costs and features (cf. Section 2.). According to the objectives that our societies will set themselves and to the measures they will take in the years to come, these impacts could prove to be as decisive for tourism as those of climate change itself.

³² Source: G. Vereczi, WTO, 2007.

³³ On this issue, Perry (2000) notes that increased cancer risks have so far resulted from changes of behaviors, not of destination.

³⁴ Artificial snow devices will, therefore, have but little usefulness since they require temperatures below 0°C.

- 4) Implications of the global climate change impacts on societies: lifestyle, economic growth, political stability, etc. It is here that the greatest uncertainties and most complex interrelations are found, tourism being dependent on several other sectors.

Combined, these four types of impact have effects (1) on the competitiveness of destinations, (2) on the vulnerability of particular destinations, as well as (3) on the vulnerability of specific tourism sectors.

First of all (1), they call into question the comparative competitiveness of destinations and are, therefore, likely to lead to seasonal and spatial redistributions of tourism flows. In summer, the massive movement from Northern Europe towards the Mediterranean could experience a slack, the Northern Europeans finding increasing satisfaction in close tourism destinations, while the Mediterraneans would seek more mildness in the North. In autumn and winter, on the other hand, the North-South flow could intensify. While there is no reason to believe that climate change will not induce evolutions in the frequenting of the destinations and its seasonality, quantifying the downward trends proves to be quite uncertain. Thus Bigano, Hamilton and Tol (2008), for instance, undertook a modelling of the impact of climate change on Mediterranean tourism for the time frame 2100, according to a given climate scenario. But they calculate only a percentage of variation compared to a scenario without climate change, a percentage that turns out to be low in view of the expected growth of tourism in general, and in considering the error margins attendant upon such projections.

The seasonal and spatial re-distributions must thus be borne in mind without, however, eclipsing the territorial challenges (2) which, on more local scales, call for anticipations and offer a larger room for manoeuvre. The impacts of climate change on the functioning of territories where tourism develops belong, in fact, in another level. The potential redistributions mentioned above are but one of the factors of vulnerability, alongside with many environmental stakes and socio-economic challenges. Thus, for instance, the rise in sea level is a threat to many destinations. Obviously, low-lying coastal areas are particularly exposed. In Tunisia, where 90% of the accommodation capacity is based on the coast, the Gulf of Gabès seems quite vulnerable. The same applies to the Mediterranean coast of Egypt, where domestic tourism is growing rapidly. The rise in sea level will increase the risk of inundation, encroach upon wetlands that are already under pressure, threaten the most prized tourism areas, such as beaches, or famous sites—a whole city, in the case of Venice. The increase in the number of hottest days and nights in the summer will cause more discomfort, as on the Spanish coasts (Saladié *et al.*, 2008). These multiple changes will, moreover, occur within time frames related to investments in progress (infrastructures, hotels, dams, etc), if not already completed. It is also clear that the economic non diversification of tourism areas is a factor of vulnerability vis-à-vis the climatic risks that will affect "tourism resources". Furthermore, international tourism will not react to climate evolutions in the same manner as domestic tourism, so much so that a local focus on one or the other constitutes a vulnerability factor.

Lastly, it would be advisable to reason in terms of tourism sectors, each being liable to have—or generate—specific vulnerabilities. One can thus distinguish:

- International tourism and domestic tourism: these two main categories are characterized by fundamental differences in tourists' motivations, their means, tastes, expectations and practices, in the inscription in the territories and the networks of actors who operate there, in the financial capacities involved, in the sensitivity to disruptions (climate-related, but also political, health-related, etc), in the stay durations... Their respective vulnerabilities are thus most likely to be contrasted, just like their adaptation capacities;
- Recreation and business tourism: same remarks;
- Theme tourism: Climate change stakes can vary drastically for highly specialized sectors, such as sports (golf, diving, windsurfing...) or cultural sectors (historical and archaeological tourism), which are niche markets in the Mediterranean basin, but which represent the main, if not the only, source of income for many localities. Golf, for instance, constitutes a strong axis in the will to diversify the tourism product in certain coastal areas of the region, including in structurally water stressed areas. In Djerba, the creation of new courses (there is one already) concentrates much hope but also some criticism. In view of

its sensitivity to climate evolutions and its intensive land and resources consumption, the development of golf can prove to be more or less relevant over the long-term, promote local development, but also increase the vulnerability of an area and exacerbate the tensions around increasingly scarce resources. Windsurfing, which sustains such located "spots" as Tarifa in Spain or Alacati in Turkey, has *a priori* a less conflictual relation with the environment, but is highly dependent on the evolution of surface winds. Will climate change locally induce changes in the wind regime likely to ruin such choice destinations as those just mentioned, together with the investments which accompany them? Lastly, there are too few elements to consider the possible impacts of climate change on historical tourism. Are the tourists concerned less sensitive to the weather since they are attracted by other assets of the destinations than the "good weather"? Or are they, on the contrary, even more sensitive, since they are older, and hence more vulnerable, better-off, and hence more mobile globally, etc?

4. Adaptation: Challenges, scope of action and early experiences

In matter of adaptation, three main groups of actors³⁵ are to be considered: the tourists, the tour operators and the public authorities.

4.1 Tourists

In all probability, tourists will adapt their practices, as they have always done, *inter alia* according to climate evolutions. Being free in their choices and willing, they will seek to minimize the likelihood that their holidays be affected negatively by the climate conditions and the related environmental conditions. Spatial and temporal redistributions are thus, as we have already seen, to be considered. Tourists will take particularly into account, as they do today, extreme events (storms, flash floods, heat waves, etc), which, in spite of their low probability of occurrence, have a lasting impact on the attractiveness of the destinations. Will the tourists, being older due to the ageing of the population, develop an increased sensitivity to environmental quality? To health? To security? To culture? Will ageing, coupled with global warming, induce a relative decline of the summer seaside segment in favour of other segments, such as prolonged winter stays, as is already the case on Costa del Sol and in Malta? Lastly, one should not forget that the tourist, no matter how free and willing he/she may be, is very often constrained by the school calendar, which meets the tourists' habits as much as it structures them.

4.2 Tour operators

The issue of adaptation of the tourism sector concerns, ultimately, more the operators than the tourists, whom one would think will adapt, by themselves, their practices to changes in their environment (albeit with a few seasons of delay for cultural or other reasons). It must be noted, however, that the professionals of tourism have quite varied interests and logics, ranging from small local operators—representing the overwhelming majority in the Mediterranean basin—to multinational companies. Some are, for instance, strongly attached to a given place, whereas others are quite mobile. Their adaptation capacities to climate change are consequently contrasted. Perry (2003) ranks these various actors according to a gradient, starting from tourist (quite adaptable) to the local investors and operators (much less, if not adaptable at all), through the tour operators (fairly adaptable).

Such groups only give, of course, but a rough overview of the real capacities of adaptation and scope of action of the private operators, which depend—*inter alia*—on the size of the company, its financial and technical means, its access to capital for investment, its type of customers, etc. For example, the relations between major hotel groups, on the one hand, and hotels in the destinations sites, on the other hand, are varied and add complexity to the analysis. These relations can take three forms for the same group:

³⁵ It goes without saying that many other actors will have to adapt to climate change, and even to adapt to its impacts on tourism, inasmuch as this activity is interdependent with the other sectors.

- Hotel subsidiaries, whose group may be owner or tenant of the premises, but for which he/she commits over a long period and invests;
- "Managed" hotels, in which the personnel is employed by the group which is not owner though: it is this holder who makes the investments necessary;
- Franchise hotels, in which the personnel is not employed by the group which is not owner either: the franchisee buys only the right to put a "label" on his/her hotel.

The first adaptation possibility that comes to mind is relocation of the activity. Whether this relocation is spontaneous or forced, it meets in theory the needs but encounters of course innumerable obstacles in practice. A more realistic and more effective option in this regard is the anticipation of future impacts in the present investments: it requires, nevertheless, a strong awareness and climate information, vulnerability maps, etc, which are not always available. Lastly, and to mention only these few examples, a less drastic possibility lies in environmental management of the tourism installations, with the involvement of tourists (example: water and energy saving, rainwater collection systems, recycling of wastewater, dedicated design and architecture of the buildings). Such adaptation measures are particularly well perceived when they result in savings for the tour operators, even though one must bear in mind that water and energy costs account for "only" between 5 to 10% of the total operation costs of a medium size hotel³⁶: the financial incentives in this regard should thus neither be disregarded nor over-estimated.

It is also worth mentioning the various methods consisting in a detachment from the local conditions: air-conditioning, swimming pools with regulated temperature, imported (rather than local) foodstuffs in hotels, appropriate means deployed to maintain a significant plant cover, contrasting with the bordering areas, sea water desalination, nourishment of eroded beaches... To a certain extent, climate evolutions are thus "compensated" by technological developments. However, on the one hand, not all tour operators have the financial capacities necessary and, on the other hand, technical solutions cannot resolve all problems. It is observed, in particular, that many of these "solutions" tend to increase GHG emissions and, hence, exacerbate the problem. A short-term or local perspective can, thus, turn out to be harmful over the longer-term or on a different scale.

4.3 Public authorities

On the whole, the tourism industry will adapt in terms of dedicated response to certain changes in given areas, and adaptation measures will be taken by private actors on local level. However, public policies have a paramount role to play in support for the tourism sector and its adaptation efforts, for example, by providing the incentives necessary to the implementation of environmental management techniques. Public policies, promoting a more rational management of resources, will reduce the negative impacts of the tourism activity and sustain many small and medium-size enterprises on the way to adaptation. Water management is particularly concerned, at the same time because this is a key issue and because much know-how exists (water saving and recycling in the home, catering, recreation, etc). More generally, the tourism sector will strongly profit from any effort by the public authorities aimed at protecting the resources on which tourism rests (natural, cultural, installations, infrastructures, etc). All will be affected by climate change, so much so that the adaptation policies will have to be spread on a vast range of fields.

In addition to such measures of a sectional or located nature, mainstreaming climate change concerns in national development strategies, land use and urban planning documents, risk prevention plans, coastal planning instruments, etc, will be a crucial adaptation lever in future. Today, the overall level of this integration remains low, no doubt partly because of the "newness" (quite relative) of the climate issue, but also much because the management of the Mediterranean coastal areas remains little adapted to the current climate: it is hardly integrated and does not set the Mediterranean societies on the path of a sustainable development (Billé, 2008).

³⁶ But up to 15% for water in Tunisia.

All these existing instruments, to which one could add the processes of public consultation and information, should be used as much as possible to the limits of their potential, which is far from being the case. However, apart from the "traditional" instruments of public action, other dimensions of the problem will increasingly bring to bear a larger spectrum of action levers. First of all, public authorities will have to interfere in sector choices which often belong in the private domain. Indeed, while the diversification of the tourism offer in the Mediterranean and the reduction of seasonality seem to bear hope in a context of climate change, the purely seaside tourism still largely dominates, whereas it is particularly vulnerable in view, in particular, of the evolution of the beaches and the coastline. It would be advisable, then, to develop not only less sensitive activities, or—in any case—activities with contrasted sensitivities to the climate, but also ones that are less demanding in resources.

However, if seaside mass tourism remains dominant in the Mediterranean, it is because it meets the expectations of an overwhelming majority of tourists: diversification of supply and diversification of demand are thus indissociable, but a somewhat State-controlled intervention often seems to be necessary so that supply and demand should converge on more diverse sectors.

But to recommend, in an incantatory manner, diversification as a panacea, is a step we shall be wary of taking. The development of segments supposedly less water consuming, for example—such as cultural, nature, rural tourism, etc—runs, in a counter-intuitive manner, against a carbon intensity that is much higher than that of traditional seaside tourism (cf.).

Lastly, public authorities will be faced with emergent problems still little significant today. For example, the possible changes of seasonality of the tourism demand would have impacts on the characteristics of the local labour market. An extension of the "season" would reduce the periods of calm in Greece or Turkey, which make summer and the "masses" more bearable, while at the same time bringing more year-long employment. The issue of school calendars, being super determinants, will not fail to figure again on the agenda with the advent of climate change, without there being consensus between divergent interests: Will it be necessary to anticipate, guide, or follow the evolutions of practices?

4.4 Conclusion

The tourism industry is sensitive to the political, economic and social changes to which climate change brings an additional uncertainty dimension when it comes to planning the long term development of the sector (Perry, 2003). Most tourists make reactive, short-term decisions with regard to their choices of destination. The tourism sector is forced to react within the same time scale. However, many of the resources and infrastructures on which tourism rests (water production and treatment, for instance) require long term decisions and investments (Viner and Amelung, 2003) resting on actions in the present. Adaptation in the field of tourism thus represents a very specific challenge.

One must add that the diversity of the offers and destinations, as well as the fragmentation of the market, make it delicate to conduct an evaluation of the impacts of climate change on specific activities, in given locations, such as to help develop appropriate adaptation measures. It is thus essential to improve our knowledge of the sector and the practices, their integration in the socio-economic and political local fabric, in particular based on precise case studies which, alone, can lead to contextualized recommendations. This need for additional research and studies must be based on an increased coordination between the national meteorological services, the authorities running the tourism sector, and the private operators, in order to allow a better use of the information available on local and regional level.

IV. CONCLUSIONS AND PROSPECTS

1. Prospects for GHG emissions reduction

Over the next thirty years, the economic development of the Mediterranean basin will have to address climate and energy challenges. If the tourism sector proves to be subject to ambitious objectives of GHG emissions reduction on the Northern Mediterranean rim, the actors in the South and the East of the Basin will act jointly to address the climate challenge and the energy stakes their countries.

A generic framework has been put forward in an attempt to design the bases of the development of a tourism sector that is sustainable and compliant with the requirements of GHG emissions reduction. This approach requires following a four-stage process, valid on all the levels of the sector (private operators, local government, territorial entities, States, etc.):

- 1) The first stage ("Rationalization") consists in eliminating the GHG emissions that are not necessary, without this significantly changing tourism practices and products, or altering their quality.
- 2) The second stage ("Efficiency") aims at reducing GHG emissions via technical or management improvements, based in particular on improving energy efficiency. These measures do not aspire to significantly alter tourism practices, but to develop new services or improve current services, while bringing an environmental benefit. The changes of tourism practices induced by the implementation of these efficiency measures are not connected with their environmental benefit, but with improving the intrinsic "tourism" quality of the services offered.
- 3) The third stage ("Substitution") aims at reducing GHG emissions via the use of less emitting solutions or energies, in particular the substitution of fossil energies by renewable energies.
- 4) The fourth stage ("Sobriety") consists in changing the tourism practices in favour of those whose climate footprint is the weakest.

This approach may be further detailed for all components of the tourism sector, as well as for all geographical scales. For the sake of illustration, and without seeking to be exhaustive, we present here three variations dedicated to transport, accommodation and local activities (Table 3, Table 4, Table 5). The implementation of certain measures may require the deployment of two stages of the preceding process, in particular when the development of alternative tourism practices requires changes in supply and demand. For example, the development of alternative transport entails that the service exists ("Substitution") and that the customers adopt it ("Sobriety").

For most of the measures outlined above, the whole range of actors involved in the tourism sector has a role to play. Thus, if actions conducted in hotels need to be implemented by the actors of the sector (hotel owners), they can—if they are not mandatory—form the subject of an official recognition, for example, by means of labels implicating local or national authorities, if not an independent third organization. As to the tour operators, they are likely to be prescribers of such measures, by referring only to labelled service providers. Lastly, at end of the chain, the customers may also prefer establishments or services with a proven commitment vis-à-vis the climatic challenge.

The change in tourism practices requires and will, therefore, call for the mobilization of all the actors of the sector. This certainly requires sustaining the current efforts in matter of capacity building, in particular as regards the Southern and Eastern Mediterranean Countries, as well as developing the financial instruments likely to accompany the addressing of the climate challenge, such as the Clean Development Mechanism (CDM). There are many project opportunities, not only in matter of energy efficiency, but also of renewable energies. These projects have, in addition, the advantage of addressing energy concerns shared by many Mediterranean countries.

Nevertheless, so that the whole range of actors of the sector can contribute to the change of practices, it is also necessary that they have the information necessary to make informed choices. Initiatives thus need to be devised to improve the information available on the actions and the performance of the various actors of the tourism sector as regards prevention GHG emissions.

Lastly, it is almost certain that, if the climate issue is taken seriously by the international community, air passengers will have to pay for the cost which incur to the climate (i.e., the warming for which they are responsible). This measure is likely to have restructuring effects on tourism on a global scale, by strongly increasing the price of long-haul air tickets. This reconfiguration of the world tourism geography opens many opportunities for the Mediterranean basin. However, it may also induce changes in the nature of the tourism products consumed and the market segmentation, which are likely to put into question certain current or envisioned tourism development strategies. These prospective elements need to be taken into account, particularly in the many Mediterranean countries for which the tourism sector accounts for over 20% of the exports of goods and services. Also, the necessary adaptations to be conducted will need to take into consideration those made necessary by the impacts of climate change.

Table 3 Example of breaking down the analysis frame to the « Transport » compartment

RATIONALISATION	EFFICIENCY	SUBSTITUTION	SOBRIETY
	Replace the old vehicles/ aircraft by new ones	Use bio-fuels	Choose low ecological footprint transport modes
	Enhance the efficiency—hence, the competitiveness—of the service provided by alternative transport (e.g.: punctual trains, inter-modal connections, etc.)		Choose destinations according to climate impact of transport
	Develop public transport at destination		Align stay durations with the distance covered
Improve the management of traffic (air, highway...)		Develop alternatives to the plane wherever possible	
Increase the transport fill up rate (planes, in particular)		Use customer loyalty programmes to encourage tourists to use soft transport	
		Promote coupling of professional stays with recreation stays	
		Promote development of online/video-conference	

Table 4 Example of breaking down the analysis framework to the « Accommodation » compartment

RATIONALISATION	EFFICIENCY	SUBSTITUTION	SOBRIETY
Better manage temperature in buildings according to their use (e.g. : cut off heating/air conditioning of unoccupied premises, etc.)	Maintain heating and air conditioning systems	Improve the design of buildings, in order to make most profitable use of the environment (heat management, light management...)	Encourage tourists to accept inside temperatures adapted to outside temperatures
	Use low-energy consumption electrical and lighting appliances	Promote renewable energies (e.g.: solar hot water) and purchase of renewable electricity	Not to replace bath towels on a daily basis
Avoid heating/air conditioning of areas open onto the outside	Better manage refrigerators	Promote the choice of recyclable materials, in the design and equipment of the rooms	Promote the consumption of local foodstuffs in order to reduce imports of food from the tourists' countries of origin
	Equip the rooms with efficient electrical devices		
Implement « traditional » measures of energy efficiency of buildings (insulation, double flow ventilation, etc)			

Table 5 Example of breaking down the analysis framework to the compartment of « Activities » on destination site

RATIONALISATION	EFFICIENCY	SUBSTITUTION	SOBRIETY
Reduce inappropriate consumption of resources (e.g.: watering of green spaces or golf courses in water stress countries)	Promote efficient vehicles in property parks	Promote renewable energies for the operating of tourism infrastructures (e.g.: solar heating of swimming pools; use photovoltaic, rather than diesel fired generators, for decentralised power production; purchase of renewable electricity...)	Consume local products
	Grant preference to operators having put in place a certified environmental management system		Grant preference to sedentary stays over itinerant stays
	Use energy efficient equipment for tourism activities		Boost the use of public transport
		Grant preference to soft activities (cycling, trekking...) over energy-intensive recreation activities (helicopter, etc.)	Reject activities/stays unsuitable for the climate of the host country (e.g.: snow-skiing or golf in desert countries)

2. General recommendations and guideline principles in matter of adaptation

While there is no longer any doubt about the fact that tourism in the Mediterranean will be impacted by climate change, the scope, nature and location of these impacts still comprise large grey areas. The historical paucity of research on adaptation, particularly in the tourism sector, has led to a tendency among experts to communicate primarily on the risks, and to offer but few solutions. This discourse, though important, is poorly perceived by the actors directly concerned. Moreover, when it comes to describing the risks, the need is felt for more local modelling and information, whereas these often remain of a global, or at best, regional scale. For instance, a regional redistribution of flows will not necessarily result in falls in the frequenting of less favoured destinations, but perhaps only in lesser growth. Besides, the quantification of the adaptation impacts or strategies in terms of GDP do not inform about "who will lose, and where", which is, however, the core concern in the prospect of developing public policies that are appropriate for and favourable to the "losers".

This represents a significant limitation with regard to the reflections presented in this document—it being probably less a defect so long as it is admitted. We now put forward a series of general recommendations, of which some belong under the "principles" to follow, first with regard to adaptation to climate change in general, then concerning the field of tourism in the Mediterranean. They are based mainly on the works of the Stockholm Environment Institute³⁷, the works of S. Hallegatte (2008) and our own reflections.

2.1 Recommendations in matter of adaptation in general

- Do not count on climate scientists to do your work"

The works of Hallegatte (2008) are worth summarizing at this juncture. For him, climate change does represent much more than a change in climate conditions: it involves, above all, a considerable increase in uncertainty for decision makers. One could not turn to climatologists to have information on the future climate in the same way as one now does with meteorologists. Climate models are poorly adapted to the existing decision-making frameworks, and the uncertainties attendant upon them are not residual: they are not necessarily on the decrease (cf., for instance, the recent work of Hansen *et al.* on the rise in sea level, mentioned above), and, whatever the case may be, the future climate depends largely on the future GHG emissions, which rest on decisions not made yet. The implementation of adaptation strategies thus requires a major revision of the way in which the investment and land use planning decisions are made. In sum, it would be advisable to opt for most robust solutions (whatever the future evolution of the climate within a plausible range) instead of seeking out the best solution(s) for a given scenario. Hallegatte provides in particular four ways forward to more robust decisions:

- To institutionalize long term planning (for example, for a regional management of coastal areas or water), complemented by a regular review process in view of available information. Adaptation is a continuous learning process.
- To promote "no regret strategies", i.e. strategies that reduce the vulnerability of a system at negative, nil or negligible cost (for example, by taking "pessimistic" margins in the design phase of an infrastructure, rather than to have to intervene on it after commissioning).
- To grant preference to reversible strategies over irreversible ones: for example, to refuse to urbanize a portion of coast at an immediate, significant, but known, cost, which can be rapidly annihilated by making the opposite decision once the information is sufficient. On the other hand, deciding to urbanize in spite of uncertainty no doubt provides immediate benefit, but can lead to a future situation where the choice is limited between heavy protection and withdrawal, two options whose cost is often prohibitive and whose feasibility is far from being guaranteed.

³⁷ On T. Downing, cf. www.weadapt.org

- Not to focus on the technical adaptation solutions: in certain cases, institutional or financial instruments are more suitable. One may consider, for instance, a facilitated access to insurance systems (agricultural sector) or the installation of early warning systems rather than costly coastal protections. The main advantage of such "soft" adaptation options is that they involve less inertia and irreversibility.

In sum, the fundamental uncertainty related to climate change will not be dispelled in the years to come: decision makers should not, therefore, rely on climatologists, economists and other model designers to spare themselves difficult decisions in an uncertain context.

- Accept uncertainty

Adaptation strategies must above all be robust vis-à-vis a broad range of possible futures. Climate change thus appears to be a range of non unlikely futures of which current climate scenarios give a preliminary estimate, without any more or less strong probability for such or such scenario. Logic indicates that we know enough to act, since we will not know much more in an immediate future but that action is recognized as being necessary.

- Adopt a doubly integrated approach

Insofar as the adaptation strategies can have negative environmental or GHG emission impacts, it is important to develop integrated adaptation approaches, including environmental and climate impact assessment studies. In parallel, climate issues must be mainstreamed in the development dynamics in general³⁸.

- Take into account the whole range of possibilities

Adaptation can be broken down on many levels, not only technical but also behavioral, economic, financial, political, institutional...

- Use what is already available

In many cases, the legal, institutional, technical instruments... for the set up of robust adaptation strategies are already available. It is advisable in priority to fully use them.

- Recognize divergent interests

The objectives, interests and logics of the various actors with respect to climate impacts and adaptation strategies are often divergent. Adaptation should not feign to ignore such divergences, but must recognize them and address them via the full range of the instruments available: participation, negotiation, mediation, communication, consensus building, but also arbitration in favour of certain interests at the expense of others.

- Adapt the interventions to the local contexts

Adaptation is a decision-making process specific to a given actor or several actors, in a particular context in connection with their own threats and opportunities. There is neither single process of climate risk management nor any generic solution that can be applied regardless of the context.

- Foster relations between expertise and management

Sustainable partnerships between experts and practitioners, on all levels, are crucial for building adaptation capacity within the long term perspective required by climate change. Such partnerships rest on shared objectives, principles and a vision, as well as fair and equitable joint working relations.

2.2 Recommendations in matter of adaptation in the tourism sector

- Develop a cross-sectoral approach

Discussions must be conducted between the tourism sector and the other sectors on possible adaptation strategies, insofar as tourism interacts with them for its development (in particular, water supply and treatment, transport, building, energy, agriculture, nature conservation...). Integrated approaches are thus necessary, which will pave the way for a number of "win-win" and "no regrets" opportunities.

³⁸ "Mainstreaming" (English) corresponds to the French concept of "intégration".

- Consider the area as much as the sector

Within this perspective, a global and systemic vision of the areas is necessary, considering various types of risks, in order to work out scenarios and solutions which take into account as many constraints and opportunities as possible.

- Elicit the various forms of tourism

International tourism and domestic tourism must be considered together but distinctly. Their reactions vis-à-vis climate change, as well as vis-à-vis many other disruptions, are likely to be contrasted. The combination of these two sectors thus offers possibilities of mitigating the vulnerability of certain destinations.

- Consider the cross-evolutions of the origin and destination countries

It is of paramount importance to consider not only the possible climate evolutions at destination but also in the tourists' countries of origin. Supply and demand are inter-related by the climate evolutions, and in certain cases for example the destinations will be able to better target their customers by taking into account the evolutions on the outbound markets.

- Reinstate the climate issue within the framework of global changes

Climate change is a significant factor of the evolution of Mediterranean tourism, but it is only one factor among others. It is today impossible to weight the relative impacts of climate change and other global changes (environmental dynamics, urbanization, growth, cultural evolutions, health conditions, geopolitics...).

- Guard against prejudices

It is crucial to keep unflinching critical distance vis-à-vis "turn-key" solutions which may be of interest in certain cases, but also often partake of prejudices. Seguí Llinas (2004) provides a few examples of such "solutions" in the case of the Balearic Islands:

- Attract less, but better quality, tourists.
- Decrease the number of tourists and increase economic diversification.
- The same number of tourists, but better distributed throughout the year to decrease saturation.
- Seek out a tourist interested in culture, who wants to "discover" the destination, know the people, their culture, their concerns.

In fine, and drawing on Becken (2007), we propose in the following two figures a few examples on the linkages between climate evolutions, adaptation strategies and practical measures (Figure 4 et Figure 5).

Figure 4 Potential impacts of climate change on Mediterranean coastal areas and adaptation measures for the tourism sector
 (Full and discontinued links are there to facilitate the comprehension only, without any different meanings)

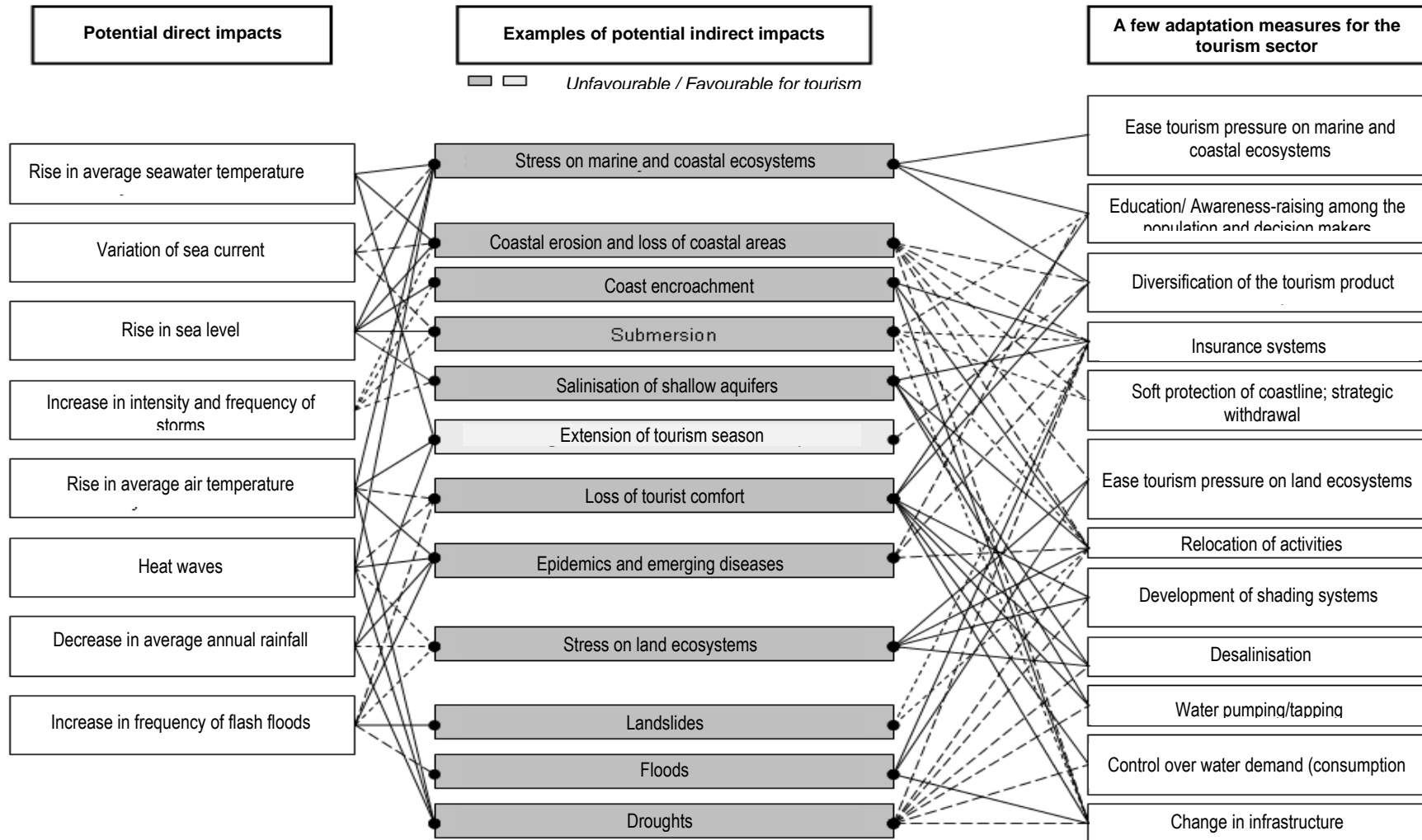


Figure 5 From adaptation measures to their implementation

A few adaptation measures for the tourism sector	A few impediments to the implementation of these adaptation measures	A few pragmatic solutions towards the implementation of these adaptation measures
Ease tourism pressure on marine and coastal ecosystems	Risk of degradation of the tourism product; lack of formal regulations	Slow down the pace of scuba-diving, control over wastewater treatment . . .
Education/ Awareness-raising among the population and decision makers	Low level of knowledge, as well as of human and technical resources, being unlikely to promote a change in behaviour/mindset	Design training and coaching campaigns (for decision makers and stakeholders) and awareness-raising campaigns (for tourist and local population groups) . . .
Diversification of the tourism product	Lack of local and foreign initiatives (capitalising on another type than seaside tourism)	Offer credit that is conducive to entrepreneurship initiative, publicize the attractiveness of inland areas . . .
Insurance systems	Lack of access by vulnerable population groups to existing systems	Promote micro-credit; make insurance systems more flexible . . .
Soft protection of coastline; strategic setback	Lack of financial means and of awareness-building among the stakeholders as regards the efficiency of such techniques	Use sand bags, instead of stone blocks; promote manmade refill; ensure that construction takes place behind the coastline safety margin . . .
Ease tourism pressure on land ecosystems	Risk of degradation of the tourism product; lack of legal regulations	Promotion of a conscientious tourism (publicity) and new products (consume differently); grant priority to projects easing the pressure on the ecosystem . . .
Relocation of activities	Area-use conflicts; lack of financial means and of long-term planning	Organise discussions among the various territorial stakeholders; new land tenure prospects . . .
Development of shading systems	Water-resource use conflicts; lack of awareness-raising among the stakeholders	Plant trees; organise buildings so that they can offer shade and coolness . . .
Desalinisation	Lack of awareness-raising as regards drinking water scarcity risks; lack of technical and financial means	Design awareness-raising campaigns (posters, brochures, public meetings); promote rain water harvesting . . .
Water pumping/tapping		
Control over water demand (consumption)	Lack of awareness-raising as regards “sustainable” consumption patterns; lack of public incentives	Raise awareness among tourists and hotel owners as regards using bath towels more than once; water gardens during cool hours . . .
Change in infrastructure	Lack of knowledge about future risks and about “best practices”	Build on piles in coastal area; avoid building in wetlands . . .

3. General conclusion

The issue of climate change is set to become one of the most significant issues for the medium and long term future of tourism in the Mediterranean. The challenge is, at the same time, to reduce GHG emissions and to adapt to the changes in progress so as to reduce the vulnerability of a key sector which is likely to be deeply disrupted in the coming decades.

Also, for society as a whole, there arises the issue of balance—and, hence, of the distribution of cost—between reduction of emissions and adaptation. The authorities in charge of tourism and the private sector must at present improve the use they make of climate information, i.e. further mainstream it in their policies, development plans, business plans, etc. However, the main change that global warming would induce will perhaps not be a change in the weather itself, but (i) the uncertainty concerning future climate—which has been marginal over the past centuries and could be neglected in decision-making (Hallegatte, 2008); (ii) the uncertainty concerning the future policies of GHG emissions reduction and their structuring impacts on the whole range of economic sectors.

Attention should logically be focused, first of all, on courses of action and measures of the "no cost nor regret" type: there are many of them which can have positive impacts both in terms of mitigation, adaptation, and return on investment. However, synergies have their limitations and, in certain cases, one will be faced with necessary arbitrage that will impose choices of priority between reduction of emissions and adaptation (Tol, 2005). For example, the extension of the tourism seasons into spring and autumn, seen a priori under a rather favourable light from the point of view of adaptation, could lead to a multiplication of short stays. Likewise, most emitting tourism practices are not associated with mass seaside tourism, but with most comfortable accommodation or with certain "green" activities and nature sports (in particular sea sports). One may also obviously recall the already well-known cases of air-conditioning or artificial snow.

In any case, there is every indication that, in a future marked by combating climate change and its impacts, it will be even more difficult than is the case now to develop a tourism that is at once sustainable and flourishing (Perry, 2003). This prospect thus constitutes an opportunity—admittedly not free from constraints—for Mediterranean States to revisit their medium and long term tourism development strategies.

This reflection must be undertaken without delay, without losing sight of a few key points of the reflection which one too often ends up forgetting:

- For many actors, climate change is synonymous with hypothetical problems which could materialize within 20 to 30 years from now (if not more), whereas their action is directed by unquestionable problems with which they are faced.
- Tourism remains one of the main development prospects for many countries of the Mediterranean. Any restriction can thus affect millions of present and future jobs, as well as the development of entire areas.
- At present, and within a near future at least, tourists continue to travel more and more often, for less and less long, and increasingly far.
- Mobility and the discovery of elsewhere—and, sometimes of the other—via travel have become values per se for many of our fellow-citizens.
- The industry thrives in growth and is wary of uncertainty. It, therefore, tends to rather favour options related to "predictable" technological progress over those resting on major sectoral reorientations, if not partial reductions of activity.
- According to most of the climate and economic models available to us at the present time, the stabilization of CO₂ concentration at 450 ppm, necessary for containing the rise in mean temperatures within +2°C (objective announced by the European Union), requires major changes in our development patterns. All measures which can be put forward for the medium and long term are thus to be envisioned either in a society deeply transformed by this objective, or with much more drastic climate change.

V. BIBLIOGRAPHY

- Adger W.N. 2006. Vulnerability. *Global Environmental Change*, 16, p. 268-281.
- Amelung B. et Scott D. 2007. *Tourist climate requirements*. E-CLAT technical seminar « Policy dialogue on tourism, transport and climate change : stakeholders meet researchers », Paris, 15 mars 2007, 7 p.
- Bankoff G., Frerks G., Hilhorst D. (Eds.), 2004. *Mapping vulnerability : disasters, development and people*. Earthscan, London.
- Becken, S., Hay, J. 2007. *Coastal and small island destinations*. E-CLAT Technical seminar « Policy dialogue on tourism, transport and climate change : stakeholders meet researchers ». Paris, 15 mars.
- Benoît, G., Comeau, A. 2005. *Méditerranée – Les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement*. Editions de l'Aube et Plan Bleu.
- Berkes, F. 2007. Understanding uncertainty and reducing vulnerability : lessons from resilience thinking. *Natural Hazards*, 41, p. 283-295.
- Berritella, M., Bigano, A., Roson, R. et Tol, R. 2006. A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism management*, 27, p. 913-924.
- Besancenot, J.-P. 1990. *Climat et Tourisme*. Masson, Paris, 223 p.
- Bigano, A., Hamilton, J.M., Tol, R. 2008. *Climate change and tourism in the Mediterranean*. Working paper FNU-157, 17 January.
- Billé, R. 2008. *Adapting to climate change in the Mediterranean: some questions and answers*. Iddri, série « Synthèses », n°1/2008.
- Burton, I. 1997. Vulnerability and adaptive responses in the context of climate and climate change. *Climatic Change*, 36, 185-196.
- Céron, J.-P. et Dubois, G. 2004. The potential impacts of climate change on French tourism. *Current issues in Tourism*, 8 (2-3), p. 125-139.
- Céron, J.-P. et Dubois G. 2008. Compensation volontaire des gaz à effet de serre. Enjeux et limites. *Espaces – Tourisme et Loisirs*, N°257, mars.
- D4E (Direction des Études Économiques et de l'Évaluation Environnementale). 2008. Déplacements touristiques des Français : hyper concentration des comportements les plus émetteurs de gaz à effet de serre. *Evaluation*, hors-série 11 (février).
- DEFRA. 2008. *Draft Code of Best Practice for Carbon Offset Providers*. February. <http://www.defra.gov.uk/environment/climatechange/uk/carbonoffset/index.htm>
- Demunter, C. 2008. *Les récentes évolutions du tourisme sont-elles compatibles avec le développement durable ?* Eurostat, Statistiques en bref.
- DGAC. 2007. *La note de synthèse et d'actualité*. N°5, Septembre.
- Downing, T.E., Patwardhan, A. 2003. *Vulnerability Assessment for Climate Adaptation*. APF Technical Paper 3, United Nations Development Programme, New York City, NY. Final draft.
- Füssel, H.-M., Klein, R. 2006. Climate change vulnerability assessments : an evolution of conceptual thinking. *Climatic Change*, 75, p. 301-329.
- Giannakopoulos, C., Bindi, M., Moriondo, P., LeSager, P., Tin, T. 2005. *Climate change impacts in the Mediterranean resulting from a 2°C global temperature rise*. WWF.
- Gössling, S., Broderick, J. et al. 2007. Voluntary carbon offsetting schemes for aviation : efficiency and credibility, *Journal of Sustainable tourism*, vol. 15, n° 3, pp. 223-248.
- Giles, A.R., Perry, A.H. 1998. The use of a temporal analogue to investigate the possible impact of projected global warming on the UK tourist industry. *Tourism Management* 19: 75-80
- Giupponi, C., Schechter, M. 2003. *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Hallegatte, S. 2008. Adaptation to climate change: do not count on climate scientists to do your work. *Related Publication 08-01*, February.
- Hamilton, J.M. 2003. *Climate and the destination choice of German tourists*. DINAS-COAST working paper number 2 (revised).
- Hamilton, J.M., Maddison, D.J. et Tol, R.S.J. 2005. Climate change and international tourism : a simulation study. *Global Environmental Change*, 15, p. 253-266.
- IPCC. 2001. *Climate Change 2001 : synthesis report* (www.ipcc.ch).
- IPCC. 2007. *Climate Change 2007 : synthesis report* (www.ipcc.ch).

- Karas, J. 2000. *Climate change and the Mediterranean region*. Greenpeace.
- Kelly, P.M., Adger, W. N. 2000. Theory and practice in assessing vulnerability to climate change and facilitating adaptation. *Climatic Change*, 47, 325–352.
- Klein, R.J.T., Lisa, E., Schipper, F., Dessai, S. 2005. Integrating mitigation and adaptation into climate and development policy: three research questions. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 579–588.
- Lanquar, R. 1995. *Tourisme et environnement en Méditerranée*. Economica, Les fascicules du Plan Bleu, 8.
- Lise, W., Tol, R. 2002. Impact of climate on tourist demand. *Climatic Change*, 55, p. 429-449.
- Lise, W., Tol, R. 2003. "Sensitivity of tourist destination choice to climate". In C. Giupponi et M. Schechter, *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, p. 290-318.
- Liverman, D.M. 1990. "Vulnerability to global environmental change". In Kasperson R. E., Dow K., Golding D. et Kasperson J.X. (eds.), *Understanding Global Environmental Change: The Contributions of Risk Analysis and Management* (Chapter 26), Clark University, Worcester, MA, p. 27-44.
- Lozato-Giotart, J.-P. (1990). *Méditerranée et tourisme*. Masson.
- Magnan, A. 2006. L'évacuation des populations aux Maldives après le tsunami du 26 décembre 2004. *Mappemonde* (<http://mappemonde.mgm.fr>), 84 (4), 18 p.
- Mathieson, A. Wall G. 1982. *Tourism economic, physical and social impacts*. Longman, New York.
- McBoyle, G. et al. 1986. Recreation and climate change: a Canadian case study. *Ontario Geographer* 28 : 51-68.
- Milne, S. 1997. "Tourism, dependency and South Pacific microstates : beyond the vicious cycle ?" In Lockhart D.G. et Drakakis-Smith D. (eds.), *Island tourism : trends and prospects*, Pinter, London, p. 281–301.
- Miossec, J.-M. 1998. « Le tourisme et les aménagements touristiques ». in Miossec A. (dir.) : « Géographie humaine des littoraux maritimes », CNED-SEDES, 471 p., p. 309-412.
- Miossec, J.-M. 2001. « Le tourisme, un secteur performant », in Bethemont (ss dir.) : « Le monde méditerranéen : thèmes et problèmes géographiques », SEDES, 320 p., p. 137-162.
- Nicholls, R.J., Hoozemans, F.M. 1996. The Mediterranean vulnerability to coastal implications of climate change. *Ocean and Coastal Management*, 31, p. 105-132.
- O'Brien, K., Eriksen, S., Schjolen, A., Nygaard, L. 2004. *What's in a Word? Conflicting Interpretations of Vulnerability in Climate Change Research*. CICERO Working Paper 2004, 04, CICERO, Oslo University, Norway.
- Olmos, S. 2001. *Vulnerability and Adaptation to Climate Change: Concepts, Issues, Assessment Methods*. Climate Change Knowledge Network, <http://www.ckkn.net>.
- Paskoff, R. (dir.) 2000. *Le changement climatique et les espaces côtiers : l'élévation du niveau de la mer, risques et réponses*. Actes du colloque d'Arles, 12-13 octobre 2000, 97 p.
- Perry, A. 2000. *Impacts of climate change on tourism in the Mediterranean: adaptive responses*. Nota di Lavoro 35.2000, Fondazione Eni Enrico Mattei.
- Perry, A. 2003. "Impacts of climate change on tourism in the Mediterranean : adaptive responses". In C. Giupponi et M. Schechter, *Climate change in the Mediterranean : socio-economic perspectives of impacts, vulnerability and adaptation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, p. 279-289.
- Perry, A. 2003. *Climate change, the environment and tourism : the interactions*. Position paper 1 : Current activities, areas and gaps in research.
- Perry, A. 2001. "More heat and drought. Can Mediterranean tourism survive and prosper ?" In A. Matzarakis and C. R. de Freitas (Ed.) *Proceedings of the First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation*. International Society of Biometeorology, Porto Carras, Neos Marmaras, Halkidiki, Greece, 5 -10 October.
- PNUE/PAM. 2005. *Stratégie méditerranéenne pour le développement durable. Un cadre pour une durabilité environnementale et une prospérité partagée*. UNEP(DEC)/MED IG.16/7, 27 juin.
- PNUE-PAM-Plan Bleu. 2005. *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*. MAP Technical Report Series No. 159, 215 p.
- Reghezza, M. 2006. *Réflexions autour de la vulnérabilité métropolitaine : la métropole parisienne face au risque de crue centennale* (notamment p. 49-81). Thèse de Doctorat en Géographie, Université de Paris X, 384 p.
- Saladié, O., Aguilar, E., Sigró, J., Brunet, M. 2008. *Changes in extreme temperatures during spring and summer over Mediterranean Spain since the second half of 20th century and their impacts on coastal tourism*. Geophysical Research Abstracts, Vol. 10, EGU.
- Schröter, D., Metzger, M.J., Cramer, W., Leemans, R. 2004. Vulnerability assessment : analysing the human-environment system in the face of global environmental change. *ESS Bulletin*, 2 (2), p. 11-17.

- Scott, D., Amelung, B., Becken, S., Ceron, J.-P., Dubois, G., Gossling, S., Peeters, P., Simpson, M.C. 2007. *Changement climatique et tourisme. Faire face aux défis mondiaux*. OMT, PNUE, OMM.
- Seguí Llinas, M. 2004. *Les Baléares : un laboratoire du tourisme en Méditerranée*. Plan Bleu.
- Simpson, M.C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. and Gladin, E. 2008. *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO: Paris, France.
- Smith, K. 1990. Tourism and climate change. *Land Use Policy* 7 : 176-80
- Smith, J.B., Klein, R.J.T., Huq, S. 2003. *Climate change adaptive capacity and development*. Imperial College Press, London.
- Somot, S. 2005. *Modélisation climatique du bassin méditerranéen: variabilité et scénarios de changement climatique*. Thèse de Doctorat, Université Toulouse III / IPSL-LOCEAN.
- TEC. 2008. *Le monde est à nous ? Analyse socio-économique des émissions de GES dues aux déplacements de tourisme et de loisirs et stratégies de limitation*. Programme Gestion et impacts du changement climatique, D4E, Ministère de l'Ecologie et du développement durable.
- Tol, R. 2005. Adaptation and mitigation: trade-offs in substance and methods. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 572–578.
- Tompkins, E.L., Adger, W.N. 2005. Defining response capacity to enhance climate change policy. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 562–571.
- UNEP. 1999. *Tourism and sustainable development*. Rapport du Secrétaire général de la commission du développement durable (7^{ème} session, E/CN/1999/5/Add.2).
- UNEP/MAP/Blue Plan. 2005. *Dossier on tourism and sustainable development in the Mediterranean*. MAP Technical Report Series N°159, UNEP/MAP, Athens.
- Viner, D., Amelung, B. 2003. Climate change, the Environment and Tourism: The Interactions. *Proceedings of the ESF-LESC Workshop*, Milan 4-6th June Publ. eCLAT, Climatic Research Unit, Norwich, UK 2003. 63pp
- Violier, P. 2003. Tourisme et mondialisation : enjeux et problématiques. *Géoéconomie*, 25, p. 45-62.
- Wilbanks, T.J. 2005. Issues in developing a capacity for integrated analysis of mitigation and adaptation. *Environmental Science & Policy*, 8, p. 541–547.

VI. LIST OF ACRONYMS

ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (France)
D4E	Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale (Ministère chargé de l'environnement, France)
DEFRA	Department for environment, food and rural affairs (United Kingdom)
DGAC	Direction générale de l'aviation civile (France)
E-Clat	Experts in climate change and tourism
EU	European union
GDP	Gross domestic product
GHG	Greenhouse gases
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
IDE	IDE
IPCC	Intergovernmental panel on climate change
MAP	Mediterranean Action Plan
MCSD	Mediterranean Commission for Sustainable Development
MDP	Mécanisme de développement propre
MSSD	Mediterranean Strategy for Sustainable Development
TEC	Tourisme environnement conseil
UNEP	United Nations Environment Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WMO	World meteorological organization
WTO	World Tourism Organization

VII. APPENDICES

1. Appendix 1



Djerba Declaration on Tourism and Climate Change

The participants gathered at the First International Conference on Climate Change and Tourism, held in Djerba, Tunisia, from 9 to 11 April 2003, convened by the World Tourism Organization, upon an invitation of the Government of Tunisia,

Having listened to the presentations by the representatives of the:

- Tunisian Government
- Intergovernmental Oceanographic Commission (IOC) – UNESCO
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)
- United Nations Convention to Combat Desertification (UNCCD)
- United Nations Environment Programme (UNEP)
- United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)
- World Meteorological Organization (WMO)
- World Tourism Organization (WTO)

and by representatives from the private and public sectors, as well as the points of view of a number of national governments, tourism companies, academic institutions, NGOs and experts;

Acknowledging that the objectives of this Conference are fully in line with the concerns, pursuits and activities of the United Nations system in the field of climate change, and more generally, in that of sustainable development;

Recognizing the key role of the Kyoto Protocol as a first step in the control of greenhouse gas emissions;

Taking into consideration that in convening this Conference WTO did not intend a purely science-based debate, neither to cover all the well-known social and environmental implications that climate change can have on societies, but rather to put emphasis on the relationships between climate change and tourism, given the economic importance that this sector of activity is having on many countries, especially small island and developing states, and with a view to raising awareness of these relationships and strengthening cooperation between the different actors involved;

Having carefully considered the complex relationships between tourism and climate change, and particularly the impacts that the latter are producing upon different types of tourism destinations, while not ignoring that some transport used for tourist movements and other components of the tourism industry, contribute in return to climate change;

Aware of the importance of water resources in the tourism industry and of its links with climate change;

Recognizing the existing and potentially worsening impact of climate change, combined with other anthropogenic factors on tourism development in sensitive ecosystems, such as the drylands, coastal and mountain areas as well as islands, and

Taking into consideration that the right to travel and the right to leisure are recognized by the international community, that tourism is now fully integrated in the consumption patterns of many countries, and that WTO forecasts indicate that it will continue to grow in the foreseeable future,

Agree the following:

1. *To urge* all governments concerned with the contribution of tourism to sustainable development, to subscribe to all relevant intergovernmental and multilateral agreements, especially the Kyoto Protocol, and other conventions and similar declarations concerning climate change and related resolutions that prevent the impacts of this phenomenon from spreading further or accelerating;
2. *To encourage* international organizations to further the study and research of the reciprocal implications between tourism and climate change, including in the case of cultural and archaeological sites, in cooperation with public authorities, academic institutions, NGOs, and local people; in particular, *to encourage* the Intergovernmental Panel on Climate Change to pay special attention to tourism in cooperation with WTO and to include tourism specifically in its Fourth Assessment Report;
3. *To call upon* UN, international, financial and bilateral agencies to support the governments of developing, and in particular of least developed countries, for which tourism represents a key economic sector, in their efforts to address and to adapt to the adverse effects of climate change and to formulate appropriate action plans;
4. *To request* international organizations, governments, NGOs and academic institutions to support local governments and destination management organizations in implementing adaptation and mitigation measures that respond to the specific climate change impacts at local destinations;
5. *To encourage* the tourism industry, including transport companies, hoteliers, tour operators, travel agents and tourist guides, to adjust their activities, using more energy-efficient and cleaner technologies and logistics, in order to minimize as much as possible their contribution to climate change;
6. *To call upon* governments, bilateral and multilateral institutions to conceive and implement sustainable management policies for water resources, and for the conservation of wetlands and other freshwater ecosystems;
7. *To call upon* governments to encourage the use of renewable energy sources in tourism and transport companies and activities, by facilitating technical assistance and using fiscal and other incentives;
8. *To encourage* consumer associations, tourism companies and the media to raise consumers' awareness at destinations and in generating markets, in order to change consumption behaviour and make more climate friendly tourism choices;
9. *To invite* public, private and non-governmental stakeholders and other institutions to inform WTO about the results of any research study relevant to climate change and tourism, in order for WTO to act as a clearing house and to create a database on the subject and disseminate know-how internationally; and
10. *To consider* this Declaration as a framework for international, regional and governmental agencies for the monitoring of their activities and of the above mentioned action plans in this field.

The participants expressed their thanks to the Tunisian Government and people for the warm hospitality and excellent facilities provided to host this Conference in the island of Djerba.

Djerba, Tunisia, 11 April 2003

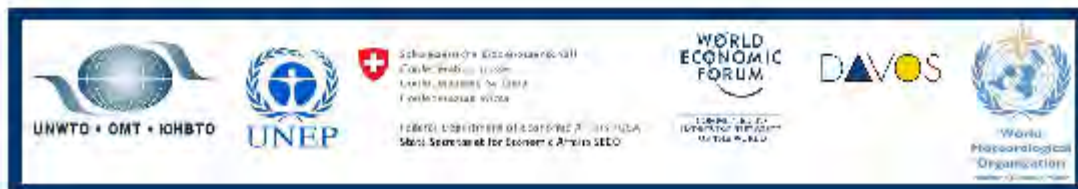
2. Appendix 2

Second International Conference on Climate Change and Tourism

DAVOS DECLARATION

CLIMATE CHANGE AND TOURISM RESPONDING TO GLOBAL CHALLENGES

Davos, Switzerland, 3 October 2007



The international community is taking concerted action against climate change around a commonly agreed framework led by the United Nations. This UN framework will seek to establish a long term post-Kyoto roadmap with rapid deployment and targeted milestones. The tourism sector has an important place in that framework, given its global economic and social value, its role in sustainable development and its strong relationships with climate.

To support this action the UN World Tourism Organization (UNWTO), jointly with the United Nations Environment Programme (UNEP) and the World Meteorological Organization (WMO), with the support of the World Economic Forum (WEF) and the Swiss Government, convened the Second International Conference on Climate Change and Tourism, in Davos, Switzerland, from 1 to 3 October 2007. This event, building on the results of the First International Conference organised on this topic in Djerba, Tunisia in 2003, gathered 450 participants from over 80 countries and 22 international organizations, private sector organizations and companies, research institutions, NGOs and the media, with the aim of responding in a timely and balanced way to climate change imperatives in the tourism sector. In preparation of this Conference the organizers commissioned a report to provide an extensive review of current impacts and analyse options for possible actions.

The Conference agreed that:

- climate is a key resource for tourism and the sector is highly sensitive to the impacts of climate change and global warming, many elements of which are already being felt. It is estimated to contribute some 5% of global CO₂ emissions.
- tourism - business and leisure - will continue to be a vital component of the global economy, an important contributor to the Millennium Development Goals and an integral, positive element in our society.
- given tourism's importance in the global challenges of climate change and poverty reduction, there is a need to urgently adopt a range of policies which encourages truly sustainable tourism that reflects a "quadruple bottom line" of environmental, social, economic and climate responsiveness.
- the tourism sector must rapidly respond to climate change, within the evolving UN framework and progressively reduce its Greenhouse Gas (GHG) contribution if it is to grow in a sustainable manner; This will require action to:
 - **mitigate** its GHG emissions, derived especially from transport and accommodation activities;
 - **adapt** tourism businesses and destinations to changing climate conditions;
 - apply existing and new **technology** to improve energy efficiency;
 - secure **financial** resources to help poor regions and countries.

The Conference calls for the following actions

1) Governments and International Organizations:

- Incorporate tourism in the implementation of existing commitments under the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) and its Kyoto Protocol, and respond to the call by the United Nations Secretary-General for launching, at the 13th session of the UNFCCC Conference of the Parties in Bali, December 2007, an effective and comprehensive climate change framework for the post-2012 period.
- Implement concrete, simultaneous actions for mitigation, adaptation, technology and financing, consistent with the Millennium Development Goals.
- Provide financial, technical and training support to tourism destinations and operators in developing countries (especially in the least developed countries and Small Island Developing States) to ensure that they can participate in the global climate response framework, through established initiatives, such as the Clean Development Mechanism.

- Promote, at all levels, interdisciplinary partnerships, networks and information exchange systems essential to sustainable development of the sector.
- Collaborate in international strategies, policies and action plans to reduce GHG emissions in the transport (in cooperation with ICAO and other aviation organizations), accommodation and related tourism activities.
- Introduce education and awareness programs for all tourism stakeholders – public and private sector – as well as consumers.
- Develop regional and local climate information services tailored to the tourism sector and promote their use among tourism stakeholders. Build capacities for interpretation and application of this information, strengthening collaboration with WMO's National Meteorological Services.
- Implement policy, regulatory, financial, managerial, educational, behavioural, diversification, research and monitoring measures, for effective adaptation and mitigation.

2) Tourism Industry and Destinations

- Take leadership in implementing concrete measures (such as incentives) in order to mitigate climate change throughout the tourism value chain and to reduce risk to travellers, operators and infrastructure due to dynamic climate variability and shift. Establish targets and indicators to monitor progress.
- Promote and undertake investments in energy-efficiency tourism programmes and use of renewable energy resources, with the aim of reducing the carbon footprint of the entire tourism sector.
- Integrate tourism in the formulation and implementation of regional, national and local level adaptation and mitigation strategies and implementation plans. The Nairobi Work Programme on Impacts, Vulnerability and Adaptation to Climate Change, coordinated by UNFCCC, represents an important opportunity for the tourism sector to enhance knowledge, increase capacities and stimulate action.
- Strive to conserve biodiversity, natural ecosystems and landscapes in ways which strengthen resilience to climate change and ensure a long-term sustainable use of the environmental resource base of tourism - in particular those that serve as "earth lungs" (carbon sinks), sequestering GHGs through forest management and other biological programmes, or that protect coastlines (e.g. mangroves and coral reefs).
- Seek to achieve increasingly carbon free environments by diminishing pollution through design, operations and market responsive mechanisms.
- Implement climate-focused product diversification, to reposition destinations and support systems, as well as to foster all-season supply and demand.
- Raise awareness among customers and staff on climate change impacts and engage them in response processes.

3) Consumers:

- In their choices for travel and destination, tourists should be encouraged to consider the climate, economic, societal and environmental impacts of their options before making a decision and, where possible to reduce their carbon footprint, or offset emissions that cannot be reduced directly.
- In their choices of activities at the destination, tourists should also be encouraged to opt for environmentally-friendly activities that reduce their carbon footprint as well as contribute to the preservation of the natural environment and cultural heritage.

4) Research and Communications Networks:

- Encourage targeted, multi-disciplinary research on impacts of climate change in order to address regional gaps in current knowledge, develop tools for risk assessment and cost-benefit analyses with which to gauge the feasibility of various responses.
- Include environmental and climate specific subjects in the study curricula of tourism training programmes and extend these to broader educational systems.
- Promote responsible travel that supports “quadruple bottom line” sustainable tourism, incorporating climate, environmental, social and economic considerations.
- Raise awareness on tourism’s economic role as a tool for development, and present information on causes and effects of climate change based on sound science, in a fair, balanced and user-friendly manner.

The Conference

- sets out a range of specific actions to be taken by all stakeholders in the sector to immediately begin to establish and implement a long range carbon-neutral roadmap;
- invites governments and international organizations; the tourism industry; consumers; research and communications networks to implement these recommendations, with concrete commitments and action plans, and to use the UNWTO on-line Climate Change and Tourism Information Exchange Service as a platform, for committed stakeholders to register their pledges and activities toward adaptation and mitigation on an on-going basis;
- stresses the need that UNWTO, in collaboration with UNEP and WMO, continue to lead this process, and to consider convening a Third Conference on Climate Change and Tourism, at an appropriate time in the future, to review progress, to maintain response levels and to identify further needs and actions;
- urges action by the entire tourism sector to face climate change as one of the greatest challenges to sustainable development, and to the Millennium Development Goals in the 21st Century.

The Davos Declaration and results of this conference will provide the basis for the UNWTO Minister’s Summit on Tourism and Climate Change, scheduled at the World Travel Market, London, UK, 13 November 2007. It will be submitted for adoption at the UNWTO General Assembly in Cartagena de Indias, Colombia, 23-29 November 2007, and also will be presented at the United Nations Climate Change Conference in Bali, Indonesia, in December 2007.

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Box 1 Major international events fully or partly dedicated to the issue of « Tourism and climate change » in 2007586

Figure 1 Geographical distribution of the main impacts of climate change on tourism destinations (Scott *et al.*, 2007)588

Figure 2 Breakdown of GHG emissions due to tourism (2002)589

Figure 3 Classification of activities at destination according to GHG intensity of the transport used (Source: D4E, 2008).....592

Figure 4 Potential impacts of climate change on Mediterranean coastal areas and adaptation measures for the tourism sector613

Figure 5 From adaptation measures to their implementation614

Table 1 Emission factors for various transport modes590

Table 2 a few expected climate change impacts on Mediterranean tourism destinations601

Table 3 Example of breaking down the analysis frame to the « Transport » compartment608

Table 4 Example of breaking down the analysis framework to the « Accommodation » compartment.....608

Table 5 Example of breaking down the analysis framework to the compartment of « Activities » on destination site.....609

TOURISM FLOWS AND BIODIVERSITY: CURRENT SITUATION AND IMPACTS

M. Chedly RAIS, Consultant international, Tunisia

TABLE OF CONTENTS

I. Presentation of the subject of the document.....	627
II. Introduction.....	628
III. Tourist frequenting and its impact on natural sites and biodiversity	628
1. Role of tourist frequenting in the conservation of natural sites and species	628
2. Negative impacts of tourism on biological diversity	629
IV. Tourism and biodiversity in the Mediterranean.....	630
1. Main elements of Mediterranean biodiversity and their relationships with tourism.....	630
2. Main activities and practices related to tourism and generating adverse impacts on biological diversity in the Mediterranean	636
3. Main threats and hazards to biodiversity reported in the Mediterranean	638
V. Reconciling tourism and conservation of biodiversity in the Mediterranean	639
1. Role of Mediterranean protected areas in tourism development	640
2. Approaches worth promoting	641
3. Indicators for monitoring the state of biodiversity in tourism areas	642
VI. Bibliographie	643
VII. Appendices	644
VIII. Table of illustrations	656

I. PRESENTATION OF THE SUBJECT OF THE DOCUMENT

This document has been prepared upon request by Plan Bleu in order to enrich the discussions of the regional workshop organised by Plan Bleu on 2 and 3 July 2008 with a view to addressing the following topics:

- Tourism and climate change in the Mediterranean,
- Promoting a sustainable tourism in the Mediterranean: Tourist frequenting and biological diversity,
- Yachting and cruising in the Mediterranean: Current situation and prospects,
- Employment and wages in the tourism sector in the Mediterranean: Current situation and prospects.

The items to be developed within the framework of this report have been set by the terms of reference (TOR) which specify that the document shall address the following five items:

- 1) Introduce the issue of tourist frequenting and its impacts on biodiversity (land and marine) in the Mediterranean, with an overview of the specificities of the eco-region;
- 2) Analyse the tourism development policies and/or strategies as regards their consistency with the biodiversity protection policies and the guidance of the MSSD (Cf. above);
- 3) Develop a retrospective overview (spanning some fifteen to twenty years) and prospective overview (extending over fifteen to twenty years) of this issue in order to identify the underlying trends and the possible evolutions; this item will highlight in particular:
 - The state of biodiversity in the tourism destinations (coastal, but also rural, mountain and desert, if possible), with a focus on proven biodiversity losses in the past and potential in the future;
 - Biodiversity as a vulnerable resource and attraction factor,
 - The introduction of non indigenous species and biological invasion risks,
 - Whenever possible, the economic costs due to degradation of biodiversity,
- 4) Explain what plans and / or strategies could be implemented to reconcile development of tourism and protection of biodiversity; identify and analyse examples if any;
- 5) Propose indicators for monitoring the state of biodiversity in tourism areas.

II. INTRODUCTION

Tourism has been, for several years now, one of the pillars of the economy of several countries and, according to several specialists and operators, nature-based tourism represents the form of tourism posting the most rapid increase throughout the world over the past two decades.

The report on Tourism and Sustainable Development in the Mediterranean issued in 2005 by Plan Bleu (MAP Technical Reports Series n°159, 2005) shows that, in the Mediterranean, it is still seaside tourism which prevails; besides, it is likely that, to avoid saturation of seaside centres, alternatives such as nature-based tourism are set to increase in the coming years to considerable proportions. The development of nature-based tourism will inevitably require the use of components of the biological diversity.

Biological diversity (or biodiversity) is defined by the CBD as being “the variability among living organisms of all sources including, inter alia, terrestrial, marine and other aquatic systems and the ecological complexes of which they are part, this includes diversity within species, between species and of ecosystems.” In other words, biodiversity is represented by all forms of life and the processes related thereto. Variability between species and within the species, as well as the variability of ecosystems, are key components of biological diversity.

The significant development of a tourism based on the use of natural sites and of biological diversity in general might run counter to sustainability aspects if measures necessary to reconcile tourism use and biodiversity were not taken in a timely manner.

The various elements of this report aim at evaluating the extent to which biological diversity of the Mediterranean coastline could contribute in the development of tourism in the region. The sustainability of this development requires the safeguarding of the ecological qualities and functions of the various elements of the natural heritage of the region.

This document has been prepared based on an analysis of the data available. For the analysis of the situation on national level, it is based, in particular, on a series of documents dealing with the situation of tourism on national level in several Mediterranean countries presented within the framework of an experts' meeting organized by Plan Bleu at Sophia-Antipolis from 25 to 26 February 2002. It is also based on the national reports on the state of marine and coastal biological diversity prepared by Mediterranean countries within the framework of the SAP-BIO. The list of the documents consulted for the development of this report is annexed herewith.

III. TOURIST FREQUENTING AND ITS IMPACT ON NATURAL SITES AND BIODIVERSITY

The relationship between tourism and biodiversity presents several facets and encompasses positive aspects and negative ones. It is, indeed, obvious that tourism generates harmful impacts which affect the natural environment, including as regards biodiversity. But it is increasingly recognized that tourism can also play a positive role in favour of the conservation of natural sites and their biodiversity. On the other hand, several examples show that the conservation of biological diversity contributes in tourism development.

1. Role of tourist frequenting in the conservation of natural sites and species

It is generally agreed nowadays that nature-based tourism plays a non negligible role in raising awareness among the public at large as to the need to safeguard natural sites, species and biodiversity in general. It thus allows a better grasp of the need to act in the respect of the species and their habitats and in safeguarding the sites and natural landscapes. The visiting of natural sites and the watching of species tend to foster, among a large number of those who practice this kind of tourism, a sympathy towards certain species

and thus strengthen the circle “of friends” of natural sites and species, which is likely to sustain the efforts of their conservation.

Besides, certain lovers of species watching can contribute significantly in the scientific monitoring of assemblages and populations thus providing a worthwhile assistance towards the management of endangered species. Such is the case, for instance, of “Bird Watchers” who currently represent the main source of data in matter of census-taking of bird populations and monitoring of annual migrations. Several non profit NGOs organize open trips for tourists combining recreation, exploration and data collection. In several cases, a large portion of the organization costs of the said trips is covered by the receipts generated from the participating tourists.

There are, throughout the world, a few examples which show that, in areas where the local populations depend on the natural resources, the introduction of tourism could ease the pressure on the resources. Such is the case, for instance, of the reduction of poaching of species of wild fauna in Kenya, or the reduction of the fishing effort in certain Italian sites following the introduction of the “pescaturismo” (fishing-tourism).

However, the positive effects of tourism on the conservation of biodiversity cannot be obtained if the carrying capacity is exceeded.

2. Negative impacts of tourism on biological diversity

The opening up of natural areas for the public access has become in most countries a common practice and, in certain cases, it is planned and promoted within the framework of natural sites management plans. It is worth emphasizing that such practice induces an increase in the flow of visitors which it is necessary to control and manage in order to avoid that it generates negative impacts on the natural sites. It is, indeed, important not to exceed the carrying capacity of protected areas, the carrying capacity being the total of visits which a site can withstand without occurring any degradation of the site or alteration of its biological and ecological processes. The total of the visits encompasses, at the same time, the number of visitors and the visit duration. The carrying capacity thus depends, above all, on the natural features of the site. In the case of protected sites, the term often used is “authorized carrying capacity” which takes into account also the means available to the managers of the site to control and manage the flow of the public. The authorized carrying capacity may be increased via site-hardening arrangements limiting the impact of the visits (erosion of visitor paths, disturbance of species, etc).

The carrying capacity cannot always be calculated by means of objective methods, and it must, therefore, be the subject of periodic re-evaluation based on monitoring the impacts of the visits. Thus, for example, the number of visitors (divers) in the reserve of the Medes islands in Spain was limited to 450 visits per day (Munoz, 2007); yet, impacts are observed on certain benthic communities (Garrabou et al., 1998), showing that the capacity of the site to receive as many visits must be re-evaluated.

In addition to the problems arising from tourist frequenting, biological diversity also suffers from the impacts due to facilities and equipments set up for tourism purposes and which cause considerable damage to habitats and species. In the countries of the region that have a significant development of tourism, the tourism infrastructure has contributed largely to denaturing the coastline and to the degradation, if not disappearance, of natural habitats. The rare countries of the region where there has not been a significant development of tourism still hold a large portion of coast in an excellent state of conservation. As these countries currently display a will to develop tourism on their land, they would benefit from analysing the mistakes made by countries that have preceded them in the development of tourism and endeavouring not to make the same mistakes again.

IV. TOURISM AND BIODIVERSITY IN THE MEDITERRANEAN

1. Main elements of Mediterranean biodiversity and their relationships with tourism

The Mediterranean is a particularly rich region in matter of biological diversity, not only on the ecosystem level but also on the specific level. This richness is mainly due to the geological history of the region and its position as a link between three continents: Europe, Asia and Africa. The Mediterranean Sea is home to 7.5% of the animal taxa of the marine environment and 18% of the marine flora of the planet (RAC/SAP, 2003), while its surface area accounts for a mere 0.7% of the global ocean surface area. The geographical position of the region and its geological history has concurred to cause its fauna and its flora to evolve into a mixture of temperate and subtropical species that are unique worldwide. This evolution also conferred upon the region one of the most significant rates of endemism in the planet. This endemism is particularly marked, as regards the Mediterranean marine environment, since 28% of the marine species present in the Mediterranean are non existent in the other seas of the world.

On the anthropogenic level, the great civilizations which have successively flourished in the region have left their indelible imprint on the natural environment, and most of its landscapes are the outcome of the interactions between human beings and nature. Completely wild sites are practically nonexistent in the region.

An evaluation of the state of marine and coastal biological diversity of the region was conducted between 2001 and 2003 within the framework of the elaboration of the SAP-BIO. It involved most Mediterranean countries, and was conducted based, notably, on the data available on inventories of species and habitats and information on the state of animal and plant assemblages and population. Owing to lack of data on biological diversity, especially in the South and East of the Mediterranean, the said evaluation work was properly conducted only for certain types of habitats and groups of species. It has, however, helped develop several conclusions giving a relatively clear idea about the state of the biological diversity of the region. These conclusions may be summed up as follows:

- several sites of the Mediterranean region are still home to a remarkable biological diversity;
- 306 species, pertaining to land and marine mammalia, birds, reptiles, fish, shellfish, crustacea, cnidaria, sponges, algae, marine phaeophyta, as well as to land flora and fauna, are endangered;
- 149 threats to marine and coastal biodiversity were identified. They may be classified into six groups:
 - unregulated coastal development and coastal tourism,
 - fishing in sensitive ecosystems, fishing in *Posidonia* meadows,
 - invasion by non indigenous species,
 - damming ,
 - global phenomena,
 - trade in endangered or threatened species.

In its current state, the biological diversity of the region still holds potential, but several threats exist and must be taken into consideration by the biological diversity conservation programmes, as well as by any sectoral development programme based on the use of biological diversity.

The main elements of biological diversity having a connection with tourism in the Mediterranean region are described hereafter:

1.1 Coastal dunes

Coastal dunes are frequent formations on the Mediterranean coastline and are considered, with their plant cover, as particularly fragile and significant habitats for the region. They are dynamic formations that interact with the sea, the winds and the vegetation. Their disappearance or degradation has, therefore, negative repercussions on the stability of the coast, on the one hand, and adverse impacts on the species affiliated to them, on the other hand. Within the framework of the implementation of the European Union Habitats Directive, certain types of coastal dunes of the Mediterranean are listed as priority habitats.

Unfortunately, the dune environments of the coastline have been considerably damaged in several countries of the region. Tourism is not the only cause of degradation of these environments, but a significant part of the damage has been caused by the development of tourism centres, as well as by massive tourist arrivals concentrated in certain sites.

It is, in the first place, the constructions of hotels and other tourism infrastructures that have caused the greatest damage to coastal dunes. Indeed, in most countries of the region, the tourism infrastructure has been built on coastal dunes or by destroying dunes in order to build the closest possible to the beach. Quantified data on this phenomenon are not available, but several examples are known throughout the Mediterranean (“Grande-motte” in France, The island of Djerba in Tunisia, the coast located west of El Alamain in Egypt, etc). However since the 1970s, certain Mediterranean countries have taken measures to control constructions on the coastal strip. These measures were provided in legislative texts and helped spare several coastal dunes. Although such regulations do not relate only to tourism; they are likely to mitigate the damage caused by the development of tourism on coastal dunes and other elements of interest of the sea shore. By way of example, it is worth mentioning the “Conservatoire du Littoral” (Coastline Conservatory) in France and the Agency for the Protection and Planning of the Coastline (APAL) in Tunisia (see extract from its establishment act in Appendice 2).

One of the most recent texts bearing on the conservation of coastal dunes has been promulgated in Algeria (Decree n°7-206, dated 30 June 2007). It is based on Law n° 02-02 related to the protection and optimisation of the coastline and stipulates the methods of construction and land occupancy in the coastline strip, as well as the occupancy of natural sites bordering the beaches. It sets, inter alia, the criteria of occupancy of border dunes and sand bars of beach upper parts.

Source: Official Gazette (Journal officiel) of the Republic of Algeria, N°43, dated 1 July 2007

The Protocol on Integrated Coastal Zone Management in the Mediterranean, recently adopted within the framework of the Barcelona Convention (January 2008), stipulates that the Parties “shall establish in coastal zones, as from the highest winter waterline, a zone where construction is not allowed”. According to this protocol, except in a few particular cases, these zones, where construction is not allowed, cannot be less than 100 metres in width.

Besides the impact that they undergo due to the tourism infrastructures, coastal dunes are also degraded by the action of pedestrians and the various off-road vehicles and other types of machinery used for recreational purposes. The degradations thus caused affect the structure of the dune, as well as the vegetation, hence a destruction of the dune and a disappearance of its plant cover.

1.2 Wetlands

"Wetlands are areas of marsh, fen, peatland or water, whether natural or artificial, permanent or temporary, with water that is static or flowing, fresh, brackish or salt, including areas of marine water the depth of which at low tide does not exceed six metres."

Definition of wetlands according to the Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat (RAMSAR Convention, 1971)

The Mediterranean coastal zone holds many highly diversified wetlands. They play a key role in the water and sedimentary balances of the Mediterranean coastline, and are home to a particularly significant biodiversity and a natural productivity. According to the data available at the Secretariat of the RAMSAR Convention, 273 wetlands located in Mediterranean countries are listed as wetlands of international importance. They total about 6 million hectares (6 080.876 ha). The list of these sites is given in Appendice 1 attached hereto.

In addition to their ecological importance, wetlands have a socio-economic importance due to the various products and services that the local populations obtain from these environments. Their contribution to the development of tourism activities is far from being negligible, especially based on recreational activities such as hunting, fishing, excursions and the practice of a certain number of other sports and leisure activities.

In the Mediterranean region, several wetlands have undergone negative impacts generated by the development of tourism. Thus, coastal wetlands have disappeared or their area shrank due to the construction of tourism complexes or marinas. Other wetlands are used as discharge areas for the wastewater generated by tourism complexes and villages, which induces eutrophication and other forms of degradation of their biophysical qualities. It seems, however, that tourism is not the main cause of degradation of Mediterranean wetlands. Indeed, in their national reports to the RAMSAR Convention, the Mediterranean countries mention urban sprawl, drainage and dams as being the main threats to, and sources of degradation of, wetlands; tourism is mentioned only rarely by the said national reports.

A report on the state of Mediterranean wetlands, prepared in 2002 by the RAC/SAP, within the framework of the SAP-BIO (RAC/SAP, 2002), concluded that the situation of wetlands is "a typical case of half full or half empty glass". On the one hand, the Mediterranean region still holds wetlands of great ecological quality and international importance and, on the other hand, there has been, over the past few decades, dramatic losses which still prevail in spite of the positive efforts made to curb them and reverse the losses and degradation.

1.3 Seagrass meadows

The most significant and most widespread seagrass meadows in the Mediterranean are built by *Posidonia* (*Posidonia oceanica*) and *Cymodocea* (*Cymodocea nodosa*). The seagrass meadow developed by *Posidonia* is among the most important ecosystems of the Mediterranean. The *Posidonia oceanica* species is endemic to the Mediterranean and its meadows play a particularly significant role in the functioning of the marine environment. It is, on the one hand, a critical habitat for several marine species and, it generates, on the other hand, a considerable productivity which is the basis of the biological richness of the Mediterranean coastal areas.

The formation and growth of the *Posidonia* meadow are very slow. According to Boudouresque *et al.* (1981), the current meadows have taken over 8 000 years to get established. They are to be found in most Mediterranean countries, but are absent in the zones close to the Strait of Gibraltar and along the Eastern Mediterranean coasts (Syria, Lebanon, Israel and the Eastern coasts of Egypt). Their surface area is estimated as between 25 000 and 50 000 km² (Pasqualini *et al.*, 1998), but several studies throughout the Mediterranean have shown decline and disappearance of these meadows under the effect of factors of mainly anthropogenic origin (pollution, coastal development, fishing gears, etc). In the region of Liguria (Italy), for instance, a reduction by 10 to 30% of the meadows surface area was observed from the beginning of the last century (Bianchi and Peirano, 1995).

According to Ramos-Espla *et al.* (1994), 52% of the meadow surface area was destroyed in the Alicante region (Spain),

The *Posidonia* meadow is a priority habitat under the European Union Habitats Directive and it is protected by law in certain Southern European countries (France, Spain, Italy). In addition, *Posidonia* is listed in Annex 2 (endangered or threatened species) of the SPA and Biodiversity Protocol of the Barcelona Convention.

Without being direct, the relationship between tourism and the *Posidonia* meadow appears on several levels. The meadow contributes indirectly to the development of tourism via its role in the stabilization of coasts and, hence, the maintenance of tourism beaches. It also plays a significant role in the maintenance of the quality of marine water. In several areas with strong tourism development, sometimes considerable damage has been caused to meadows. The most significant of these damages are connected with the construction of inshore structures for tourism purposes (marinas, footbridges, artificial beaches, etc.) and with the anchors of sailing boats in highly frequented berthing sites. Thus, for example, marinas have been constructed in meadow zones, hence the disappearance of seagrass areas. Moreover, changes in sea current patterns along the coasts caused by inshore structures cause exposure and decline of meadows.

1.4 The Coralligenous

Even if it is less known to the public than *Posidonia* meadows, the Coralligenous is one of the most significant biological formations of the Mediterranean. The term Coralligenous is used to mean the hard sea beds “of a bio-genic origin produced mainly by the accumulation of encrusting calcareous algae living in dim light conditions” (RAC/SAP, 2003).

These formations develop on horizontal sea beds and often on vertical inner sides and on slopes of underwater cliffs. Coralligenous beds are characterized by a high diversity of species and constitute underwater landscapes of great aesthetic value. They are, of this reason, much sought-after by divers, and certain Mediterranean sites are considered as leading deep-sea diving sites owing to their Coralligenous sea beds. This is the case, for instance, of the marine reserve of the Medes Islands in Spain, the national park of Port-Cros in France and the national park of Zembra in Tunisia.

Box 1 Distribution in depth of coralline formations in various areas of the Mediterranean (sub-horizontal to horizontal substrata)

Région	Profondeur	Références
Région de Banyuls	20-40 mètres	Feldmann, 1937; Laubier, 1966
Région de Marseille	20-50 mètres	Laborel, 1961; Honq, 1980
îles Medes	20-55 mètres	Gili et Ros, 1984
Tossa de Mar	20-60 mètres	Ballesteros, 1992
Naples	45-70 mètres	Bacci, 1947
Cabrera	50-100 mètres	Ballesteros et al., 1993
Corse	60-80 mètres	Laborel, 1961
La Méditerranée Nord orientale	70-90 mètres	Laborel, 1961
Les îles de la mer Égée	90 - 110 mètres	Laborel, 1961
Région Siculo-tunisienne	90 - 120 mètres	Laborel, 1961
Cap Farine - Ile Cani	Supérieur à 60 m	Ben Mustapha et al, 2003
Cap Bon – Zembra	40 à 70 m	Ben Mustapha et El Abed, 2001, Ben Mustapha, non publiés
la Méditerranée du Sud-est	100 - 120 mètres	Laborel, 1961

Source: CAR/ASP, 2003

It is worth pointing out that access to Coralligenous sea beds is not within the reach of beginner divers, as they are often located at fairly deep bottoms and, to reach them, the diver must have good control over scuba diving.

The data on the geographical distribution and state of conservation of Coralligenous bottoms in the Mediterranean are fragmentary; it is, thus, difficult to assess the situation of these environments. There are, however, some data on the impact of scuba diving on Coralligenous sites subject to a high tourism frequenting. These show, for instance, that the

density and size of the communities are significantly less in highly frequented diving sites than in little frequented sites. A significant reduction (50 % within one year) has been reported for a site opened for diving in the marine reserve of the Medes Islands in Spain (Garrabou *et al.*, 1998).

Tourism frequenting is not the only source of degradation of Coralligenous formations in the Mediterranean. Certain fishing gears, pollution (particularly, by wastewater disposal) and invasive species are also mentioned as threats to Coralligenous formations. However, several specialists hold that the greatest threat looming today on coralline formations in the Mediterranean is related to climate change and the warming of Mediterranean deep water. Indeed, massive mortalities affecting the Coralligenous communities living above 40 metres in depth were reported in 1999 and coincided with sea water temperature anomalies which had extended over a month (Romano *et al.*, 2001, Ben Mustapha and El Abed, 2001). Such phenomena of massive mortality, if they were to persist, could decrease considerably the tourism attraction of Coralligenous beds, all the more so as they seem to affect in particular "low depth" coralline formations which are the most accessible to tourism frequenting.

1.5 Forests

In Mediterranean countries, forest zones extend over a surface area estimated as 60 million hectares and are characterized by a particularly strong bond with human society. Clearing, overgrazing, overexploitation of wood, and fires are the main sources of degradation of these environments.

Mediterranean forests contribute significantly to tourism only in some countries of the region. In the other countries, legal and institutional constraints and lack of adequate infrastructures tend to limit the rational use of forests for the development of tourism activities.

1.6 Oases

Oases exist only in southern Mediterranean countries (Morocco, Algeria, Tunisia, Libya and Egypt) and are hot spots of biodiversity that are known for the vulnerability of their ecological balance. They constitute a particularly prized tourism attraction. Tunisia and Morocco have established programmes to promote oases as a tourism destination, thus incepting a significant tourism dynamics based on the use of the oases. A particular craze for mountain oases has been reported for a few years now.

Environmental impacts are already felt, and it is particularly the biological diversity of these environments that bears the brunt of these impacts. Tourism does not create in the oases new forms of environmental impacts, but contributes in exacerbating the impacts generated by the local population of the oases. These impacts are related to overexploitation of water resources, difficulties of management of wastewater and solid wastes, and introduction of new species. Appendice 5 presents a diagram of tourism-related environmental impacts for an oasis.

1.7 Endangered and/or heritage species

Several Mediterranean species are concerned by tourism, either because they undergo impacts due to tourism activities or because they are of interest to the tourist.

Some of these species are listed as endangered species at international level; others are flag species for which the general public has developed a special sympathy and is, then, particularly sensitive to their situation.

Marine turtles are among the species which undergo the greatest damage due to the development of tourism in the Mediterranean, in particular seaside tourism. This type of tourism has engaged in direct competition with the marine turtles in several countries of the region since it exploits sandy beaches. But, the latter are used by marine turtles as nesting sites and constitute a critical habitat for the survival of these species. This competition is accentuated by the fact that the periods of use of the beaches by the turtles and by seaside tourism largely overlap. It is worth pointing out that out of the five species of marine turtles found in the Mediterranean, only two use large stretches of the beach for nesting. The

decline of the Mediterranean populations of these two species is confirmed by several studies, and the degradation of the nesting sites is one of the main causes of this decline.

Currently, the main nesting sites of marine turtles in the Mediterranean are located in Turkey, Greece, Cyprus and Libya. Recent studies have revealed that Libyan beaches are now used massively by a species of turtle (*Caretta caretta*). Where seaside tourism to develop in this country, it would probably have a harmful effect on this species of turtle. However, if appropriate measures are taken for the management of nesting beaches and for limitation of artificial lights along the coasts, it will be possible to minimize considerably the impact on turtles of a possible development of seaside tourism in Libya. Libya can draw upon the rare examples of "turtle/tourism" coexistence found in Cyprus and Turkey. In Cyprus, the area of Lara is declared as natural reserve due in particular to its importance for turtle nesting. However, several beaches of the zone are open to bathers, and the turtle nests are marked out and protected so that the bathers do not destroy them. In Turkey, the example of Çirali (Anatolian coast) is particularly interesting. For this zone, much frequented by marine turtles for nesting, the local actors, with the assistance of WWF, have designed and adopted a land-use plan which led to moving the tourism installations further inland, thus restoring to the beach its natural outlook. Accordingly, the aesthetics of the coast has been improved, and the function of the site, as a nesting beach, has been preserved. This did not prevent the development of tourism in the zone; on the contrary, the quality and attraction of the site have been markedly enhanced.

The monk seal is an emblematic species of the Mediterranean, now listed among the planet's most endangered species, since only few isolated groups of seals exist in the Mediterranean. The specialists in this species ascribe its decline, on the one hand, to the increase in the fishing effort and the rarefaction of the preys that constitute its feeding regime and, on the other hand, to the development of tourist frequenting at the sites of presence of the monk seal groups. The development of pleasure craft activities has caused even the caves difficult of access by land to be increasingly visited, hence causing disturbance to this species which is attached to this kind of sites. While in other parts of the planet, seal watching belongs in tourism activities, this cannot be practiced in the Mediterranean because of the rarefaction of the species, and it is important to protect the rare sites where this species still exists and to prohibit tourist frequenting there.

As regards cetaceans, some twenty species are reported in the Mediterranean, most of which are threatened. These species are affected in particular by their interaction with fishing gears; incidental catches are frequent, particularly in large driftnets. Several measures to protect cetaceans have been taken in the Mediterranean, of which in particular the ACCOBAMS Agreement. Besides, an international sanctuary dedicated to their conservation has been created in the Ligurian Sea over an area of about 80 000 km² (Cf. map, Appendice 3).

Although fishing and shipping are the main sources of threats for cetaceans, tourism, too, exerts pressure on these species due in particular to harassment of dolphins and whales by certain users of pleasure craft and certain whale watching operators. In the Mediterranean, whale watching has developed in the past few years in the French Riviera and in the vicinity of the city of Genoa in Italy. While it can contribute efficiently in public awareness about the need to preserve cetaceans, its practice can be sustainable only if it complies with the rules aimed at minimizing the harassment of the species. Guidelines have been developed for this purpose by the RAC/SAP and ACCOBAMS (they may be downloaded from the web sites of the two organizations (www.rac-spa.org and www.accobams.org)). They specify how boats must approach whales and groups of dolphins, the distances to be observed between each boat and the animals to be watched, the maximum duration of each approach. These guidelines also specify the practices to be avoided, such as attempts to attract the dolphins with feed or attempts to swim with the dolphins and whales.

In addition to the species mentioned above, two other classes of species are concerned by tourism in the Mediterranean: avifauna and fish.

For the avifauna, there is abundant documentation on the state of the populations in the Mediterranean and on certain Mediterranean sites that are known worldwide for the density and the diversity of their avifauna. This is, for instance, the case of the Gulf of Amvrakikos in Greece, of Camargue in France, of the Obeira and Tonga lakes in Algeria or of lake Ichkeul in Tunisia. In the Mediterranean, as elsewhere in the world, there are several examples of successful “avifauna/tourism” association. Bird watching figures, indeed, among the offer of several tourism operators in the region. These are often organized visits for tourists to sites known for their avifauna richness. The operators who used to market this kind of tourism products call upon specialists who know at the same time the visited sites and the species of birds and their behaviour. The marketing of these products is increasingly conducted via the Internet and involves trips extending over one week to ten days (Cf. example in Appendice 4). Besides, several NGOs specialized in the conservation of avifauna cooperate with the tourism operators to develop sustainable practices in this field. These NGOs intervene to minimize the impact of the visitors of the natural sites on the populations of birds, and this, based on fitting out visit routes and watching points, as well as by the training of guides and tourist group escort leaders. NGOs also intervene to help the local populations benefit from certain windfalls of this type of tourism, particularly via the provision of certain services such as catering, sale of handicrafts or horse hire. Though intended for a special public, the tourism offer based on bird watching presents considerable development potential in the region.

The relationship between tourism and fish is of a type completely different from those mentioned in the preceding paragraphs. Indeed, the interest granted by the tourism sector in the Mediterranean to fish lies much more on the culinary level than on that of marine life watching. Moreover, the causes of the rarefaction of certain fish species, at least in certain areas of the Mediterranean, are mainly ascribed to the high demand of tourism (hotels and restaurants) on these species (grouper, swordfish, spiny lobster, etc).

2. Main activities and practices related to tourism and generating adverse impacts on biological diversity in the Mediterranean

Certain tourism activities are particularly generators of negative impacts on the environment, in general, and on biological diversity, in particular. In the Mediterranean, it is especially pleasure craft activities and recreational fishing that are the causes of such impacts. It is worth noting that these activities are not incompatible with the conservation of biological diversity and that their impacts can be minimised via good practice measures and codes.

2.1 Pleasure craft activities

As in the rest of the world, one witnesses in the Mediterranean a considerable development of pleasure craft activities. This trend prevails across the whole countries of the region, even though the categories of boat (size and power) concerned by this development vary from one country to another. This development is such that, currently, pleasure craft activity is one of the key sectors of Mediterranean tourism. It generates an increasingly significant turnover; it generates direct and indirect employment; and it thus plays a significant economic and social role.

The development of pleasure craft activities has been accompanied by an increase in the number of sailing harbours and marinas and by an increasing density of boats in certain areas of the Mediterranean, which has given rise to serious concerns as to the potential damage that this might cause to the marine environment.

The main environmental harmful effect of pleasure craft activity is the pollution it generates due to the operation of the boats and the marinas. Most of these aspects are covered by the IMO regulations which have been mainstreamed in the national legislation of most of the countries of the region. In addition to pollution, pleasure craft activities cause damage to habitats and species in particular due to:

- boat anchors especially in sites containing meadows or coralligenous formations,
- the taking of rare, endangered or threatened species,

- the use of pleasure crafts for the watching of species and underwater landscapes without observing the rules necessary for the safeguarding of the species and habitats,
- the use, for purposes of maintenance of boat hulls, of products that are harmful to marine life,
- the voluntary or involuntary introduction of non indigenous species stuck to the hulls of the boats or hanging to their anchors.

It is worth noting that the Contracting Parties to the Barcelona Convention, considering the significant development of pleasure craft activities over the past few decades in the Mediterranean region, and aware of the risks attendant upon this development for the marine environment of the Mediterranean Sea, adopted in January 2008 guidelines, elaborated by REMPEC, concerning "pleasure craft activities and the protection of the marine environment in the Mediterranean". A whole chapter of these guidelines is dedicated to minimising the impact of the pleasure craft activities on biodiversity and the sites of particular importance. It recommends a series of measures for the users of the pleasure crafts, the national authorities responsible for pleasure craft activities and the managers of marinas to better address the following problems arising from pleasure craft activities:

- berthing of sailing boats,
- taking and transfer of species,
- watching of marine life,
- rescue of animals in distress,
- recreational and sports fishing,
- conservation of underwater archaeological heritage.

2.2 Recreational fishing

Fishing as a recreational activity is largely widespread in several regions of the world and it generates in certain countries a considerable turnover via the sale of equipment, as well as the provision of the direct and indirect services related thereto. Several appellations are used to refer to it: amateur fishing, sports fishing, recreational fishing, etc. It is generally related to pleasure boating, with, however, certain types of recreational fishing that do not use a boat but which are practiced from the shore. In principle, this is non commercial fishing, as its product is not intended for marketing.

In the Mediterranean, most of the countries have a significant development of recreational fishing, and the catches of fish and other aquatic organisms based on recreational fishing activities are increasingly reported as being a significant source of taking in the natural stocks. It is worth pointing out that the technological progress made over the past few years in terms of navigation equipment for the general public (GPS, Sonar, etc.) have contributed in scaling up the fishing effort exerted by recreational fishing.

The issue of exploitation of Mediterranean fishery stocks by recreational fishing was raised in the last session of the GFCM (Rome, February 2008), and the country representatives asked the Scientific Committee of the GFCM to evaluate the fishing effort exerted by recreational fishing in the Mediterranean.

During the same session of the GFCM, a report issued by FAO was circulated. It describes the legal framework governing the practice of recreational fishing in Mediterranean countries. It emerges from the said report that, in most countries of the region (Albania, Algeria, Croatia, Cyprus, Egypt, France, Greece, Israel, Italy, Lebanon, Malta, Montenegro, Morocco, Slovenia, Spain, Tunisia and Turkey), recreational fishing is regulated by restrictions on the techniques used, the catches by fisherman and per day, as well as the species caught. However, in the majority of the countries, certain forms of recreational fishing can be practiced without permits or authorizations.

The European Commission has issued, within the framework of its regulation 1967/2006 concerning management measures for the sustainable exploitation of fishery resources in the Mediterranean Sea, a series of measures to be applied by member States concerning recreational fishing called "leisure fisheries" and defined as "fishing activities exploiting living aquatic resources for recreation or sport". This regulation defines the fishing gears that

cannot be used for recreational fishing and prohibits recreational fishing of large migratory species.

This regulation calls upon member States to set up systems of data collection on recreational fishing and to take the necessary measures to ensure compliance of this activity with the principles of sustainable exploitation of fishery resources.

Harpoon fishing is a form of recreational fishing which has had significant impacts on certain species. The most known example is that of the grouper in the North-Western Mediterranean countries. Harpoon fishing of this species is prohibited in certain countries of the region (France, Spain, Tunisia).

It must be noted that, in the majority of the countries, the regulation related to harpoon fishing has prohibited the use of scuba diving equipment to practice harpoon fishing. The holding on board of the same boat of spear fishing equipment and scuba diving equipment is prohibited in certain countries.

3. Main threats and hazards to biodiversity reported in the Mediterranean

Biodiversity is subject in the Mediterranean to a multitude of threats and hazards whose character and scope vary from one zone to another, with—however—much similarity. The Table below lists the main threats mentioned in the documentation available. It draws, for a large part, upon the elements of a synthesis conducted by the RAC/SAP within the framework of the development of the SAP-BIO (RAC/ASP), together with some additions and updates derived from the national country reports to the Barcelona Convention and to the CBD.

The threats and hazards are not presented by order of importance, but rather in the order in which they appear in the documentation consulted.

Table 1 Main threats and hazards to marine and coastal biodiversity in Mediterranean countries(those underlined bear a direct connection with tourism)

Albania	Organic pollution by disposal of non treated wastewater Taking in <u>endangered species for exportation and sale to tourists</u> Fragmentation of habitats Exploitation of beach sand and coastal dunes <u>Construction on coastal strip</u>
Algeria	<u>Hunting, collection of bird eggs</u> Water pollution (not strictly connected with the tourism activity) <u>Over-frequenting of beaches and dune environments</u> <u>Trampling on vermitid terraces</u> <u>Fire making (barbecue, etc.) in forests and maquis</u> <u>Solid wastes</u>
Bosnia-Herzegovina	<u>Unregulated coastline urbanisation</u> Lack of integration in the management of delta areas
Croatia	<u>Forest fires due to over-frequenting</u> <u>Massive construction on the coastal strip</u> <u>Degradation of marine biocenosis due to over-frequenting (scuba diving)</u> <u>Hunting</u> <u>Water pollution</u>
Cyprus	<u>Beach development</u> <u>Night lighting, mechanical cleaning, various disturbances to marine turtles, migratory birds, birds of prey, batrachians and monk seal</u> <u>Impacts of aquaculture farms</u>
Egypt	<u>Massive construction on coastal dunes</u> <u>Disposal of untreated wastewater</u> Deficient management of solid wastes Invasion of Mediterranean marine zones by species from the Red Sea
France	<u>Over-frequenting, trampling of dune flora</u> <u>Invasion by <i>Caulerpa taxifolia</i></u> <u>Replenishment of beaches</u> <u>Forest fires</u> <u>Pollution by wastes disposed of by sailing boats</u> <u>Urbanisation, construction of infrastructures</u>
Greece	Fragmentation and loss of habitats due to illegal constructions and lagoon fill <u>Trampling of dune flora</u> <u>Degradation of marine turtle nesting sites</u> <u>Disposal of untreated wastewater by certain hotels</u> <u>Forest fires</u> <u>Bad practices of nature watching tourism</u> <u>Excessive development of pleasures craft activities in certain areas</u>

Tourism flows and biodiversity: current situation and impacts

Israel	<p>Excessive urbanisation of certain sections of the coastline</p> <p><u>Disturbance of nesting marine birds</u></p> <p><u>Trampling of vermitid terraces</u></p> <p>Collection of molluscs</p> <p><u>Collection of marine turtle eggs</u></p>
Italy	<p>Pollution and eutrophication by poorly treated or untreated wastewater</p> <p><u>Alteration of hydro-sedimentary balance, notably due to construction of coastal infrastructures</u></p> <p><u>Destruction of meadows by unregulated berthing of sailing boats</u></p> <p><u>Degradation of marine habitats by over-frequenting (diving)</u></p> <p>Solid wastes</p> <p>Sand mining in beaches</p> <p><u>Forest fires</u></p> <p><u>Excessive development of pleasure craft activities and of amateur fishing</u></p> <p><u>Invasion by <i>Caulerpa taxifolia</i></u></p>
Lebanon	<p><u>Unregulated construction on the coastline (cabin-sprawl)</u></p> <p>Absence of wastewater treatment</p> <p>Regulatory loopholes</p> <p>Lack of means to enforce the legislation</p> <p><u>Disturbance of the avifauna and the marine turtles in protected sites</u></p> <p><u>Collection of wild fauna eggs</u></p> <p>Solid wastes</p> <p><u>Invasion of the marine environment by species from the Red Sea</u></p>
Libya	<p>Disposal of untreated wastewater</p> <p>Effluent from seawater desalination stations</p> <p>Absence of marine protected areas</p>
Malta	<p>Sand collection</p> <p><u>Excessive occupancy of the coastline by constructions</u></p> <p>Dredging</p> <p><u>Embankment of the sides of wetlands, packing of sediments by vehicles, trampling of shores</u></p> <p><u>Hunting of protected species</u></p> <p><u>Illicit trade in protected species</u></p> <p><u>Introduction of species</u></p>
Monaco	<p><u>Excessive occupancy of the coastline</u></p> <p><u>Invasion by <i>Caulerpa taxifolia</i></u></p>
Montenegro	<p><u>Excessive urbanisation of the coast</u></p> <p><u>Degradation of sea bed in areas of high density of leisure boat mooring</u></p> <p><u>Collection of endangered marine species, especially of <i>Lithophaga</i></u></p>
Morocco	<p><u>Large-scale urbanisation of certain sections of the coast</u></p> <p>Disappearance of dunes and of back dune sandy areas, notably by sand mining for construction</p> <p><u>Unregulated camping and traffic of 4x4 vehicles</u></p> <p>Eutrophication of coastal lagoons</p> <p>Collection of endangered species by divers</p> <p><u>Hunting, and wild avifauna egg collection</u></p>
Slovenia	<p><u>Destruction of sea bed by unregulated berthing of sailing boats</u></p> <p><u>Excessive urbanisation of the coast</u></p> <p>Collection of endangered marine species</p> <p><u>Manuring of beaches and creation of manmade beaches</u></p>
Spain	<p><u>Increase in tourism frequenting</u></p> <p><u>Excessive urbanisation of the coastline</u></p> <p><u>Excessive exploitation of water resources</u></p> <p><u>Alteration of coastal dynamics (erosion) by port infrastructures</u></p> <p>Pollution by untreated wastewater and solid wastes</p> <p><u>Artificial replenishment of beaches</u></p> <p><u>Pollution generated by nautical activities</u></p> <p>Excessive development of irrigated farming (and golf course watering)</p> <p><u>Degradation and disappearance of wetlands</u></p> <p>Salinisation of soil and eutrophication of water</p>
Tunisia	<p><u>Disruption of the sedimentary dynamics of coasts by off shore infrastructures and works</u></p> <p><u>Degradation of coastal dunes</u></p> <p><u>Excessive occupancy of certain sections of the coastline</u></p> <p>Eutrophication of certain coastal wetlands</p> <p>Illicit trade in endangered species</p> <p>Solid wastes</p>
Turkey	<p><u>Rapid increase in coastline urbanisation</u></p> <p>Disposal of untreated wastewater</p> <p>Sand mining from dunes for construction</p> <p>Chemical pollution of certain habitats of importance for endangered species</p> <p><u>Trampling of dune environments due to over-frequenting</u></p> <p><u>Destruction of marine habitats by the construction of ports, marinas and other coastal structures</u></p>

V. RECONCILING TOURISM AND CONSERVATION OF BIODIVERSITY IN THE MEDITERRANEAN

The analysis of the tourism policy orientations in Mediterranean countries shows that most of the countries rely significantly on their natural heritage and its biodiversity to diversify their

tourism offer. Nature-based tourism and rural tourism are often mentioned as promising alternatives for seaside tourism. The countries of the region that have opted for such orientations should find the means of reconciling the development of tourism with the requirements of conservation of biodiversity, failing this the development of their tourism will not be sustainable.

1. Role of Mediterranean protected areas in tourism development

In several countries, the relationship between tourism and protected areas is marked by use mismatches and conflicting claims. This is visible in the natural sites where tourism has evolved into a mass tourism exceeding the carrying capacity of the sites (example: the marine areas of the Mljet National Park in Croatia). This is also the case of sites that are particularly vulnerable to frequenting by the public due to the sensitivity of their populations and species. The alarming situation of certain turtle nesting beaches at the National Marine Park of Zakynthos in Greece is illustrative of this problem.

In 1998, the turnover generated by the total visitors to the **National Park of Port-Cros** (France) was estimated as 107 M Euros, that is, 5% of the tourism turnover of the Department of Var, France's main tourism destination.

In the small **Marine Protected Area of the Medes Islands** (Catalonia, Spain), which are one of the Mediterranean sites most frequented by scuba divers, the activity generated by diving was estimated for 2004 as 2 M Euros, directly injected in the local economy.

Source: Web site of the MedPAN network (www.medpan.org)

However, for several years now, the trend has been for a "win-win" relationship between tourism and natural sites, particularly in the protected areas which had drawn up public reception programmes. The conservation of the natural qualities of the protected areas contributes significantly in tourism development, due in particular to its offering worthwhile alternatives for seaside tourism. In exchange, tourism can provide support to the viability of the protected areas. Among the aspects of such support, it is worth mentioning the following:

- generation of income for the populations living in the protected areas or in their vicinity;
- more arguments in support of the creation of protected areas and their objectives;
- generation of financial earnings for the management of protected areas;
- creation of new forms of economic activities likely to replace those inducing pressure on the natural resources of the protected area.

However, apart from a few exceptions, the Mediterranean protected areas are not as yet fit enough to contribute efficiently in the development of tourism. It emerges from the synthesis of the reports submitted to RAC/SAP by its national focal points in 2006 on the status of implementation of the SPA protocol that several Mediterranean protected marine coastal areas were not provided with a management plan. Yet, it would be risky to open up to tourism a protected area that has not prepared a strategy for the management of tourist frequenting and that is not fitted with the equipments and developments necessary so that the visits by the public could be conducted in proper conditions (visit path, proper signposting, etc.). Besides, a protected area must be provided with qualified staff in the planning and day to day management of reception of the public. It must also set up a monitoring programme allowing an evaluation of the impacts of the visits on its heritage and, thus, identify the carrying capacity of each section of the protected area.

The development of tourism in the protected areas of the main tourism destinations of the southern Mediterranean remains quite limited. The few data available on the issue reveal a significant growth in certain sites. This is, for instance, the case in the National Park of Toubkal (Morocco) where tourism frequenting was multiplied by 2.5 between 1993 (15 000 visitors) and 2003 (40 000 visitors). The jobs created were estimated for 2004 as follows:

- About 200 in refuges, inns, hotels and resting places,

- Over 300 guides and mountain escort leaders.

Source of the figures: Haut Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre La Désertification (Morocco)

The Mediterranean protected areas could play a significant role in the future development of tourism in the Mediterranean. However, in several countries, there is little collaboration between the tourism sector and that of protected areas. This is true even for countries which have claimed for years the will to diversify their tourism product. The majority of the Mediterranean protected areas are not likely to play an effective role in a sustainable development of a nature-based tourism unless significant efforts are made to remedy the main inadequacies which are, in particular:

- Lack of qualified staff and financial resources,
- Overlapping scopes of authority and fragmentation of responsibilities worsened by lack of coordination between the administrations concerned,
- Poor management of the interactions with other human activities,
- Insufficient participation by the stakeholders in the planning and management of protected areas,
- Lack of scientific monitoring.

2. Approaches worth promoting

The analysis of the policies of the countries in the region, as regards tourism development, reveals that the majority of the countries wish to use the natural potential of their land and marine environments to diversify the tourism product. Those which have already developed seaside tourism point out the limitations of this type of tourism while emphasizing that it will remain for a long time to come a main component of their tourism offer. The complementarity seaside tourism/nature-based tourism is also mentioned among the orientations to be promoted by these countries.

Faced with problems of a legal nature, certain countries have undertaken a revision of their regulations governing tourism in order to further align them with the development of a tourism based on nature. This is, for instance, the case of Tunisia which has just revised the classification of the hotel establishments and introduced new classes, such as self-catering cottages (“gîte rural”). The drafting of the specifications governing the new classes is underway, with special attention being granted to the integration of the self-catering cottages in its natural environment, as well as to the development of nature-related activities.

It thus emerges clearly from the declarations and official documents of the authorities in charge of tourism in most of the countries that the considerations related to environment protection and the use of natural sites are, or will be, key elements of the tourism development programmes.

A special attention must be granted to the development of tourism in Algeria and in Libya. These two countries, which vaunt a diversity of landscapes among the most remarkable in the Mediterranean, have not developed large-scale tourism, and they have displayed, for a few years now, a strong will to promote this economic sector as has been done in Tunisia and in Morocco.

A few located, though quite interesting, experiences have been conducted in certain countries of the region in matter of implementing forms of tourism in harmony with the natural environment and which take into consideration the economic and social context in which it is practiced. Thus, the “Pescaturismo” concept emerged a few years ago and has reported significant development, notably in Italy. It draws upon the “agri-tourism” concept and consists in taking tourists on board coastal fishery boats to participate in fishing. It has been observed that pescaturismo contributes in reducing the fishing effort while generating higher earnings for the fisherman. Several web sites (Cf., for instance: www.pescaturismo.info, www.pescaturismosicilia.it) are currently dedicated to the promotion of pescaturismo, and the

number of tourists taken on board seems to be rapidly on the increase. This has led the Italian authorities to promulgate a legal text governing this activity. Indeed, Decree n° 293, dated 13 April 1999, specifies the activities pertaining in pescaturismo, and stipulates the methods of embarking and disembarking of tourists, as well as the criteria for delivery of the administrative authorisation to practice this activity.

The pescaturismo concept is particularly tempting for the managers of protected marine areas as it helps ease the pressure on the resources, while improving the income of the local population, which is likely to foster acceptance of the protected area. It also mainstreams the concept of equitable tourism increasingly sought after by certain tourists and tour operators. The development of pescaturismo in certain countries of the southern Mediterranean will have to be accompanied by enhancing the quality of the fishermen's boats and, probably, by training with regard, in particular, to safety and reception of tourists on board the fishing boats.

It should be emphasised, however, that pescaturismo and similar concepts constitute interesting opportunities for reconciling tourism with biodiversity, seen from the perspective of nature conservation, but they cannot meet the demand of mass tourism.

To avoid any hitches likely to affect such practices, it is important to establish, on regional level, codes of conduct or charters for the practice of such tourism activities. The concept of charter is already applied for certain activities such as scuba diving, whale watching, agri-tourism, etc. Often, this is the case of charters developed and enforced on a limited scale and which would become more efficient if they were extended to cover the entire Mediterranean region. It is worth mentioning in this regard, for instance, the charter of the "responsible diver" adopted by the Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous-Marins (French Federation for Sub-Marine Studies and Sports). Annex 6 gives two examples of charters adopted for particular sites.

However, the "charter" and "code of conduct" approach has limitations and cannot ensure efficient control over certain activities related to tourism. It is important to introduce more binding instruments on legal level. Considerable effort remains to be made for the strengthening and adaptation of the national regulations relating to the practice of nature-based tourism activities.

International Organisations, such as MAP and its Regional Activities Centres (RACs), FAO and ACCOBAMS, can play a significant role, not only in matter of regional coordination, but also in matter of assistance to the countries in the implementation of their policies aiming at reconciling tourism with biodiversity. As the Table below shows, international funding agencies can be requested to contribute funding for significant projects covering one or more countries.

Table 2 Projects approved by the GEF Council aimed at promoting sustainable tourism

COUNTRY	PROJECT	GEF FOCAL AREA	PROJECT COST (MILLION US DOLLARS)
Mozambique	Transfrontier Conservation Areas and Sustainable Tourism Development Project	Biodiversity	23.999
Belize, Equator	Mainstreaming Biodiversity Conservation into Tourism through the Development and Dissemination of Best Practices	Biodiversity	1.311
Hungary, Poland	Conservation and Sustainable Use of Biodiversity through Sound Tourism Development in Biosphere Reserves in Central and Eastern Europe	Biodiversity	1.179
Senegal, Nigeria, Ghana	Demonstrating and Capturing Best Practices and Technologies for the Reduction of Land-sourced Impacts Resulting from Coastal Tourism	International Waters	23.357

(Source: GEF projects data base)

3. Indicators for monitoring the state of biodiversity in tourism areas

Among the 34 priority indicators for the follow up of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD), two are related to the promotion of sustainable tourism. These are indicators n° 13 "Share of "non-seaside resort beds" vs total number of beds" (TOU_P01) and n°14 "International tourism receipts" (TOU_P02).

Indicator n° 13 is particularly relevant for monitoring the state of biodiversity in tourism areas, although its computation is not easy because the “seaside” and “non-seaside” classes are not adopted in the statistics of several countries.

Other indicators might also be useful for monitoring the state of biodiversity; these are indicators n° 23 “Share of artificialised coastline”, n° 24 “Operational pollution from ships” and n° 26 “Surface of protected coastal and marine areas”.

For greater detail, it would be useful to use other indicators more targeted at the tourism-biodiversity issue. The following indicators are thus proposed; they are to be applied on local level:

- number of protected areas equipped for reception of the public,
- number of natural sites included in the offers of tourism operators,
- number of tourist diving recorded annually by diving clubs.

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Ben Mustapha, K & El Abed, A, 2001. Données nouvelles sur des éléments du macro benthos
- Bianchi et Peirano, 1995, Urban seagrass: Status of *Posidonia oceanica* facing the Genoa city waterfront (Italy) and implications for management.
- Marine Pollution Bulletin. Volume 54, Issue 2, February 2007, Pages 206-213
- Boudouresque C.F., Bernard G., Bonhomme P., Charbonnel E., Diviacco G., Meinesz A., Pergent G., Pergent-Martini C., Ruitton S., Tunesi L., 2006 - Préservation et conservation des herbiers à *Posidonia oceanica*
- Brigand, L. & Le Berre, S., 2006 - Etude de fréquentation de l'archipel des îles Chausey. Rapport Laboratoire Géomer - Université de Bretagne Occidentale, Conservatoire du littoral, 115 p.
- Brigand, L. & Le Berre, S., 2007 - Joint construction and appropriation of indicators by the users, the managers and the scientist : the example of the touristic frequentation observatory of Port-Cros and Porquerolles, dans International Journal of Sustainable Development, Nos 1/2, Vol 10: pp. 139-160.
- CAR/ASP, 2002 - La Biodiversité des zones humides en Méditerranée
- CAR/ASP, 2003 – Impact du tourisme sur la biodiversité marine et côtière de la Méditerranée
- CAR/ASP, 2003 – Programme d'Action Stratégique pour la Conservation de la Diversité Biologique en Méditerranée (PAS-BIO)
- CAR/ASP, 2003 Le coralligène en Méditerranée
- CAR/ASP, 2006 Plan d'action coralligène
- Costas Christ Oliver Hillel Seleni Matus Jamie Sweeting, 2003 - TOURISM AND BIODIVERSITY Mapping Tourism's Global Footprint.
- Document UNEP – Conservation International
- OMT, 2001 - CODE MONDIAL D'ÉTHIQUE DU TOURISME
- Publication de l'Organisation mondiale du Tourisme
- Dris, A.-M., 2006 - Aires marines protégées de Méditerranée et gestion durable du tourisme. Actes du de l'Atelier MedPAN n° 3, 22-25 mars 2006, Collioure (France) et l'Estartit (Espagne), 101 p.
- Dubois, G., Coudert, E., et al, 2005 - Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée.
- Programme des Nations Unies pour l'Environnement, Plan d'Action pour la Méditerranée, Athènes, rapport technique n° 159, 103 p.
- Garrabou, J. E. Sala, A. Arcas & M. Zabala 1998. The impact of diving on rocky sublittoral communities: a case study of a bryozoan population. Conservation Biology, 12: 302-312.
- Gaudin, C.; De Young, C. - Recreational fisheries in the Mediterranean countries: a review of existing legal frameworks.
- Studies and Reviews. General Fisheries Commission for the Mediterranean. No. 81. Rome, FAO. 2007. 85p.
- Le Berre, S. & Brigand, L., 2004 - Bountilles Port-Cros (Base d'Observation des Usages Nautiques et Terrestres des Îles et des Littoraux) pour un suivi de la fréquentation touristique de l'île de Port-Cros. Recueil méthodologique

Laboratoire Géomer - Université de Bretagne Occidentale, Parc National de Port-Cros, 41 p.

Munoz N., 2007 Utilisation de l'espace et comportement des plongeurs à la réserve marine des îles Mèdes (Espagne)

Rapport élaboré dans le cadre de MedPAN

Plan Bleu – 2002 Réunion d'experts "Livre Blanc: Tourisme et développement durable en Méditerranée" Etudes par pays

Plan Bleu – 2006 Tourisme et développement durable en Méditerranée.

Compte rendu de la Réunion d'experts, Sophia Antipolis, 24-25 mars 2006

Plan Bleu – 2007 Indicateurs prioritaires et complémentaires "Tourisme"

Document de travail du Plan Bleu

PNUE Tunisie, 2004 Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie

PNUE DTIE, 2006 Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux du tourisme dans le désert.

PNUE, 2006 – Vers un Tourisme Durable – Guide à l'usage des décideurs

PNUE, Conservation International, 2007 – Tourisme et Montagnes: Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagne.

RAC/SPA, 2004 - Impact du tourisme sur la biodiversité marine et côtière de la Méditerranée

REMPEC, 2007 – Ligne Directrices concernant les activités de plaisance et la protection de l'environnement marin en Méditerranée

Riera V., Zaragoza N., Caballero D., Lloret J., 2007 – La chasse sous-marine dans de Parc Naturel de Cap de Creus: aspects biologiques et socioéconomiques

Romano, J.C., N. Bensoussan, W.A.N. Younes, & D. Arlhac 2000. Anomalies thermiques dans les eaux du Golfe de Marseille durant l'été 1999. Une explication partielle de la mortalité des invertébrés fixés. Comptes Rendus Académie des Sciences Série III, Life Sciences 323: 853-865.

UNEP 1996 - Tourism and Coastal Resources Degradation in the Wider Caribbean

VII. APPENDICES

Appendice 1 Wetlands of international importance declared by Mediterranean countries Parties to the Ramsar Convention on Wetlands

(RAMSAR, Iran, 1971)

In accordance with Article 2.1 of the RAMSAR Convention, each Contracting Party shall designate suitable wetlands within its territory for inclusion in the List of Wetlands of International Importance. Once included in the List, these wetlands acquire a new status on national level and are considered of importance by the international community, not only for the country or the countries where they are located, but also for humanity as a whole.

The list hereinafter is extracted from the register held by the Convention Secretariat (extract taken on 17 March 2008).

ALBANIA / ALBANIE (3 Ramsar sites, 83,062 hectares)

Butrint	28/03/03	Vlora	13,500 ha	39°50'N 020°00'E
Karavasta Lagoon	29/11/95	Lushnja	20,000 ha	41°00'N 019°30'E
Lake Shkodra and River Buna	02/02/06	Malesia e Madhe, Shkodra	49,562 ha	40°52'N 19°22'E

ALGERIA / ALGÉRIE / ARGELIA (42 Ramsar sites, 2,959,615 hectares)

Aulnaie de Aïn Khiair	04/06/03	El Tarf	180 ha	36°40'N 008°20'E
Chott Aïn El Beïda	12/12/04	Ouargla	6,853 ha	31°58'N 005°22'E
Chott de Zehrez Chergui	04/06/03	Djelfa	50,985 ha	35°15'N 003°30'E
Chott de Zehrez Gharbi	04/06/03	Djelfa	52,200 ha	34°58'N 002°44'E
Chott Ech Chergui	02/02/01	Saïda	855,500 ha	34°27'N 000°50'E
Chott El Beïdha – Hammam	12/12/04	Sétif, Batna	12,223 ha	35°55'N 005°45'E

Tourism flows and biodiversity: current situation and impacts

Essoukhna				
Chott El Hodna	02/02/01	M'Sila, Batna	362,000 ha	35°18'N 004°40'E
Chott Melghir	04/06/03	El Oued, Biskra, Khenchela	551,500 ha	34°15'N 006°19'E
Chott Merrouane et Oued Khrouf	02/02/01	El Oued	337,700 ha	33°55'N 006°10'E
Chott Oum El Raneb	12/12/04	Ouargla	7,155 ha	32°02'N 005°22'E
Chott Sidi Slimane	12/12/04	Ouargla	616 ha	33°17'N 003°45'E
Chott Tinsilt	12/12/04	Oum El Bouaghi	2,154 ha	35°53'N 006°29'E
Complexe de zones humides de la plaine de Guerbes-Sanhadja	02/02/01	Skikda, El Tarf	42,100 ha	36°53'N 007°16'E
Dayet El Ferd	12/12/04	Tlemcen	3,323 ha	34°28'N 001°15'W
Garaet Annk Djemel et El Merhsel	12/12/04	Oum El Bouaghi	18,140 ha	35°47'N 006°51'E
Garaet El Taref	12/12/04	Oum El Bouaghi	33,460 ha	35°41'N 007°08'E
Garaet Guellif	12/12/04	Oum El Bouaghi	24,000 ha	35°47'N 006°59'E
Grotte karstique de Ghar Boumâaza	04/06/03	Tlemcen	20,000 ha	34°42'N 001°18'E
Gueltates Afilal	04/06/03	Tamanrasset	20,900 ha	23°09'N 005°46'E
La Réserve Naturelle du Lac des Oiseaux	22/03/99	El Kala	120 ha	36°42'N 008°07'E
La Vallée d'Iherir	02/02/01	Illizi	6,500 ha	25°24'N 008°25'E
Lac de Fetzara	04/06/03	Annaba	20,680 ha	36°47'N 007°32'E
Lac de Télamine	12/12/04	Oran	2,399 ha	35°43'N 000°23'E
Le Cirque de Aïn Ouarka	04/06/03	Nâama	2,350 ha	32°44'N 000°10'E
Les Gueltates d'Issakarassene	02/02/01	Tamanrasset	35,100 ha	22°25'N 005°45'E
Les Salines d'Arzew	12/12/04	Oran, Mascara	5,778 ha	35°40'N 000°81'E
Marais de la Macta	02/02/01	Mascara, Mostaganem, Oran	44,500 ha	35°41'N 000°10'W
Marais de la Mekhada	04/06/03	El Tarf	8,900 ha	36°48'N 008°00'E
Oasis de Moghrar et de Tiout	04/06/03	Nâama	195,500 ha	32°53'N 000°40'E
Oasis de Ouled Saïd MR	02/02/01	Adrar	25,400 ha	29°24'N 000°18'E
Oasis de Tamantit et Sid Ahmed Timmi	02/02/01	Adrar	95,700 ha	27°45'N 000°15'E
Oglat Ed Daïra	12/12/04	Nâama	23,430 ha	33°18'N 001°48'W
Réserve Intégrale du Lac El Mellah	12/12/04	El Tarf	2,257 ha	36°53'N 008°20'E
Réserve Intégrale du Lac Oubeïra	04/11/83	El Tarf	3,160 ha	36°50'N 008°23'E
Réserve Intégrale du Lac Tonga MR	04/11/83	El Tarf	2,700 ha	36°53'N 008°31'E
Réserve Naturelle du Lac de Béni-Bélaïd	04/06/03	Jijel	600 ha	36°53'N 006°05'E
Réserve Naturelle du Lac de Réghaïa	04/06/03	Alger	842 ha	36°46'N 003°20'E
Sebkha d'Oran	02/02/01	Oran	56,870 ha	35°22'N 000°48'W
Sebkhet Bazer	12/12/04	Sétif	4,379 ha	36°05'N 005°41'E
Sebkhet El Hamiet	12/12/04	Sétif	2,509 ha	35°55'N 005°33'E
Sebkhet El Melah	12/12/04	Ghardaïa	18,947 ha	30°25'N 002°55'E
Tourbière du Lac Noir	04/06/03	El Tarf	5 ha	36°54'N 008°12'E

BOSNIA AND HERZEGOVINA / BOSNIE-HERZÉGOVINE / BOSNIA Y HERZEGOVINA (2 Ramsar sites, 10,911 hectares)

Bardaca Wetlands (Bardača-močvarni kompleks)	02/02/07	Republic of Srpska Entity	3,500 ha	45°06'N 017°27'E
Hutovo Blato	24/09/01		7,411 ha	43°03'N 017°37'E

CROATIA / CROATIE / CROACIA (4 Ramsar sites, 86,579 hectares)

Crna Mlaka	03/02/93		625 ha	45°37'N 015°44'E
Delta Neretve	03/02/93		11,500 ha	42°57'N 017°34'E
Lonjsko Polje & Mokro Polje (incl. Krapje Djol)	03/02/93		50,560 ha	45°30'N 017°00'E
Nature Park Kopacki rit (Kopacki rit) MR	03/02/93	Baranya	23,894 ha	45°40'N 018°54'E

CYPRUS / CHYPRE / CHIPRE (1 Ramsar site, 1,585 hectares)

Larnaca Salt Lake	11/07/01		1,585 ha	34°52'N 033°33'E
-------------------	----------	--	----------	------------------

EGYPT / EGYPTE / EGIPTO (2 Ramsar sites, 105,700 hectares)

Lake Bardawil MR	09/09/88		59,500 ha	31°05'N 033°05'E
Lake Burullus MR	09/09/88	Kafr El Sheikh	46,200 ha	31°30'N 030°50'E

FRANCE / FRANCIA (24 Ramsar sites, 828,803 hectares)

Baie de Somme	30/01/98	Picardie	17,000 ha	50°14'N 001°33'E
Baie du Mont Saint-Michel	14/10/94	Basse-Normandie, Bretagne	62,000 ha	48°40'N 001°40'W
Basses Vallées Angevines	01/02/95	Pays de la Loire	6,450 ha	47°34'N 000°28'W
Bassin du Drugeon	02/02/03	Franche-Comté	5,906 ha	46°50'N 006°10'E
Camargue	01/12/86	Provence-Alpes-Côte d'Azur	85,000 ha	43°30'N 004°30'E
Etang de Biguglia	08/04/91	Corse	2,000 ha	42°36'N 009°29'E
Etangs de la Champagne humide	08/04/91	Champagne-Ardenne	135,000 ha	48°35'N 004°45'E
Etangs de la Petite Woëvre	08/04/91	Lorraine	5,300 ha	49°02'N 005°48'E
Etangs du Lindre, forêt du Romersberg et zones voisines	02/02/03	Lorraine	5,308 ha	48°47'N 006°48'E
Golfe du Morbihan	08/04/91	Bretagne	23,000 ha	47°35'N 002°47'W
Grande Briere	01/02/95	Pays de la Loire	19,000 ha	47°22'N 002°10'W
La Brenne	08/04/91	Centre	140,000 ha	46°44'N 001°15'E
La Petite Camargue	08/01/96	Languedoc-Rousillon	37,000 ha	43°30'N 004°15'E
Lac de Grand-Lieu	01/02/95	Pays de la Loire	6,300 ha	47°05'N 001°40'W
Lac du Bourget – Marais de Chautagne	02/02/03	Rhône-Alpes	5,500 ha	45°44'N 005°51'E
Les étangs littoraux de la Narbonnaise	02/02/06	Languedoc-Roussillon	12,334 ha	43°03'N 003°03'E
Marais du Cotentin et du Bessin, Baie des Veys	08/04/91	Basse-Normandie	32,500 ha	49°23'N 001°10'W
Marais du Fier d'Ars	02/02/03	Poitou-Charentes	4,452 ha	46°13'N 001°28'W
Marais salants de Guérande et du Més	01/09/95	Pays de la Loire	5,200 ha	47°20'N 002°30'W
Mares temporaires de Tre Padule de Suartone	02/02/07	Corse	218 ha	41°46'N 009°24'E
Rives du Lac Léman	08/04/91	Rhône-Alpes	3,335 ha	46°23'N 006°28'E

GREECE / GRÈCE / GRECIA (10 Ramsar sites, 163,501 hectares)

Amvrakikos gulf MR	21/08/75	Aitoloakarnania, Preveza, Arta	23,649 ha	39°06'N 020°55'E
Artificial lake Kerkini	21/08/75	Serres	10,996 ha	41°13'N 023°08'E
Axios, Loudias, Aliakmon delta MR	21/08/75	Thessaloniki, Imanthia, Piera	11,808 ha	40°30'N 022°43'E
Evros delta	21/08/75	Evros	9,267 ha	40°50'N 026°04'E
Kotychi lagoons MR	21/08/75	Ileia	6,302 ha	38°01'N 021°17'E
Lake Mikri Prespa	21/08/75	Florina	5,078 ha	40°46'N 021°05'E
Lake Vistonis, Porto Lagos, Lake Ismaris & adjoining lagoons MR	21/08/75	Rodopi, Xanthi	24,396 ha	41°03'N 025°11'E
Lakes Volvi & Koronia MR	21/08/75	Thessaloniki	16,388 ha	40°41'N 023°20'E
Messolonghi lagoons MR	21/08/75	Aitoloakarnania	33,687 ha	38°20'N 021°15'E
Nestos delta & adjoining lagoons MR	21/08/75	Xanthi	21,930 ha	40°54'N 024°47'E

ISRAEL / ISRAËL (2 Ramsar sites, 366 hectares)

En Afeq Nature Reserve	12/11/96		66 ha	32°51'N 035°05'E
Hula Nature Reserve	12/11/96		300 ha	33°04'N 035°35'E

ITALY / ITALIE / ITALIA (50 Ramsar sites, 59,796 hectares)

Bacino dell'Angitola	11/04/89	Calabria	875 ha	38°44'N 016°14'E
Biviere di Gela	12/04/88	Sicilia	256 ha	37°01'N 014°20'E
Isola Boscone	11/04/89	Lombardia	201 ha	45°03'N 011°14'E
Lago dei Monaci	14/12/76	Lazio	94 ha	41°22'N 012°55'E
Lago di Barrea	14/12/76	Abruzzo	303 ha	41°46'N 013°58'E
Lago di Burano	14/12/76	Toscana	410 ha	42°24'N 011°23'E
Lago di Caprolace	14/12/76	Lazio	229 ha	41°20'N 012°58'E
Lago di Fogliano	14/12/76	Lazio	395 ha	41°23'N 012°54'E
Lago di Nazzano	14/12/76	Lazio	265 ha	42°12'N 012°36'E
Lago di Sabaudia	14/12/76	Lazio	1,474 ha	41°16'N 013°01'E
Lago di San Giuliano	13/12/06	Basilicata	2,118 ha	40°38'N 016°29'E
Lago di Tovel	19/09/80	Trentino Alto Adige	37 ha	46°16'N 010°57'E
Laguna di Marano: Foci dello Stella	14/05/79	Friuli-Venezia Giulia	1,400 ha	45°44'N 013°08'E
Laguna di Orbetello	14/12/76	Toscana	887 ha	42°27'N 011°13'E
Laguna di Venezia: Valle Averte	11/04/89	Veneto	500 ha	45°21'N 012°09'E
Le Cesine	06/12/77	Puglia	620 ha	40°20'N 018°21'E
Oasi del Sele-Serre Persano	13/12/06	Campania	174 ha	40°37'N 015°08'E
Oasi di Castelvolturno o Variconi	13/12/06	Campania	195 ha	41°02'N 015°56'E
Ortazzo e Ortazzino	04/09/81	Emilia Romagna	440 ha	44°20'N 012°19'E
Palude Brabbia	05/12/84	Lombardia	459 ha	45°44'N 008°40'E
Palude della Diaccia Botrona	22/05/91	Toscana	2,500 ha	42°48'N 010°57'E
Palude di Bolgheri	14/12/76	Toscana	518 ha	43°13'N 010°33'E
Palude di Colfiorito	14/12/76	Umbria	157 ha	43°01'N 012°53'E
Palude di Ostiglia	05/12/84	Lombardia	123 ha	45°04'N 011°06'E

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

Pantano di Pignola	13/12/06	Basilicata	172 ha	40°36'N 015°45'E
Piallassa della Baiona e Risega	04/09/81	Emilia Romagna	1,630 ha	44°30'N 012°15'E
Pian di Spagna-Lago di Mezzola	14/12/76	Lombardia	1,740 ha	46°13'N 009°26'E
Punte Alberete	14/12/76	Emilia Romagna	480 ha	44°31'N 012°14'E
Sacca di Belóccchio	14/12/76	Emilia Romagna	223 ha	44°37'N 012°16'E
Saline di Cervia	04/09/81	Emilia Romagna	785 ha	44°15'N 012°20'E
Saline di Margherita di Savoia	02/08/79	Puglia	3,871 ha	41°24'N 016°04'E
Stagno di Cábras	28/03/79	Sardegna	3,575 ha	39°57'N 008°29'E
Stagno di Cagliari MR	14/12/76	Sardegna	3,466 ha	39°13'N 009°03'E
Stagno di Corru S'Ittiri, Stagni di San Giovanni e Marceddi	28/03/79	Sardegna	2,610 ha	39°44'N 008°30'E
Stagno di Mistras	03/05/82	Sardegna	680 ha	39°54'N 008°28'E
Stagno di Molentargius MR	14/12/76	Sardegna	1,401 ha	39°14'N 009°09'E
Stagno di Pauli Maiori	28/03/79	Sardegna	287 ha	39°52'N 008°37'E
Stagno di S'Ena Arrubia	14/12/76	Sardegna	223 ha	39°50'N 008°34'E
Stagno di Sale Porcus	03/05/82	Sardegna	330 ha	40°01'N 008°21'E
Torbiere d'Iseo	05/12/84	Lombardia	325 ha	45°38'N 010°02'E
Torre Guaceto	21/07/81	Puglia	940 ha	40°43'N 017°48'E
Valle Bertuzzi	04/09/81	Emilia Romagna	3,100 ha	44°47'N 012°14'E
Valle Campotto e Bassarone	28/03/79	Emilia Romagna	1,363 ha	44°35'N 011°50'E
Valle Cavanata	10/03/78	Friuli-Venezia Giulia	243 ha	45°43'N 013°28'E
Valle di Gorino	04/09/81	Emilia Romagna	1,330 ha	44°48'N 012°21'E
Valle Santa	14/12/76	Emilia Romagna	261 ha	44°33'N 011°50'E
Valli del Mincio	05/12/84	Lombardia	1,082 ha	45°10'N 010°42'E
Valli residue del comprensorio di Comacchio	04/09/81	Emilia Romagna	13,500 ha	44°37'N 012°11'E
Vendicari	11/04/89	Sicilia	1,450 ha	36°48'N 015°07'E
Vincheto di Cellarda	14/12/76	Veneto	99 ha	46°01'N 011°58'E

LEBANON / LIBAN / LÍBANO (4 Ramsar sites, ?1,075 hectares)

Ammiq Wetlands	16/04/99		280? ha	
Deir el Nouriyeh cliffs of Ras Chekaa	16/04/99			
Palm Islands Nature Reserve	03/08/01	Tripoli	415 ha	34°30'N 035°46'E
Tyre Beach	16/04/99		380 ha	

LIBYAN ARAB JAMAHIRIYA / JAMAHIRIYA ARABE LIBYENNE / JAMAHIRIYA ARABE LIBIA (2 Ramsar sites, 83 hectares)

Ain Elshakika	05/04/00	Darnah	33 ha	32°46'N 021°21'E
Ain Elzarga	05/04/00	Darnah	50 ha	32°47'N 022°21'E

MALTA / MALTE (2 Ramsar sites, 16 hectares)

Ghadira	30/09/88		11 ha	35°58'N 014°21'E
Is-Simar	29/01/96		5 ha	35°57'N 014°23'E

MONACO (1 Ramsar site, 10 hectares)

Réserve sous-marine du Larvotto et zone côtière du Portier	20/08/97		10 ha	43°44'N 007°26'E
--	----------	--	-------	------------------

MONTENEGRO / MONTÉNÉGO (1 Ramsar site, 20,000 hectares)

Skadarsko Jezero	15/12/95	Montenegro	20,000 ha	42°12'N 019°17'E
------------------	----------	------------	-----------	------------------

MOROCCO / MAROC / MARRUECOS (24 Ramsar sites, 272,010 hectares)

Aguelmams Sidi Ali – Tifounassine	15/01/05	Ifrane, Khénifra	600 ha	33°07'N 005°03'W
Archipel et dunes d'Essawira	15/01/05	Essawira	4,000 ha	31°30'N 009°48'W
Baie d'Ad-Dakhla	15/01/05	Ad-Dakhla	40,000 ha	23°45'N 015°50'W
Baie de Khnifiss	20/06/80	Tan Tan	20,000 ha	28°03'N 012°15'W
Barrage Al Massira	15/01/05	Qal'at Essraghna	14,000 ha	32°28'N 007°34'W
Barrage Mohammed V	15/01/05	Nador	5,000 ha	34°41'N 002°57'W
Cap des Trois Fourches	15/01/05	Nador	5,000 ha	35°26'N 002°59'W
Complexe de Sidi Moussa-Walidia	15/01/05	Al Jadida	10,000 ha	32°54'N 008°49'W
Complexe du bas Loukkos	15/01/05	Larache	3,600 ha	35°07'N 006°00'W
Complexe du bas Tahaddart	15/01/05	Tanger	11,000 ha	35°34'N 006°00'W
Embouchure de l'oued Dr'a	15/01/05	Guelmim	10,000 ha	28°34'N 010°58'W
Embouchure de la Moulouya	15/01/05	Berkane	3,000 ha	35°04'N 002°23'W
Embouchures des oueds Chbeyka-Al Wa'er	15/01/05	Tan Tan	8,000 ha	28°14'N 011°42'W
Lac d'Afennourir	20/06/80	Ifrane	800 ha	33°17'N 005°16'W
Lacs Isly-Tislite	15/01/05	Errachidia	800 ha	32°13'N 005°35'W
Marais ete côte du Plateau de Rmel	15/01/05	Kénitra, Larache	1,300 ha	35°02'N 006°14'W
Merja Sidi Boughaba	20/06/80	Kénitra	650 ha	34°15'N 006°40'W
Merja Zerga	20/06/80	Kénitra	7,300 ha	34°51'N 006°16'W
Moyenne Dr'a	15/01/05	Ouarzazate, Zagora	45,000 ha	30°29'N 006°21'W
Oasis du Tafilalet	15/01/05	Errachidia, Goulmima	65,000 ha	31°17'N 004°15'W
Sebkha Bou Areg	15/01/05	Nador	14,000 ha	35°10'N 002°51'W
Sebkha Zima	15/01/05	Safi	760 ha	32°05'N 008°40'W
Zones humides de l'oued El Maleh	15/01/05	Mohammedia	1,200 ha	33°39'N 007°23'W
Zones humides de Souss-Massa	15/01/05	Agadir	1,000 ha	30°13'N 009°37'W

SLOVENIA / SLOVÉNIE / ESLOVENIA (3 Ramsar sites, 8,205 hectares)

Cerkniško jezero z okolico (Lake Cerknica & its environs)	19/01/06		7,250 ha	45°45'N 014°23'E
Secoveljske soline (Secovlje salt pans)	03/02/93		650 ha	45°29'N 013°36'E
Skocjanske Jame (Skocjan Caves)	21/05/99		305 ha	45°40'N 014°00'E

SPAIN / ESPAGNE / ESPAÑA (63 Ramsar sites, 281,768 hectares)

Aiguamolls de l'Empordà	26/03/93	Cataluña	4,784 ha	42°14'N 003°06'E
Albufera de Adra	04/10/94	Andalucía	75 ha	36°45'N 002°57'W
Albufera de Valencia	05/12/89	Comunidad Valenciana	21,000 ha	39°20'N 000°21'W
Bahía de Cádiz	24/10/02	Andalucía	10,000 ha	36°30'N 006°11'W
Colas del Embalse de Ullibarri	24/10/02	País Vasco	397 ha	42°54'N 002°33'W
Complejo de Corrubedo	26/03/93	Galicia	550 ha	42°33'N 009°02'W

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

Complejo intermareal Umia-Grove	05/12/89	Galicia	2,561 ha	42°28'N 008°50'W
Complejo lagunar de La Albuera	20/12/02	Extremadura	1,878 ha	38°42'N 006°46'W
Delta del Ebro	26/03/93	Cataluña	7,736 ha	40°43'N 000°44'E
Doñana MR	04/05/82	Andalucía	111,646 ha	37°01'N 006°25'W
Embalse de las Cañas	18/11/96	Navarra	101 ha	42°29'N 002°24'W
Embalse de Orellana	26/03/93	Extremadura	5,500 ha	38°59'N 005°32'W
Embalses de Cordobilla y Malpasillo	04/10/94	Andalucía	1,972 ha	37°19'N 004°40'W
Humedales de la Sierra de Urbión	27/01/06	La Rioja	86 ha	42°01'N 002°53'W
Humedales del Macizo de Peñalara	27/01/06	Madrid	487 ha	40°51'N 003°57'W
Humedales y Turberas de Padul	27/01/06	Andalucía	327 ha	37°00'N 003°36'W
Lago de Banyoles	20/12/02	Cataluña	1,033 ha	42°08'N 002°46'E
Lago de Caicedo-Yuso y Salinas de Añana	24/10/02	País Vasco	26 ha	42°48'N 002°59'W
Laguna de Chiprana	07/06/94	Aragón	162 ha	41°13'N 000°12'W
Laguna de El Hito	20/12/02	Castilla-La Mancha	573 ha	39°52'N 002°41'W
Laguna de Fuente de Piedra	08/08/83	Andalucía	1,364 ha	37°07'N 004°46'W
Laguna de Gallocanta	07/06/94	Aragón	6,720 ha	40°58'N 001°33'W
Laguna de la Nava de Fuentes	24/10/02	Castilla y León	307 ha	42°04'N 004°45'W
Laguna de la Vega (o del Pueblo)	05/12/89	Castilla-La Mancha	34 ha	39°25'N 002°56'W
Laguna de Manjavacas	26/03/93	Castilla-La Mancha	231 ha	39°25'N 002°50'W
Laguna de Pitillas	18/11/96	Navarra	216 ha	42°24'N 001°34'W
Laguna del Prado	26/03/93	Castilla-La Mancha	52 ha	38°55'N 003°49'W
Laguna y Arenal de Valdoviño	26/03/93	Galicia	485 ha	43°36'N 008°10'W
Lagunas de Alcázar de San Juan	26/03/93	Castilla-La Mancha	240 ha	39°24'N 003°15'W
Lagunas de Cádiz (Laguna de Medina y Laguna Salada)	05/12/89	Andalucía	158 ha	36°37'N 006°03'W
Lagunas de la Mata y Torrevieja	05/12/89	Comunidad Valenciana	3,693 ha	38°00'N 000°42'W
Lagunas de Laguardia (Alava): Carralagroño, Carravalseca, Prao de la Paul y Musco	09/12/96	País Vasco	45 ha	42°32'N 002°33'W
Lagunas de Puebla de Beleña	20/12/02	Castilla-La Mancha	191 ha	40°53'N 003°15'W
Lagunas de Villafáfila	05/12/89	Castilla-León	2,854 ha	41°49'N 005°37'W
Lagunas del sur de Córdoba (Zóñar, Rincón y Amarga)	05/12/89	Andalucía	86 ha	37°29'N 004°41'W
Las Tablas de Daimiel MR	04/05/82	Castilla-La Mancha	1,928 ha	39°09'N 003°40'W
Mar Menor	04/10/94	Murcia	14,933 ha	37°43'N 000°48'W
Marismas de Santoña	04/10/94	Cantabria	6,907 ha	43°25'N 003°26'W
Marismas del Odiel	05/12/89	Andalucía	7,185 ha	37°17'N 006°55'W
Marjal de Pego-Oliva	04/10/94	Comunidad Valenciana	1,290 ha	38°52'N 000°04'W
Pantano de El Hondo	05/12/89	Comunidad Valenciana	2,387 ha	38°10'N 000°42'W
Paraje Natural Brazo del Este	27/01/06	Andalucía	1,362 ha	37°08'N 006°02'W

Paraje Natural Lagunas de Palos y Las Madres	27/01/06	Andalucía	635 ha	37°09'N 006°52'W
Paraje Natural Punta Entinas-Sabinar	27/01/06	Andalucía	1,948 ha	36°42'N 002°42'W
Parque Nacional de Aigüestortes i Estany de Sant Maurici	27/01/06	Cataluña	39,979 ha	42°34'N 000°56'E
Prat de Cabanes-Torreblanca	05/12/89	Comunidad Valenciana	812 ha	40°14'N 000°12'E
Reserva Natural Complejo Endorreico de Espera	27/01/06	Andalucía	514 ha	36°52'N 005°52'W
Reserve Natural Laguna de los Jarales	27/01/06	Andalucía	147 ha	37°18'N 004°34'W
Reserva Natural Laguna de Tiscar	27/01/06	Andalucía	185 ha	37°25'N 004°49'W
Reserva Natural Laguna del Chinche	27/01/06	Andalucía	221 ha	37°36'N 004°09'W
Reserva Natural Laguna del Conde o El Salobral	27/01/06	Andalucía	345 ha	37°34'N 004°12'W
Reserva Natural Laguna Honda	27/01/06	Andalucía	368 ha	37°35'N 004°08'W
Reserva Natural Lagunas de Campillos	27/01/06	Andalucía	1,342 ha	37°02'N 004°49'W
Ría de Mundaka-Guernika	26/03/93	País Vasco	945 ha	43°22'N 002°40'W
Ría del Eo	04/10/94	Galicia, Asturias	1,740 ha	43°30'N 007°01'W
Rías de Ortigueira y Ladrado	05/12/89	Galicia	2,920 ha	43°42'N 007°47'W
Saladar de Jandía	24/10/02	Canarias	127 ha	28°03'N 014°20'W
S'Albufera de Mallorca	05/12/89	Baleares	1,700 ha	39°49'N 003°07'E
Salburua	24/10/02	País Vasco	174 ha	42°51'N 002°39'W
Salinas de Ibiza y Formentera	30/11/93	Baleares	1,640 ha	38°46'N 001°26'E
Salinas de Santa Pola	05/12/89	Comunidad Valenciana	2,496v	38°08'N 000°37'W
Salinas del Cabo de Gata	05/12/89	Andalucía	300 ha	36°44'N 002°12'W
Txingudi	24/10/02	País Vasco	128 ha	43°20'N 001°47'W

SYRIAN ARAB REPUBLIC / RÉPUBLIQUE ARABE SYRIENNE / REPÚBLICA ÁRABE SIRIA (1 Ramsar site, 10,000 hectares)

Sabkhat al-Jabbul Nature Reserve	05/03/98	Halap	10,000 ha	36°04'N 037°30'E
----------------------------------	----------	-------	-----------	------------------

TUNISIA / TUNISIE / TÚNEZ (20 Ramsar sites, 726,541 hectares)

Ain Dahab	07/11/07	Siliana	560 ha	35°53'N 009°28'E
Bahiret el Bibane	07/11/07	Médenine	39,266 ha	33°15'N 011°15'E
Barrage Lebna	07/11/07	Nabeul	1,147 ha	36°45'N 010°54'E
Chott El Jerid	07/11/07	Tozeur, Kebili	586,187 ha	33°42'N 008°24'E
Djerba Bin El Ouedian	07/11/07	Médenine	12,082 ha	33°40'N 010°55'E
Djerba Guellala	07/11/07	Médenine	2,285 ha	33°42'N 010°44'E
Djerba Ras Rmel	07/11/07	Médenine	1,856 ha	33°52'N 010°54'E
Garaet Sidi Mansour	07/11/07	Gafsa	2,426 ha	34°14'N 009°29'E
Ichkeul MR	24/11/80	Bizerte	12,600 ha	37°10'N 009°40'E
Iles Kneiss avec leurs zones intertidales	07/11/07	Sfax	22,027 ha	34°22'N 010°20'E
Lac et Tourbière de Mejen Ech Chitan	07/11/07	Bizerte	7 ha	37°09'N 009°06'E
Lagune de Ghar el Melh et	07/11/07	Bizerte, Ariana	10,168 ha	37°06'N 010°11'E

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

Delta de la Mejerda				
Lagunes du Cap Bon oriental	07/11/07	Nabeul	504 ha	36°33'N 010°51'E
Les Tourbières de Dar Fatma	07/11/07	Jendouba	13 ha	36°48'N 008°46'E
Salines dy Thyna	07/11/07	Sfax	3,343 ha	34°39'N 010°43'E
Sebkhet Kelbia	07/11/07	Sousse	8,732 ha	35°50'N 010°15'E
Sebkhet Noual	07/11/07	Sidi Bou Zid, Sfax	17,060 ha	34°25'N 009°45'E
Sebkhet Sejoumi	07/11/07	Tunis	2,979 ha	36°45'N 010°09'E
Sebkhet Soliman	07/11/07	Nabeul	880 ha	36°43'N 010°29'E
Zones humides Oasiennes de Kebili	07/11/07	Kebili	2,419 ha	33°30'N 008°55'E

TURKEY / TURQUIE / TURQUÍA (12 Ramsar sites, 179,482 hectares)

Akyatan Lagoon	15/04/98	Adana	14,700 ha	36°37'N 035°16'E
Gediz Delta	15/04/98	Izmir	14,900 ha	38°30'N 026°55'E
Göksu Deltasi	13/07/94	Mersin	15,000 ha	36°18'N 033°58'E
Kizilirmak Delta (Kizilirmak Deltasi)	15/04/98	Samsun	21,700 ha	41°40'N 036°05'E
Kizören Obrouk	02/05/06	Konya	127 ha	38°20'N 033°20'E
Lake Burdur	13/07/94	Burdur, Isparta	24,800 ha	37°44'N 030°11'E
Lake Kus (Manyas)	13/07/94	Balikesir	20,400 ha	40°12'N 028°00'E
Lake Seyfe (Seyfe Gölü)	13/07/94	Kirsehir	10,700 ha	39°12'N 034°25'E
Lake Uluabat	15/04/98	Bursa	19,900 ha	40°10'N 028°35'E
Meke Maar	21/07/05	Konya	202 ha	37°41'N 033°38'E
Sultan Marshes	13/07/94	Kayseri	17,200 ha	38°20'N 035°17'E
Yumurtalik Lagoons	21/07/05	Adana	19,853 ha	36°42'N 035°38'E

Appendice 2 Extract from Law n° 95-72, dated 24 July 1995, establishing the Agency for the Protection and Planning of the Coastline (APAL) in Tunisia

Sand dunes are mentioned (Article 1, § 1) among the elements concerned by the environmental protection mission assigned to APAL

Article One: The subject of this law is to establish an agency for environmental protection of the coastline, defined as being the contact zone where the ecological and biological relationship between land and sea and their direct and indirect interaction actually take place.

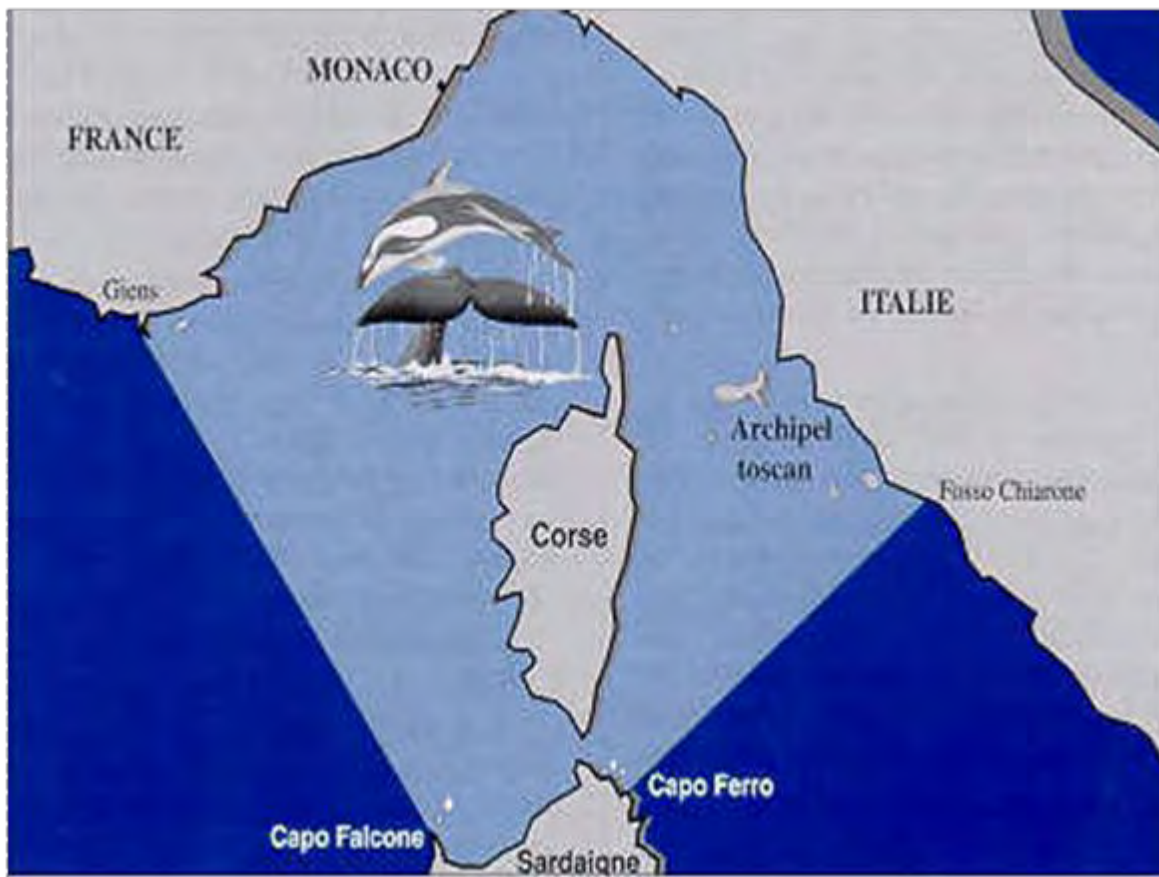
Environmental protection relates, in particular, to:

1 – The sea shore, beaches, sebkhas (marshes), sand dunes, islands, cliffs and the various constituents of the maritime public domain, except for fortresses and other defence structures.

2 – The inland areas, within variable boundaries according to the extent of climatic, natural and human interaction between them and the sea, such as coastal forests, estuaries, marine capes and coastal wetlands.

The perimeter of the coastal area shall be specified by decree, upon proposal by the Minister in charge of the environment.

Appendice 3 Sanctuary for marine mammals in Liguria Sea



Appendice 6 Example of charters adopted locally for the diving activity

CHARTRE DE LA PLONGEE AU VIEUX PASSAGE

Vous vous apprêtez à plonger dans le site du VIEUX PASSAGE, en accord avec la Municipalité de PLOUHINEC et le Comité Interrégional BRETAGNE – Pays de LA LOIRE de la FFESSM (CIBPL), nous vous demandons de respecter les consignes suivantes :

- Ne vous gardez pas en dehors des emplacements autorisés, dans le cas où toutes les places sont occupées, recherchez une autre zone de plongée.
- N'éalez pas votre matériel de plongée afin de ne pas gêner la circulation des véhicules.
- Changez vous avec un minimum de pudeur et de discrétion, votre attitude peut gêner les riverains.
- Le lieu de plongée doit être signalé.
- La zone autorisée à la plongée est matérialisée par le plan ci dessous.
- La mise à l'eau et le retour doivent se faire à partir du point indiqué sur le plan.
- Vous êtes dans une zone portuaire, vous ne devez en aucun cas vous trouver en surface entre les bateaux.
- Au retour de votre plongée, vous ne devez pas rincer votre matériel avec le robinet situé sur le parking.
- Plongée de nuit interdite sans autorisation exceptionnelle délivrée par la Mairie

LE NON RESPECT DE CES CONSIGNES PAR QUELQUES UNS EST PREJUDICABLE A TOUS !

Le maire de PLOUHINEC

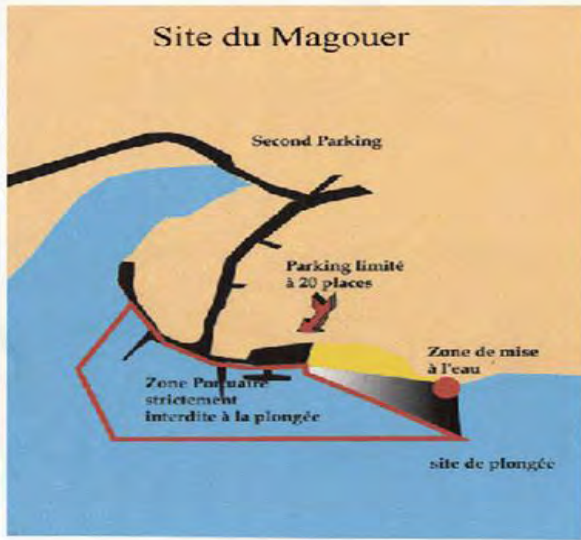


Le Président du CIBPL






Site du Magouer



CHARTRE DE LA PLONGÉE EN RIA D'ETEL

Vous vous apprêtez à plonger dans le site du MAGOUER ou du VIEUX PASSAGE, en accord avec la municipalité de PLOUHINEC et le Comité Interrégional BRETAGNE Pays de LA LOIRE de la FFESSM (CIBPL), nous vous demandons de respecter les consignes suivantes :

- Ne vous gardez pas en dehors des emplacements autorisés, dans le cas où toutes les places sont occupées, recherchez une autre zone de plongée.
- N'éalez pas votre matériel de plongée afin de ne pas gêner la circulation des véhicules.
- Changez vous avec un minimum de pudeur et de discrétion, votre attitude peut gêner les riverains.
- Le lieu de plongée doit être signalé.
- La zone autorisée à la plongée est matérialisée par le plan ci dessous.
- La mise à l'eau et le retour doivent se faire à partir du point indiqué sur le plan.
- Vous êtes en limite d'une zone portuaire, vous ne devez en aucun cas vous trouver en surface entre les bateaux.
- Au retour de votre plongée, vous ne devez pas rincer votre matériel avec le robinet situé sur le parking.

LE NON RESPECT DE CES CONSIGNES PAR QUELQUES UNS EST PRÉJUDICABLE A TOUS !

Le maire de PLOUHINEC

Le Président du CIBPL

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Box 1 Distribution in depth of coralline formations in various areas of the Mediterranean (sub-horizontal to horizontal substrata).....	633
Table 1 Main threats and hazards to marine and coastal biodiversity in Mediterranean countries(those underlined bear a direct connection with tourism)	638
Table 2 Projects approved by the GEF Council aimed at promoting sustainable tourism	642
Appendice 1 Wetlands of international importance declared by Mediterranean countries Parties to the Ramsar Convention on Wetlands	644
Appendice 2 Extract from Law n° 95-72, dated 24 July 1995, establishing the Agency for the Protection and Planning of the Coastline (APAL) in Tunisia	653
Appendice 3 Sanctuary for marine mammals in Liguria Sea	653
Appendice 4 Example of bird watching tourism routes marketed via the Internet.....	654
Appendice 5 Example of tourism impacts on an oasis	654
Appendice 6 Example of charters adopted locally for the diving activity.....	655

YACHTING AND CRUISING: CURRENT SITUATION AND FUTURE PROSPECTS

Alberto Cappato, IIC Secretary General

Sara Canevello, Maritime Transport Economist, IIC Senior Consultant

TABLE OF CONTENTS

I. Boating and cruising in the Mediterranean: Current status and future prospects	659
1. Geographical context of the study: The Mediterranean Sea	659
2. Study subject.....	660
II. The boating market.....	661
1. Context on global level.....	661
2. Mediterranean routes	667
3. Sector performance.....	672
4. The economic impact of the sector	675
III. The Boating sector	679
1. International context.....	679
2. Pleasure boat building.....	681
3. Chartering.....	683
4. Status of sailing ports in the Mediterranean.....	683
IV. Tourism and Environment.....	686
1. Background	686
2. Environmental sustainability: The variables to be considered	688
V. Websites visited	694
VI. Bibliographie	696
VII. Appendices	697
1. Annex 1	697
2. Annex 2 – features of Boating ports in the Mediterranean (available on plan bleu web site).....	698
VIII. Table of illustrations	699

I. BOATING AND CRUISING IN THE MEDITERRANEAN: CURRENT STATUS AND FUTURE PROSPECTS

1. Geographical context of the study: The Mediterranean Sea

The Mediterranean (from the Latin *Mediterraneus*, which means "between lands") lies between Europe, Africa and Asia. Its position has placed it for centuries at the heart of flows of populations and exchanges between the civilizations of the whole world. The Mediterranean was regularly a hub for global traffic of goods; at the dawn of the third millennium, the Mediterranean region is once again one of the most frequented places worldwide for most diverse reasons and functions: commercial, social and tourism.

Its area covers more than 2.5 million km². Its coastline stretches along more than 46.000 km; with an average depth of 1.500 metres at most, it is a half-closed sea. Consequently, water renewal by inflow of ocean water takes between 80 and 100 years (approximately 37.000 km³ of water arrive every year from the Atlantic Ocean, the only opening) via two inlets which are the Strait of Gibraltar, of about 14 km in width, and the Suez Canal, with only a few metres in width.

The Mediterranean basin accounts for about 20% of the world's coastal perimeter¹, 15% of its population and 16% of its trade activities. Approximately 30% of the global volumes of the international sea traffic have, as transit or final destination, at least one Mediterranean port.

With regard to biodiversity, it is one of the richest seas in the world: 7.5% of all the animal species and 18% of the marine flora, for a sea which accounts for hardly 0.7 % of the total area of the oceans. The flora and fauna of the Mediterranean are mainly temperate and tropical zone species, of which 30% are endemic.

The Mediterranean countries have a population counting about 450 million inhabitants, to which there come to be added every year 170 million tourists. The basin-side residents, in a strict sense, are 70 million (data for the year 2000).

The saturation of the maritime traffic in the Mediterranean, illicit actions, as well as the effects of global warming represent significant risks, with repercussions on the local economies of the riparian countries. Its water borders the countries of Europe, the Middle-East and North Africa, which makes the region a particularly complex area from a political, economic and geographical point of view, but also a unique and diverse area from an environmental point of view.

¹ Out of a world total of 205 000 km of coast, of which 32 000 in Europe, 26 000 in Africa, 57 000 in Asia, 69 500 in the Americas and 20 500 in Australia, the 46 000 km of the Mediterranean coastline account for approximately 20%.

Map 1 The Mediterranean basin



2. Study subject

Previous works by Plan Bleu on the environment and development—before even the advent of the concept of sustainable development—had highlighted the interactions between demography, economic development and pressure on the coastline and on the natural resources, such as water and the natural medium. This study, which does not claim to be exhaustive (given the complexity of the phenomenon under consideration), purports to be a **retrospective analysis of the cruising and boating sectors**, with an in-depth examination of the possible evolutions of the two phenomena, both of which report a strong growth in particular in the Mediterranean. During the last ten years, out of the 170 million tourists arriving yearly on the Mediterranean Coast more and more cruisers and boaters can be found. That is why particular attention must be paid to the evolution of these two types of phenomena to better understand the impacts on the Mediterranean that can be generated by the developments of cruising and boating, as well as the other anthropogenic activities.

Today, the Mediterranean Sea is no longer a mere infrastructure of transport and connection between Europe and Africa (via an increasingly strong development of Sea Highways, whether for passenger or for goods traffic) and between the East and the West for container traffic. Recently, the sea has become one of the most demanded destinations for organized touristic routes, (high growth of the cruising market) and "self-made" ones (boating and chartering).

The Mediterranean offers the possibility to sail in a protected sea, well-furnished with boarding sites and ports, a sea characterized by a marked presence of a large variety of historical and cultural sites, with favourable weather conditions for the most part of the year. This element has allowed the **spreading of a favourable season over almost the whole year**, thus resulting in a high growth of tourism flows, particularly of cruisers. While, some ten years ago, the high season's months for the cruising activity in the Mediterranean were

limited to April-June and September-October, **today the phenomenon is well distributed throughout the year.**

A good degree of political stability (that is, apart from the recent conflicts in the far eastern zone of the Mediterranean—which has not, as yet, become a chosen zone for cruiser routes) is to be added to the above mentioned feature, , which explains why, over the past ten years, the cruising phenomenon has reported a strong growth. It is worth pointing out, however, that this is a sector which is highly sensitive to situations of crisis on global level (in view of which the security measures taken by companies have become quite significant since the events of September 2001²).

On the other hand, **the evaluation of the consistency and figures on boating** is much more difficult, being an increasing phenomenon especially on the northern Mediterranean coasts, which offer about 300.000 moorings and over 750 marinas, against 130 marinas of the southern coasts (with about 20 000 moorings corresponding, for instance, to the number of moorings available just in the Liguria Region (Italy).

II. THE BOATING MARKET

1. Context on global level

On a global level, the cruising sector has reported a steady growth for the past 25 years. Over the recent 15 years the pace has been particularly high in view of a great demand for Central American destinations (with the Caribbean being in the lead) originating from North America.

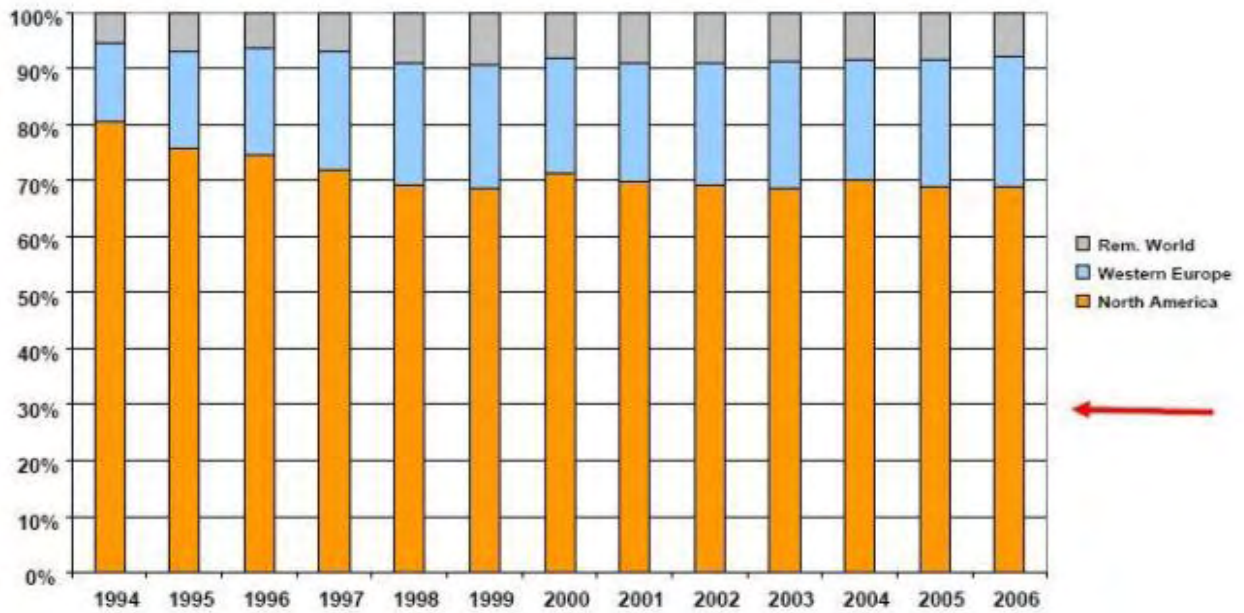
Table 1 Evolution of the number of cruisers in millions

REGION	1995	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
North America	4,35	4,61	6,88	6,91	7,70	8,23	9,14	9,96	10,38	12,00
Europe	1,00	1,20	2,06	2,14	2,39	2,76	2,87	3,19	3,48	4,00
Others	0,37	0,44	0,78	0,87	0,97	1,05	1,13	1,21	1,29	1,50
TOTAL	5,72	6,26	9,72	9,91	11,05	12,04	13,13	14,36	15,15	17,50
% Europe	17,5%	19,%	21 %	21,5%	21,5%	23 %	22 %	22,2%	23 %	22,8%

Source: G.P. Wild

² In the Mediterranean, the last serious accident occurred in October 1985 when an Italian cruise ship, the *Achille Lauro*, was hijacked by a group of terrorists. The episode ended up in the assassination of a passenger.

Graphic 1 Geographical breakdown of cruisers (in percentage)

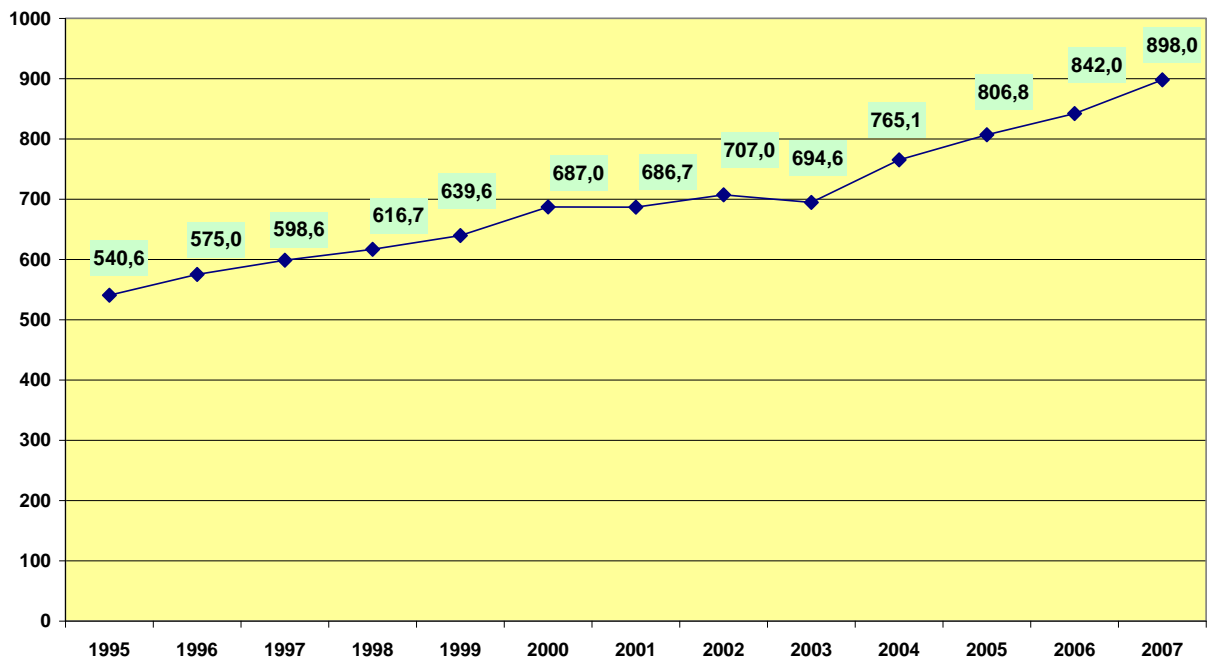


Source: G.P. Wild

Between 1995 and 2007, the **total demand on global level has tripled**. In Europe, it has grown fourfold. In the meanwhile, tourism in general has increased, over the same period, by 54%, passing from 550 million arrivals to 898 million in 2007.

Graphic 2 Evolution of tourism on global level over the period 1995-2007

Tourisme en général (million)

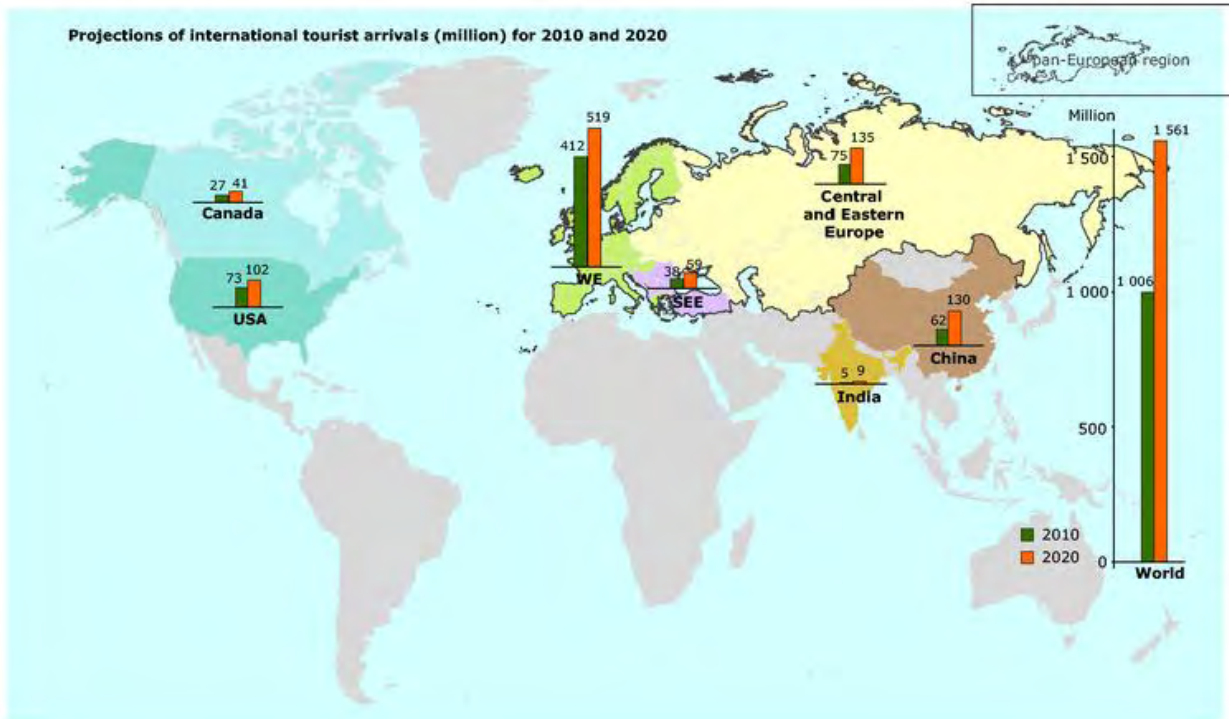


Source: OMT; IIC

Recent forecast produced by the World Tourism Organisation (WTO) project almost a doubling up of tourists for 2020 (up to 1.6 billion arrivals). It is expected that there will be over one billion arrivals by 2010 already, with a market share for Europe exceeding 40%, if the current strongly growing trend is to remain steady. It must be noted that the recent strong rise in oil prices and the marked rise of the US currency with respect to the European one could have different impacts on the tourist flows compared to those envisaged by the WTO.

These flows could globally shift from one region to another, according to the context of the various purchasing powers, which at the time of extension of this ratio, would prefer shifting to countries whose economies are under the influence of the US dollar.

Map 2 Breakdown of tourist flows - Forecasts for 2010 and 2020



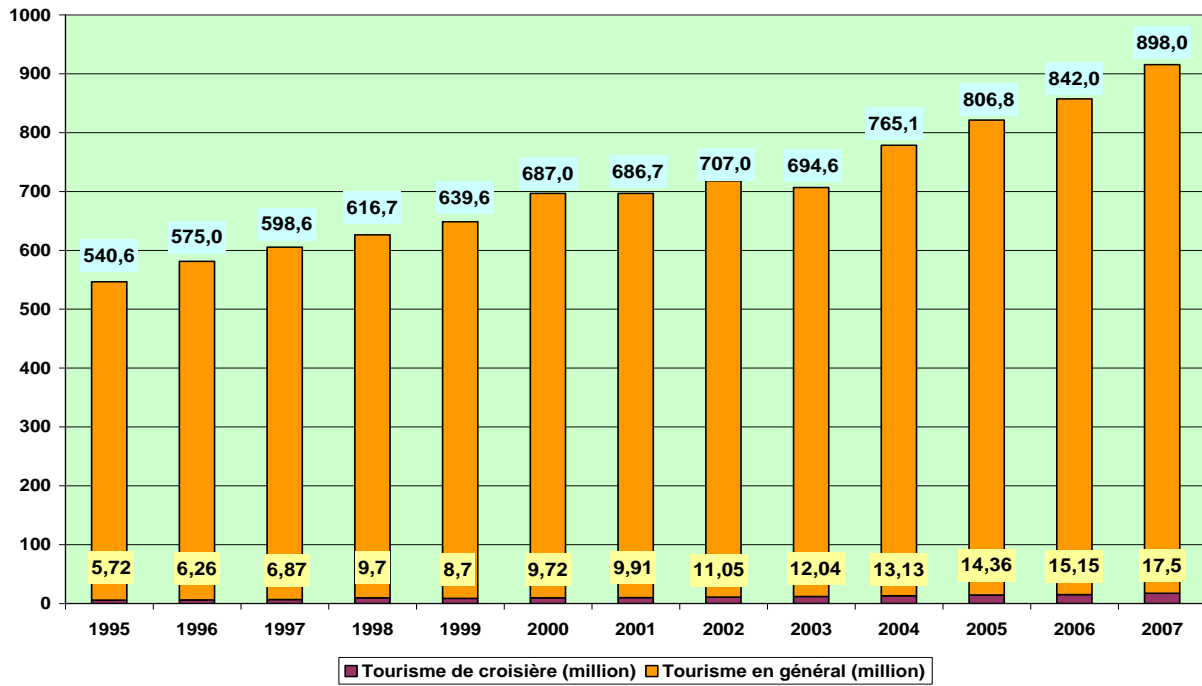
Source: EEA, European Environment Agency

Within this study, a long term scenario envisaging a possible increase in awareness about the effects of anthropogenic activities (of which tourism) on the soundness conditions of the planet, should not be excluded a priori. Because the climate changes foreseen for the years to come will have a non negligible impact on tourist flows worldwide (cf. Chapter 4 further down).

The cruising format, according to official data, accounts for a mere 1.8% of tourism on worldwide level. This means that the growth margins are still quite significant. If the current growth trend is confirmed, over 30 million cruisers can be expected on a global level by 2020

Actually, analyzing the travel motivations, it can be realized that only 51% of the tourism flows collected by international organizations are of the "recreational" type. The remaining portion(16%) pertains to business trips—for which a development in the cruising sector could be envisioned, though not for the near future—and for 27% represents the number of people travelling to visit friends or parents, or for religious or health reasons.

Graphic 3 Cruising tourism figures over total tourism figures on world level



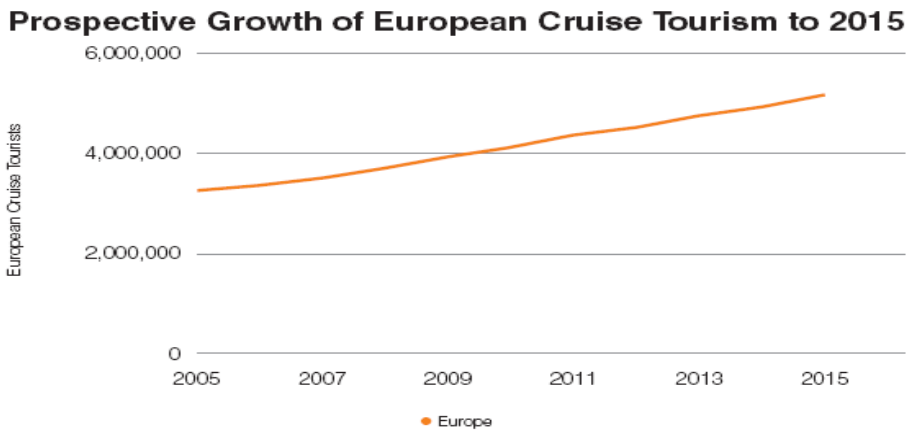
Source: OMT; IIC

The above mentioned data show a substantial underestimation of the cruising activity **by official reports**. The market share of cruising can be estimated as about 4% of the tourism market worldwide, a rate which still has strong increasing margins for the following reasons:

- the formula is, for the moment, a high return one from both a commercial and marketing point of view;
- with a package deal, there is the possibility of spending an average period of time from eight to ten days on a steamer which changes destination each night allowing the passengers, to visit some 5 to 8 different destinations, often in different countries with different history, culture and customs (especially in the Mediterranean) without having to repack their luggage each day.

The forecasts for Europe (comprising cruises in the North and Baltic Seas, (the latter reporting a substantial growth) produced by organizations specialized in analyzing the cruising sector, show an increasing number of passengers by at least 60% from 2005 to 2015. The largest part, of this growth can be imputed to the Mediterranean.

Graphic 4 Forecast growth of the cruising market in Europe up to 2015



Source: ECC – European Cruise Council – Report 2007

The offer concerning cruising nights is in growing steadily, either due to extension of the touristic season lasting nearly all over the year or due to an increasing number of launched boats. During the year 2008, **ten new cruise ships³ are planned to be launched, generating a growth in the offer by +1.6%**. Considering that the cruising market is governed by the offer, the forecasts of the CLIA (Cruise Line International Association) for the current year (2008) foresee about 18 million cruisers on a global level, that means a growth, +1.6% of the demand reported in 2007.

Moreover, the order books for new ships in the various world shipyards are filled up to 2015. **By 2012, there will be 35 new cruise ships in service⁴.**

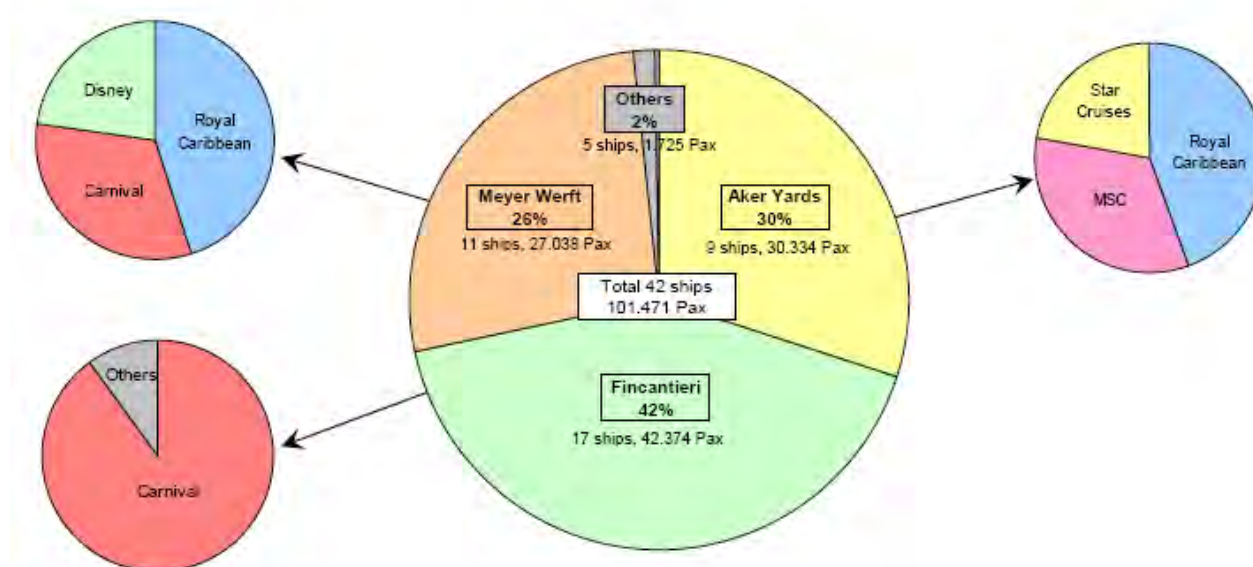
The continuous increasing of ship's sizes characterising the sector makes possible to write off the heavy investments necessary to build a ship (500 million Euros per ship on average) very rapidly (less than five years).

The tables below (dated 2007) show quite clearly the evolution of the sector's offer; it may be observed that the index of **the sector concentration (CR3)⁵ has reached 98%** and that the production capacity in the ship building industry is distributed among the leading cruising companies with an unquestionable leadership by European shipyards. The consequences for the economies of the concerned countries should not be underestimated.

Table 2 Order books of main shipyards

Orders (in Pax) distributed to shipyards

(excl. LOI & Options)



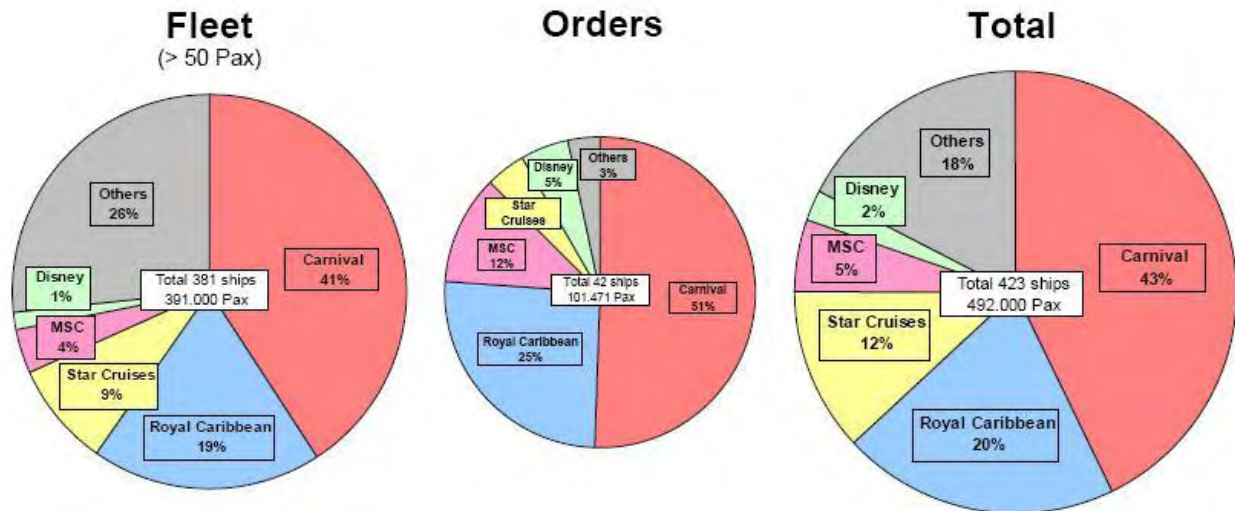
³ At the time of drafting this report (May 2008), four of the ten cruise ships planned for 2008 had already left the shipyards.

⁴ Cf. Annex on the cruising market offer. It must be noted that most cruise ships are built in European shipyards, with quite significant economic and employment-related repercussions.

⁵ The first three industries of the sector share most of the market.

Pax-Capacity distributed to Owners

(excl. LOI & Options)



Source: Meyer Werft

It should be noted that the increasing offer will make it possible for the companies⁶ to **make even more significant economies of scale** which will allow the offer of even more enticing prices to the public and the launch of more aggressive **marketing policies**.

The level of competition obtained with regard to traditional touristic products can be improved in a remarkable way and will, consequently, imply a phenomenon of reorganization and upgrading of the traditional touristic infrastructures now called upon to provide a better response to the demanded requirements in order to address the high rise of the cruising sector.

But does the growth of the latter market have limitations? Of course, it does, because they are endogenous and exogenous to this specific sector.

The general economic situation plays a significant role with regard to demand. Nevertheless, American analysts state that, even in a difficult economic situation as observed presently (end 2007- 2008 - *sub-premium* loans crisis, etc), it is much more probable that American citizens (accounting for approximately 70% of the cruise customers) will give up buying a new car rather than relinquish their holidays. This allows specialists to make forecasts which, though they may not be outstanding, are at least positive.

Increasingly enticing pricing policies, combined with the competition of other typologies of traditional touristic products, can foster a quite remarkable performance.

Moreover, the development of the European and other emerging markets may give a subsequent boost to the cruising market. It may be noted that, since 2006, **some European companies have been testing new routes** (Gulf countries, China) or assigning old boats to less profitable emerging markets, though with a strong growth potential (China).

The high concentration of steamers in the Mediterranean Sea increasingly gives rise to increasing difficulties, either from a logistic or from an operational point of view.

Over the past few years, **the sector growth has been sustained neither by an adequate expansion nor by an adaptation of the ports.**

Today, the traffic of boats and passengers can be managed in a sustainable way (either from the management or environmental point of views) by few ports only.

⁶ The rate of concentration of the sector is quite high – Cf. page 10.

Smaller ships have started to reduce stopovers in congested ports, choosing smaller and less congested ones instead. As in the Caribbean, where three or four cruiser ships, with three thousand passenger each, can be seen every morning at anchor near small splendid locations., the same phenomenon can be seen in some European locations (for example Portofino or St. Tropez with a few thousand passengers in transit for a few hours, in high season).

Cruisers are seldom considered as good customers regarding the direct economic impact on commercial activities of the territories involved in a cruising route, except for a very few of them.

Several analyses commissioned by the port authorities of the northern Mediterranean seafront show that most of the passengers return on board for lunch (given that the meals are covered by the fixed price already paid by the cruisers) and that the average expenditure on land is not remarkable (according to the studies available, the average expenditure ranges from 25 to 75 Euros per passenger and per port of call according to destinations, nationalities, companies and cruising typologies⁷).

In certain cases, it happens that the companies themselves provide organized tours (mostly shopping tours but also cultural, recreational ones) so as to intercept the benefit of their passengers expenditure. Indeed, **the companies get their more significant margins thanks to the expenditure made on board by the customers**, especially, thanks to the trips on land usually organized by the companies themselves. It should be underlined that the number of the "free" cruisers, (those who disembark on visit without courier), is not very significant. This is, however, an increasing phenomenon, accompanied by price reduction, a rise in market share and a development of the *low-cost* formula.

Nevertheless, the economic impact can be different and even quite remarkable in certain territories especially where terminus ports are located. as boats need to be supplied either with fuel, or foodstuffs.

2. Mediterranean routes

The traditional routes may be divided into two groups: those East-bound and those West-bound through the Mediterranean⁸.

The assets of the Mediterranean are:

- its strategic position between Europe, Africa and Asia;
- historical presence of Greek, Roman and Egyptian culture;
- presence of widespread archaeological sites, churches, museums and palaces, with contrasts between ancient and modern art and, above all, a large variety of sites within a limited distance.

All this is set within diverse and breath-taking landscapes, with a pleasant weather prevailing almost throughout the whole year.

But the true **reason behind the success of a cruise in the Mediterranean lies in the diversification of the product** compared with Caribbean standards (even though one must note that a sizable portion of the cruisers, even in the Mediterranean, seldom disembark during the trip). As a matter of fact, this attitude depends, mainly, on the age of the

⁷ On land expenditure varies according to several factors. The studies conducted on this topic reveal significant differences according to location, duration of stopover, but—above all—the typology of the cruise (high luxury, luxury, fair, low). One must also distinguish between the expenditure related to land excursions purchased on board directly from the company and the "free" cruiser expenses. For the sake of illustration, in Nice and in Villefranche, in the course of a survey dated 2001, the average expenditure was of 100 Euros per passenger, while it was of 36 Euros per passenger in Genoa. Another difference may originate from the nature of the stopover (port or call) and the hour of boarding of the passengers. Several passengers return on board for lunch and can disembark again if the nature of the port of call allows it.

⁸ Certain experts of the sector prefer to add a further group highlighting the Black Sea and the Greek islands routes.

passenger. While in Europe the average age of American passengers is sixty years, passengers of European origin are, overall, younger and usually travel with their families.

The Mediterranean Sea thus allows the cruisers to choose among various routes, according to the period of the year in which the trip is made. The number of the ports of call is very significant and has reported a considerable growth since the years 2000. Many ports nominate themselves every year to cruise companies to be included in their routes. The number of *home ports* (i.e., the origin/destination ports of a cruise – terminus route) accounts for hardly 12% of the total stopovers.

The terminus ports must provide those services, not available elsewhere either to the boats, or to the passengers. In the following illustration are listed, as per typology, the main ports of call for steamers in the Mediterranean.

Map 3 Main ports of call in the Mediterranean



(Source: IIC)

Table 3 List of ports of call in the Mediterranean

N. OF PORT	PORT	NATION	PORT TYPE
1	Agadir	Maroc	Port of call
2	Aghios Nikolaos	Greece	Port of call
3	Ajaccio	France – Corse	Port of call
4	Alanya - Antalya	Turquie	Port of call
5	Alexandrie	Égypte	Port of call
6	Alger	Algérie	Port of call
7	Alghero	Italie – Sardaigne	Port of call
8	Alicante	Espagne	Port of call
9	Almería	Espagne	Port of call
10	Amalfi	Italie	Port of call
11	Amorgos	Grèce - Crète	Port of call
12	Ancône	Italie	Port of call Terminus port
13	Argostoli	Grèce - Cephalonia	Port of call
14	Ashdod	Israël	Port of call
15	Barcelona	Espagne	Port of call Terminus port
16	Bari	Italie	Port of call Terminus port
17	Bastia	France - Corse	Port of call
18	Brac	Croatie	Port of call
19	Brindisi	Italie	Port of call
20	Cagliari	Italie - Sardaigne	Port of call

N. OF PORT	PORT	NATION	PORT TYPE
21	Calvi	France - Corse	Port of call
22	Canakkale	Turquie	Port of call
23	Cannes	France	Port of call
24	Capri	Italie	Port of call
25	Carthagène	Espagne	Port of call
26	Casablanca	Maroc	Port of call
27	Castellón	Espagne	Port of call
28	Catane	Italie - Sicile	Port of call Terminus port
29	Ceuta	Espagne	Port of call
30	Civitavecchia - Rome	Italie	Port of call Terminus port
31	Collioure (Port Vendres)	France	Port of call
32	Corfou	Grèce	Port of call
33	Crète	Grèce	Port of call
34	Délos	Grèce	Port of call
35	Dikili	Turquie	Port of call
36	Dubrovnik	Croatie	Port of call
37	Durrës	Albanie	Port of call
38	Fethiye	Turquie	Port of call
39	Fiskardho	Grèce - Cephalonia	Port of call
40	Folegandros	Grèce	Port of call
41	Gabès	Tunisie	Port of call
42	Gênes	Italie	Port of call Terminus port
43	Giannutri	Italie	Port of call
44	Gibraltar	Maroc	Port of call
45	Haïfa	Israël	Port of call
46	Héraklion	Grèce - Crète	Port of call
47	Ibiza	Espagne - Îles Baléares - Ibiza	Port of call
48	Îles Baléares	Espagne	Port of call
49	Ilos	Grèce	Port of call
50	Itea	Grèce	Port of call
51	Izmir - Smyrne	Turquie	Port of call
52	Katakolon	Grèce	Port of call
53	Kavala	Grèce	Port of call
54	Khios	Grèce	Port of call
55	Koper	Slovenia	Port of call
56	Korčula	Croatie	Port of call
57	Kos	Grèce	Port of call
58	Kotor	Montenegro	Port of call
59	Kuşadası	Turquie	Port of call
60	La Goulette - Tunis	Tunisie	Port of call
61	La Rochelle	France	Port of call
62	La Savina	Espagne - Îles Baléares - Formentera	Port of call
63	La Spezia	Italie	Port of call
64	La Valette	Malte	Port of call Terminus port
65	Larnaca	Cyprus	Port of call
66	Lattakia	Sirie	Port of call
67	Le Lavandou	France	Port of call
68	Lemnos ou Límnos	Grèce	Port of call
69	Limassol	Cyprus	Port of call
70	Lipari	Italie - Sicile	Port of call
71	Livourne	Italie	Port of call
72	Mahón ou Maó	Espagne - Îles Baléares - Minorque	Port of call

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

N. OF PORT	PORT	NATION	PORT TYPE
73	Málaga	Espagne	Port of call
74	Marmaris	Turquie	Port of call
75	Marseille	France	Port of call Terminus port
76	Messina - Taormina	Italie - Sicile	Port of call Terminus port
77	Milo ou Milos	Grèce	Port of call
78	Molyvos	Grèce - Lesvos	Port of call
79	Monemvasia ou Malvoisie	Grèce	Port of call
80	Monte-Carlo	Monaco	Port of call
81	Motril	Espagne	Port of call
82	Myconos ou Mykonos	Grèce	Port of call
83	Mytilène Lesbos	Grèce - Lesvos	Port of call
84	Nafplio - Nauplie	Grèce	Port of call
85	Naples	Italie	Port of call Terminus port
86	Navplion	Grèce	Port of call
87	Naxos	Grèce	Port of call
88	Olbia	Italie - Sardaigne	Port of call
89	Olimpia	Grèce	Port of call
90	Palamos	Espagne	Port of call
91	Palerme	Italie - Sicile	Port of call Terminus port
92	Palma de Majorque	Espagne - Îles Baléares - Majorque	Port of call Terminus port
93	Paphos	Cyprus	Port of call
94	Paros	Grèce	Port of call
95	Patmos	Grèce	Port of call
96	Pescara	Italie	Port of call
97	Pirée	Grèce	Port of call Terminus port
98	Ploce	Croatie	Port of call
99	Pollensa	Espagne - Îles Baléares - Majorque	Port of call
100	Poltu Quatu	Italie - Sardaigne	Port of call
101	Poros	Grèce	Port of call
102	Port Saïd	Égypte	Port of call
103	Porto Azzurro	Italie – Île d'Elbe	Port of call
104	Porto Cervo	Italie - Sardaigne	Port of call
105	Porto Empedocle	Italie – Sicile	Port of call
106	Portoferraio	Italie - Île d'Elbe	Port of call
107	Portofino	Italie	Port of call
108	Propriano	France – Corse	Port of call
109	Pula	Croatie	Port of call
110	Rapallo	Italie	Port of call
111	Ravenna	Italie	Port of call
112	Rethimnon	Grèce - Crète	Port of call
113	Rhodes	Grèce	Port of call
114	Rijeka	Croatie	Port of call
115	Rovinj	Croatie	Port of call
116	Safaga	Égypte	Port of call
117	Saint Raphaël	France	Port of call
118	Saint-Tropez	France	Port of call
119	Santa Margherita Ligure	Italie	Port of call
120	Santorini	Grèce	Port of call
121	Sarande	Albanie	Port of call
122	Savone	Italie	Port of call Terminus port
123	Sérifos	Grèce	Port of call
124	Sète	France	Port of call

N. OF PORT	PORT	NATION	PORT TYPE
125	Šibenik	Croatie	Port of call
126	Sorrente	Italie	Port of call
127	Spetses	Grèce	Port of call
128	Split	Croatie	Port of call
129	Syracuse	Italie - Sicile	Port of call
130	Tanger	Maroc	Port of call
131	Tarragone	Espagne	Port of call
132	Taşucu	Turquie	Port of call
133	Thessalonique	Kosovo	Port of call
134	Toulon	France	Port of call Terminus port
135	Trieste	Italie	Port of call Terminus port
136	Tripoli	Lybie	Port of call
137	Trogir	Croatie	Port of call
138	Tunis	Tunisie	Port of call
139	Valencia	Espagne	Port of call
140	Venice	Italie	Port of call Terminus port
141	Villefranche - Nice	France	Port of call Terminus port
142	Volos	Grèce	Port of call
143	Xlendi	Malte - Île de Gozo	Port of call
144	Zadar	Croatie	Port of call
145	Zakinthos	Grèce	Port of call

Source: IIC

The large number of home ports⁹ allows the organisation of fairly differentiated routes (**due to the presence along the Mediterranean coast, of a port of call every 300 km**), but steamers still need dedicated technical and infrastructural facilities to ensure an appropriate service level, that are not available every 300 kilometres.

The infrastructural elements necessary for a port, in order to enable it to receive cruise ships, are:

- suitable quays;
- operational passenger terminals (especially in terminus ports);
- Very high security level - (ISPS code¹⁰, x-ray scanners, metal detectors);
- A high quality logistics network for supply;
- An organised and efficient luggage handling service;
- Efficient check-in procedures;
- Optimisation of land transfers via reliable connections with the transport network (railway and airport).

Concerning the services made available by the ports, it is essential to ensure:

- Good quality reception service (tourism information and passenger assistance services);
- High quality access to public transport system;
- Personal safety devices;
- Notice-boards for tourists (cruisers, in particular) ;
- Well signalled pedestrian routes;
- Efficient public transport network;
- Flexible shop opening timetables;
- Local support to trips organised by the cruise companies.

⁹ These are either terminus ports, or ports of call.

¹⁰ ISPS Code: International Ship and Port Facilities Security. For further details, please consult: www.trans-inst.org/seawords.htm#i

Several Mediterranean ports have been recently constructed, either directly, or with the participation of cruise companies. In some of the terminals dedicated to this kind of traffic (such as Barcelona, Marseilles, Savona, Civitavecchia, etc.) **cruise companies increasingly seek exclusive management** in order to ensure a better service level.¹¹

While owning a terminus port for one or several companies implies, the possibility of generating positive effects on the local economies for a given territory, **owning a mere port of call may bring more drawbacks than advantages** if the various direct and indirect impacts on the territory (economic and employment repercussions, etc) and on the environment are considered..

3. Sector performance

The latest official and complete data available on the sector date back to 2006.

By the end of 2006, there were 44 Europe-based companies with 118 operating ships offering a 102 000 sleeping accommodations, 47 other ships belonging to non-European companies with a 51 300 sleeping accommodations should be added.

The number of European passengers choosing a cruise (worldwide) amounted to 3.4 million.

Over 3.6 million passengers embarked in Europe, 80% of them were European residents, (nearly 2.9 million passengers)¹².

Many European routes are being developed in the Mediterranean, where in 2006, there were 138 operating ships with a 132 710 sleeping accommodations.

The potential capacity of these ships amounted to 2.1 million passengers spread over 2107 cruises, with a total capacity of 17.2 million passengers per nights for eight-night cruises on average. Forecasts for 2007 are, according to J.P. Wild, of 22 million passengers per nights, reaching 25 million in 2008 (season in progress).

The Mediterranean ports reporting best performances are shown in the following tables. The first table shows the main ports, according to the number of passengers (in thousands), for either terminus port or port of call¹³ with reference to the latest available data (2006).

The second table shows the evolution in number of passengers (as an absolute value) from 2004 to 2006 in the main terminus ports located, mainly, in Spain and Italy.

¹¹ Striking in this regard is the case of the company Costa which forsook Genoa as reference terminus for Savone where the company invested several million Euros to build a "Palacroisière" which now holds exclusive management.

¹² This means that over 500 000 European citizens have chosen a cruise outside of Europe and, hence, have taken the plane to their final destination, that is, a minimum of 2500 outbound flights and 2500 inbound flights. If one were to add non-European passengers (having chosen a cruise in Europe), there would need to be reckoned a further 7200 round-trip flights.

¹³ It must be noted in this case that the terminus ports passengers are, generally, counted twice, that is, once upon boarding and once at end of the cruise.

Table 4 Most frequented ports in number of passengers

PORTS	NUMBER OF PASSENGERS, 2006			
	EMBARKED	DISEMBARKED	PORTS OF CALL	TOTAL
Barcelone	389	393	625	1407
Civitavecchia	258	258	684	1200
Palma Majorque	240	240	525	1005
Naples	50	59	862	972
Savone	299	299	1	599
Venise	362	363	161	886

Source: MedCruise, Cruise

Table 5 Terminus ports

PORT TETE DE LIGNE	PAYS	2004	2005	2006
Barcelone	Espagne	1 024 851	1 228 561	1 407 179
Civitavecchia	Italie	659 277	983 171	1 200 118
Palma Majorque	Espagne	744 974	877 912	1 005 000
Venise	Italie	677 976	815 153	885 664
Savone	Italie	530 057	595 859	599 000
Pirée (Athènes)	Grèce	407 723	502 308	771 241
Gênes	Italie	310 000	362 000	473 333

Source: MedCruise, Cruise Europe and port

The following table shows the evolution of the passengers' number in the main Mediterranean ports. Note the performance of the ports of Cannes (France), Piraeus (Greece), Civitavecchia (port of Rome – Italy) and Monte Carlo (Principality of Monaco).

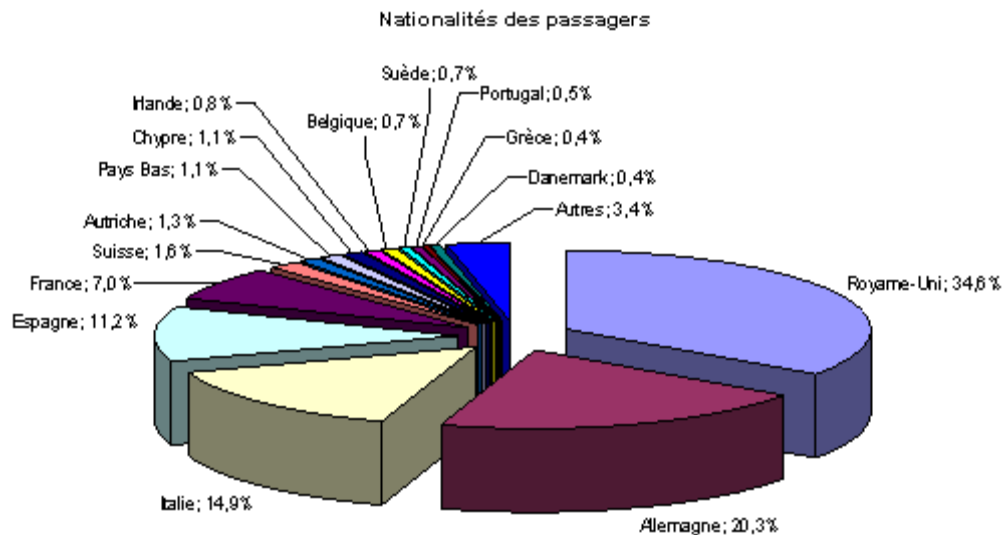
Table 6 Performance in number of cruises

PORTS	PAYS	2004	2005	2006	VAR % 04/06
Barcelone	Espagne	1 024 851	1 228 561	1 407 179	37,31
Civitavecchia	Italie	656 277	983 171	1 200 118	82,87
Palma Majorque	Espagne	744 974	877 912	1 005 000	34,90
Naples	Italie	773 223	830 158	971 874	25,69
Venise	Italie	677 976	815 153	885 664	30,63
Pirée (Athènes)	Grèce	407 723	502 308	771 241	89,16
Savone	Italie	530 057	595 859	599 000	13,01
Gênes	Italie	310 000	362 000	473 000	52,58
Livourne	Italie	387 385	364 908	466 287	20,37
Nice/Villefranche	France	380 210	364 908	466 287	22,64
Limassol/Larnaka	Chypre	378 580	384 670	448 815	18,55
Marseille	France	337 022	361 000	400 000	18,69
Valette	Malta	291 225	320 263	397 673	36,55
Palerme	Italie	193 197	329 589	320 632	65,96
Bari	Italie	262 888	277 979	303 338	15,39
Messine	Italie	219 619	229 935	292 000	32,96
Malaga	Espagne	209 149	204 535	222 275	6,28
Monte Carlo	Monaco	124 309	133 110	219 125	76,27
Kusadasi	Turquie	Nd	Nd	218 603	nd
Gibraltar	Gibraltar - uk	162 780	188 810	210 799	29,50

PORTS	PAYS	2004	2005	2006	VAR % 04/06
Ajaccio	France	144 041	163 608	164 495	14,20
Cannes	France	70 361	129 675	158 729	125,59
Alexandria	Egypte	129 808	159 828	155 700	19,95
Toulon/st-tropez	France	110 506	89 873	140 391	27,04
Valence	Espagne	105 461	106 724	88 170	-16,40

With regard to the nationality of the passengers, the English, the Germans, the Italians, the Spaniards and the French account together for 88% of the total.

Graphic 5 Nationality of the passengers

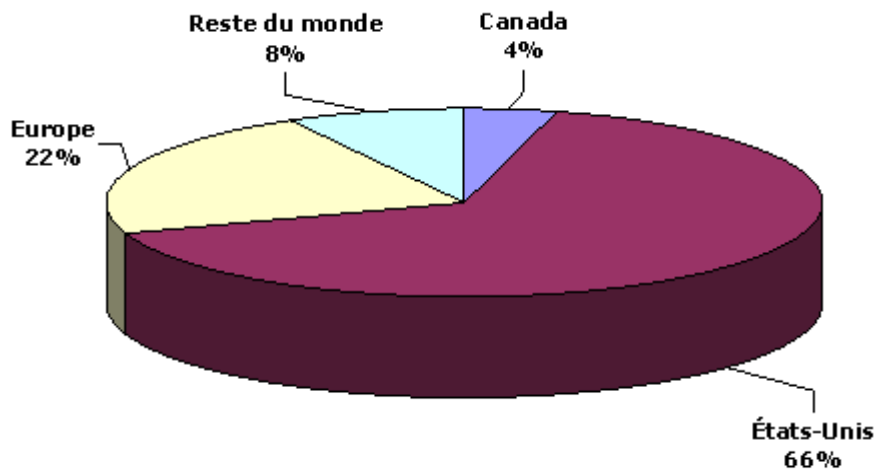


COUNTRY	NUMBER OF PASSENGERS	%
Royaume-Uni	1 204 000	34,6%
Allemagne	705 000	20,3%
Italie	517 000	14,9%
Espagne	391 000	11,2%
France	242 000	7,0%
Suisse	56 000	1,6%
Autriche	44 000	1,3%
Pays Bas	38 600	1,1%
Chypre	38 100	1,1%
Irlande	28 800	0,8%
Belgique	24 300	0,7%
Suède	23 000	0,7%
Portugal	18 000	0,5%
Grèce	15 000	0,4%
Danemark	13 900	0,4%
Autres	116 300	3,4%
Total	3 475 000	100,00%

Source: European Cruise Council

The following graph shows the weight of Europe in the global context of the sector according to the number of passengers:

Graphic 6 Global context of the sector in terms of number of passengers



Source: J.P. Wild

4. The economic impact of the sector

The evaluation of the economic impact of the sector is issued yearly by "The European Cruise Council". For 2006, the direct impact of the sector in Europe was estimated to 10.6 billion Euros with an increase of 27% compared to 2005.

The breakdown is as follows:

- the passengers spent 2 billion Euros during their visits (the calculation also includes pre- and post-cruise expenditure in home ports and all purchases: gifts, etc). Compared to 2005, there was an increase of 22%;
- the economic impact produced by shipyards amounted to 4.1 billion, with an increase of 32% compared to 2005;
- Company costs amounted to 3.5 billion, to which a payroll amounting to 1 billion should be added.

There are detailed evaluations showing the subsequent breakdowns of each item. Therefore, with regard to shipbuilding, Italy absorbs 36% of the total (over 1.5 billion Euros) representing a significant contribution to the country's balance of payments, considering that a large portion of the new vessels are produced for foreign companies.

With regard to the costs sustained by the cruise companies (3.5 billion Euros), they can be further broken down as follows:

- 268 million spent on foodstuffs (*foods and beverages*);
- 327 million spent on fuel;
- 317 million spent on equipment management;
- 495 million spent on commission to travel agencies;
- 640 million spent on financial and commercial services (insurance, advertising, consultancy, etc).

As for the passengers' expenditure (2 billion Euros), the breakdown is as follows:

- 989 million spent on plane tickets, port tax, trips;
- 1 billion spent by cruisers.

Concerning company staff wages, there are about 5 500 people working in the companies European offices and 32 400 working on board.

However, the number jobs generated directly by the sector amounts to 107 780, 37 854 of which are held by company staff, representing only 30% of the total:

- 37 014 additional people work in the shipyards;
- 4 600 in the travel agencies;
- 14 000 in the transport sector;
- 7 400 in the service sector (engineers, consultants, lawyers, chartered accountants);
- 2 700 in the off-boat hotel trade;
- 3 000 jobs in the private and public service sector.

Table 7 Breakdown of the jobs generated directly by the cruising sector

INDUSTRY	DIRECT JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Agr., Mining & Construction	145	9,0%	0,1%
Manufacturing	37 014	28,7%	34,3%
Food & Tobacco	1 209	14,7%	1,1%
Textiles & Apparel	795	29,1%	0,7%
Paper & Printing	392	22,1%	0,4%
Petroleum & Chemicals	581	30,0%	0,5%
Stone, Clay & Glass	75	41,5%	0,1%
Metals	1 376	83,7%	1,3%
Machinery	2 175	9,0%	2,0%
Electrical Machinery	262	34,3%	0,2%
Shipbuilding	29 306	29,6%	27,2%
Other Manufacturing	843	18,7%	0,8%
Trade	4 631	29,2%	4,3%
Wholesale Trade	2 817	30,4%	2,6%
Retail Trade	1 814	27,5%	1,7%
Hospitality	2 728	12,9%	2,5%
Hotels & Restaurants	1 958	8,2%	1,8%
Amusements & Recreation	770	25,8%	0,7%
Transportation & Utilities	13 984	17,5%	13,0%
Air Transport	3 779	13,1%	3,5%
Transport Services	9 260	18,6%	8,7%
Other Transport	683	23,3%	0,6%
Communications & Utilities	262	29,1%	0,2%
Financial and Business Services	8 396	14,6%	7,8%
Finance, Ins. & Real Estate	960	4,9%	0,8%
Business Services	7 436	16,0%	7,0%
Personal Services & Govt	3 028	30,4%	2,9%
Subtotal	69 926	23,9%	64,9%
Cruise Line Employees*	37 854	14,4%	30,1%
Grand Total	107 780	19,6%	100,0%

European Nationals
Source: JP Wild, 2007

By taking into account indirect jobs, the figure rises to 225 586 units distributed among the following sectors:

Table 8 Breakdown of jobs generated indirectly by the cruising sector

INDUSTRY	TOTAL JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Agr., Mining & Construction	19 044	20,8%	8,4%
Manufacturing	69 242	25,9%	28,3%
Food & Tobacco	2 627	14,6%	1,2%
Textiles & Apparel	3 457	18,5%	1,6%
Paper & Printing	2 561	18,9%	1,2%
Petroleum & Chemicals	3 482	23,3%	1,3%
Stone & Glass	966	28,0%	0,4%
Metals	9 079	31,1%	3,7%
Machinery	5 236	14,8%	2,4%
Electrical Machinery	3 750	23,9%	1,6%
Transportation Equipment ¹⁴	34 913	30,1%	14,3%
Other Manufacturing	3 171	17,8%	1,4%
Trade	14 690	28,8%	6,1%
Wholesale Trade	9 607	28,3%	4,0%
Retail Trade	5 083	29,9%	2,1%
Hospitality	8 986	14,8%	4,2%
Hotels & Restaurants	5 769	11,2%	2,8%
Amusements & Recreation	3 217	22,0%	1,4%
Transportation & Utilities	28 407	18,8%	12,8%
Air Transport	4 619	13,8%	2,2%
Transport Services	14 005	18,4%	6,3%
Other Transport	4 828	21,6%	2,1%
Communications & Utilities	4 955	22,2%	2,2%
Financial & Business Services	35 970	19,9%	16,0%
Finance, Ins. & Real Estate	6 471	17,8%	2,9%
Business Services	29 499	20,3%	13,1%
Personal Services & Govt	11 393	18,0%	5,2%
Subtotal	187 732	22,2%	82,0%
Cruise Line Employees	37 854	12,4%	18,0%
Grand Total	225 586	20,5%	100,0%

Source: JP Wild, 2007

The employment breakdown by country shows that the top ten European countries share almost 93% of the total.

¹⁴ « *Transportation equipment* » comprennent la construction navale, mais aussi la construction des autres équipements de transport, comme les voitures, les bus, les camions, les avions, etc.

Table 9 Employment breakdown by country

COUNTRY	TOTAL JOBS	GROWTH FROM 2005	SHARE OF TOTAL
Italy	74 287	20,9%	32,9%
UK	39 423	5,6%	17,5%
Germany	29 925	49,9%	13,3%
Spain	15 496	11,2%	6,9%
Finland	11 668	14,3%	5,2%
France	11 072	52,4%	4,9%
Norway	9 086	11,2%	4,0%
Greece	6 224	28,5%	2,7%
Portugal	5 859	23,5%	2,6%
Poland	5 736	38,2%	2,5%
Top 10	208 776	21,0%	92,6%
Netherlands	3 672	12,5%	1,6%
Malta	2 418	1,3%	1,0%
Hungary	2 045	14,8%	0,9%
Sweden	1 411	1,7%	0,6%
Cyprus	1 385	2,2%	0,6%
Denmark	1 143	2,6%	0,5%
Rest of EU+3	4 736	21,1%	2,2%
Total	225 586	20,5%	100,0%

Source: JP Wild, 2007

The impact breakdown by country highlights the importance of the sector for the Italian, British and German economy, showing a very high growth as compared to 2005, just like in France and in Portugal.

Table 10 Breakdown of overall economic impact by country

COUNTRY	DIRECT ECONOMIC IMPACT (MILLIONS)	GROWTH SINCE 2005	% DF TOTAL
Italie	€ 3 199	28%	30,0%
Royaume Uni	€ 1 818	8%	17,2%
Allemagne	€ 1 719	60%	16,3%
France	€ 849	58%	8,0%
Espagne	€ 780	14%	7,4%
Finlande	€ 734	18%	6,9%
Norvège	€ 316	14%	3,0%
Grèce	€ 274	37%	2,6%
Pays Bas	€ 169	8%	1,6%
Portugal	€ 136	44%	1,4%
Top 10	€ 9 994		94,4%
Autres pays Européens	€ 588		5,6%
Total	€ 10 582		100,00%

Source: JP Wild, 2007

III. THE BOATING SECTOR

1. International context

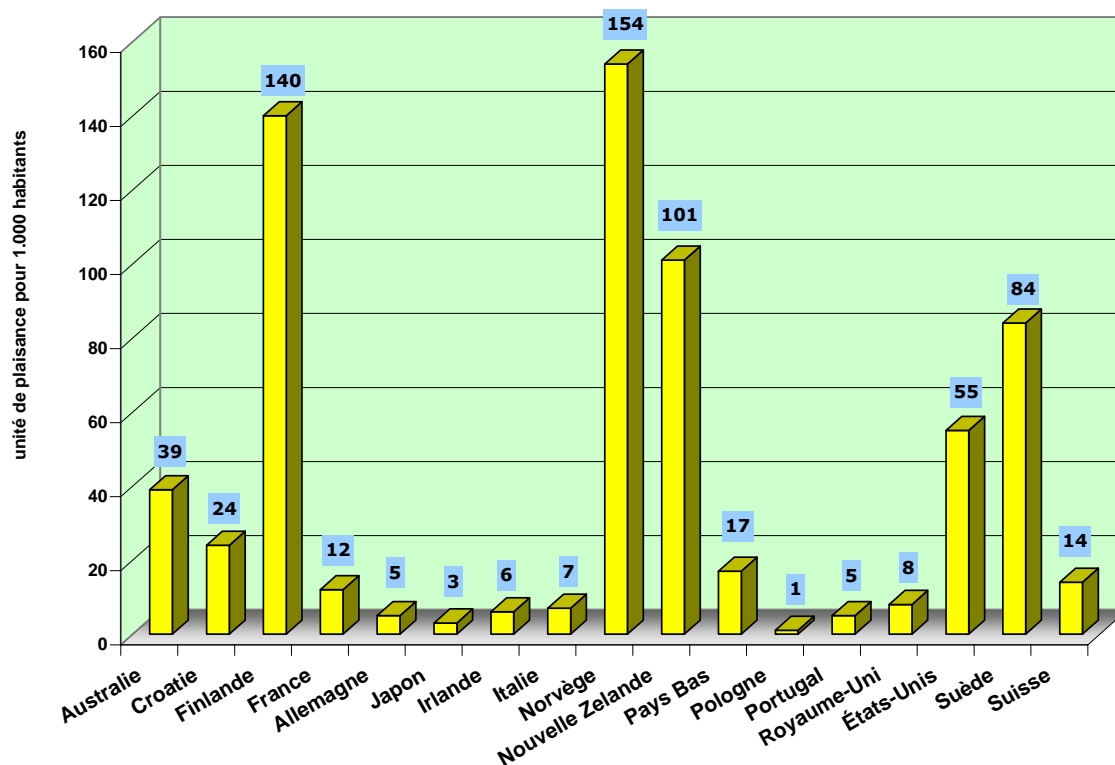
The International Council of Marine Industry Association (ICOMIA) is the body which, on global level, conducts the most exhaustive studies with regard to the boating activity.

The leading countries in the boating field are, in alphabetical order, as follows: Australia, Croatia, Denmark, Great Britain, Finland, France, Germany, Holland, Ireland, Italy, Japan, New Zealand, Norway, Poland, Portugal, South Africa, Sweden, Switzerland and the United States of America.

It is worth noting that, in view of this list, **only three are Mediterranean countries.**

Assuming that a factor based on the “number of boats per population” ratio were to yield a kind of indicator related to the nautical calling of a country, it would emerge that Scandinavian countries have much higher indices than Croatia, France and Italy which are, in any case, among the countries most frequented by yachtsmen in the Mediterranean.

Graphic 7 Marine fleet in the world. Number of pleasure boats per 1000 inhabitants



Source: ICOMIA

Concerning the Mediterranean coastal countries, France has the highest value with 12 boats per thousand inhabitants, 7 in Italy, 17 in Holland, 14 in Switzerland, 8 in Great Britain. The most recent data related to a breakdown by geographical area of the world marine fleet reveals a high prevalence of the United States (71%) over Europe (22%).

It should be underlined, however, that the data related to the marine fleet must be taken with caution¹⁵ because, very often, the criteria used by each country are different (for instance, certain countries do not count rubber dinghies and mega yachts).

The only reliable information is the large prevalence of motor boats over sailboats for most countries.

¹⁵ The data on Spain were not available in time for the study.

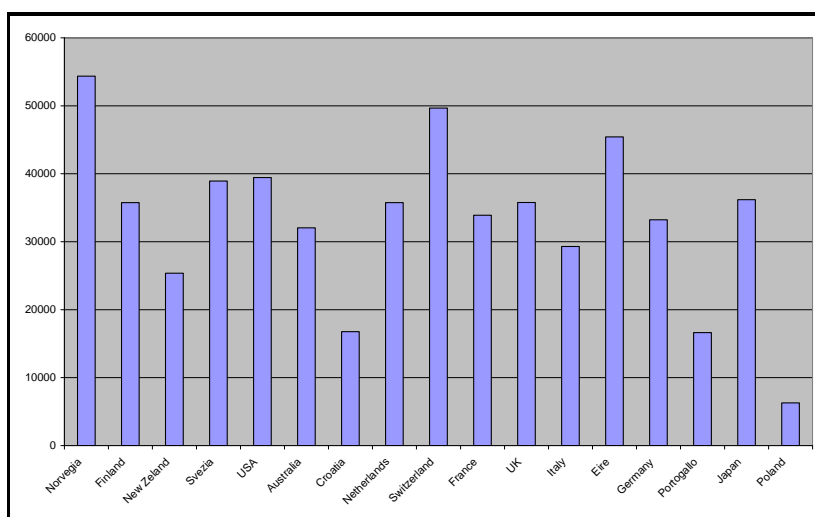
Table 11 Number of pleasure boats by country

Country	Pleasure boat per 1000 inhabitants	Population	Total marine fleet	Sailboat	Speedboat (onboard or outboard motor)	Outboard motor boat (minor unit)	Rubber dinghy
Australie	39	19.100.000	738.948				
Croatie	24	4.442.000	105.000				
Finlande	140	5.236.000	731.000	18.000	92.200	618.800	2.000
France	12	62.000.000	725.935	173.658	142.978	212.976	196.323
Allemagne	5	81.000.000	441.530	120.475	88.932	232.123	
Japon	3	127.734.000	326.000	13.000		298.000	15.000
Irlande	6	4.044.000	25.067	9.702	9.315	3.500	2.550
Italie	7	57.900.000	400.000				
Norvège	154	4.500.000	692.000	50.000	280.000	362.000	
Nouvelle Zelande	101	4.000.000	403.000	36.500	16.500	329.500	20.500
Pays Bas	17	16.100.000	280.000	140.000	84.000	56.000	
Pologne	1	38.700.000	51.170	31.480	1.040	15.800	2.850
Portugal	5	10.356.117	55.000				
Royaume-Uni	8	59.600.000	463.019	113.898	46.844	211.031	91.246
États-Unis	55	293.655.400	16.128.000	1.578.400	3.570.000	10.980.000	
Suède	84	9.011.392	753.000	87.000	83.000	548.000	35.000
Suisse	14	7.418.400	700.656	33.566	59.786	7.304	

Source: ICOMIA

When seeking out a direct link between GNP per capita and the number of boats in a country, the available data do not help in finding a direct correlation. It is worth noting, however, that Norway and Switzerland, which are among the countries with the highest GNP per capita, also show the more significant concentration of boats.

Graphic 8 GNP per capita in Euros



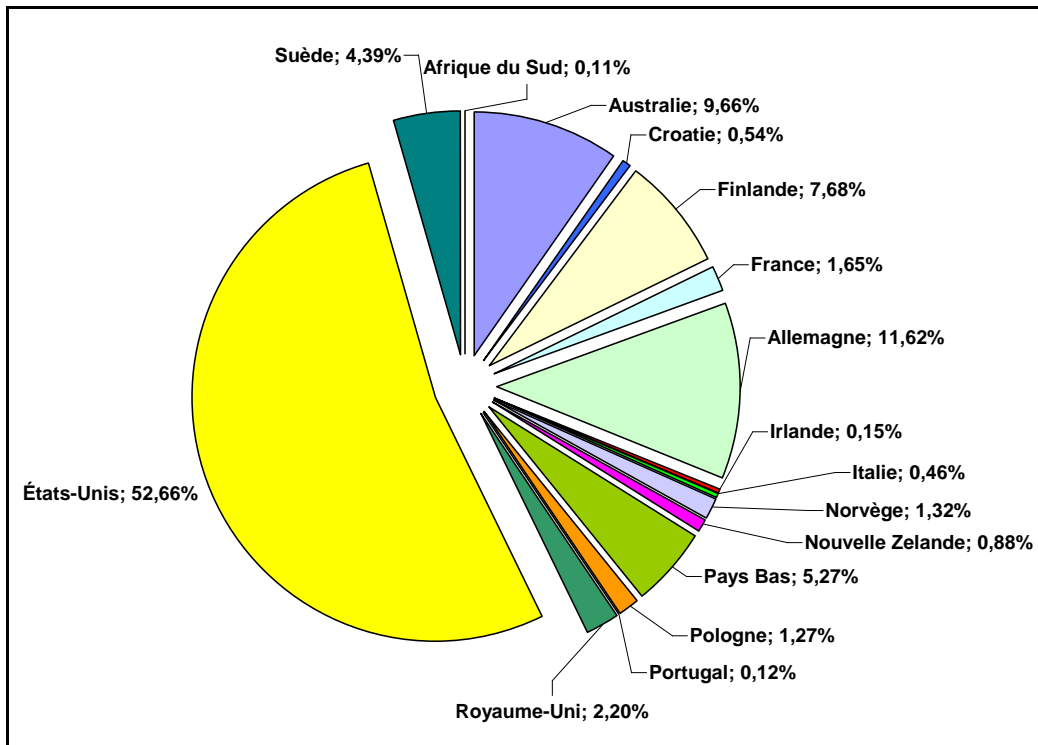
Source: IIC work-out

In this sector, it can be observed that the marine infrastructures represent the key component for the development of the yachting activity. According to the statistics available, the marine fleet is set to increase where moorings increase.

Currently, only 9% of the pleasure boats have an afloat mooring. According to experts, this is why yachting is characterized by a large number of small, if not very small, units.

When considering the distribution of moorings on global level, it can be observed that over a half of them are located in the USA:

Graphic 9 Distribution of moorings

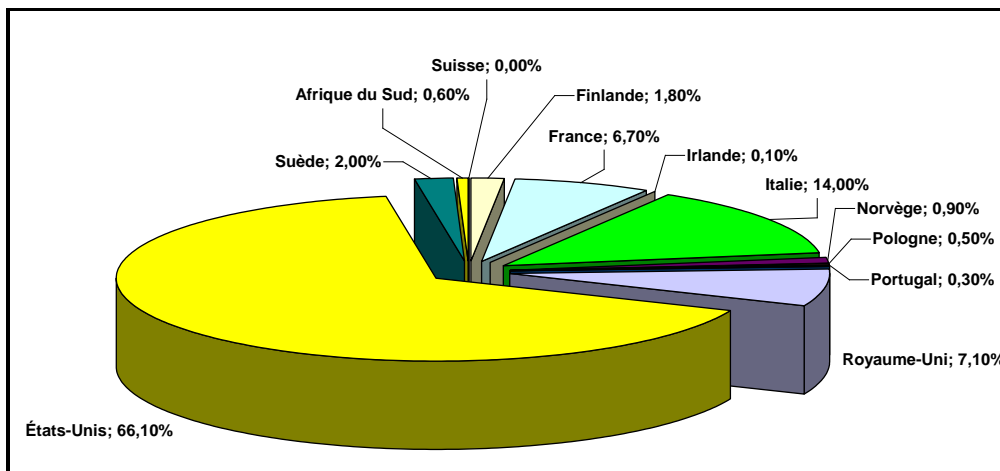


Source: Ucina 2007

2. Pleasure boat building

Pleasure boat building has been on the increase since the year 2000. The past four years (2003-2007) have reported exceptional performance, especially with regard to mega-yachts.

Graphic 10 Pleasure boat building by country



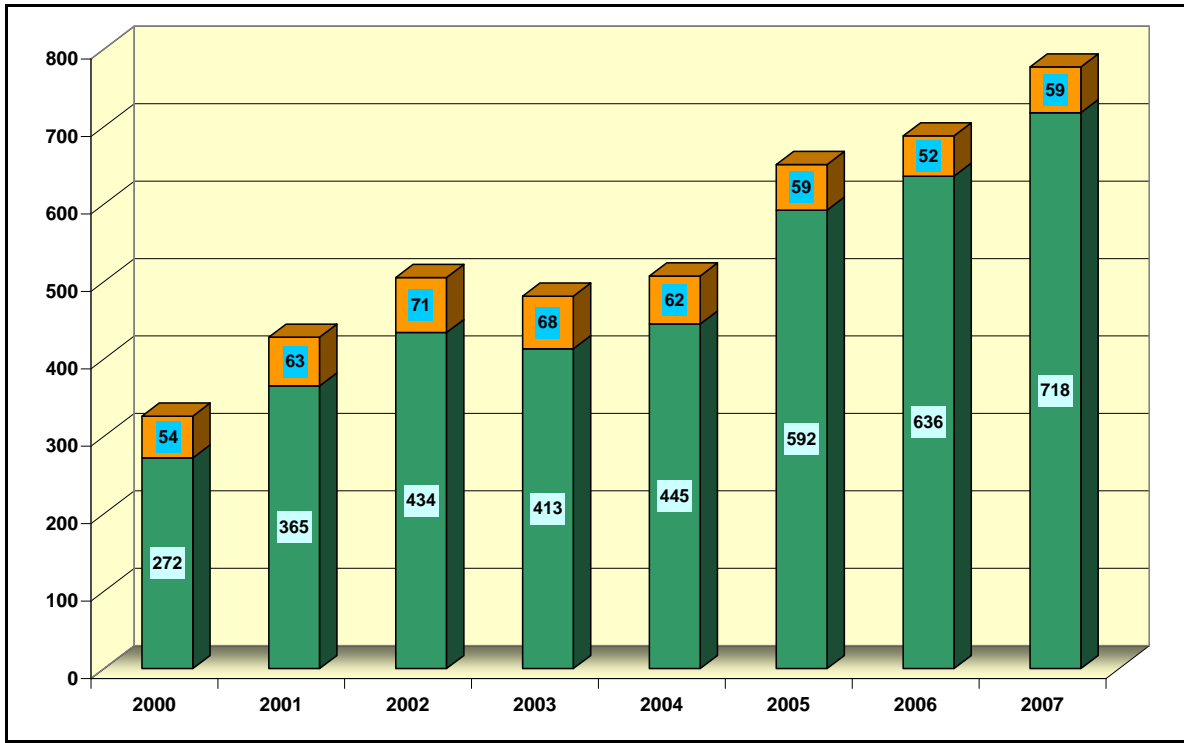
Source: Ucina 2007

The data for 2007 shows that the building of mega-yachts¹⁶ has reported an almost steady increase. In 2007, there were 777 mega-yachts being built, of which 45% in Italy, a currently leading country on global level for this niche market.

In terms of differentiation as per type (sail or motor), 92% of the mega-yachts are motor-powered.

¹⁶ Pleasure boats of over 24 meters.

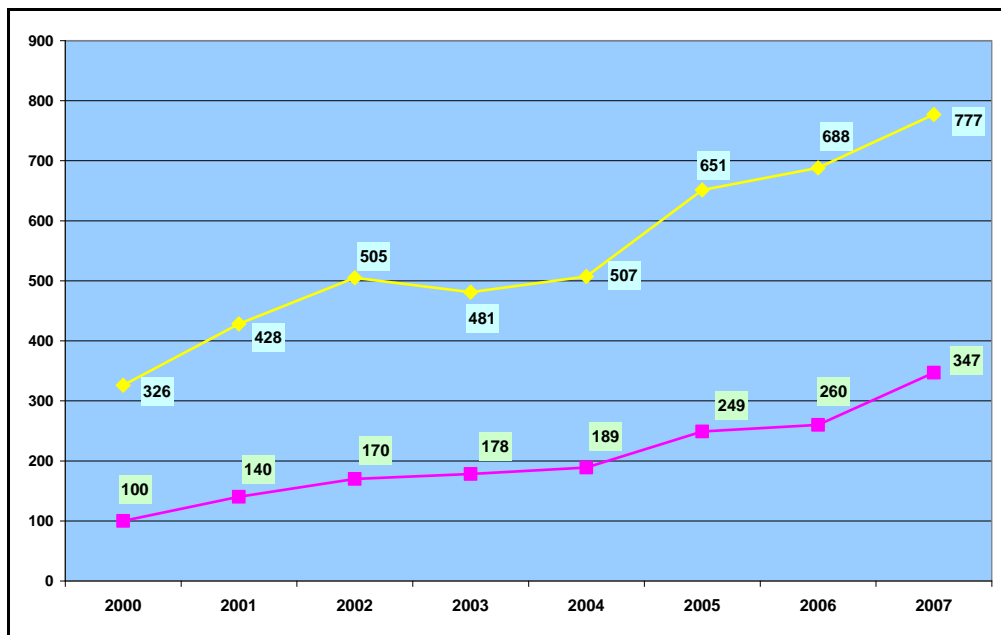
Graphic 11 Sail/Motor differentiations for mega-yachts



Source: Ucina 2007

The following graph shows the evolution of the Italian market share regarding shipyards with respect to the worldwide shipbuilding.

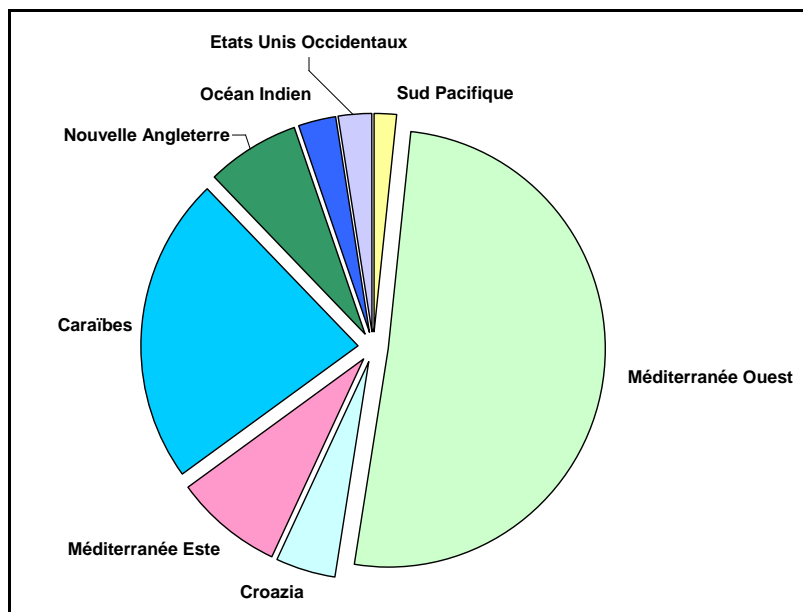
Graphic 12 Evolution of Italian building of mega-yachts with respect to worldwide total



Source: Ucina 2007

3. Chartering

It should be mentioned, in fine, the chartering activity, i.e. the lease of pleasure boats for more or less long periods of time. In this regard, it can be observed that the Mediterranean represents a quite significant share of this booming market.



Source: Ucina 2007

4. Status of sailing ports in the Mediterranean

This study has reviewed all pleasure sailing ports in the Mediterranean. The analysis of the available data related to Mediterranean ports focused on pleasure sailing has listed 890 ports, distributed geographically as follows: 11 in Albania, 24 in Algeria, four in Cyprus, 76 in Croatia, four in Egypt, 177 in Spain, 117 in France, 3 in Gibraltar, 133 in Greece, 8 in Israel, 233 in Italy, 3 in Lebanon, 15 in Libya, 6 in Malta, 9 in Morocco, 2 in Montenegro, 3 in Slovenia, 3 in Syria, 29 in Tunisia and 30 in Turkey. A careful analysis of the features and services available in these ports helps develop the summary table below¹⁷.

The most offered services in ports are: Drinking water (92.2%), bars and restaurants (76.95%), electricity (76.74%) and a shopping centre (big or small, 69.73%). The following tables provide the full results of the inventory conducted by IIC during the first quarter of 2008. With regard to waste, residual and hold waters management, the situation is not, for the moment, quite positive.

In certain sailing ports, a nascent awareness towards environmental matters can be noted among the managers. In this context, the role of public institutions and Community funds is quite important.

Considerable financial resources are being earmarked to upgrade the services provided to yachtsmen, such as inter-port booking of moorings, WiFi connectivity, waste management and environment-friendly awareness raising campaigns.

¹⁷ Cf. the Excel file attached for the complete data.

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

NUMBER OF PORTS	COUNTRY	BANK	DRINKING WATER	RESTAURANT/BAR	WiFi WIRELESS FIDELITY	ELECTRICITY	SERVICE STATION
		Data available: 33 YES:173 NO:684	Data non available: 30 YES: 793 NO:67	Data non available: 31 YES: 661 NO:198	Data non available:31 YES:52 NO:807	Data non available:30 YES:660 NO:200	Data non available: 30 YES:186 NO:674
		173; 20,2%	793; 92,21%	661; 76,95%	52; 6,05%	660; 76,74%	186; 21,63%
11	ALBANIA	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd
24	ALGERIA	0; 0%	2; 0,48%	3; 0,72%	0; 0%	0; 0%	0; 0%
4	CYPRUS	0; 0%	3; 75%	4; 100%	2; 50%	3; 75%	1; 25%
76	CROATIA	2; 2,74%	53; 72,6%	49; 67,12%	2; 2,74%	51; 69,86%	20; 27,39%
4	ÉGYPT	0; 0%	3; 75%	3; 75%	1; 25%	3; 75%	0; 0%
177	SPAIN	53; 30,28%	173; 98,86%	149; 85,14%	18; 10,28%	170; 97,14%	57; 32,57%
117	France	10; 8,55%	117; 100%	103; 88%	10; 8,55%	112; 9,57%	26; 22,22%
3	GIBRALTER	1; 33,33%	3; 100%	1; 33,33%	0; 0%	3; 100%	1; 33,33%
133	GRÉCEE	54; 40,60%	125; 93,99%	112; 84,21%	5; 3,76%	36; 27,07%	8; 6,01%
8	ISRAËL	1; 12,5%	8; 100%	4; 50%	1; 12,5%	6; 75%	1; 12,5%
233	ITALY	43; 18,45%	230; 98,71%	164; 70,38%	5; 2,14%	204; 87,55%	41; 17,60%
3	LEBANON	0; 0%	2; 66,66%	3; 100%	0; 0%	2; 66,66%	0; 0%
15	LYBIA	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd
6	MALTA	0; 0%	6; 100%	5; 83,33%	0; 0%	6; 100%	4; 66,66%
9	MAROCCO	0; 0%	5; 55,55%	4; 44,44%	0; 0%	5; 55,55%	2; 22,22%
2	MONTENEGRO	0; 0%	2; 100%	1, 50%	1, 50%	2; 100%	1, 50%
3	SLOVENIA	0; 0%	3; 100%	3; 100%	0; 0%	3; 100%	0; 0%
3	SYRIA	0; 0%	3; 100%	2; 66,66%	0; 0%	1; 33,33%	0; 0%
29	TUNISIA	3; 10,34%	26; 86,65%	23; 79,31%	0; 0%	25; 86,21%	17, 58,62%
30	TURKEY	6; 20%	28; 93,33%	28; 93,33%	7, 23,33%	27; 30%	6; 20%

NUMBER OF PORTS	COUNTRY	MARKET	WINTERING	WASHERY	MEDICAL SERVICE	PHARMACY	COLLECTION OF RESIDUAL WATER	COLLECTION OF HOLD WATER
		Data non available: 31 YES:599 NO:260	Data non available: 31 YES: 42 NO:817	Data non available: 31 YES: 181 NO:678	Data non available:31 YES:99 NO:760	Data non available:31 YES:43 NO:816	Data non available: 31 YES:87 NO:772	Data non available:31 YES: 112 NO: 747
		173; 20,2%	793; 92,21%	661; 76,95%	52; 6,05%	660; 76,74%	186; 21,63%	
11	ALBANIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd	
24	ALGERIE	0; 0%	2; 0,48%	3; 0,72%	0; 0%	0; 0%	0; 0%	
4	CHYPRE	0; 0%	3; 75%	4; 100%	2; 50%	3; 75%	1; 25%	
76	CROATIE	2; 2,74%	53; 72,6%	49; 67,12%	2; 2,74%	51; 69,86%	20; 27,39%	
4	ÉGYPTE	0; 0%	3; 75%	3; 75%	1; 25%	3; 75%	0; 0%	
177	ESPAGNE	53; 30,28%	173; 98,86%	149; 85,14%	18; 10,28%	170; 97,14%	57; 32,57%	
117	FRANCE	10; 8,55%	117; 100%	103; 88%	10; 8,55%	112; 9,57%	26; 22,22%	
3	GIBRALTER	1; 33,33%	3; 100%	1; 33,33%	0; 0%	3; 100%	1; 33,33%	
133	GRÉCE	54; 40,60%	125; 93,99%	112; 84,21%	5; 3,76%	36; 27,07%	8; 6,01%	
8	ISRAËL	1; 12,5%	8; 100%	4; 50%	1; 12,5%	6; 75%	1; 12,5%	
233	ITALIE	43; 18,45%	230; 98,71%	164; 70,38%	5; 2,14%	204; 87,55%	41; 17,60%	
3	LIBAN	0; 0%	2; 66,66%	3; 100%	0; 0%	2; 66,66%	0; 0%	
15	LYBIE	nd	Nd	nd	nd	nd	Nd	
6	MALTE	0; 0%	6; 100%	5; 83,33%	0; 0%	6; 100%	4; 66,66%	
9	MAROC	0; 0%	5; 55,55%	4; 44,44%	0; 0%	5; 55,55%	2; 22,22%	
2	MONTENEGRO	0; 0%	2; 100%	1, 50%	1, 50%	2; 100%	1, 50%	
3	SLOVENIE	0; 0%	3; 100%	3; 100%	0; 0%	3; 100%	0; 0%	
3	SYRIE	0; 0%	3; 100%	2; 66,66%	0; 0%	1; 33,33%	0; 0%	
29	TUNISIE	3; 10,34%	26; 86,65%	23; 79,31%	0; 0%	25; 86,21%	17, 58,62%	
30	TURQUIE	6; 20%	28; 93,33%	28; 93,33%	7, 23,33%	27; 30%	6; 20%	

IV. TOURISM AND ENVIRONMENT

1. Background

Tourism is regarded as an economic sector that is extremely sensitive to climate, being similar in this regard to agriculture, insurance, energy and transport.

Moreover it should not be forgotten, **that the tourism sector itself is a serious contributor to climate change**, and this, due to the emissions generated in particular by tourist transport and accommodation.

According to the latest World Meteorological Organisation – UNEP report, the pace of climate change is set to "most probably" (probability of over 90%) hasten due to continuous GHG emissions. According to the best estimates, the main temperatures worldwide on ocean surface will increase by 1.8° to 4°, by the end of the present century.

Therefore it is quite probable, according to the experts, the frequency of heat waves and floods will increase and will affect larger areas with respect to the current situation. It is also likely that future tropical cyclones will become even more violent, with higher wind speed peaks and more significant rainfalls due to a steady increase in temperatures on the surface of the tropical seas.

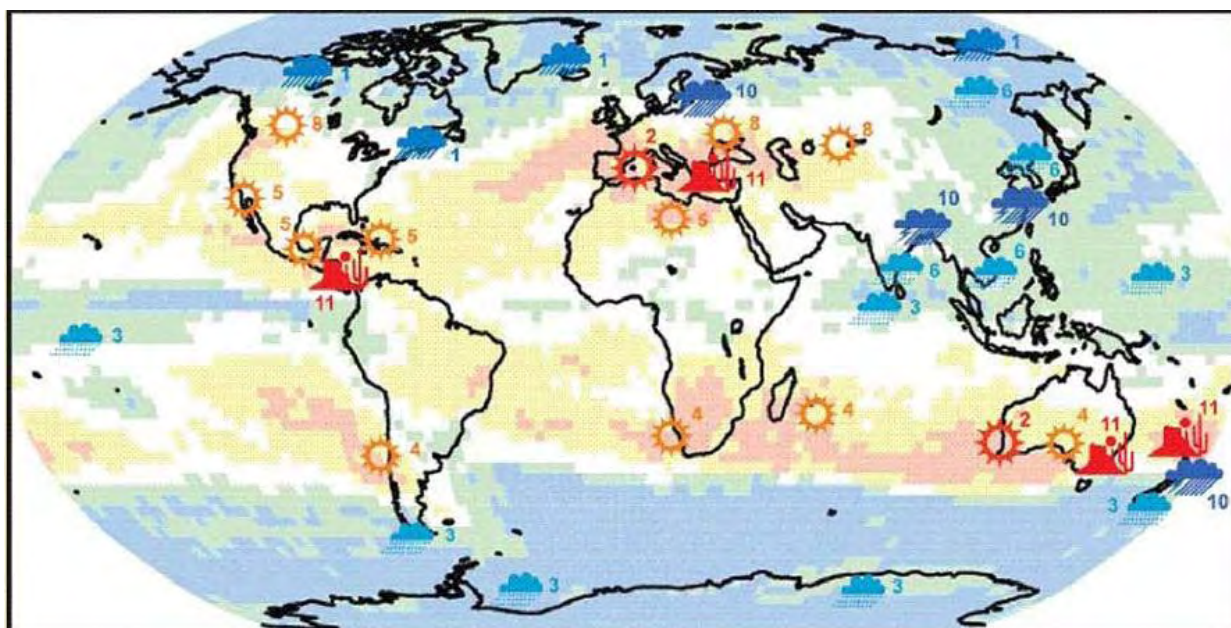
These forecasts show that all our practices, behaviours and life styles could therefore be affected. With regard to the phenomena considered in the present report (cruising and boating), it is obvious that climate change can have significant impacts on the strategies of the cruise companies (in terms of routes, marketing strategies, financial results, etc), on customer purchase attitude, on yachtsmen behaviour, and that of investors in the field, etc.

The tourism sector and its destinations are, quite obviously, highly sensitive to climate variability and change¹⁸.

Therefore climate change can exert a significant deterrent on tourists (for instance, proliferation of infectious diseases, forest fires, etc).

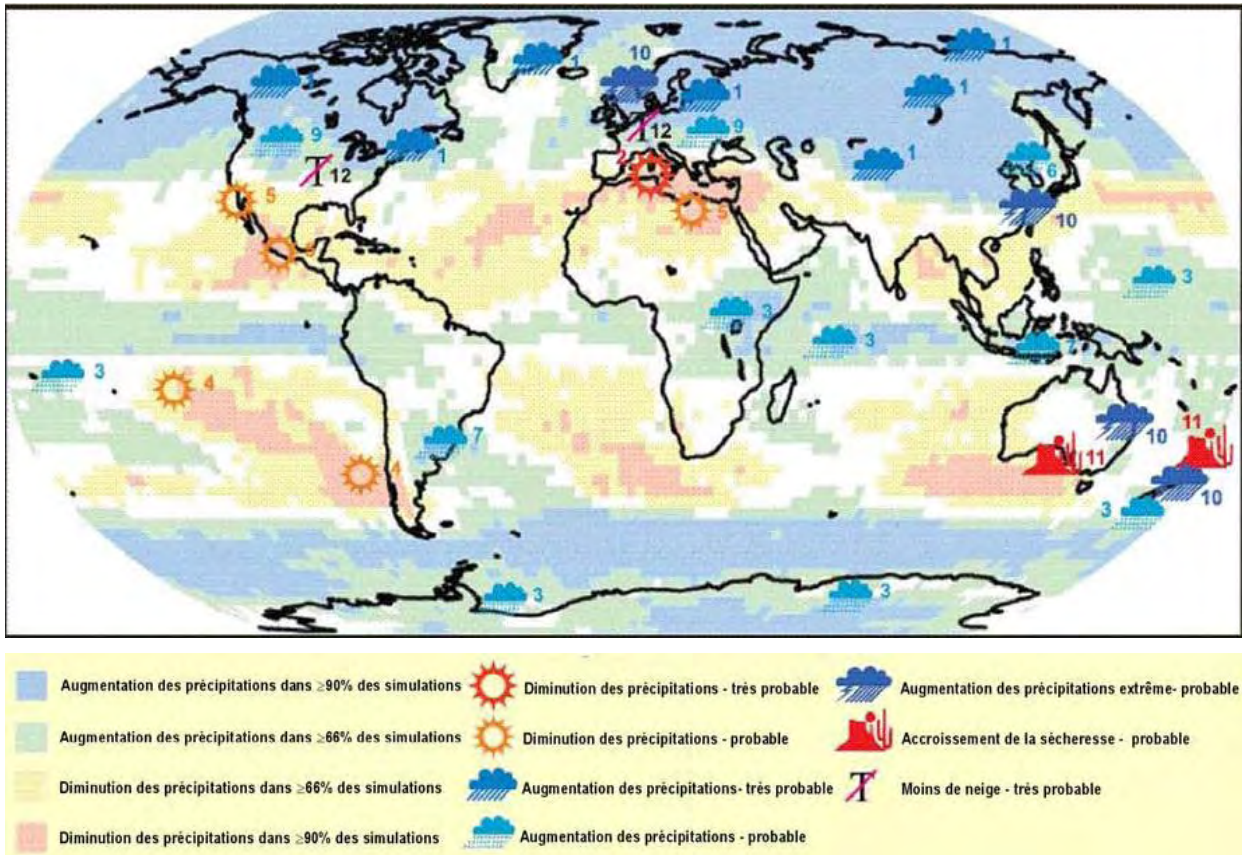
IPCC forecasts on climate evolution show the following likely variations for July – August and December – February:

Map 4 July - August



¹⁸The climate determines the duration and quality of tourism seasons and plays a key role in the choice of the destinations, as well as in tourist expenditure.

Map 5 December – January – February



Source: Organisation Météorologique Mondiale

The effects produced by a tropical storm on board of a steamer carrying 3000 passengers, plus 900 crews, could be useful to the appreciation of weather change on the market shares of the cruising sector. Threats to the sector which, in the past, arose only from risks of terrorist attacks (though persisting) could become decisive for its viability.

On the other hand, the sectors considered in this report share the feature of being flexible in terms of location, (the boats can be moved from one zone to another worldwide within a few weeks) the same thing being obviously impossible for a *resort* or a hotel chain.

Climate change can cause a reduction in tourism interest for certain areas and, in the meanwhile, create new destinations which have been, so far, looked upon or regarded as not interesting enough in terms of weather conditions.

According to the WTO (World Tourism Organisation), there will be a shift in the tourism attractive climate conditions towards higher latitude and altitude tourism. It is expected that there will be a decline in the competitive position of currently popular holiday areas (in particular, the Mediterranean during summer) whereas other areas, such as the south of England or the south of Canada, for instance, will report a certain improvement. All this helps the set-up of cruising or boating routes in as yet less frequented areas.

In view of the above mentioned considerations, the real problem lies in the provision of land structures (in home ports or pleasure ports) whose suitability is not as easy as moving one boat from a world region to another.

Moreover, climate change may have repercussions on the economic, social and political stability of the countries, which can induce a slump in tourist travel.

The increasing transport costs may bring tourists to change their transport mode by choosing other destinations that are closer to their places of residence. Remote destinations are likely to be the most affected by this phenomenon.

It is worth mentioning that tourists, in general, and foreign tourists, in particular, are generally averse to political instability and social unrest.

All companies operating within the tourism sector are called upon to adapt to climate change in order to minimize the risks associated thereto and benefit from the new opportunities likely to arise.

Experience shows that the tourists themselves have the greatest capacity of adaptation following unforeseen events.

On the other hand, the tourism service providers have a lesser adaptation capacity. It is, more particularly, the communities living within touristic destinations, that have invested significantly in real assets (hotel, recreation complexes, marinas) are those with the lowest adaptation capacity.

In any case, at least as of now, the history of the sector shows that the tourism industry has a fairly high adaptation capacity (SARS, terrorist attacks, Asian tsunami....) and that over the long term the trends follow a fairly stable development process.

The phenomenon addressed here (cruising in particular) allows, by its very nature, the companies to relocate their investments (boats) in the world regions with the most favourable weather conditions and where the demand (spontaneous or induced by marketing) will be the strongest. The transport routes and means to be used by the passengers to get to the boats are still to be evaluated..

2. Environmental sustainability: The variables to be considered

Measuring the environmental sustainability of boating and cruising or the phenomenon of tourism in general, is a task too complex and difficult to be addressed in a summary manner.

In this report, it seems interesting to propose an original evaluation methodology which can thereafter be applied according either to the indicators used, or to the expertise of the operators and to the nature of the topics to be addressed. The objective is to propose a multi-criteria evaluation system likely to be used on various levels of detail and which can be properly applied to a concept of environmental sustainability, having itself, several levels of detail.

For instance, it would be possible to evaluate the weight of a number of environmental sustainability indicators and to develop a simple, though scientifically rigorous, calculation system, likely to yield useful results, either for future analysis of the phenomena, or for decision-making.

The major difficulty derives from the co-presence of indicators which are not always quantitatively measurable and whose evaluation can be subjective, making the general evaluation of a phenomenon quite a complex undertaking.

In an attempt to resolve such a critical aspect, we assumed the use of an operator constructed thanks to a fuzzy logic approach, in order to rank five home ports not only according to passenger accessibility (one significant criterion in this field, either for the companies, or for the ports), but also according to service and actual equipment in terms of environmental sustainability, which criteria are growing increasingly relevant and strategic in the context considered in this report. The methodology suggested will help to subsequently examine the analysis process of the results obtained according to several points of view, while helping—in the process—to highlight the various variables and their respective weight.

The following tables propose a classification of each port (actions) in relation to the various variables (dimensions or points of view) concerning the accessibility level.

Table 12 Evaluation of port cities – Passenger accessibility

Ports (action)	Air connections (point of view 1)	Highway network (point of view 2)	Railway network (point of view 3)	Maritime connections (point of view 4)
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375
Port 2	0.75	0.875	0.75	0.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375
Port 4	0.75	0.875	0.875	0.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.625

The evaluations of Table 12 must be based on the following trueness scale:

Table 13 Evaluation grid – Trueness scale concerning accessibility-related factors

EVALUATION	PORT ACCESSIBILITY LEVEL
1	The infrastructure is available, with an excellent service level (e.g.: air connections: large number of regular connections and in several time ranges, regular shuttle service)
0.875	The infrastructure is available, with a very high-level service provided
0.75	The infrastructure is available, with a good service provided (e.g.: air connections: seasonal connections, shuttle service on request)
0.625	Fair service level
0.5	Services on request
0.375	The infrastructure is available, but the services are hardly sufficient
0.25	The infrastructure is available, but the services do not exist – Infrastructure servicing in progress
0.125	The infrastructure does not ensure an acceptable service level; or it is available but its accessibility level is low by comparison with other alternatives
0	Total lack of roads

The tables below propose an evaluation (at this stage, for the sake of illustration only and for a purely methodological purpose) of each port with regard to elements of environmental sustainability.

The scale of reliability used for the evaluation of the equipment of each port with regard to the various features must be implemented by using the same principle as that used for the evaluation of the accessibility level of each port (Table 17).

Table 14 Evaluation of ports according to the environmental sustainability criteria selected

PORTS (ACTION)	WASTE TREATMENT SYSTEMS (POINT OF VIEW 5)	SYSTEM OF POWER SUPPLY TO THE BOAT AT PORT (POINT OF VIEW 6)	BOAT SUPPLY SERVICES (POINT OF VIEW 7)	WATER TREATMENT SYSTEMS (POINT OF VIEW 8)
Port 1	1	0.875	0.625	1
Port 2	0.875	0.75	0.875	0.875
Port 3	0.625	1	0.625	0.5
Port 4	0.875	0.75	1	0.875
Port 5	0.75	0.75	0.75	1
PORTS (ACTION)	PRESENCE OF CERTIFICATION OR QUALITY CONTROLS (POINT OF VIEW 9)	LEVEL OF TRAINING OF STAFF IN ENVIRONMENTAL TOPICS (POINT OF VIEW 10)	... (POINT OF VIEW 11)	... (POINT OF VIEW 12)
Port 1	1	1	1	0.875
Port 2	0.875	0.875	0.75	1
Port 3	0.25	0.625	0.5	0.625
Port 4	0.875	1	0.875	1
Port 5	1	0.75	0.625	0.625

Table 15 Evaluation grid – Trueness scale for the evaluation of environmental sustainability

EVALUATION	LEVEL OF SERVICE QUALITY/ PERFORMANCE
1	Excellent
0.875	Very good
0.75	Good
0.625	Fair
0.5	Average
0.375	Sufficient
0.25	hardly sufficient
0.125	Almost nil
0	Nil

The information to be processed is, thus, as follows: in the table below, the actions represent the various ports, the components of the point of view are represented by the evaluation of the equipments of each port (these are the criteria according to which the various sites are evaluated): the grey boxes, then, represent the evaluation made by an expert of the actual equipments of the various ports, while those in black represent the importance assigned by the decision-maker to each component of the points of view.

	1	...	J	...	M
	Components of point of view 1	...	1...j...m	...	Components of point of view M
action 1	Evaluation of the relevant actions		.		Evaluation of the relevant actions
...			.		
action ip _i (i)...
...	Component of point of view I		.		Component of the point of view M
action n			.		

weight of the components	...	$\pi_1 \dots \pi_j \dots \pi_m$...	weight of the components
--------------------------	-----	---------------------------------	-----	--------------------------

According to the multi-criteria theory, once the various dimensions related to a particular point of view have been identified, the evaluative approach is organized in two stages (Roy, 1993):

- evaluation of the actions in relation to each dimension;
- construction of a criterion-function aimed, for each action, at summarizing the evaluations given at the preceding stage.

It must be pointed out that this approach purports to be objective or, at any rate, to be as objective as possible. It is also worth mentioning that the evaluation of the actions with regard to each dimension is made by an expert who must do his best to appreciate the position of the actions concerning each dimension according to his technical/scientific knowledge or any other element exogenous to his own value system.

Concerning the second stage—i.e., the construction of a criterion-function—, the expert aims at establishing a synthesis of the dimensions within a relation governed by the only concern of observing the thrust of significance from the point of view under consideration. By rerunning this approach for each point of view, the expert can end up producing information that commands itself objectively to all "potential" decision-makers having chosen the same list of points of view.

With regard to the weight of the components, it is allotted by the decision-maker who redefines the various points of view according to his own value system, or according to the importance given to the phenomenon under consideration.

The conditions are as follows:

- no restriction is imposed on the range of features of the actions;
- in particular, P_j(i) can be nil ($\forall J \in J: p_j(i) = 0$) or positive ($\forall J \in J: p_j(i) = 1$);

- as regards the range of features sought by the decision-maker, the only prescription is that it be not nil. In other words, its cardinality is positive.

In particular, it is held that any amount of equipment greater than the desired one is completely superfluous; therefore the difference between the evaluation of the actions with regard to each component of the points of view and the component weight does not contribute in improving or degrading the evaluation.

The following table shows the data of the preceding tables in addition to a line concerning the weight allotted to each component by the decision maker.

Table 16 Evaluation of the ports – Passenger accessibility and weight of each point of view allotted by the decision-maker

PORTS (ACTION)	AIR CONNECTIONS (POINT OF VIEW 1)	HIGHWAY NETWORK (POINT OF VIEW 2)	RAILWAY NETWORK (POINT OF VIEW 3)	MARITIME CONNECTIONS (POINT OF VIEW 4)
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375
Port 2	0.75	0.875	0.75	0.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375
Port 4	0.75	0.875	0.875	0.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.625
Weight of the components ¹⁹	0.875	0.75	0.75	0.5
PORTS (ACTION)	WASTE TREATMENT SYSTEMS (POINT OF VIEW 5)	SYSTEM OF POWER SUPPLY TO THE BOAT AT PORT (POINT OF VIEW 6)	BOAT SUPPLY SERVICES (POINT OF VIEW 7)	WATER TREATMENT SYSTEMS (POINT OF VIEW 8)
Port 1	1	0.875	0.625	1
Port 2	0.875	0.75	0.875	0.875
Port 3	0.625	1	0.625	0.5
Port 4	0.875	0.75	1	0.875
Port 5	0.75	0.75	0.75	1
Weight of the components	1	0.875	0.875	1
PORTS (ACTION)	PRESENCE OF CERTIFICATION OR QUALITY CONTROLS (POINT OF VIEW 9)	LEVEL OF TRAINING OF STAFF IN ENVIRONMENTAL TOPICS (POINT OF VIEW 10)	... (POINT OF VIEW 11)	... (POINT OF VIEW 12)
Port 1	1	1	1	0.875
Port 2	0.875	0.875	0.75	1
Port 3	0.25	0.625	0.5	0.625
Port 4	0.875	1	0.875	1
Port 5	1	0.75	0.625	0.625
Weight of the components	0.75	0.875	0.875	1

The range of objective features of “action i” is represented by the following elements: air connections, highway network, railway network, maritime connections, waste treatment, power supply to boat, supply to boat, water treatment, quality control, training in environmental topics, etc., ...; the value $p_j(i)$ represents the evaluation of each feature given by the researcher, with $p_j(i) \in [0,1]$, where 0 stands for no equipment and 1 stands for optimal equipment.

¹⁹ Point of view of the decision-maker.

Table 17 $g_j(i) = V(p_j(i) \Delta \pi_i | \in J)$

PORTS (ACTION)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	SUM-TOTAL
Port 1	0.875	0.625	0.625	0.375	1	0.875	0.625	1	0.75	0.875	0.875	0.75	9.25
Port 2	0.75	0.75	0.75	0.5	0.875	0.75	0.875	0.875	0.75	0.875	0.75	1	9.5
Port 3	0.125	0.75	0.625	0.375	0.625	0.875	0.625	0.5	0.25	0.625	0.5	0.625	6.5
Port 4	0.75	0.75	0.75	0.5	0.875	0.75	0.875	0.875	0.75	0.875	0.875	1	9.625
Port 5	0.875	0.75	0.625	0.5	0.75	0.75	0.75	1	0.75	0.75	0.625	0.625	8.75

In order to obtain a ranking of each port performance according to its equipment combined with the preference of the decision-makers (weight of the components), the relation between optimal satisfaction levels (sum of the values related to the weight of the components) and actual satisfaction level of each action can be calculated. This leads us to Table 18, yielding the sought results.

Table 18 Results

PORTS (ACTION)	EVALUATION
Port 1	0.913
Port 2	0.938
Port 3	0.641
Port 4	0.95
Port 5	0.864

In view of the evaluation of each action made by the expert and of the preferences of the decision-maker (weight of the components), port 4 obtains the highest level of satisfaction, followed by ports 2, 1, 5. Port 3, on the other hand, holds last position in the ranking.

For lack of a sound theoretical justification, there obtains for this operator a fairly simple economic interpretation. Indeed, going back to the idea that any equipment higher than the desired equipment entails zero marginal usefulness, it is, therefore, considered that any equipment strictly lower than the required equipment is accompanied by a regret (B. Fustier, 1994).

The above mentioned operator seems capable of achieving a higher evaluation with respect to other operators normally used in the literature (e.g.: weighted maximum, weighted minimum and compatibility) and is characterized by a fairly simple economic interpretation, falling within the regret concept (level of dissatisfaction reached).

The following tables help us check the credibility of the proposed approach. The process will be rerun, while clarifying the regret concept. The latter, defined as dissatisfaction level with respect to the acceptance threshold specified by the decision-maker, helps us calculate the total regret (last column of Table 19) based on the sum of partial regrets (variance between required equipment and actual equipment). To obtain variations of regret [on a scale of 0 to 1], we will construct a table of relative regret (with respect to the level of the actual satisfaction sought) in order to calculate its complement to 1, which will give us the level of satisfaction for each action.

Table 19 Regret yielded by the evaluation of port cities with regard to each dimension and total regret for each port city

PORTS (ACTION)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	SOMME
Port 1	0	0.125	0.125	0.125	0	0	0.25	0	0	0	0	0.25	0.875
Port 2	0.125	0	0	0	0.125	0.125	0	0.125	0	0	0.125	0	0.625
Port 3	0.75	0	0.125	0.125	0.375	0	0.25	0.5	0.5	0.25	0.375	0.375	3.625
Port 4	0.125	0	0	0	0.125	0.125	0	0.125	0	0	0	0	0.5
Port 5	0	0	0.125	0	0.25	0.125	0.125	0	0	0.125	0.25	0.375	1.375

Table 20 Relative regret and its complement to 1, which yields the same values as for the hybrid operator

Relative regret

Port 1	0.0864
Port 2	0.0617
Port 3	0.358
Port 4	0.0493
Port 5	0.1358

Satisfaction level

Port 1	0.913
Port 2	0.938
Port 3	0.641
Port 4	0.95
Port 5	0.864

In conclusion, it must be said that the proposed model, being simple, but flexible does not presume to represent a methodology capable of superseding the decision-maker. However, it can guide the decision-maker in his choice process by helping him evaluate the various performance levels of the actions according to the weight of the components, identifying which weight is, allotted by the decision-maker, even to the features used to evaluate the various actions.

This example, applied to the issue of ranking terminus ports, allows us to propose a methodology in support of the evaluation and decision-making process, in case several alternatives and a number of points of view (factors intervening in the choice process), which often prove to be significant and varied, should be taken into account

V. WEBSITES VISITED

Adriatic Cruises: www.adriaticcruises.hr

Aida Cruises: www.aida.de

Aker Yards: www.akeryards.com

Arcalia Shipping Co. : www.crociereonline.net/arcalia.htm

Carnival Cruise Line: www.carnivalcruise.co.uk

CDF, Croisieres de France: www.croisierenet.com/comp_61/croisiere/croisieres/croisieres-de-france/index.html

Celebrity Cruises: www.celebritycruises.com

CLIA - Cruise Line International Association: www.cruising.org

Club med Croisieres: www.clubmed.fr

Compagnie des Iles du Ponant: www.ponant.com

Costa Crociere: www.costacrociere.it

Crocieraonline, l'agenzia di viaggi specializzata i crociere: www.crocieraonline.com

Crociere on line, centro prenotazioni crociere: www.crociereonline.com

Crociere on line: www.crociereonline.net

CroisiMer : http://www.croisierenet.com/comp_54/croisiere/croisieres/croisimer/index.html

Cruise Europe: www.cruiseeurope.com

Cruise2.com: cruise2.agenthub.net

Crystal Cruise Luxury: www.crystalcruises.com

Cunard Line : www.cunard.com

Easy Cruise: www.easycruise.com

ECC, European Cruise Council: www.europeancruisecouncil.com "European Cruise Contribution", Report 2007 et Report 2008

EEA - European Environment Agency: www.eea.europa.eu

Fincantieri: www.fincantieri.it

Fred. Olsen Cruise Lines: www.FredOlsenCruises.co.uk

G.P. Wild International: www.gpwild.com; <http://www.breanet.com>

Holland America Line: www.hollandamerica.com

ICOMIA - International Council of Marine Industry Associazion: www.icomia.com

ICS - The International Chamber of Shipping and ISF - the International Shipping Federation: www.marisec.org Discover Cruises: www.discover-cruises.co.uk

InforMARE: www.informare.it

Island cruises: www.islandcruises.com

L'Avvisatore Marittimo <http://avvisatore.ilsecoloxix.it/avvmar.php>

Louis Cruise Lines: www.louiscruises.com

MedCruise, Association of Mediterranean Cruise Ports: www.medcruise.com

Meyer Werft: www.meyerwerft.de

MSC Crociere: www.msccrociere.it

Nauticard International: www.nauticard.it

Norwegian Cruise Line: www.ncl.co.uk

Ocean Village: www.oceanvillageholidays.co.uk

Oceania cruises: www.oceaniacruises.com

OMT - UNWTO: World Tourism Organization: <http://www.unwto.org>

P&O Cruises: www.pocruises.co.uk

Pagine Azzurre: www.pagineazzurre.com

Plein cap Croisières: www.plein-cap.com

Port Net: Challenges and Future Trends: Ports and Passengers in Europe – The Baltic Range (Tallinn, Riga, Klaipeda and Kaliningrad)), [SPINTER research, Ltd.](#) 2007

Princess Cruises: www.princesscruises.co.uk

Pullmantur Cruceros: www.pullmanturcruises.com

Regent Seven Seas Cruises: www.rssc.com

Royal Caribbean International: www.royalcaribbean.co.uk

Seabourn Cruise Line: www.seabourn.com

Seadream: www.seadreamyachtclub.com

Seatrade Cruise Shipping Convention: www.cruiseshipping.net

Seatrade Europe 2007: www.seatrade-europe.com

Silversea Cruises: www.silversea.com

Swan Hellenic Cruises: www.swanhellenic.com

T. Mariotti S.p.A.: www.mariottiyard.it

Ucina 2007: www.ucina.it

Uomo in mare – Il network dei diportisti: www.uomoinmare.it

Windstar Cruises <http://www.windstarcruises.com>

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Cappato A., Musso E. (1997), *Information systems supporting firms location*, Actes du 37th European Congress of Regional Sciences Association, Roma, ERSA
- Camagni R. (1992), *Economia urbana*. Roma, NIS.
- Carvelli A., Morandi S. (1993). *I vantaggi competitivi delle città, un'analisi comparata in ambito europeo*. Milano, Iler.
- Ciciotti E. (1993). *Competitività e territorio*. Roma, NIS.
- Cruise Industry News (1997). *Annual Report 1997 -Tenth Edition*.
- Ferrarini R. (1998). *What a cruise ship needs from a turnaround port*, Seatrade Arabian Gulf and Indian Ocean Cruise Symposium.
- Fustier B. (1994). Approche qualitative d'un problème d'évaluation". *Journal de Mathématiques du Maroc* n°2, pp. 81- 86.
- Fustier B. (1998). *Construction de critères sur une procédure d'agrégation floue*. 47^{èmes} Journées du Group de Travail Européen "Multicriteria Decision Aid", Thessalonique, mars 1998.
- Jones S. (1998). Destination selection - a revealing insight. *International Cruise and Ferry Review*, n°4.
- Isard W. (1956). *Methods of Regional Analysis*. New York.
- Marchese U. (1996). *Lineamenti e problemi di economia dei trasporti*. Genova, ECIG.
- Moses L.N. (1958). Location and the Theory of Production. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Musso E. (1996). *Città portuali: l'economia e il territorio*. Franco Angeli.
- Musso E., Castagnino P. (1997). Avantages compétitifs des villes. Une analyse comparative dans le cadre de l'Europe du Sud. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 1997/1, pp.67-96.
- Musso E., Cappato A. (1997). *La localisation des activités de production: systèmes d'information et de support dans la prise de décision*, Actes du XXXIII^{ème} Colloque de l'A.S.R.D.L.F. Renouveau Régional, Renouveau Urbain, Lille, 1-3 septembre 1997.
- Musso E., Cappato A.(1998). *Evaluation des sites potentiels de localisation*. 47th Meeting of the European Working Group "Multicriteria Aid for Decision ", Thessalonique, mars 1998
- Orsini (1998). La problématique générale de l'évaluation. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* 1998/3, pp. 395-420.
- Pigalle F. (1998). Evaluation stratégique des politiques publiques. Une approche par la logique floue. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* 1998/3, pp. 461-480
- Ponsard C. (1955). *Economie et espace*. Paris, Sedes
- Preto G. (1979). *Economia della localizzazione*. Milano, Angeli.
- Rispoli M., Di Cesare F., Manzelle R. (1997). *La produzione croceristica - I prodotti, le imprese, i mercati*. Torino, G.Giappichelli Editore.
- Roy B., Bouyssou D. (1993). *Aide multicritère à la décision : méthodes et cas*. Paris, Economica.
- Seetrade Cruise Accademy (1999). *The elements of cruise shipping*. Keble College, Oxford, 21-26 mars 1999.
- Sciutto G., Galaverna M., Pozzobon A. (1998). *Transport accessibility and port competitiveness: the case of Savona-Vado*, in *Maritime Engineering and Port*. WIT Press.
- Weber A. (1928). *Theory of the Location of Industries*. Chicago, University of Chicago Press.

VII. APPENDICES

1. Annex 1

Table 21 Cruise ships in Building process

Forecast delivery date	Status	Cruise company	Name of ship	Size-measurements	Passenger capacity	Shipyard
30 Juin 2008	Being delivered	Carnival Cruise	Carnival Splendor	GRT : 112 000	3600	Fincantieri - Genova Sestri Ponente, Italie
1 Juillet 2008	Deposit	Holland America	Eurodam	GRT : 86 000	2044	Fincantieri - Marghera, Italie
Octobre 2008	Under construction	Celebrity Cruises	Celebrity Solstice	GRT : 118 000	2850 (cabin beds)	Meyer Werft - Allemagne
Novembre 2008	Under construction	Princess Cruises	Ruby Princess	GRT : 116 000	3100	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2008	Under construction	MSC Crociere	MSC Fantasia	GRT: 133 500	3300 (cabin beds) 3887 passengers capacity	Aker France - St. Nazaire, France
Mars 2009	Under construction	MSC Crociere	MSC Splendida	GRT 133 500	3300 (cabin beds) 3887 passengers capacity	Aker France - St. Nazaire, France
Avril 2009	Ordered	Costa Crociere	Costa Luminosa	GRT : 92.700	2260 (cabin beds)	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2009	Ordered	Seabourn Cruises	Seabourn Odyssey	GRT : 32.000	450 (cabin beds)	T. Mariotti, Italie
Avril 2009	Ordered	Aida Cruises	TBN	GRT : 60 000	2030	Meyer Werft, Allemagne
Avril 2009	Ordered	Costa Crociere	Costa Pacifica	GRT : 114 500	3000	Fincantieri - Genova Sestri Ponente, Italie
Juillet 2009	Ordered	Celebrity Cruises	Celebrity Equinox	GRT : 118 000	2850 (cabin beds)	Meyer Werft - Allemagne
Octobre 2009	Purchase intention letter	Silversea	TBN	GRT : 36 000	540 (cabin beds)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Octobre 2009	Ordered	Carnival Crociere	Carnival Dream	GRT : 130 000	3652	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2009	Ordered	Royal Caribbean	TBN	GRT : 220 000	5000 (cabin beds) 6400 passengers capacity	Aker Yards - Finlande
Novembre 2009	Ordered	Norwegian Cruise Line	TBN	GRT : 150 000	4200 (cabin beds)	Aker France
Novembre 2009	Ordered	Sea Cloud	Sea Cloud Hussar	GRT : 5 000	136 (cabin beds)	Factoria Naval Marin - Espagne
Mars 2010	Ordered	Costa Crociere	TBN	GRT : 92 700	2260 (cabin beds)	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2010	Ordered	Aida Cruises	TBN	GRT : 60 000	2 030	Meyer Werft, Allemagne
Avril 2010	Ordered	Seabourn Cruises	TBN	GRT : 32 000	450 (cabin beds)	T. Mariotti, Genova, Italie
Juin 2010	Ordered	Celebrity Cruises	Celebrity Eclipse	GRT : 118 000	2850 (cabin beds)	Meyer Werft - Allemagne
Juin 2010	Ordered	Norwegian Cruise Line	TBN	GRT : 150 000	4200 (cabin beds)	Aker France
Juillet 2010	Ordered	P&O	TBN	GRT : 116 000	3076 (cabin beds)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Juillet 2010	Ordered	MSC Crociere	MSC Magnifica	GRT : 89 600	2550 (cabin beds) Passengers capacity 3000	Aker France - St. Nazaire, France
Octobre 2010	Ordered	Holland America Line	TBN	GRT : 86 000	2100 (cabin beds)	Fincantieri - Marghera, Italie

PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM IN THE MEDITERRANEAN

Octobre 2010	Ordered	Oceania Cruises	TBN	GRT : 65 000	1260 (cabin beds)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Novembre 2010	Ordered	Cunard Line	Queen Elizabeth	GRT : 90 000	2000	Fincantieri - Marghera, Italie
Avril 2011	Ordered	Costa Crociere	TBN	GRT : 114 500	3012	Fincantieri - Marghera (Ve), Italie
Juillet 2011	Ordered	Carnival Crociere	Carnival Magic	GRT : 130 000	3652	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Juillet 2011	Ordered	Disney Cruises	TBN	GRT : 130 000	2800	Meyer Werft, Allemagne
Juillet 2011	Ordered	Oceania Cruises	TBN	GRT : 65 000	1260 (cabin beds)	Fincantieri - Monfalcone, Italie
Octobre 2011	Ordered	Celebrity Cruises	TBN	GRT : 122 000	2850 (cabin beds)	Meyer Werft - Allemagne
Avril 2012	Ordered	Costa Crociere	TBN	GRT : 114 500	3012	Fincantieri - Marghera (Ve), Italie
Juillet 2012	Ordered	Disney Cruises	TBN	GRT : 130 000	2800	Meyer Werft, Allemagne

TBN: To Be Nominated

GRT: Gross Registered Tonnage

2. Annex 2 – features of Boating ports in the Mediterranean (available on Plan Bleu web site)

VIII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Evolution of the number of cruisers in millions.....	661
Table 2 Order books of main shipyards.....	665
Table 3 List of ports of call in the Mediterranean.....	668
Table 4 Most frequented ports in number of passengers.....	673
Table 5 Terminus ports.....	673
Table 6 Performance in number of cruises.....	673
Table 7 Breakdown of the jobs generated directly by the cruising sector.....	676
Table 8 Breakdown of jobs generated indirectly by the cruising sector.....	677
Table 9 Employment breakdown by country.....	678
Table 10 Breakdown of overall economic impact by country.....	678
Table 11 Number of pleasure boats by country.....	680
Table 12 Evaluation of port cities – Passenger accessibility.....	689
Table 13 Evaluation grid – Trueness scale concerning accessibility-related factors.....	689
Table 14 Evaluation of ports according to the environmental sustainability criteria selected.....	689
Table 15 Evaluation grid – Trueness scale for the evaluation of environmental sustainability.....	690
Table 16 Evaluation of the ports – Passenger accessibility and weight of each point of view allotted by the decision-maker.....	691
Table 17 $g_j(i) = V(p_j(i) \Delta \pi_i \in J)$	692
Table 18 Results.....	692
Table 19 Regret yielded by the evaluation of port cities with regard to each dimension and total regret for each port city.....	693
Table 20 Relative regret and its complement to 1, which yields the same values as for the hybrid operator.....	693
Table 21 Cruise ships in Building process.....	697
Map 1 The Mediterranean basin.....	660
Map 2 Breakdown of tourist flows - Forecasts for 2010 and 2020.....	663
Map 3 Main ports of call in the Mediterranean.....	668
Map 4 July - August.....	686
Map 5 December – January – February.....	687
Graphic 1 Geographical breakdown of cruisers (in percentage).....	662
Graphic 2 Evolution of tourism on global level over the period 1995-2007.....	662
Graphic 3 Cruising tourism figures over total tourism figures on world level.....	664
Graphic 4 Forecast growth of the cruising market in Europe up to 2015.....	664
Graphic 5 Nationality of the passengers.....	674
Graphic 6 Global context of the sector in terms of number of passengers.....	675
Graphic 7 Marine fleet in the world. Number of pleasure boats per 1000 inhabitants.....	679
Graphic 8 GNP per capita in Euros.....	680
Graphic 9 Distribution of moorings.....	681
Graphic 10 Pleasure boat building by country.....	681
Graphic 11 Sail/Motor differentiations for mega-yachts.....	682
Graphic 12 Evolution of Italian building of mega-yachts with respect to worldwide total.....	682

EMPLOYMENT AND CREATION OF WEALTH: CURRENT SITUATION AND FUTURE PROSPECTS

Thierry Sebagh, Professeur d'économie, Valérie Brun, Enseignant chercheur Université Paul Cézanne, à la Faculté d'économie appliquée Aix-en-Provence

TABLE OF CONTENTS

General Synopsis	703
I. Introduction.....	704
II. Section 1 Tourism and employment in the countries of the Mediterranean basin.....	705
1. Preliminary remarks on employment and productivity in the tourism sector.....	706
2. Volume of employment in the tourism sector.....	708
3. Nature of employment in the tourism sector	711
III. Section 2: Tourism and value-creation in the countries of the Mediterranean basin.....	720
1. Importance of the tourism sector in the countries of the Mediterranean basin.....	720
2. Turnover of the tourism sector and exchange rates	721
3. Buoyant Euro & concentration of tourism earnings.....	723
4. Value added of the tourism sector & apparent labour productivity	724
IV. Section 3 Tourism and prospects in the countries of the Mediterranean basin.....	727
1. Demand, tourism projects and employment	727
2. Employment and demographic projections.....	729
V. Bibliography	733
VI. Annexes	734
Annexe 1	735
Annexe 2	737
Annexe 3	739
Annexe 4	739
Annexe 5	742
Annexe 6	748
Annexe 7	750
Annexe 8	751
VII. Table of illustrations	756

GENERAL SYNOPSIS

In November 2005, the contracting parties to the Barcelona Convention adopted the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD) and conferred upon sustainable tourism the order of a priority field of action. With this view in mind, Plan Bleu commissioned a study on employment and the creation of wealth in the Mediterranean basin, which are two of the three major sustainable development pillars, next to environment protection. The present study takes stock of the tourism sector in Mediterranean countries over the period 1990-2005 and proposes prospects for the time frame 2015.

The first section offers an analysis of employment in the tourism sector. Being a fast-growing and—traditionally—little capital-intensive sector, tourism represents a significant employment pool for the whole set of Mediterranean riparian countries. While this little capital intensiveness implies low productivity, it also implies large needs in unskilled labour. The tourism sector thus offers a potential of social integration that is more significant than in any other sector. However, the reality of this low capital and skill intensiveness is on the wane. Indeed, since 1993, the tourism sector has been undergoing far-reaching changes. First of all, all Mediterranean countries have reported a significant shrinkage of the employment of unskilled labour. Then, this drop in the share of unskilled labour was accompanied by a rise in the employment of skilled labour whose share in the total employment of the sector has more than doubled since 1993. This twofold trend reflects a change in the structure of employment, a rise in range of the tourism industry in the Mediterranean, and the implementation of horizontal or vertical differentiation strategies.

Off-price competitiveness based on quality and service, the rise in range of tourism and the change in the nature of jobs are thus key elements for an understanding of tourism in the Mediterranean. There is much at stake, indeed. Suffice it to know, as recalled in the second section, that tourism generates, for the Mediterranean countries, a turnover of about 200 billion dollars. However, being subject to currency fluctuation, tourism in the Mediterranean bears the brunt of a strong euro. The high appreciation of the euro has contributed in restoring the balance of tourist flows and the creation of value in the Mediterranean basin to the benefit of countries not belonging to the euro zone. In order to compensate for the loss of competitiveness, companies and regions can rise in range and seek niche markets. This result is an intensification of productivity in the Mediterranean basin. However, the countries of the Northern and Southern rims—NMCs and SMCs, respectively—have adopted different strategies. Labour productivity rises in the North and diminishes in many Southern Mediterranean countries.

Employment and creation of value are thus closely interrelated. In the third section, the focus is on analysing employment and outlet prospects. While a rise in tourist flows is expected over the coming ten years, the impact on total employment is more ambiguous. In volume, employment is likely to remain stable, but its structure by qualification would radically change. This will result in a rise in range of the tourism products on offer in the Mediterranean basin and a rise in labour output, inducing a rise in productivity and, hence, in remunerations. Herein lies the challenge to be taken up by countries of ageing demography which will have to envision the means of meeting these expectations voiced by the whole actors of the profession.

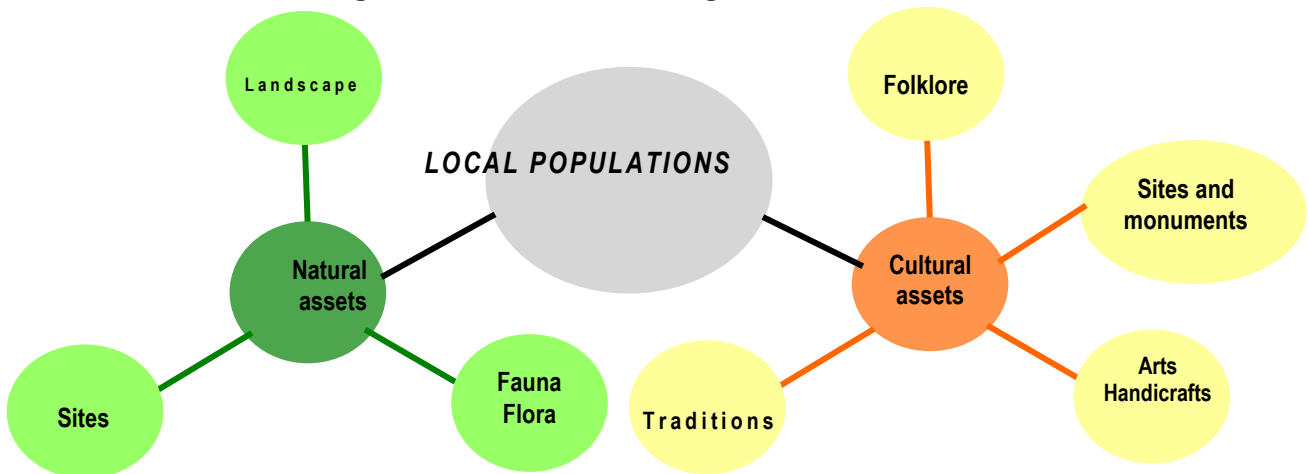
I. INTRODUCTION

With 898 million arrivals of international tourists in 2007¹ (that is, an average annual growth rate of 6.5 % over the period 1950-2007), the tourism sector breaks a new record. All regions and sub-regions report a positive growth, even though regional averages conceal certain local disparities. The Mediterranean riparian countries are no exception to this trend, on an area where the persistence of coastal tourist flows causes degradation to the coastline strip.

In the wake of this dynamics, the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD) has set sustainable tourism as one of seven priority thrusts of local development in the Mediterranean. In this respect, the strategies for the sector are related to the three pillars of sustainable development. They must make tourism more efficient economically (first pillar of sustainable development), while reducing environmental impacts (second pillar of sustainable development) and ensuring better participation by the local populations in the activity (third pillar of sustainable development).

The natural and cultural assets of the Mediterranean riparian countries are exceptional, but made vulnerable by densification of the flows. One of the central questions is, therefore, to know whether the tourism sector can, at the same time, help generate economic growth while preserving and developing this heritage held by the local populations. Figure 1 illustrates the bringing on board of the local populations towards an optimisation and a safeguard of this heritage.

Figure 1 Tourism assets allowing sustainable tourism



Tourism will be sustainable if the local populations can actually benefit from the economic development generated by tourism.

From this point of view, the present study offers a preliminary economic evaluation of tourism over the past two decades and puts forward a few prospective elements that help evaluate the future of the sector and its importance for the riparian countries. In accordance with the Terms of Reference (TOR), three components will be evaluated.

Firstly, a description of the evolution of employment and its structure by qualification will be provided. This first section will, therefore, offer an opportunity to present an evaluation of tourism growth and its employment content. Evaluating the employment content of an activity sector is all the more complex as the qualification level rises. This rise in range may, no doubt, have impacts not only on the precariousness of the jobs offered, but also on the nature of the services proposed and, hence, on the creation of value for the sector.

The employment issue would not, therefore, be dissociated from the dimension of creation of value in the tourism sector. The second section will, accordingly, help evaluate the potential of value creation and the importance of tourism development for the local populations.

¹ As against 846 million arrivals in 2006.

Yet, the Mediterranean region is not a homogeneous whole. The third section will, accordingly, consider the prospects of tourism in the Mediterranean.

II. SECTION 1 TOURISM AND EMPLOYMENT IN THE COUNTRIES OF THE MEDITERRANEAN BASIN

Grasping the importance of the tourism sector for Mediterranean countries requires a consideration of the value/jobs loop and the measures enabling the professionals of the sector to create wealth and, in the long term, to increase employment in the sector. Employment and creation of value are, thus, the two elements that help evaluate the economic and social sustainability of tourism promotion policies in the Mediterranean countries.

The reflections conducted on employment are hampered by several impediments: availability of data (for highly heterogeneous countries as regards statistical data collection), dispersion of activities by branch, but also by gender and age, qualification levels or job precariousness.

Moreover, Mediterranean countries are not all on the same level of tourism development, which proves to be problematic when it comes to conducting a comparative analysis. The region is marked by a great inequality in the distribution of international tourist flows, which is reflected on tourism earnings and on the contribution of the activity to employment and development. In this respect, the Plan Bleu² typology of the countries by importance of tourist flows has been put to service. The figures which helped establish this typology (OMT/WTO 2000) record arrivals since 1970³.

Figure 2 Share of the various groups of countries according to international arrivals

Groupe des 75
Groupe moteur
Groupe "convalescent"
Groupe "latent"

The "75" group—consisting of France, Spain and Italy—claims 75% of the international tourist flows in the Mediterranean. This share is due to countries whose tourism tradition is steeped in time and which have developed, over various periods, the infrastructures necessary for transport and accommodation. The share of this group is gradually dwindling down due, above all, to competition between destinations.

The remaining 25% are divided among three groups:

The "lead"—or high growth—group: This is the group whose share of tourist entries tripled between 1970 and 2000 (Malta, Cyprus, Greece, Turkey, Tunisia, Morocco, Egypt) to reach a rate of 18%. The growth rates are quite high, and these countries' entries share is significant. They conduct active policies in matter of tourism development (sometimes undertaken at various moments of the study period).

The "recovering" group: This is a more heterogeneous group (Slovenia, Croatia, Bosnia-Herzegovina, Serbia Montenegro, Lebanon, Israel, Palestinian Territories) sharing in common the fact of having experienced (or of experiencing still) major political and military tensions between 1970 and 2000 and which are starting (or re-starting) their tourism activity.

²

³ We prefer this approach for reasons of comparative study. On the other hand, classical analysis undertakes a typology by geographical area.

The growth rates may be quite high for countries whose entries share contributes up to 5% of the total entries.

The “latent” group: These are countries which remain fairly closed to tourism development (Albania, Syria, Libya, Algeria) and whose future choices will be determining for the region. Their growth rates are low and their contribution to entries as well.

1. Preliminary remarks on employment and productivity in the tourism sector

The *World Travel and Tourism Council* (WTTC) evaluates the direct and indirect employment generated by tourism. Direct employment is any employment directly connected with activities undertaken during travel or stays for a period less than one year and for professional or leisure reasons⁴. To direct employment, there may be added indirect employment, created by the supply sectors of enterprises working directly with tourists. While employment in the hotel sector is reckoned as direct employment, that which is generated by demand on accounting, management control or furniture service is reckoned as indirect employment. Thus defined, WTTC statistics yield, as we shall see, an indirect employment/direct employment ratio.

1.1 Spill-over impacts of the tourism sector

- External demand “obtains” on the spot: it is heterogeneous but with a higher purchasing power, on average, than that of the host countries. Consequently, this demand will offer outlets for small local or rural producers, very small sized enterprises operating in the handicrafts sector. These producers find, locally, a group of customers which they cannot, otherwise, reach out to as they are outside of the exportation channels.⁵
- Tourism development has a spill-over impact on infrastructures (transport, accommodation, telecommunications...) whose investments are outlaid in the framework of private-public partnerships (PPPs) or national-international partnerships (NIPs). These infrastructures benefit the whole range of economic actors and would not be constructed to the same size without the tourism activity.

1.2 Broad outlines of employment in the tourism sector

While the tourism sector in the Mediterranean presents discrepancies, which will be developed further down; it also reveals similarities with the branch as a whole⁶:

- 1) labour-intensiveness: Tourism is a high-labour intensive activity, which helps understand the evolutions and analyse the capital-intensiveness of the zone;
- 2) Employment-localisation: Tourism is a source of alternative employment in rural areas, which renews and sets the activities. This aspect is to be correlated with “coastline demand”, as well as with the evolution of the infrastructures allowing access to rural areas. The Plan Bleu report (2005) presents the geographical imbalances between coastal areas and rural areas. Besides, Eurostat revealed, in early 2008, a concentration of the activity with respect to the location of airports (air transport remaining the preferred mode to access destination). The whole range of transport infrastructures is developing in the Mediterranean partner countries⁷: airports, ports, roads and railway lines, which is conducive to international tourist flows. On the other hand, traffic remains still highly concentrated in areas where major airports are sited, and lack of interconnections centralises flows in the zones serviced by these airports. The concentration of activities in urban centres sometimes causes a displacement of certain populations in precarious conditions. It would, therefore, be advisable to strike a balance between mobility, as a source of dynamism, and settlement of the rural populations, as guarantor of traditions;

⁴ We propose here the definition of WTO/OMT for tourism activities corresponding to “activities undertaken by people during their travel or their stays in places located outside of their usual environment for a consecutive period of not more than one year, for leisure, business or other purposes”.

⁵

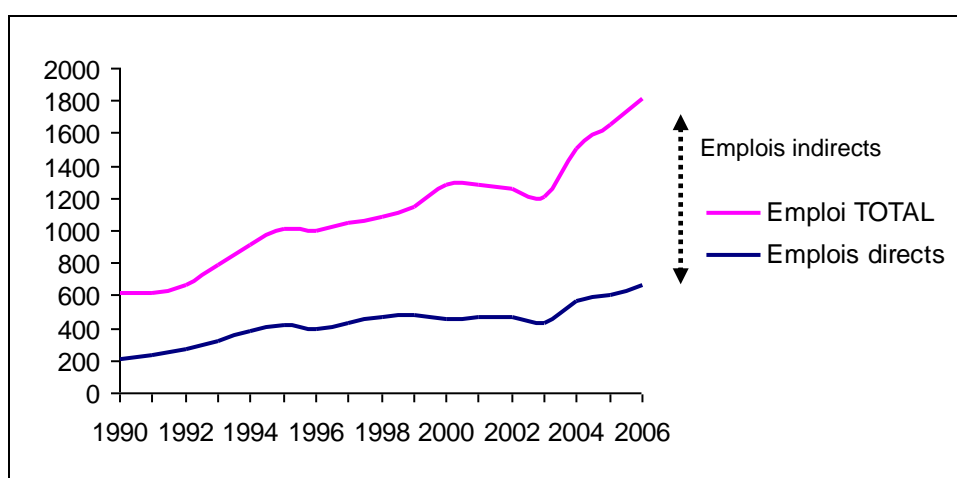
⁶

⁷

- 3) Employment, a potential for youth and women: The tourism sector is a source of direct employment, more especially for the younger population (15-24 age group) and women;
- 4) A sector dominated by low qualification positions: This qualification trend is in process of inversion and depends, to a large extent, on the tourism “maturity” of the destination.

Total employment trends reveal that, over the period 1990-2006, tourism employment is increasing in volume. Indirect employment is represented by the difference between the two curves. It is thus on a higher increase, in proportion, than direct employment. Indeed, the gap between the two curves widens between the beginning and the end of the period (cf annex). Total employment is thus “driven” by indirect employment. This trend applies to all country groups. It is worth emphasising two elements: on the one hand, the differential between the two curves between the beginning and the end of the period; and, on the other hand, the slope of the curves. Regarding the former point, the differential is small but steady for the countries of the “75” group; conversely, it is significant for the “lead” group and the “latent” group; while the results are more mixed for the “recovering” group, owing to the political instability of the 1990s. Regarding the latter point, the slopes are all the less marked as the countries making up the various groups are specialized in the tourism sector:

Figure 3 Structure of employment (direct and indirect) for the whole of the Mediterranean basin



These various features may also be considered in view of tourism “maturity”. The destinations have less to deal with primary tourists, and customer requirements make it necessary to involve other actors than those of the sector.

1.3 Necessary caution when interpreting productivity

As a counterpart to its high employment content, the tourism sector has a labour productivity that is appreciably lower than that of the other economies. Thus, for instance, labour productivity in the hotel sector in Cyprus is four times lower than in the rest of the economy of the European Union⁸. However, the more labour a sector uses (i.e. the lower the capital coefficient), the lower the productivity. Conversely, any increase in capital intensiveness and, hence any reduction of the employment content of growth (of a zone, or a sector), would result in an increase in the apparent labour productivity (GDP/wage earner). A low labour productivity in the tourism sector should not, accordingly, be taken as a sign of unsoundness of the sector, but rather as a reflection of the choice of a particular production technique, one that is more labour intensive. Likewise, to compare the labour productivity in the tourism sector in France and Spain or in Lebanon must be corrected by the labour content of the sector. Thus, it would be easy to understand that apparent labour productivity in the Tunisian hotel sector should be lower than in the Italian hotel sector, if the capital assets differ between the countries.

In the remaining part of this section, we will focus, first of all, on measuring employment and identifying its nature in the countries of the Mediterranean basin. The analyses will be at the

⁸.

same time basin-wide and "regional", i.e. by group of selected countries ("75" group, "lead" or high-growth countries, and "recovering" countries). This will, then, lead to describing the employment potential and structure in the sector.

2. Volume of employment in the tourism sector

Like all services activities, tourism is traditionally a sector with high employment content. In fact, any increase in demand and, hence, in tourism supply must result in a more than proportional increase in employment in the sector. Thus, unlike the industrial and manufacturing sector, the "Hotel, Restaurant-Café" (hereafter, HORECA) sector reports constant growth in manpower in almost all Mediterranean countries. To illustrate, in France, the growth of wage-earning manpower of the sector between 1994 and 2006 stood at 3%, as against 1.5% for the whole sectors of the economy.⁹ The European countries of the "lead" or high-growth group (Malta, Cyprus, Greece, Turkey, Tunisia, Morocco and Egypt) report a high increase in employment in the HORECA sector, thus confirming the tourism competitiveness of the countries of the zone. Only Croatia stands out as an exception to this trend, with employment in the HORECA sector having declined there from 10 to 6.6% over the period under consideration (cf. Annexe 3) In 1998, in Lebanon, the HORECA sector already accounted for most employment in the tourism sector, a sector which contributes a total value of 7% to the country's GDP. The following two examples (Turkey and Lebanon) illustrate the concentration of tourism employment in the HORECA sector.

Figure 4 Turkey Breakdown of tourism employment by activity sector

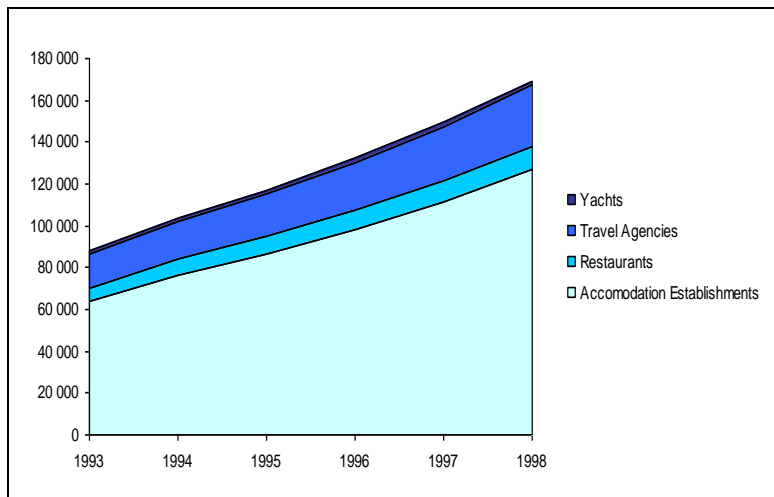
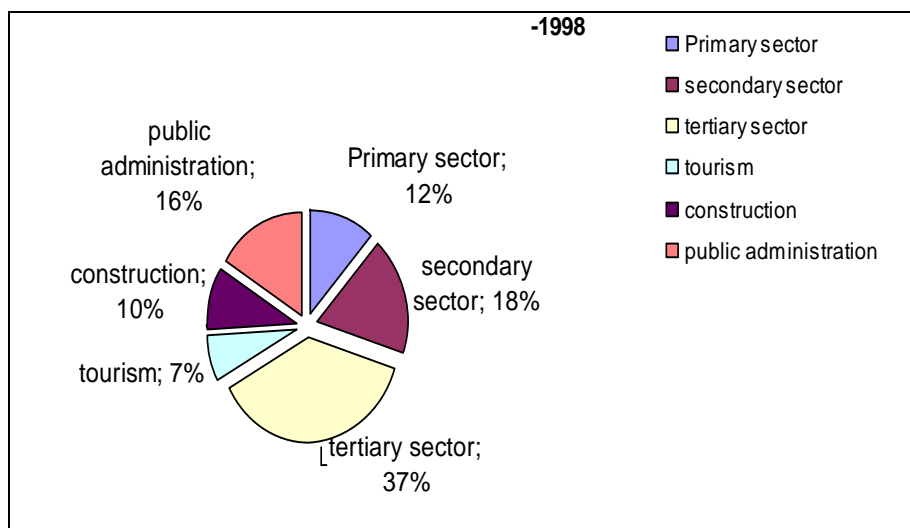
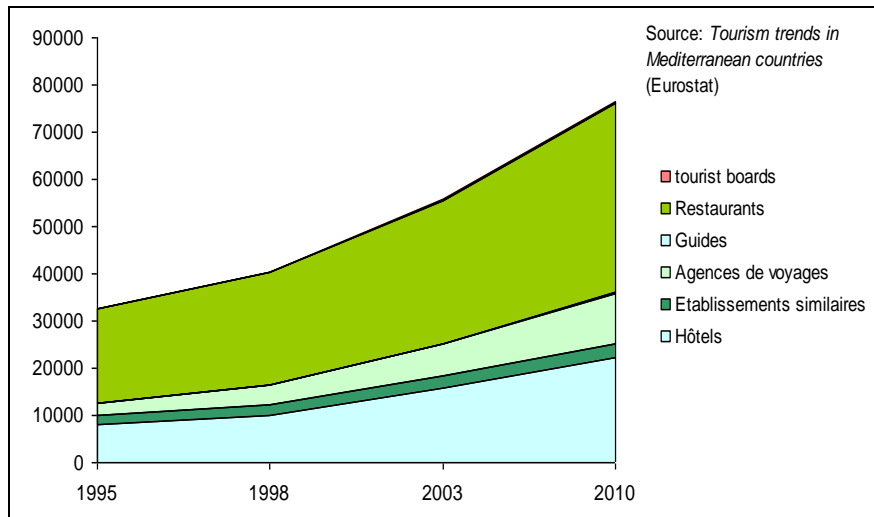


Figure 5 Lebanon: Contribution of economic sectors to GDP



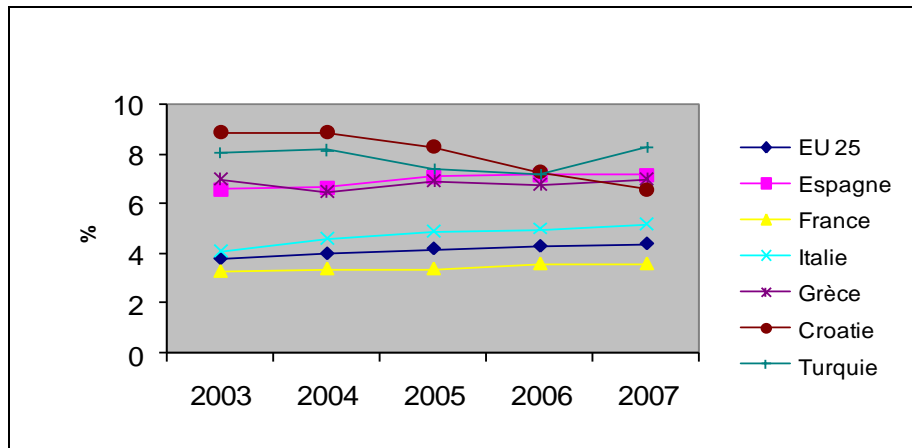
⁹

Figure 6 Lebanon: breakdown of tourism employment by activity sector


This growth of employment in the HORECA sector is also observed in the countries of the “75” group, thus reflecting the trend towards a dis-industrialisation of the advanced economies and the rise of the services sector. Alone, the HORECA sector provides more employment than the whole agricultural sector in Europe, accounting for 3.8% of the European working population. The consequences of this high employment content of tourism activities are threefold:

Firstly, apparent labour productivity and its evolution being a function of the capital-output ratio and of the investment pace, a low labour productivity should be expected.

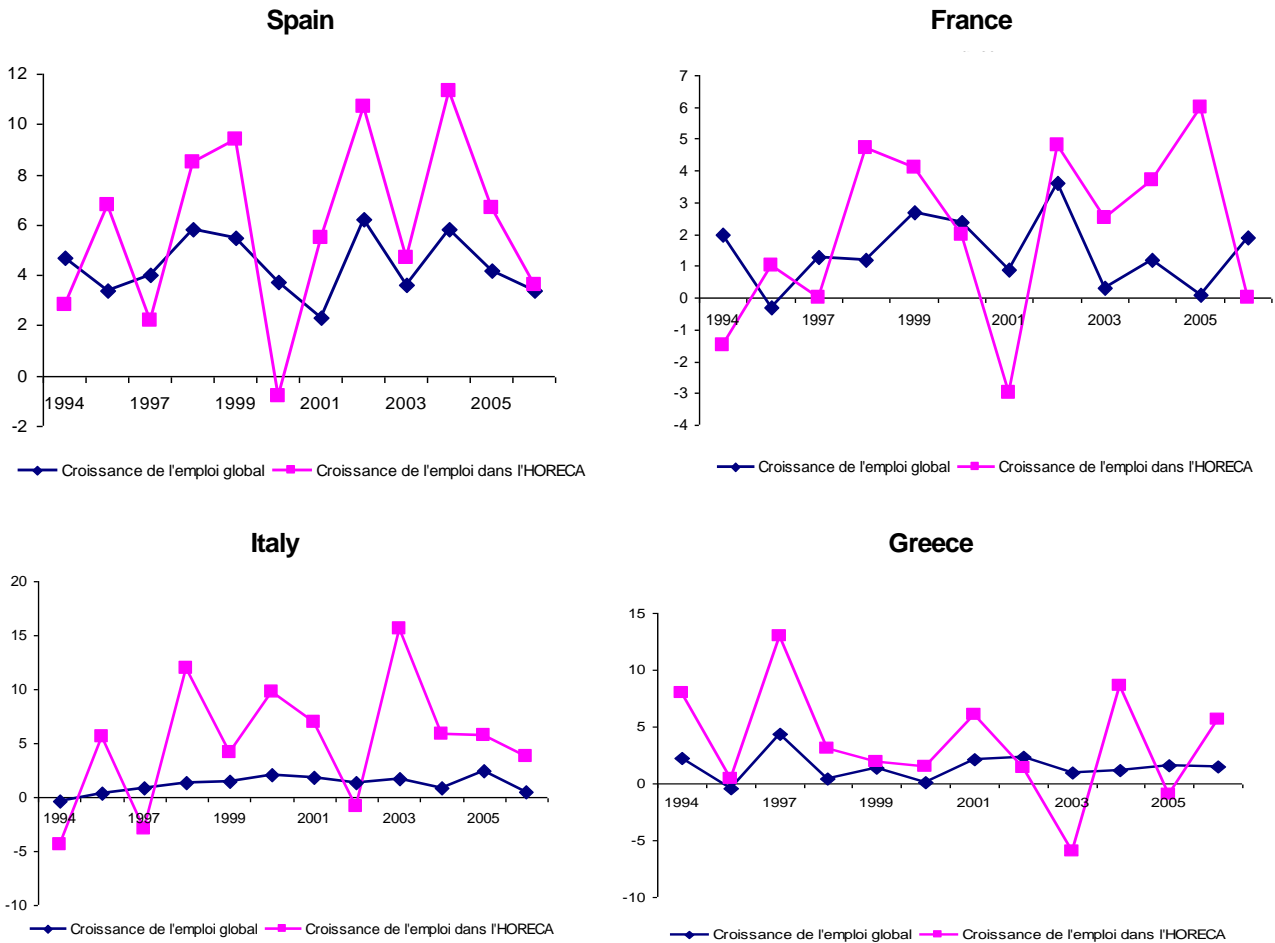
Secondly, at constant production technique (i.e., at equal capital intensiveness), the development of the tourism sector should have an amplified effect on employment of the sector.

Figure 7 Share of HORECA in total employment


Source : Eurostat, 2008

Figure 8 (Cf. Annexe 5 for the details) allow a comparison of the growth rates of employment in the HORECA sector and the rest of the economy. The HORECA sector is, on average, more dynamic in matter of job creation than the rest of the economy. Thus, in Greece for instance (Table 19 and Table 20 in Annexe 5), the dynamism of the HORECA sector enterprises has led to creating, on average, nearly four times more employment than in the rest of the economy.

Figure 8 Growth rate of total employment (all sectors of European Commission Activity Nomenclatur (NACE) and in the HORECA sector



Source : Eurostat 2008

There is a hyper reaction on the part of HORECA to the labour market: growth periods are more marked there, and regression periods as well. This is due, more generally, to the fact that the tourism sector amplifies the movements of the total economy.

However, the dynamism of the sector is beneficial to employment if, and only if, enterprises maintain their use of labour and do not undertake structural adjustments of the productive tool in favour of more capital-intensive technologies. This is, indeed, where explanations may be sought for this apparent disconnection between the evolution of employment in the HORECA sector and the rest of the economy of such countries as Cyprus or France, where the correlation *all sectors* employment growth NACE/*HORECA sector* employment growth is small.

Table 1 Correlation all sectors employment growth NACE/HORECA sector employment growth

75 Group	
Spain	0,65
France	0,10
Italy	0,58
HIGH GROWTH COUNTRIES	
Greece	0,61
Cyprus	0,08
Malta	0,53
Croatia	0,57

Thirdly, wages being a function of apparent labour productivity, remunerations should also be lower in the HORECA sector than in the rest of the economy.

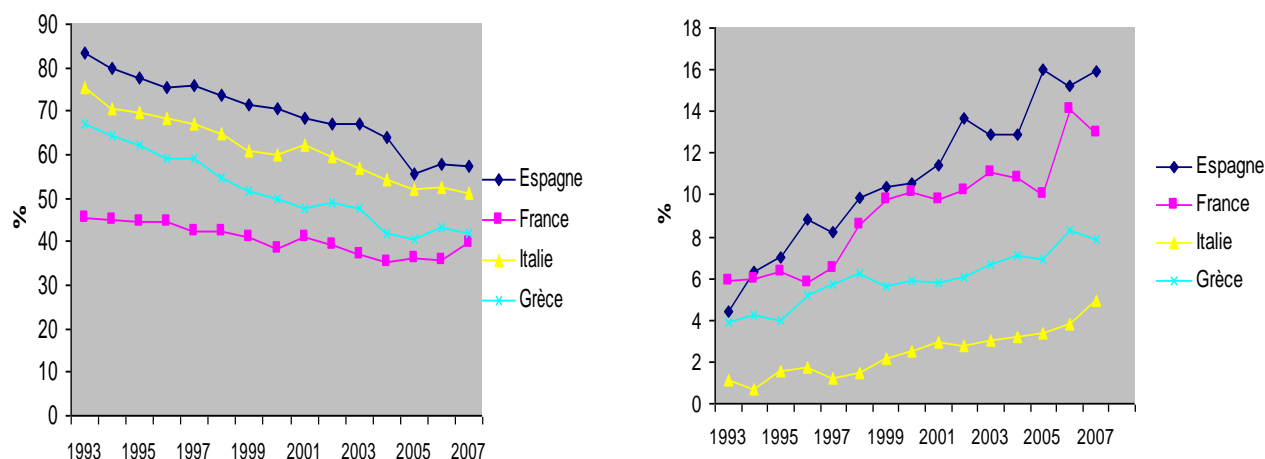
3. Nature of employment in the tourism sector

The study of the nature of employment requires the consideration of several criteria which all have a significant impact with regard to the evolutions of employment for the local populations: levels of qualifications, share of young people and older persons in the labour market, breakdown into full time/part time, precariousness and share of women in the market.

3.1 Evolution of qualification level (HORECA sector)

The HORECA sector has reported, over the period 1993-2007, a far-reaching change. Firstly, all countries have posted a significant reduction of the employment of unskilled labour¹⁰ (see Table 22 and Table 23 in Annexe 5 for details and the diagrams further down). In the “75” group, as in the “lead” or high-growth group, the employment of unskilled labour has declined quite significantly to account for slightly less than half of the jobs of the HORECA sector.

Figure 9 Share of unskilled and skilled labour in the employment of the HORECA sector



Source : Eurostat, 2008

Secondly, this drop in the share of unskilled labour in the employment of the HORECA sector has been accompanied by a rise in the employment of skilled labour¹¹, whose share in the total employment of the sector has more than doubled over the period 1993-2007.

This dual trend—i.e., drops in the employment of unskilled labour and rise in the employment of skilled labour—conceals a dual reality. First of all, the prolonged duration of studies and the progress of qualifications in the countries as a whole, whether developed or emerging,

¹⁰ By "unskilled", it is meant any person having, at most, reached a ISCED 2 level.

¹¹ By "skilled", it is meant any person having, at least, reached a ISCED 5 level.

naturally lead to a change in the structure of employment. In parallel, the rise in range of the HORECA sector and the implementation of strategies of differentiation, whether horizontal or vertical, can also explain this change of employment in favour of skilled labour.

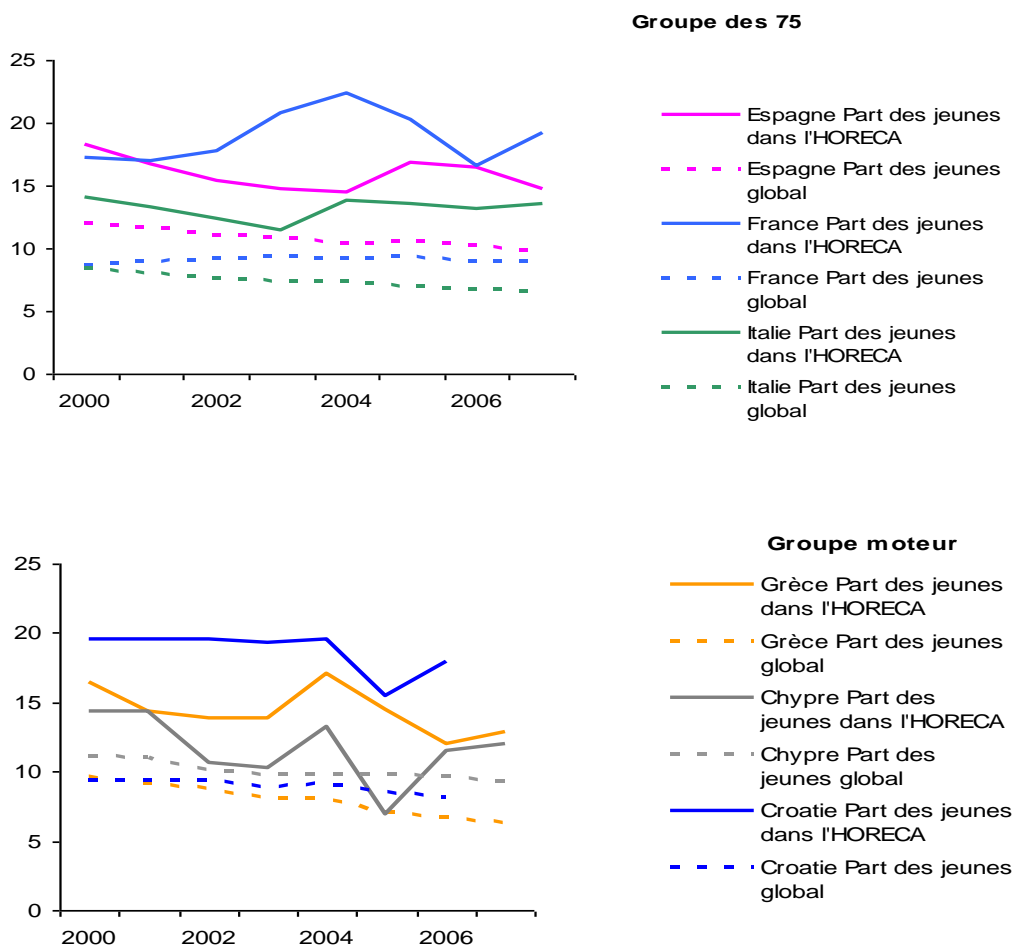
This change in the structure of employment—both as an outcome of the will of enterprises and as an involuntary consequence of the prolonged duration of studies—allows the enterprises of the sector to increase the capital intensiveness of their activity and the wage earners to improve their employability.

3.2 A job-creating sector for the young working population

Employment is, in the HORECA sector, more favourable for young people than it is in the rest of the economy. While, in the “75” group (see Table 24 of Annexe 5), the 15-24 age group represents a mere 10% or so of total employment all sectors considered, it accounts for a rate of 15 to 20% of the total manpower needs of the HORECA sector (see Table 25, Annexe 5). Except for Malta, where young people account for over 30% of the labour employed in the HORECA sector, the situation of the countries of the “lead” group differs little. The data available for Turkey confirm the results.

The falling trend noted in the total employment of young people also reflects a prolonged training duration and a delay in first employment age. Conversely, the trend in the HORECA sector diverges, the recruitment of young people remaining preferred.

Figure 10 Share of young people [15-24 years] in employment in the HORECA sector, compared with all sectors employment growth NACE



Source Eurostat, 2008

But, while the employability of young people is higher in the HORECA sector than in the rest of the Mediterranean economies, that of older people is less significant (see Table 26 and Table 27, Annexe 5). These two elements explain why the average age of the working

population is lower in the HORECA sector than in the rest of the sectors of the Mediterranean countries (about 40 years on average in the European Union all sectors considered, as against 37 years in the HORECA sector)

Concurrently, between 1993 and 2007, the average age dropped by one year in the HORECA sector of the countries of the “75” group (see Table 2). This trend observed for the richest countries of the Mediterranean basin does not obtain in the economies of the “lead” or high-growth countries, where the average age has been on the rise, thus reflecting the lesser share of the 15-24 years employed in the HORECA sector and the rise in range of this type of countries (passing from 10 to 6% in Greece, and from 21 to 18% in Malta, for instance).

Table 2 Average age of the working population of the HORECA sector (in years)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,8	36,7	36,6	36,8	36,9
75 GROUP															
Espagne	39,2	37,3	37,4	37,6	37,4	37,5	37,7	37,3	37,6	38,0	38,5	38,3	37,6	37,7	38,1
France	39,2	37,1	37,4	37,3	37,3	37,2	36,8	37,1	37,1	37,2	36,8	36,6	36,7	37,7	37,5
Italie	39,2	38,3	38,0	39,0	38,8	38,6	38,6	38,5	38,7	38,9	38,9	38,5	38,3	38,6	38,2
GROUP OF HIGH GROWTH COUNTRIES															
Grèce	39,3	38,7	38,8	38,9	38,8	37,9	37,8	37,8	38,3	38,6	38,3	37,7	38,3	38,9	38,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,5	38,5	38,5	39,2	39,2	39,3	40,6	40,0	40,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,5	36,6	36,0	37,5	37,6	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,0	36

Source: Computations based on Eurostat data 2008

3.3 Less precarious jobs in the HORECA sector

The over-representation of young people in the HORECA sector may conceal a greater precariousness of the jobs offered. Strictly speaking, the precariousness of labour relations is measured in proportion of temporary contracts in total employment.¹² In the “lead” or high-growth group of countries, as well as in the “75” group, temporary employment remains marginal. With 3.9%, Spain is the country where temporary employment is the highest, while with 0.7/0.8%, France and Turkey are the countries where job precariousness is the lowest.

Table 3 Share of temporary employment in the total employment of the HORECA sector

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	1,0	1,1	1,2	1,2
75 GROUP															
Espagne	3,4	3,9	4,4	3,8	3,6	3,6	3,5	3,5	3,2	3,2	3,4	3,5	4,1	4,8	3,9
France	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8
Italie	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	1,2	1,3	1,4	1,5
HIGH GROWTH COUNTRIESGROUP															
Grèce	1,5	1,3	1,5	1,8	1,9	2,4	2,8	2,5	2,7	2,4	2,5	2,1	2,5	1,9	2,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,1	2,5	1,9	1,4	1,8	2,2	1,7	1,2	1,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,6	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,3	1,6	1,7	1,7	1,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	0,7

While inter-country situations are comparable, intra-country analyses reveal that the HORECA sector generates much less precariousness in the countries of the “75” group than

¹² Rate of precariousness = percentage of fixed-term contracts and temporary contracts in total employment.

in the countries of the “lead” or high-growth group. Thus, for instance, less than 4% of the jobs of the Spanish HORECA sector are precarious, while a third of the Spanish working population is involved in this type of employment. It is also worth noticing that while one out of 7 people has a precarious job in France, this ratio is as low as one precarious job for 140 employment contracts in the HORECA sector.

Table 4 Share of temporary employment in total employment (all sectors considered, in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	13,1	13,7	14,4	14,9	15,1
75 GROUP															
Espagne	32,1	33,6	34,9	33,8	33,6	32,9	32,8	32,1	31,6	31,2	31,8	32,1	33,3	34,4	31,8
France	10,7	10,8	12,1	12,4	12,9	13,8	13,9	15,3	14,8	14,0	13,6	13,5	14,3	14,2	14,2
Italie	6,1	7,1	7,2	7,4	7,9	8,5	9,8	10,1	9,5	9,9	9,5	11,9	12,4	13,0	13,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	10,4	10,3	10,2	11,0	10,9	13,4	13,5	13,8	13,5	11,8	11,3	12,4	12,1	10,9	11,1
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	10,8	10,6	9,1	12,4	13,2	13,9	13,9	12,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,0	3,8	3,9	3,9	3,2	3,9	3,8	6,0
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	3,5	3,9	3,9	3,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,3	nd

But, precariousness is not only a matter of duration of employment contracts. It is also a matter of hours of actual work. Admittedly, part-time is not necessarily constrained time, but when working conditions become increasingly strict, enterprises tend to modulate the duration proposed in order to reduce labour costs.

From this point of view, trends differ drastically between the countries of the “75” group and those of the “lead” or high-growth group. The differences are observed at the same time in the scope and the evolutions of part-time employment. In terms of scope, part-time employment is 1.8 times higher in the countries of the “75” group than in those of the “lead” or high-growth group (where part-time accounts on average for 8% of the jobs, as against 11% in the economies of the “75” group).

Table 5 Share of part-time employment in total employment (all sectors considered NACE, in %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	17,0	17,8	18,3	18,7	18,9
75 GROUP														
Espagne	6,5	6,8	7,9	8,1	8,0	8,2	8,0	8,1	8,0	8,3	8,9	12,8	12,2	12,0
France	13,9	14,9	16,0	16,8	17,3	17,3	16,9	16,4	16,2	16,7	16,7	17,2	17,3	17,3
Italie	5,5	6,3	6,6	7,1	7,4	7,9	8,8	9,1	8,6	8,6	12,7	12,8	13,4	13,5
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
Grèce	4,3	4,8	5,3	4,6	6,0	6,1	4,6	4,1	4,4	4,1	4,6	4,8	5,9	5,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	6,5	8,5	8,4	7,3	8,9	8,6	8,9	7,9	6,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,3	7,5	8,7	9,4	8,2	9,5	9,9	10,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,0	8,4	8,7	10,1	9,1	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,7

In variation rates, part-time employment has increased by 10% per year between 2000 and 2007 in the “75” group, as against 2.5% in the “lead” or high-growth economies.

Table 6 Share of part-time employment in HORECA sector employment

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,0	27,3	28,0	28,7	29,3
75GROUP														
Espagne	8,9	9,2	10,8	13,4	13,0	13,8	13,2	13,0	12,5	12,8	14,1	19,6	18,6	18,5
France	18,6	19,8	21,2	23,1	22,7	23,9	24,3	22,9	22,8	22,3	23,0	23,3	23,1	24,5
Italie	8,3	10,0	11,9	11,6	11,8	11,7	14,1	15,0	16,0	15,2	23,5	24,6	26,4	27,5
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
Grèce	4,9	3,8	5,2	4,8	5,8	6,7	5,9	5,8	6,1	4,4	6,1	7,2	8,0	8,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	7,1	7,1	7,1	7,1	6,9	10,0	10,3	7,7	8,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,4	23,1	16,7	16,7	27,3	27,3	23,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	8,4	4,6	4,8	9,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,7	2,0

3.4 Greater integration of women, yet with a greater precariousness of their status

Gender inequalities are less significant in the HORECA sector than in the rest of the sectors. In 2007, women accounted for a little more than 51% of the total labour employed in the HORECA sector (as against 42% in all sectors NACE), thus reflecting an upward trend of female activity in all countries of the “75” group.

Except for Cyprus, where women accounted for 53% of employment in the HORECA sector, gender inequalities are marked in the economies of the “lead” or high-growth group. However, inequalities are less marked there than in the rest of the economies of these countries, where, on average, a job out of three is held by a woman.

Table 7 Female labour in total employment all NACE sectors considered

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,9	44,0	44,3	44,4	44,5
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,3	39,1	40,1	40,6	41,0
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	46,0	46,1	46,4	46,4	46,8
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,0	39,1	39,1	39,3	39,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	37,8	38,1	38,2	38,8	38,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,3	43,8	43,4	43,5	44,7
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,2	29,5	31,1	31,6	32,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,2	44,5	45,5	44,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,9	27,1

Table 8 Female labour in HORECA sector employment (in % of total HORECA sector employment)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,1	54,0	54,2	55,4	55,8
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	51,0	50,1	53,4	54,3	55,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	48,5	46,6	47,2	48,7	50,6
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	47,7	50,1	49,6	49,0	49,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	45,6	46,4	45,1	43,9	45,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	55,2	56,7	55,2	53,8	56,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33,3	33,3	36,4	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,2	55,2	53,6	52,4	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,9	14,1

The situation of women is thus more precarious in the countries of the “lead” or high-growth group than in those of the “75” group. To this first gender inequality, there must be added the glaring differences in the work durations proposed according to gender. While, since 2003, the female labour employed on a part-time basis has slightly declined in all countries of the “75” group, the level remains quite high. In 2007, some 3/4 of part-time jobs were held by women.

In the countries of the “lead” or high-growth group, the results are contrasted. In a first set of countries (Greece and Cyprus), the share of women in part-time employment has reported significant decline (from 100% to 50% between 2003 and 2007 in Cyprus). In a second set of countries (Croatia and Turkey), it is the other way round, the share of women in part-time employment has increased quite significantly.

Table 9 Share of women in part-time employment in part-time jobs of the HORECA sector

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	72,4	71,2	71,5	71,8	72,0
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,9	72,8	73,3	71,7	74,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	73,5	68,1	69,7	73,9	69,2
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,6	75,0	77,9	77,9	75,6
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,5	64,7	59,1	54,2	53,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	100,0	66,7	66,7	50,0	50,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	66,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	42,9	nd	75,0	75,0	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,1	45,5

This over-representation of women in the part-time jobs offered is, however, not a specificity of the HORECA sector. For probably cultural—and certainly economic—reasons, part-time work is fundamentally feminine. In the countries of the “75” group, 80% of part-time posts are held by women.

Table 10 Share of women in full-time employment in total full-time employment (all NACE sectors considered)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	78,2	77,9	77,8	77,2	77,1
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	80,2	80,8	78,1	78,2	78,9
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	82,3	82,8	81,7	81,3	82,4
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,3	76,6	78,5	78,5	77,8
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	68,4	71,1	72,5	69,0	70,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	65,5	65,5	67,7	67,9	69,2
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	64,3	66,7	64,3	73,3	76,5
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	58,1	56,9	60,1	55,3	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,8	60,1

Gender trends observed for the Middle East and North Africa (MENA) countries

In North Africa, still about 1/3 of women (32.6%) work in the agricultural sector. In fact, North Africa and the Middle East are the two regions where the share of women in agriculture has been on the increase over the past 10 years. These two regions are at variance with the global trend of a shift of economies from the primary sector to the tertiary sector, a shift which generally benefits women insofar as men remain in a larger number in the agricultural sector. At the same time, the share of women working in the industrial sector is on the decrease (from 19.1% to 15.2%). The services sector provides over a half of women jobs in North Africa (52.2%).

In short, the HORECA sector displays the following features:

- The HORECA sector concentrates direct tourism employment and continues to be a job-creating sector;
- This sector recruits a more significant share of skilled labour;
- It offers employment prospects for young people;

- Employment is less precarious in this sector;
- On the other hand, the integration of women conceals a greater precariousness of their status.

3.5 A rise in range of the hotel infrastructure

The evolutions previously described conceal, as we have seen, local disparities. These disparities are due to the evolution of the tourist reception facilities (Cf. Annexe 6). Indeed, tourist accommodation tends towards a rise in range, particularly in the countries of the “lead” group. Similarly, Tunisia, for example, reported—for the 5-star hotel class—an annual growth rate of more than 10% of the number of beds between 1996 and 1999. Over the same period, the number of beds in holiday villages has dropped by 5% per year. Obviously enough, in order to meet the requirements of such changes, local labour has developed. Not the same staff is recruited for a non classified hotel as for a 5-star hotel. Having launched their destinations, the countries of the “lead” group and also, more recently, of the “recovering” group, seem henceforth to be seeking to build the loyalty of second-generation tourists based on a more qualitative program. In France, the Tourism Quality Plan (PQT) launched by the Villepin government belongs in such an approach.

Figure 11 Tunisia

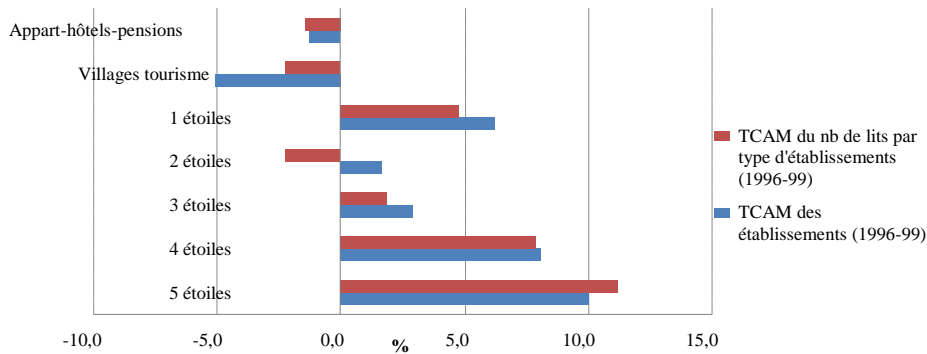


Figure 12 Egypt

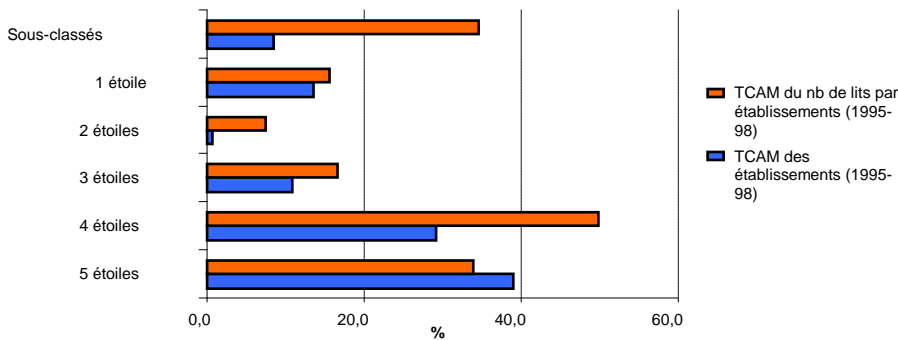


Figure 13 Lebanon

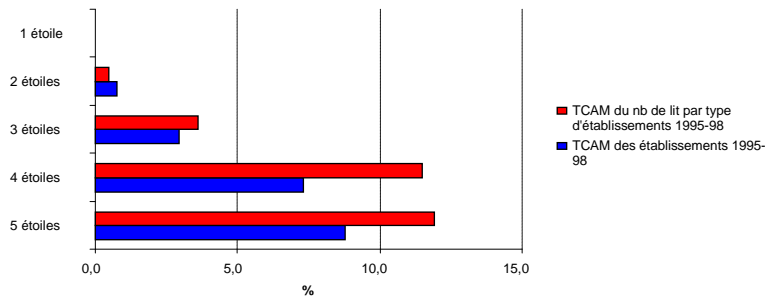
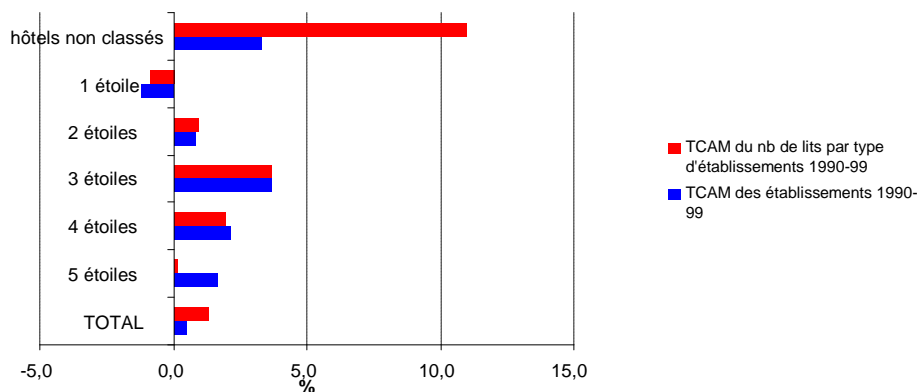


Figure 14 Syria



As an example, Lebanon remains very active in its choices of accommodation change with an effort that is focused particularly on 4 and 5 star hotels. These choices also derive, on the whole, from the analyses conducted on the various "types" of tourism (recreational, business, religious.). Destinations that report significant business tourism have chosen to offer dedicated reception facilities to consolidate this form of tourism in the economy.

Only the countries of the "latent" group are still conducting a timid policy of increase of reception capacity. Their choice remains more quantitative than qualitative with regard to the evolutions of accommodation facilities, as shown by the figures for Syria. Between 1990 and 1999, the annual growth rate of non classified hotels is 11%. Algeria reports the same trend for the period 1990 and 1998 (Cf. Annexe 6).

This rise in range of accommodation throughout the Mediterranean basin, except for the countries of the "latent" group, corroborates the results on the structure of qualifications. Employment there is more skilled and less precarious, which helps adapt to the employment needs for accommodation in order to meet a diversified, more heterogeneous and more informed demand.

Conclusion

Unlike in the manufacturing sector, the HORECA sector reports a high growth of employed labour, fuelled by a dynamic tourism demand. This high employment growth allows a greater integration of the populations traditionally most exposed to economic risks, i.e. young people and the less skilled. To meet the demand, the HORECA sector has risen in range and has had to adjust the nature of its jobs and, hence, of its recruitments, the share of the unskilled having dropped by a half within a 15 year period. The nature of the jobs and the rise in range of the qualifications, therefore, explain the lesser precariousness of the employment offered in the sector. Yet, while employment is less precarious in the HORECA sector than in the rest of the economies of the countries of the Mediterranean basin, there still remain glaring

inequalities between men and women, the latter representing the overwhelming majority of those employed on a part-time basis.

III. SECTION 2: TOURISM AND VALUE-CREATION IN THE COUNTRIES OF THE MEDITERRANEAN BASIN

Increasing at an average annual rate of 6.2%, the tourism earnings¹³ of the countries of the Mediterranean basin grew almost threefold over the period 1990-2005. In 2005, the tourism sector generated a turnover of about 200 billion dollars in the countries of the Mediterranean basin. In order to appreciate the importance of the tourism sector in the latter countries, two questions have been raised and addressed, and two indicators have been identified and calculated.

1. Importance of the tourism sector in the countries of the Mediterranean basin

First question: Does tourism generate as much earnings for the inhabitants of each of the countries as it generates on average in the Mediterranean region? To answer this question, the following indicator has been calculated:

$$I_i = \frac{Recettes_i / hab_i}{Recettes_{bassin} / hab_{bassin}}$$

It reckons the tourism earnings per capita in a given country (i) with respect to the reference zone ("basin"). Three types of countries are thus highlighted (see Table 1). In the first group (France, Italy, Israel and Slovenia), $1 \leq I_i \leq 2$, the tourism sector is not significantly more important for the country considered. With a GDP per capita in the order of 30.000\$ per year, these countries are the richest of the Mediterranean basin. In this group, the tourism earnings per capita stand in the range of 400 to 600\$ per year.

In the second group of countries (Spain, Malta, Cyprus, Greece, Croatia and Lebanon), $I_i > 3$, the tourism sector is a stake for the local populations. Almost all the countries of this group are emerging economies or having recently emerged. In these countries, GDP/capita stands at 19.000\$ on average and the tourism earnings per capita are significantly higher than 1000\$/year.

Lastly, in the third group of countries, $0 \leq I_i \leq 1$, the tourism sector is either developing (representing a wealth potential for the local populations), or of little importance for the economy of the country. Thus, for instance, tourism generates a mere 5\$ of earnings per capita in Algeria, as against 200\$ in Tunisia. If the countries of this group offer homogeneous institutional and economic structures, then this foretells of a significant tourism development potential for the least advanced countries of the group.

Second question: Does the country have a comparative advantage in its tourism offer, leading to an over-representation of the sector in the local economy? The following indicator has been calculated:

$$I'_i = \frac{Recettes_i / PIB_i}{Recettes_{bassin} / PIB_{bassin}}$$

The countries where the tourism earnings per capita are the highest are not necessarily those where the tourism sector is over-represented. While Malta, Cyprus and Lebanon are, indeed, countries where tourism is an important sector ($I' > 3$), this is not the case in Greece and Spain. In the latter two countries, $1 < I' < 2$ and $I' > 3$. In these countries, the tourism sector proves to be a significant element of local development, but the economies have known how to benefit from the tourism resource to diversify.

¹³ The tourism earnings evaluated further down are sums actually outlaid on tourism sites, except for transport expenditure.

Table 11 Importance of tourism for the local populations

	recettes mds \$, 2004	recettes en mds \$, 2005	tourisme pays i/ tourisme PBM 2005	recette/hab	PIB/hab	recette hab i/recette/hab zone
75 GROUP						
France	40,861	42,276	0,8	660	33800	1,6
Spain	45,248	47,891	1,4	1182	33700	2,9
Italy	35,656	35,398	0,8	609	31000	1,5
LEAD GROUP						
Malta	0,79	0,775	3,3	1938	23200	4,7
Cyprus	2,253	2,329	4,3	2911	27100	7,0
Greece	12,872	13,731	1,7	1283	30500	3,1
Turkey	15,888	18,152	1,1	252	9400	0,6
Morocco	3,924	4,617	1,4	135	3800	0,3
Tunisia	1,97	2,063	1,1	198	7500	0,5
Egypt	6,125	6,851	0,6	84	5400	0,2
RECOVERING GROUP						
Slovenia	1,63	1,801	1,3	901	27300	2,2
Croatia	6,848	7,463	4,3	1658	15500	4,0
Bosnia & Herzg	0,519	0,567	0,8	123	6600	0,3
Serbia & Montenegro	0,201	0,201	0,1	18	7500	0,0
Lebanon	5,411	5,411	5,3	1353	10400	3,3
Israel	2,38	2,853	0,6	402	28800	1,0
Palestine	0,021	0,026	0,2	10	1100	0,0
LATENT GROUP						
Albania	0,735	0,861	1,7	239	5500	0,6
Libyan Arab Jamahiriya	0,218	0,218	0,1	35	13100	0,1
Syrian Arab Republic	2,057	2,13	1,0	108	4300	0,3
Algeria	0,178	0,178	0,0	5	8100	0,0
TOTAL	185,785	195,792	1	415		1

The tourism sector thus participates in local economic development and, in the long run, in its diversification. Economic and tourism development does depend on institutional and geographical conditions, but it also depends on economic and financial conditions. The steady appreciation of the euro since 2002 makes the destinations of the euro zone more expensive and, hence, less attractive for European and international tourists.

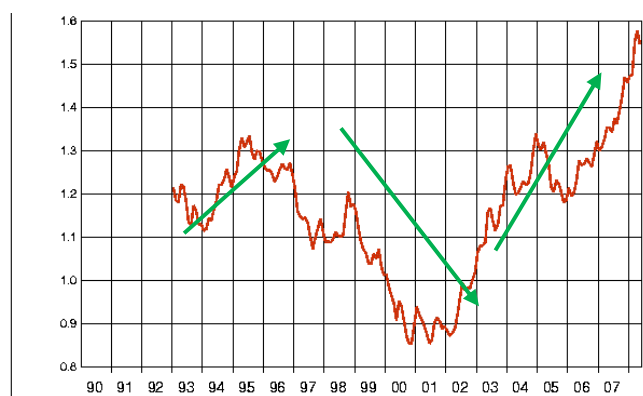
2. Turnover of the tourism sector and exchange rates

The evolution of the euro also poses the problem of the evaluation of tourism earnings. Do they have to be reckoned in dollars or in euros? Expressed in euros, the earnings obtaining from tourism had posted a deceleration until 2004, to pick up again and reach 152 billion in 2005 (that is, a growth by over 5%). But, a big rise of earnings in euros does not necessarily mean a greater competitiveness of the region. Indeed, any appreciation of the euro results in an increase in the earnings converted into this currency.

**Table 12 Tourism earnings (exclusive of transport expenditure) in the Mediterranean countries
(in million euros and in percentage)**

	1990		1995		2000		2003		2004		2005	
	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %	total mio	total %
total	53 266	100	76 159	100	135 912	100	143 554	100	144 090	100	152 524	100
75 Group	43 289	81	62 362	82	95 514	70	95 017	66	97 874	68	100 929	72
France	15 850	30	21 091	28	33 301	25	32 349	23	32 833	23	33 981	24
Spain	14 515	27	19 306	25	32 446	24	35 047	24	36 376	25	38 495	28
Italy	12 924	24	21 965	29	29 767	22	27 621	19	28 665	20	28 453	20
LEAD GROUPE	8 539	16	8 580	11	29 745	22	31 869	22	35 229	24	38 997	19
Malta	389	1	505	1	660	0	618	0	635	0	623	0
Cyprus	988	2	1 375	2	2 102	2	1 782	1	1 811	1	1 872	1
Greece	2 032	4	3 161	4	9 981	7	9 495	7	10 348	7	11 037	8
Turkey	2 533	5	379	0	8 268	6	11 672	8	12 773	9	14 590	1
Morocco	989	2	991	1	2 208	2	2 851	2	3 154	2	3 711	3
Tunisia	744	1	117	0	1 822	1	1 399	1	1 584	1	1 658	1
Egypt	864	2	2 052	3	4 704	3	4 052	3	4 924	3	5 506	4
RECOVERING GROUP	1 097	2	4 178	5	8 876	7	14 742	10	8 424	6	10 194	7
Slovenia		0	827	1	1 045	1	1 184	1	131	0	1 447	1
Croatia		nd	1 031	1	3 012	2	5 573	4	5 506	4	5 999	4
Bosnia & Herzg		nd	..	nd	252	0	332	0	417	0	455	0
Serbia & Montenegro		nd	32	0	32	0	178	0		nd		nd
Lebanon		nd		nd		nd	5 635	4	435	0		nd
Israel	1 097	2	2 288	3	4 426	3	1 821	1	1 914	1	2 293	2
Palestine	..	nd	..	nd	109	0	19	0	21	0	..	nd
LATENT GROUP	341	1	1 039	1	1 777	1	1 926	1	2 563	2	2 404	2
Albania	3	0	50	0	421	0	461	0	591	0	692	0
Libya	5	0	2	0	81	0	181	0	175	0	..	nd
Syria	251	0	962	1	1 171	1	1 185	1	1 654	1	1 712	1
Algeria	82	0	25	0	104	0	99	0	143	0		0

Between 1990 and today, the evolution of the euro rate may be divided into three phases (see Figure 15 below). The period 1990-1995 corresponds to an appreciation phase of European currencies. Earnings reckoned in dollars thus increased more rapidly than those converted into euros (or in ECU). During the second phase, i.e. 1995-2000, European currencies, then the euro since 1999, had depreciated. Earnings reckoned in euros thus naturally increased more rapidly (+10% in average annual rate) than those in dollars (+3% in average annual growth). Lastly, over the period 2000-2005, the euro reported an appreciation which resulted in a big rise of dollar earnings (+7.6% in average annual rate) and a quasi-stagnation of euro earnings (increasing by 0.9% per year, see Table 13).

Figure 15 Monthly Avg. Exchange Rates: U.S. Dollars per European Euro


The appreciation of the euro was particularly hampering for the countries of the “75” group, as well as for the whole of the economies of the euro zone. Indeed, the earnings practically stagnated in these countries (+0.5% in average annual rate) while the earnings in the countries of the “lead” group rose by 1.7%, thus reversing the ratio with respect to the period 1990-1995 when tourism earnings rose more rapidly in the “75” group.

Table 13 Average annual growth rates of tourism earnings and tourist flows

	TCAM 1990-1995			TCAM 1995-2000			TCAM 2000-2005		
	recettes USD	recettes EUR	arrivées	recettes USD	recettes EUR	arrivées	recettes USD	recettes EUR	arrivées
TOTAL	7,6	2,9	2,3	2,9	10,1	5,2	7,6	1,9	1,8
75 GROUP	6,7	1,3	1,8	1,3	7,4	4,7	6,1	0,9	0,2
France	5,3	1,8	2,3	1,8	7,9	4,3	5,4	0,3	-0,3
Spain	5,3	2,9	0,4	2,9	9	5,4	8,1	2,9	2,5
Italy	9,7	-0,7	2,6	-0,7	5,2	4,8	4,3	-0,7	-2
LEAD GROUPE	7,8	8,3	2,6	8,3	23	5,3	9,9	4,6	6,1
Malta	4,9	-1,3	4,2	-1,3	4,6	1,4	4,1	-1	-0,6
Cyprus	6,1	1,3	5,1	1,3	7,3	4,2	3,1	-1,9	-1,4
Greece	8,1	14,3	2,2	14,3	21,1	4,4	6,9	1,7	1,4
Turkey	7,4	7,5	6,7	7,5	67,2	5,2	15,5	9,9	13,3
Morocco	0,5	7,8	-7	7,8	14,3	8,6	14,6	9	5,3
Tunisia	8,3	1,6	4,3	1,6	58	3,5	3,5	-1,6	3,9
Egypt	16	8,4	3	8,4	14,8	10,1	7,9	2,7	8,3
RECOVERINGGROUP	25,5	7	29,9	7	13,4	13,3	14,1	2,3	4,5
Slovenia	nd	-1,9	nd	-1,9	4	6,9	11	5,6	6,1
Croatia	nd	12,8	nd	12,8	19,6	25,6	17,9	12,2	6,4
Bosnia & Herzg	nd	nd	nd	nd	nd	nd	16	10,3	3,7
Serbia & Montenegro	nd	-5,5	nd	-5,5	0	0,8	-100	nd	20,3
Lebanon	nd	nd	nd	nd	nd	8,7	nd	nd	7,4
Israel	13,6	5,3	13	5,3	11,6	1,5	-5,8	-10,4	-3,9
Palestine	nd	nd	nd	nd	nd	nd	-100	nd	-18,9
LATENT GROUP	20,9	3,2	-4	3,2	9,4	9,7	10,5	5,2	11,8
Albania	59,2	34,7	4,9	34,7	42,6	-3,7	14,2	8,6	6,2
Libya	-16,7	83	-8,6	83	85,3	20,8	-100	nd	-100
Syria	25,6	-2,5	6,4	-2,5	3,3	9,6	12	6,5	15,5
Algeria	-17,5	19,5	-12,2	19,5	26,8	8,9	-100	-100	8,9

The rate of exchange influences not only earnings but also the attractiveness of the zone and can also impact tourist entries in the zone. In the countries of the “75” group, arrivals over the period 2000-2005 almost stagnated, increasing by a mere 0.2% per year (see Table 13). Conversely, in the countries of the “lead” group (particularly in Turkey, Morocco, Tunisia and Egypt), arrivals reported a bigger rise than euro earnings.

The high rise of the euro has apparently contributed in an intensification of the flows in favour of the countries outside of the euro zone. Indeed, a shift took place between the periods 1995-2000 and 2000-2005. Over the period 1995-2000, arrivals in the countries of the “lead” group increased at the same rate as those of the whole Mediterranean region (average annual growth rate of 5.3%). On the other hand, over the period 2000-2005, they became much more significant (3 times higher) in this same group of countries as for the whole region. Arrivals grew at the average rate of 6% while they grew at the modest rate of 1.8% for the whole of the Mediterranean countries.

3. Buoyant Euro & concentration of tourism earnings

Analysing the importance of the tourism sector for the populations of the countries of the Mediterranean basin thus requires differentiating the volume effects from the exchange effects. The question is, therefore, to know how this appreciation of the euro influences and will influence the productive structures in the basin. In other words, does the rise in the euro lead to rebalancing tourism earnings and arrivals in the region or to reinforcing the flows of the countries of the euro zone?

It is worth pointing out, at the outset that in spite of the diversity of the destinations offered on Mediterranean basin level, the destinations market remains rather concentrated. The Hirschman Herfindhal Index (HHI), calculated based on the shares in total tourism earnings of the region, expressed in euros, stood at over 6800 points in 1990¹⁴. Since then, the HHI in

¹⁴The Hirschman Herfindhal Index (HHI) is the sum of the market shares squared:

$$IHH = \left[\sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2 \right] \times 10000 \text{ where } q_i \text{ and } Q \text{ are respectively the volume produced by sector } i \text{ under consideration and the total}$$

production. The closer to zero the HHI is, the more competitive is the sector. The higher the HHI, the more concentrated is the sector.

euros has dropped by 27% (see Table 14), thus translating a greater competition between tourism sites.

Table 14 Concentration of tourist flows in the Mediterranean basin

	1990	1995	2000	2003	2004	2005
IHH RECETTES TOURISTIQUES EUR	6866	6864	5462	4981	5249	5080
IHH RECETTES TOURISTIQUES USD	6867	6273	5462	4981	4947	4845
IHH FLUX DE TOURISTES ENTRANT	6703	6359	6052	5769	5448	5287

Calculations made based on: UNWTO, 2008

The comparison of the HHI in euro and dollar and their evolutions proves to be interesting. While, in 1990, the exchange did not have any importance with respect to the concentration of tourism earnings in the basin—the HHI in euro, as well as in dollar, standing at about 6900 points—the situation was to change radically thereafter. First of all, the HHI in dollar posted a steady fall between 1990 and 2005, thus implying a greater competition among tourism sites in the Mediterranean. Then, the appreciation of the euro coincided perfectly with a divergence of the Hirschman Herfindhal Indices in euros and dollars. Indeed, whereas the HHI in euros went on increasing since 2003, the HHI in dollars was on the decrease, thus posting 4845 points (as against 5080 for the HHI in euros in 2005).

Does this drop in the HHI in dollars translate only an exchange effect, or does it also reflect a greater tourism competition in the Mediterranean? The arrivals HHI according to the country of destination tends to develop in line with the HHI in dollars. The Mediterranean region is, then, more competitive now than back in 1990.

4. Value added of the tourism sector & apparent labour productivity

The divide between euro zone and non euro zone prevails again. Euro zone countries will compensate for the appreciation of the euro and the loss of competitiveness thus induced by an increased productivity. In the whole region, labour productivity had slightly decreased between 2000 and 2005 to stand at 18.000 euros by job in the tourism sector (see Table 15).

In the “75” group (euro zone), labour productivity had, on the contrary, risen at the rate of 2% per year between 2000 and 2005. In the “lead” or high-growth group of countries (outside of the euro zone, for some), the overall trend prevailed again, productivity having declined at the average annual rate of 0.6% between 2000 and 2005 to stabilize at 10.500€/job.

In the “lead” group of countries, Malta, Cyprus and Greece hold a special position. In these three countries, labour productivity is as high as in the countries of the “75” group. Here prevails the “euro zone” effect inherent in the monetary evolution. This also reflects the dynamism of the sector, as well as that of the tourism policy conducted.

Indeed, if the sector comprised an only one tourism zone whose market share would be, by definition, 100%, the HHI would be: $100^2 = 10.000$ points. If, on the other hand, the sector comprised n tourism zones of the same size, each of which thus holding $1/n\%$ of the market, the HHI would then be: $n(1/n)^2$ (the HHI would be equal to 100, if 100 zones shared the market). In American law (1992 Mergers Guidelines), any sector whose HHI exceeds 1.800 points is regarded as being strongly concentrated.

Table 15 Productivity in the tourism sector (earnings in euro/job)

	1990	1995	2000	2003	2004	2005
TOTAL	9 789	12 430	18 365	18 202	17 508	18 111
75 GROUP	13 627	19 525	24 297	25 736	26 612	27 439
FRANCE	13 242	17 056	21 916	23 615	24 518	26 084
SPAIN	14 327	18 840	24 673	26 509	27 415	28 072
ITALY	13 372	23 550	27 144	27 619	28 331	28 331
LEAD GROUP	4 949	3 844	10 817	9 601	9 833	10 458
MALTA	12 352	15 847	25 928	23 255	26 107	26 684
CYPRUS	14 939	21 464	29 041	28 589	31 990	33 707
GREECE	5 536	7 944	24 335	22 421	24 358	24 642
TURKEY	6 881	691	12 622	14 692	17 430	19 966
MOROCCO	3 617	3 268	4 315	4 503	4 482	4 549
TUNISIA	4 768	566	7 940	6 541	6 678	6 042
EGYPT	1 865	3 017	5 563	3 477	3 509	3 986
RECOVERING GROUP	3 321	14 748	33 645	32 800	21 104	25 092
SLOVENIA	0	30 383	36 860	42 581	4 716	47 670
CROATIA	nd	9 079	25 233	32 548	35 555	38 348
BOSNIA & HERZG	nd	nd	11 374	12 624	15 744	17 325
SERBIA & MONTENEGRO	nd	580	953	5 345	nd	nd
LEBANON	nd	nd	nd	35 772	3 304	nd
ISRAEL	nd	nd	nd	nd	nd	nd
PALESTINE	nd	nd	nd	nd	nd	nd
LATENT GROUP	1 632	2 487	3 898	4 520	4 495	3 954
ALBANIA	151	2 803	13 634	13 579	16 830	17 306
LIBYA	414	59	1 747	3 123	3 086	nd
SYRIA	2 201	3 578	4 374	5 411	4 723	4 407
ALGERIA	1 301	257	938	859	1 116	0

The analysis by country highlights different strategies according to the countries. While the richest countries have opted for productivity, either by a rise in range or by an increase in investment and in technical and human capital means, certain emerging countries (like Tunisia or Egypt and the whole of the countries of the “recovering” group, see Table 16 below) have apparently opted for increasing the labour content (labour intensiveness) of the sector, with employment increasing more rapidly than tourism earnings. Thus, apparent labour productivity in the Tunisian and Egyptian tourism sector had decreased between 2000 and 2005 (see Table 16).

Table 16 Evolution of productivity by job in the tourism sector

	TCAM 1990-1995		TCAM 1995-2000		TCAM 2000-2005	
	recettes EUR	emploi	recettes EUR	emploi	recettes EUR	emploi
TOTAL	2,9	2,0	10,1	3,2	1,9	2,2
75 GROUP	1,3	0,1	7,4	3,5	0,9	-1,1
France	1,8	0,5	7,9	3,5	0,3	-2,5
Spain	2,9	0,2	9,0	4,2	2,9	0,7
Italy	-0,7	-0,6	5,2	2,7	-0,7	-1,5
MOTOR GROUP	8,3	4,4	23,0	3,5	4,6	5,2
Malta	-1,3	0,2	4,6	-3,7	-1,0	-1,4
Cyprus	1,3	-0,5	7,3	2,1	-1,9	-4,3
Greece	14,3	1,4	21,1	0,5	1,7	1,5
Turkey	7,5	6,9	67,2	3,0	9,9	1,8
Morocco	7,8	1,7	14,3	9,1	9,0	8,1
Tunisia	1,6	4,8	58,0	1,8	-1,6	3,0
Egypt	8,4	6,6	14,8	3,7	2,7	8,5
RECOVERING GROUP	7,0	-2,5	13,4	-1,2	2,3	7,5
Slovenia	-1,9	-2,0	4,0	0,7	5,6	1,1
Croatia	12,8	-3,0	19,6	0,8	12,2	4,6
Bosnia & Herzg	nd	0,9	nd	8,0	10,3	2,9
Serbia & Montenegro	-5,5	-0,6	0,0	-7,9	nd	-0,9
Lebanon	nd	1,0	nd	-8,7	nd	-3,4
Israel	5,3	-4,4	11,6	-6,0	-10,4	4,0
Palestine	nd	-10,4	nd	6,6	nd	30,1
LATENT GROUP	3,2	nd	9,4	nd	5,2	nd
Albania	34,7	nd	42,6	nd	8,6	nd
Libya	83,0	12,2	85,3	1,5	nd	4,9
Syria	-2,5	-1,7	3,3	9,6	6,5	4,4
Algeria	19,5	18,7	26,8	5,4	-100,0	2,1

Conclusion

With an average annual growth rate of over 6%, the tourism sector offers a significant development and growth potential for all the countries of the Mediterranean basin. However, value creation in the sector and the competitiveness of the region depend on the value of the currency. The high appreciation of the euro has been prejudicial to the attractiveness of the euro zone member countries and contributed in a more even distribution of tourist flows, as well as in value creation in the Mediterranean basin. In order to compensate for the loss of competitiveness, the companies and regions can rise in range and seek out niche markets. This results in an intensification of productivity in the Mediterranean basin. However, the countries of the Northern and Southern rims have adopted different strategies. Labour productivity is on the rise in the North and on the decrease in the South of the Mediterranean. The implications will, thus, be twofold. First of all, the employment potential is changed—lower in the North and more significant in the South. Then, the employment structure and productivity are, in their turn, affected. In other words, there should be less jobs but more skilled and better paid ones in the North, and more jobs but less skilled and much less remunerated in the South.

IV. SECTION 3 TOURISM AND PROSPECTS IN THE COUNTRIES OF THE MEDITERRANEAN BASIN

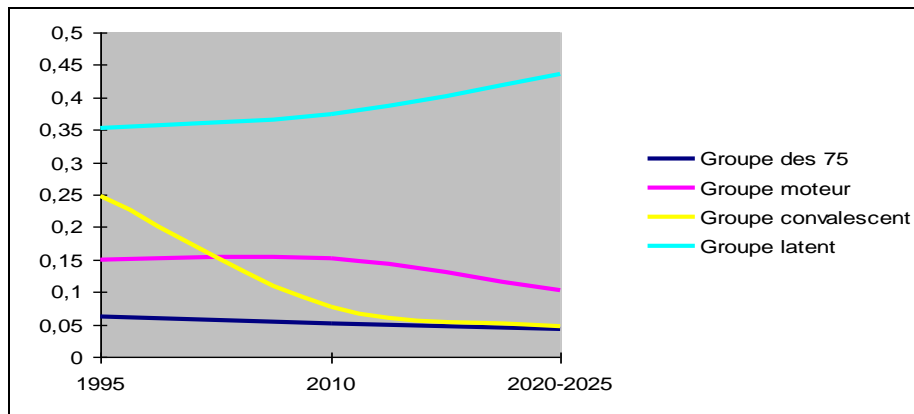
Prospective analyses are delicate owing to a lack of homogeneous data on the employment segment. While aggregate data for the whole sector are often available, prospective studies on the volume and structure of the demand on labour in the tourism sector are wanting. In this section, the main employment (direct and indirect) trends and prospects will be evaluated. Evaluating the future leads us to considering elements of demand and supply. On the demand side, the objective is to evaluate the tourism potential of the region and the impact on employment of these trends. On the supply side, it is worth considering the capacity of the economies to provide the labour force necessary to meet the needs of the sector. Accordingly, the evolution of tourism cannot thus be dissociated from demographic issues.

1. Demand, tourism projects and employment

A tourism-specialisation based approach has so far been given precedence over a geographical approach. The purpose is to appreciate the tourism “maturity” by evaluating the specialisation of the sector measured in terms of international arrivals and value added.

This approach helps grasp the employment/value loop and consider the number of jobs generated by a tourist arrival. The following diagram reveals a fall in employment connected with tourist entries. Only the “latent” group presents persistent growth of employment. On the other hand, this observation is due to the fact that the constitutive countries of this group have not yet really experienced a phase of development of the sector and are, thus, initiating their tourism opening (Cf. Annexe 7, article on the Libya’s projects).

Figure 16 Tourism jobs by international arrival



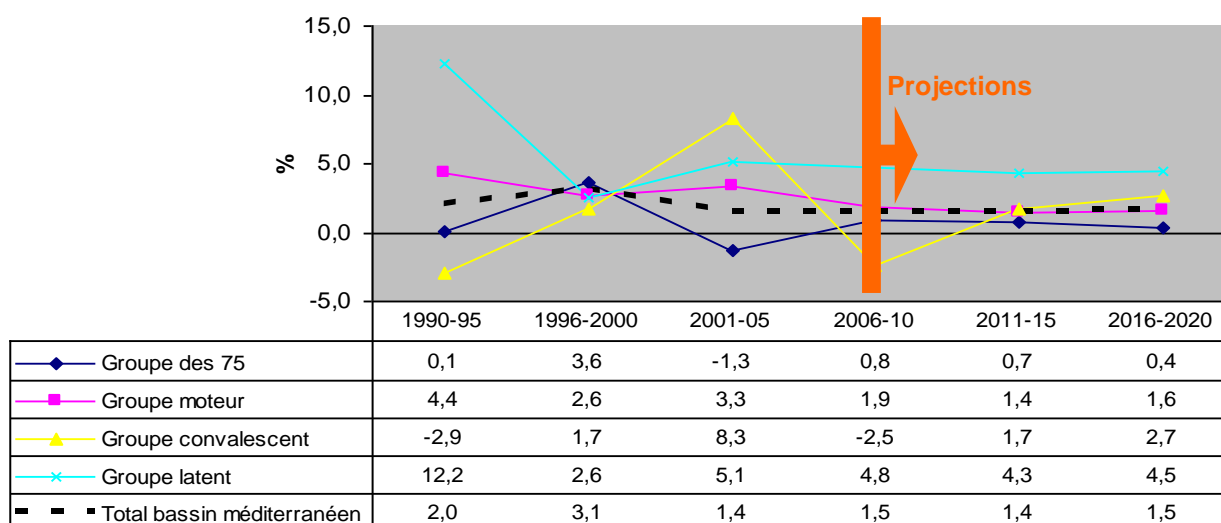
Source : Plan Bleu 2005 et WTTC

The number of jobs per international arrival is on the decline. For example, in the “75” group, there were 0.06 tourism jobs by international arrival in 1995, this figure dropping further to 0.04 for the time frame 2020-25. How to interpret this result? One should not confine the consideration to the quantitative aspect, the only element appearing here. Indeed, one must note that the sector is changing structurally and that the labour force is changing, too. The shift has been from a very labour intensive mass tourism to a more chosen tourism with a more qualitative focus. This is explained in view of the accommodation facilities, of a more exacting demand and, probably (although not studied here), of a use of NICTs so that the destinations remain competitive on a changing global market.

In fact, the more a destination is mature from a tourism point of view, the lower the employment/arrival correlation.

The comparison of the average annual growth rates of direct employment for the various groups of countries of the basin (see Annex for details on the constitutive countries) presents this scenario according to various levels of tourism development.¹⁵

Figure 17 Average annual growth rates (AAGR/TCAM) of direct employment per group of countries (1990 to 2020)



Source WTTC

The average annual growth rates of employment pick up after strong variations related to the various political situations of the countries. For the whole Mediterranean basin, the average annual growth rate of direct employment oscillates between 2%, at the beginning of the period, 1.4%, over the first section of the 2000s and 1.5%, for the time frame 2020. This is far below the average annual growth rates anticipated with regard to the flows of arrivals.

The compared evolution of the international arrivals by group of countries and of employment reveals a divergence between arrivals and jobs.

Table 17 Compared evolution of international arrivals and employment

	Groupe des 75	t0 : 95-2010	t1 : 95-2025	$\Delta(t1-t0)$
Arrivées internationales		0,33	0,49	0,16
emplois directs		0,18	0,24	0,06
Groupe moteur				
Arrivées internationales		0,45	0,70	0,25
emplois directs		0,47	0,56	0,09
Groupe convalescent				
Arrivées internationales		0,77	0,89	0,12
emplois directs		0,30	0,46	0,16
Groupe latent*				
Arrivées internationales		0,51	0,63	0,12
emplois directs		0,51	0,71	0,20

*considering arrivals of Syria as constant up to 2006

Employment increases less quickly than the flows of arrivals, which suggests a shift from the quantitative to the qualitative as the tourism "maturity" of the destination increases. Thus, for the "75" group, the annual growth rate of arrivals would increase by 0.16 points between the periods 1995-2010 and 2010-2025, while that of employment would rise by not more than 0.06 between the same two periods. The trend is still more marked for the "lead" or high-growth group whose international arrivals continue to grow at a more steady pace than the employment growth rate. Lastly, the situation is reversed for the "latent" group, for which employment increases at a higher pace than arrivals. This group is still in a labour intensive

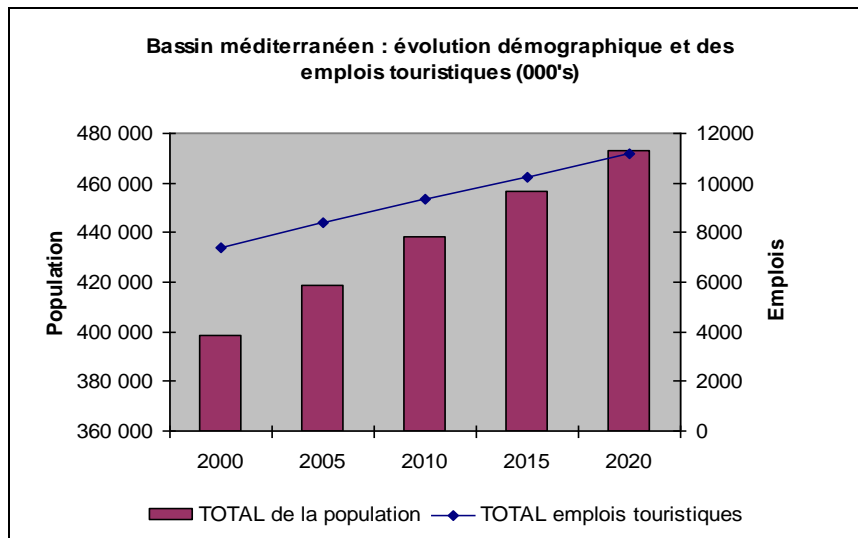
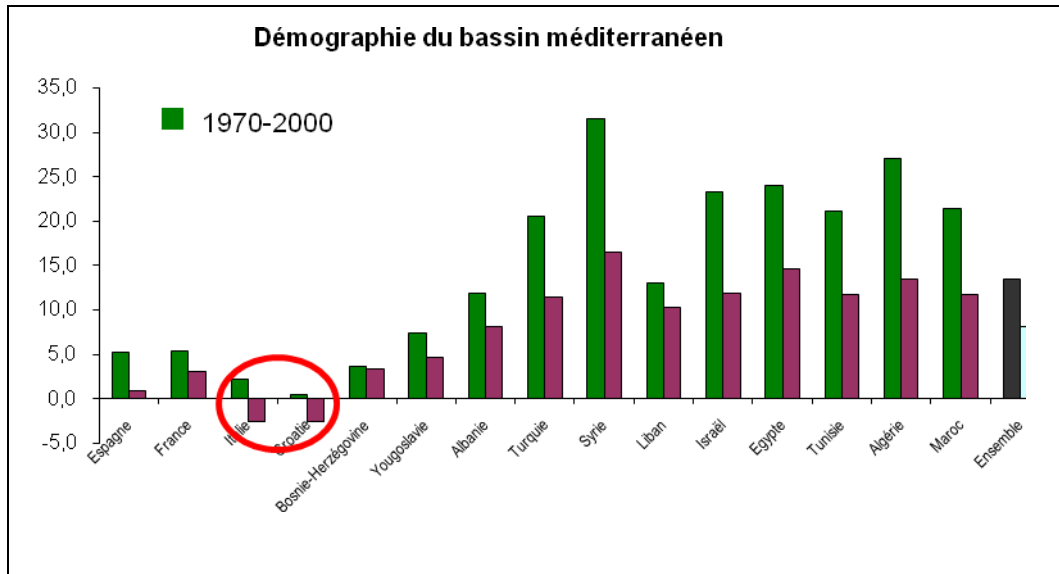
¹⁵ A positive correlation is assumed between level of tourism development and volume of employment.

phase and a more quantitative one in terms of jobs than the other groups. The main advantage is that this benefits the local populations in terms of training and in combating precariousness. There are better recruitment and better training in this economic context that in the preceding phases.

2. Employment and demographic projections

Employment demand in the sector remaining high, demographic aspects and labour availability prove to be crucial for the sustainability of the tourism industry. Certain countries, like Italy or Croatia, are likely to be faced with difficulties. To measure this impact, the following graphs present the compared evolutions of the projections of population and creation of direct jobs in the tourism sector (the results by country are given in Annexe 8).

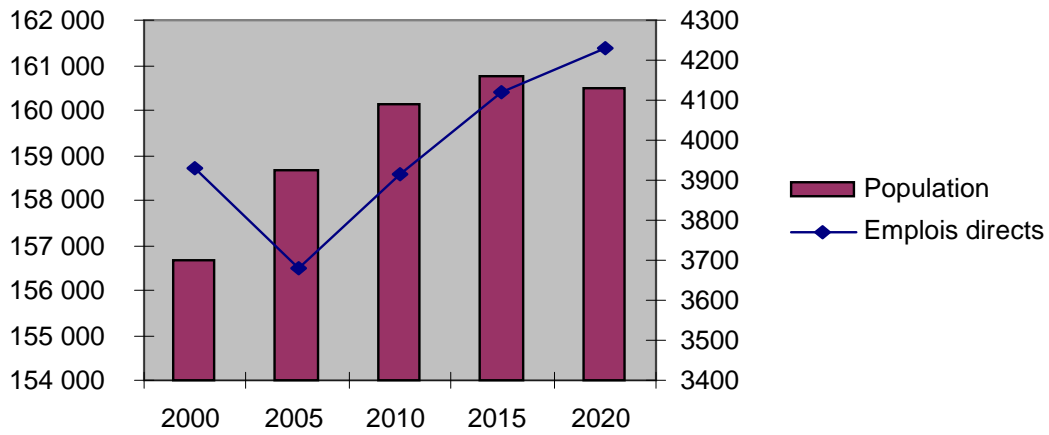
Figure 18 Average annual growth rates (in ‰)



Source: Plan Bleu et WTTC

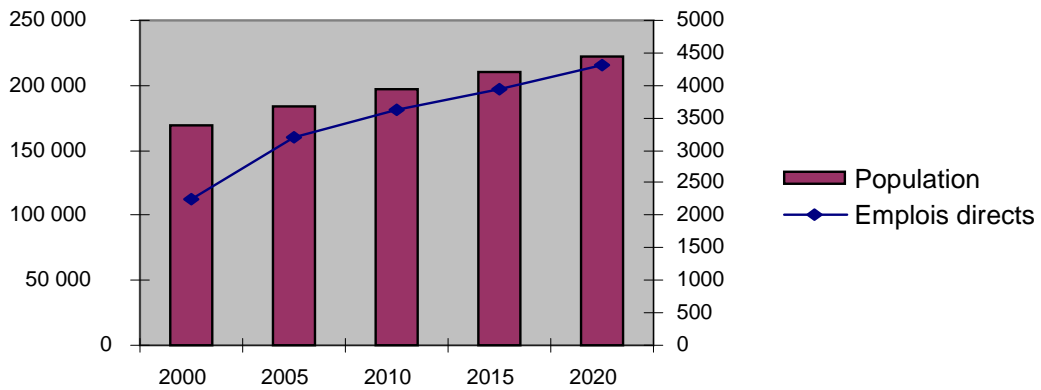
The demographic situation of the Mediterranean riparian countries presents an evolution of the population which can help adjust to the sector's needs in terms of labour. On the other hand, a strong disparity exists between the groups and within the groups of countries. With regard to the "75" group, the countries have benefited from an evolution of the population in line with the requirements in labour force. However, this situation is likely to deteriorate beyond 2015. This trend applies, above all, to Italy (Cf. Annexe 8) whose ageing population is likely to affect the sector and local recruitment.

Figure 19 Demographic growth and direct employment in tourism

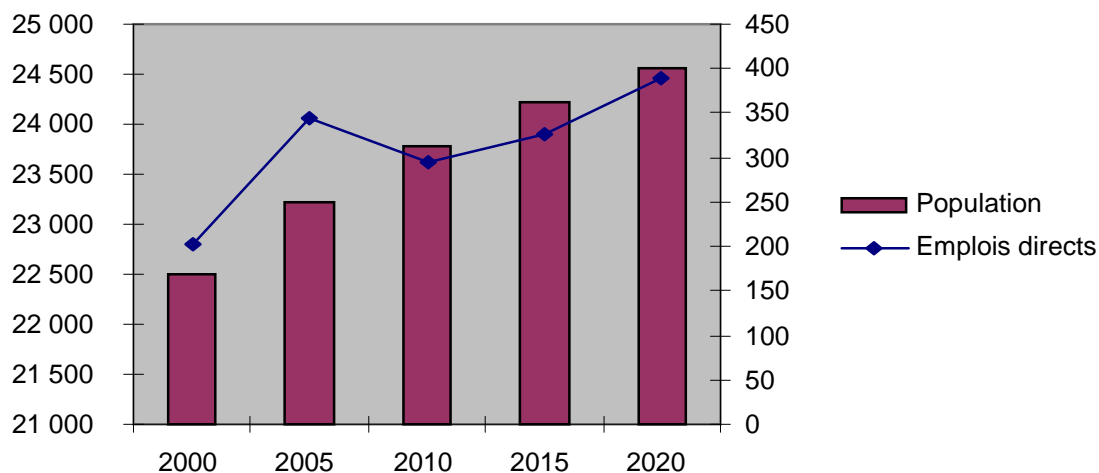


The “lead” or high-growth group presents a demographic growth in line with the needs in labour force. The demographic surplus of Turkey requires, nonetheless, a consideration of better training and integration via work.

Figure 20 Lead group: Demographic growth and direct employment in tourism (000)



The “recovering” group reports almost the same trend with situations that are more contrasted between the countries: some, like Croatia, are likely to experience tensions due to a demographic deficit, while others, like Bosnia-Herzegovina or Lebanon, are surplus countries.

Figure 21 Recovering group: Demographic growth and direct employment in tourism (000)

Economic integration of women in the tourism segment obtains only when the barriers to the labour market are low. Women have equivalent access to decent work, and their employment remains a necessity for economic development.

From a regional point of view, and with a view to easing the barriers at entry, tourism development also requires the integration of women in the sector.

In **North Africa**, the International Labour Office (ILO) still observes a strong men/women disparity and a still very high unemployment rate for women. By 2015, the share of young people in working age will reach 25% of the total population in working age. The region is likely to incur an economic loss for lack of contribution by the young population. It seems still necessary to ease the following barriers:

- discrimination in employment in favour of men;
- the image of the jobs offered to women.

The region's comparative advantage in matter of employment does not lie in cheap labour, but rather in a human capital allowing the development of a high-output goods and services production.

In **the Middle East**, demographic growth remains strong, and women are, generally, faced with unemployment and vulnerable jobs. Considerable disparities exist between the countries of the region: between oil-producing countries and countries in situation of conflict (Lebanon, Palestine). The evolution of the rate of activity of women in the labour market depends on their motivation but also on the capacity of the society in which they live to accept that they play a new role allowing their economic integration.

For the countries of the "recovering" group, in particular those of **Central and Eastern Europe**, the gender equality which used to prevail (and which was even "historical") is on the wane. The barriers to an economic participation of young people (men and women) are rather of an economic nature. In this zone, unemployment is fairly high for both young people and adults. Certain young people say they are discouraged in view of the complexity of the labour market; this obtains to the detriment of young women. Herein lies the sign of a degradation of the equality men/women.

There is a displacement of the labour force (men/women). Women leave not only the agricultural sector, but also the industrial sector, in favour of the services sector. The share of women employed in services has increased by 12 points, thus passing to 62.8%. This represents the highest sectoral growth of all zones. There is a gradual reduction of vulnerable employment (2 people out of 10 are in a precarious employment situation).

These total employment trends are reflected on the tourism segment whose over-reactivity we have already demonstrated. The engineering approach aimed at appreciating the strengths and weaknesses of the tourism labour market helps design solutions which confirm that the development of the sector will be made to the benefit of the populations by reducing these barriers at entry.

Conclusion

If the prospects for tourist arrivals tend to the rise, the impacts on employment are more complex, the volume as well as the nature of employment being affected by this growth. If the purpose is to expect small impacts in terms of volume, the very structure of the qualifications should radically change during the years to come. The rise in qualifications will have an impact at the same time on the nature of the products and services proposed in the sector but also on the productivity, the remunerations and the working conditions offered to the local populations. Indeed, this rise in qualifications allowing a rise in range should result in a rise in productivity and, consequently, in remuneration. The high growth of tourist flows expected over the coming years should, therefore, lead not so much to growth in employment in the sector, but more to a radical change of its structure by level of qualification. This will be the challenge to take up for the countries with a ageing population which will have to consider the means of responding to these expectations expressed by all actors of the profession. Were the countries with a high demographic growth to seize this opportunity to train a quality labour force, the dynamism of the sector would be furthered by employment

General conclusion

The study "*Tourism, Employment and Creation of Wealth in the Mediterranean*" has set itself three objectives: to evaluate the employment potential of the sector, to measure the creation of value induced by the activity and to project the evolutions and the changes to be effected.

The tourism sector, and more specifically that of HORECA, reports a high growth, resulting in an increase in its manpower and, hence, a better integration of the local populations. The growth of employment has been accompanied by a change in the nature of the labour demand in favour of the skilled, thus benefiting to the younger population—generally better trained than the older segments of the population. This anti-unskilled labour bias also translates into a decrease in employment precariousness in the tourism sector.

A higher training level and a rise in range of the professionals have, of course, an impact on the wealth created and justify the high growth of the tourist inflows in the Mediterranean basin. Concurrently, the constant appreciation of the euro since 2004 has contributed in a redistribution of the tourist flows, for the benefit of the non euro zone member countries.

In the years to come, this upward trend of tourist flows is likely to be sustained in the Mediterranean countries. However, the change in flows and volumes would be also accompanied by a change in the facilities and qualifications on demand in the sector.

The design of innovative and competitive tourism policies requires, therefore, an effort of training and promotion of a tourism that rises in range, and that generates more skilled and, accordingly, better remunerated jobs.

V. BIBLIOGRAPHY

ATTANE Isabelle et COURBAGE Youssef, *La démographie en Méditerranée, Situations et Projections*, Les Fascicules du Plan Bleu 11, Economica, 2001.

BIT/LBO, *Global Employment Trends for Women*, March 2008, Geneva.

CNUCED, *Manuel de Statistiques de la CNUCED*, 2006.

European Commission, 2007, "The European Tourism Industry in the Enlarged Community – Gaps are Potentials and Opportunities", Luxembourg.

Eurostat, *Tourism Trends in Mediterranean Countries*, 2001, European Commission, Theme 4 Industry, trade and services.

KOGUT-KUBIAK Françoise, « Les certifications du tourisme : panorama et tendances », *Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Emploi et les Qualifications*, 2008.

PNUE/PAM/Plan Bleu, 2005, *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP, Technical Report Series N°159

SAHLI Mondhler, « Bénéfices et défis du tourisme pour le PMA », *UNCTAD XII*, Genève, Novembre 2007.

STRELOW Hans, « Développement considérable des infrastructures de transport dans les pays partenaires méditerranéens », *Eurostat*, Statistiques en bref, 2008.

UNWTO/OMT, *Faits saillants du tourisme*, Edition 2007

World Travel and Tourism Council, *TSA Tourism Satellite Accounting, Executive summary*, 2008.

Sites internet

Administration Centrale de la Statistique et Ministère du tourisme, Liban

BIT/LBO

CNUCED

Direction de la statistique et Ministère du Tourisme, Maroc

Direction du Tourisme, France

Eurostat

Institute of statistics, Albanie

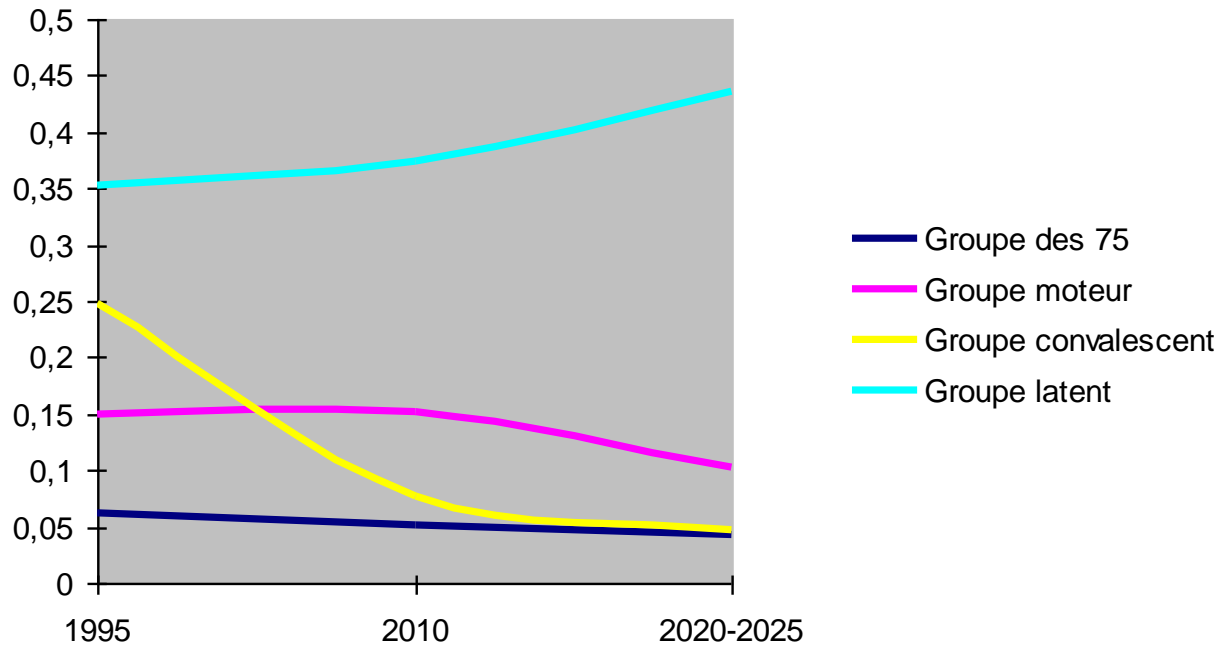
OCDE

OMT/UNWTO

World Travel and Tourism Council

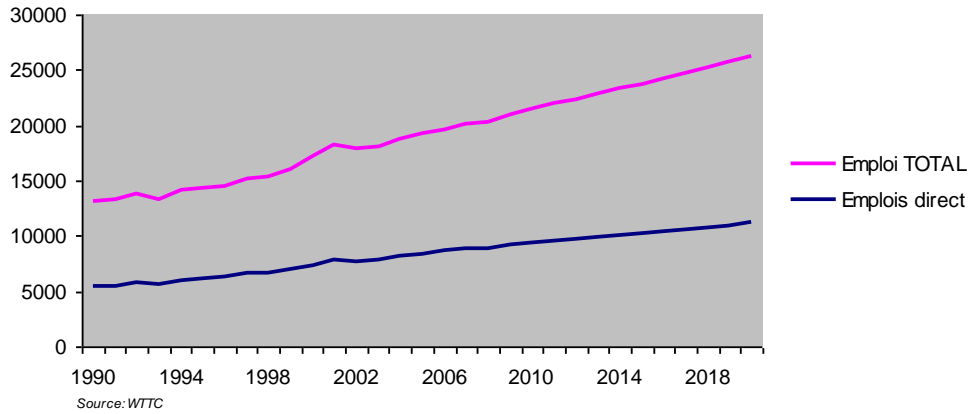
VI. ANNEXES

Figure 22 Tourism jobs by international arrival

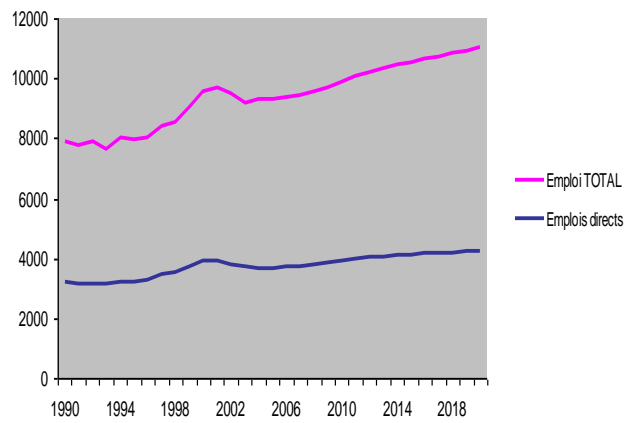


Annexe 1

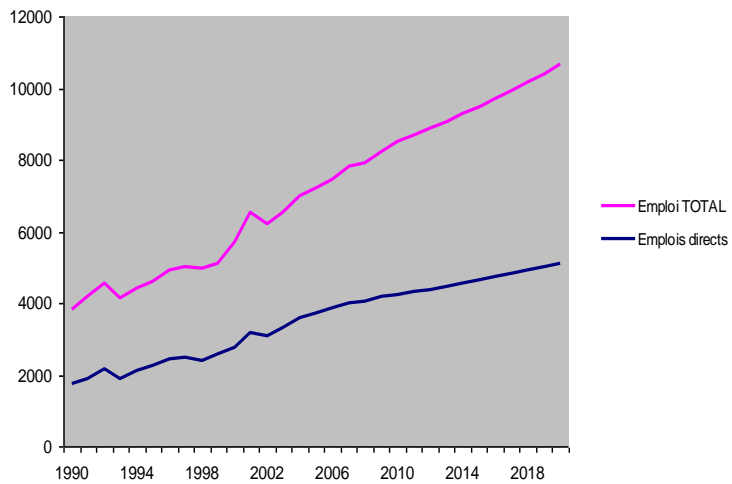
Figure 23 Global Employment Structure by direct and indirect employment breakdown (Source: WTTC)



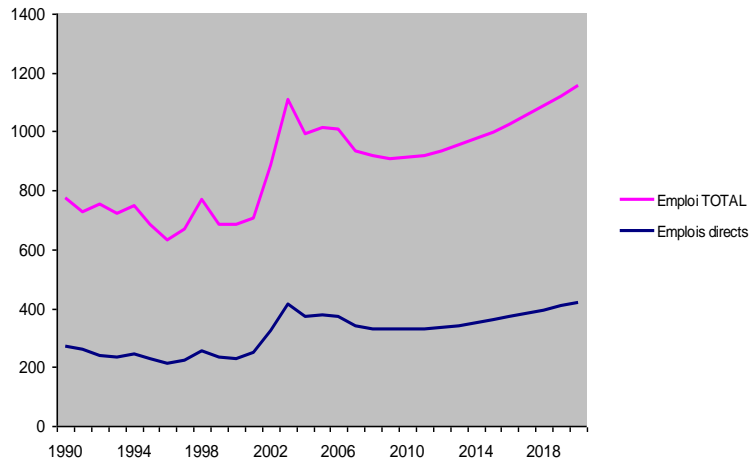
Groupe des 75



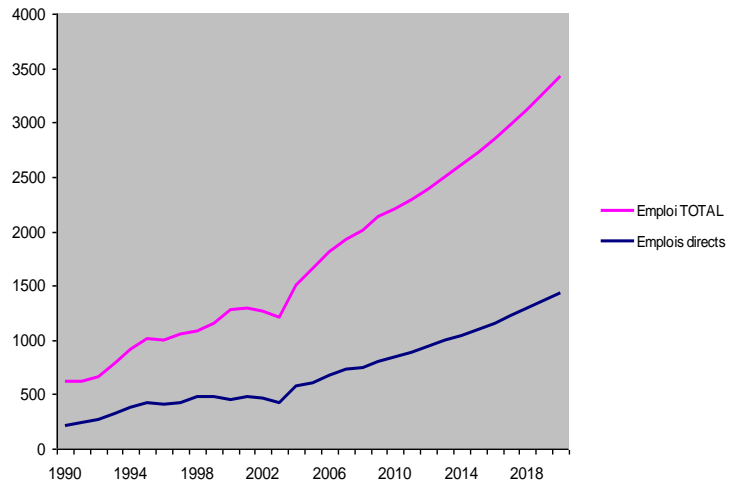
Groupe moteur



Groupe convalescent

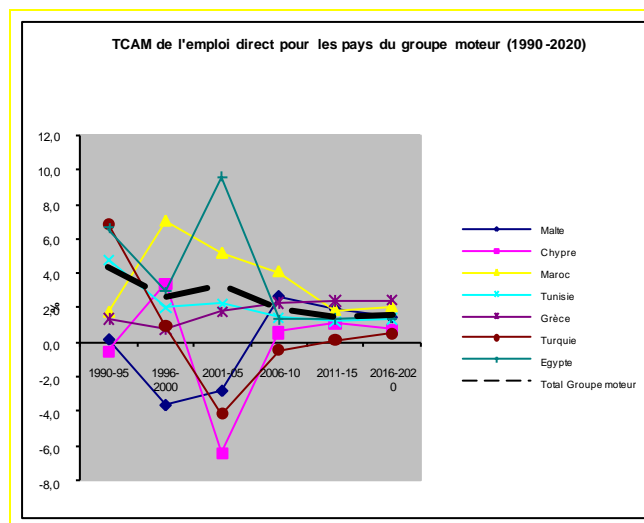
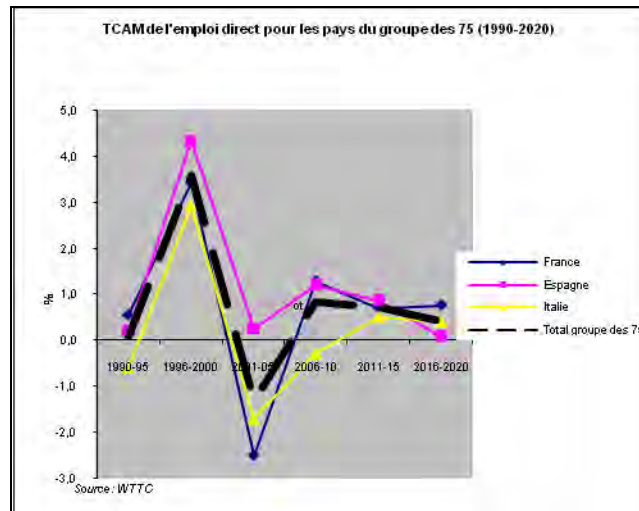
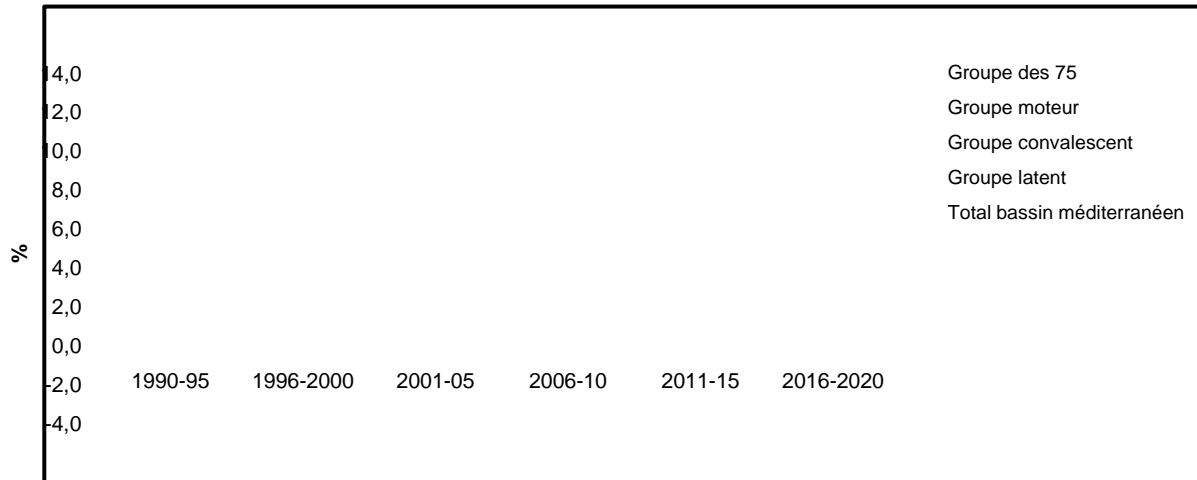


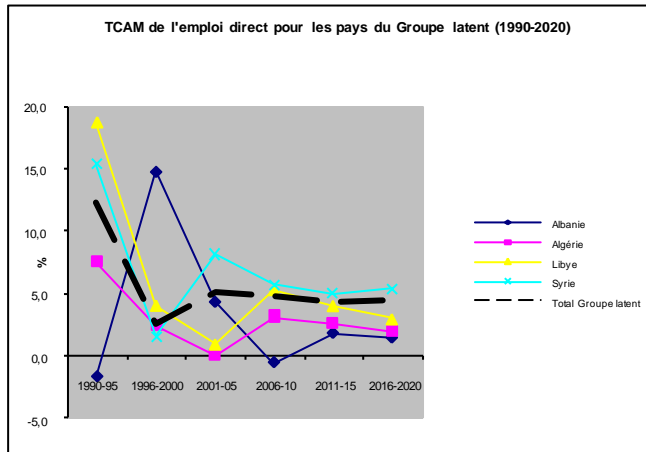
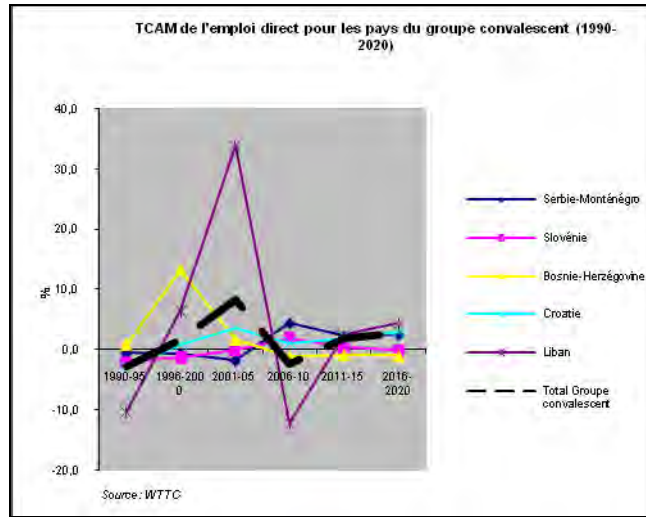
Groupe latent



Annexe 2

Figure 24 Average annual growth rates of direct employment per group of countries over the period 1990-2020 (Source: W TTC)





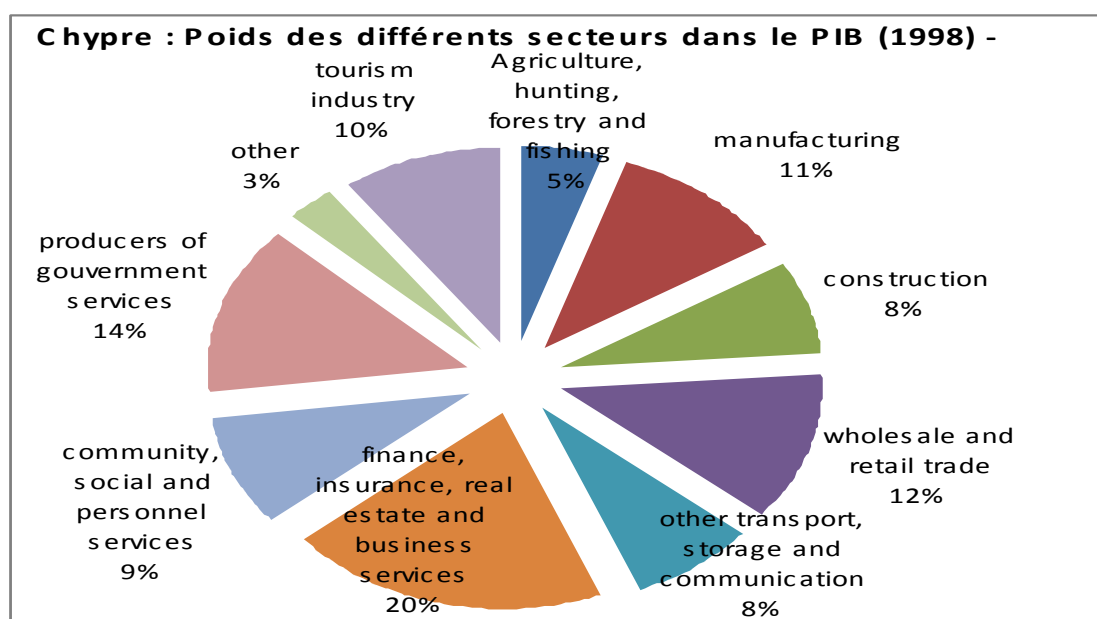
Annexe 3

Table 18 Share of HORECA in total employment

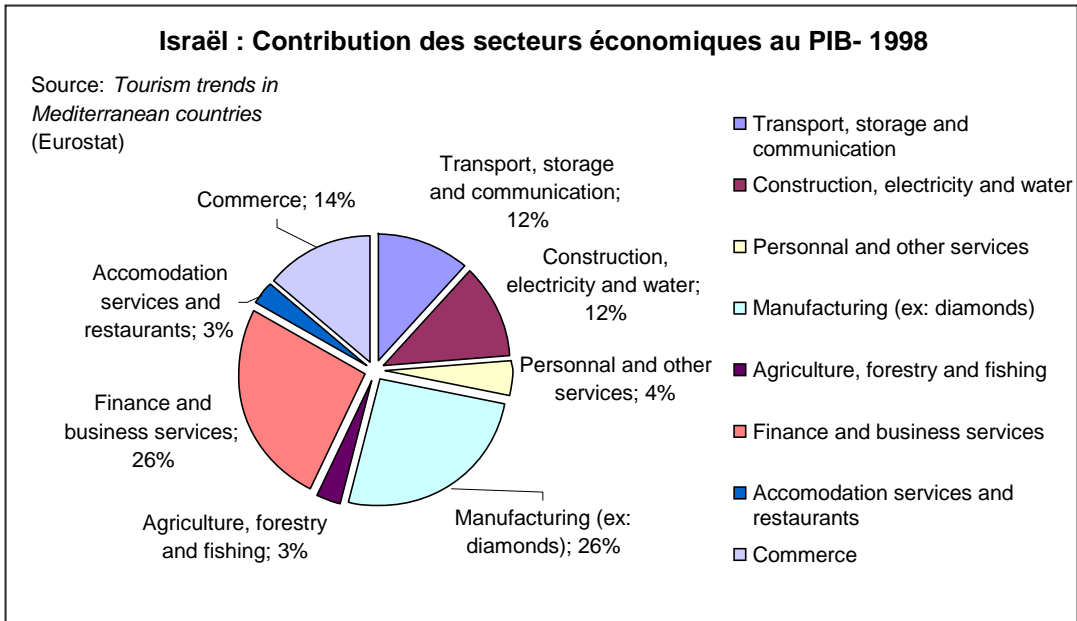
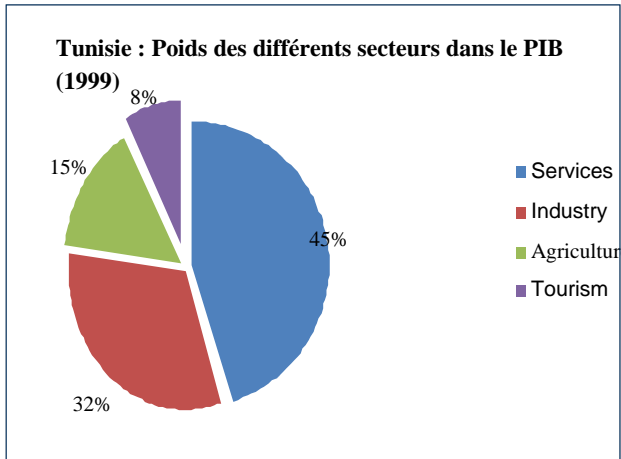
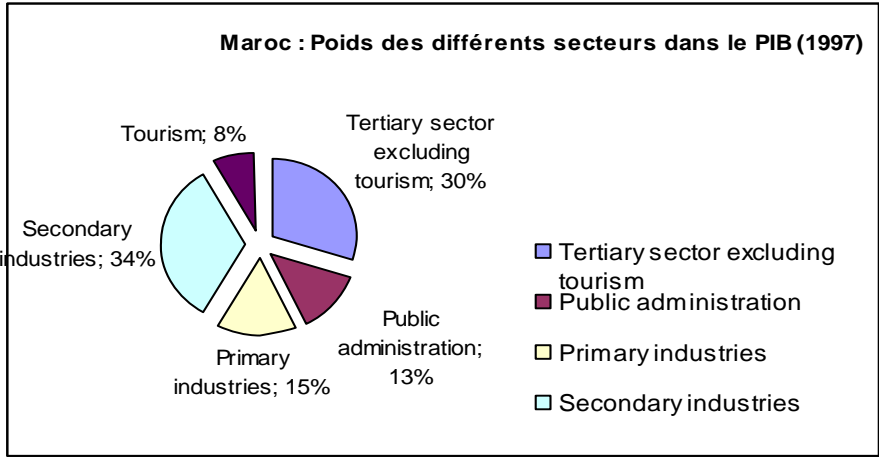
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4
75 GROUP															
Spain	5,5	6,1	6,4	6,0	6,2	6,1	6,2	6,5	6,2	6,4	6,6	6,7	7,1	7,2	7,2
France	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,2	3,3	3,4	3,4	3,2	3,3	3,4	3,4	3,6	3,6
Italy	3,1	3,4	3,2	3,2	3,4	3,3	3,6	3,7	4,0	4,2	4,1	4,6	4,9	5,0	5,2
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Greece	5,5	5,6	5,8	5,9	6,0	6,5	6,6	6,7	6,8	7,0	7,0	6,5	6,9	6,8	7,0
Croatia	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,0	9,5	9,0	8,9	8,9	8,9	8,3	7,3	6,6
Turkey	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,0	8,8	8,7	8,1	8,2	7,4	7,2	8,3

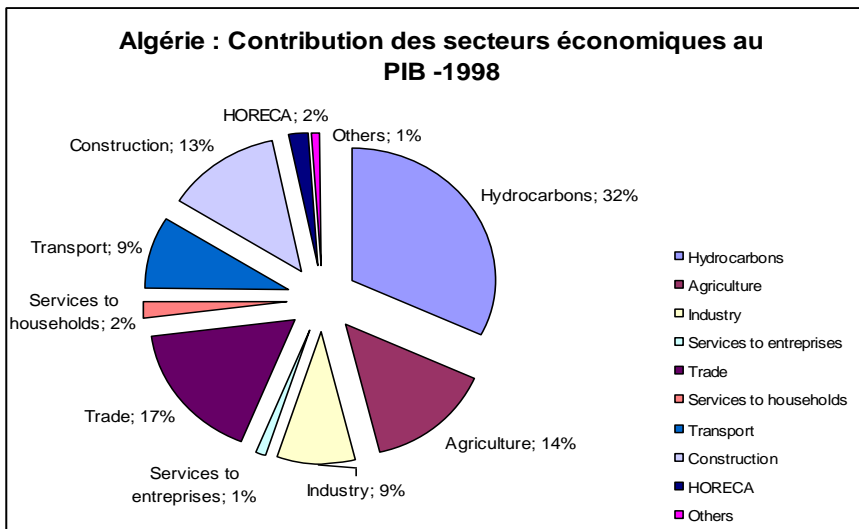
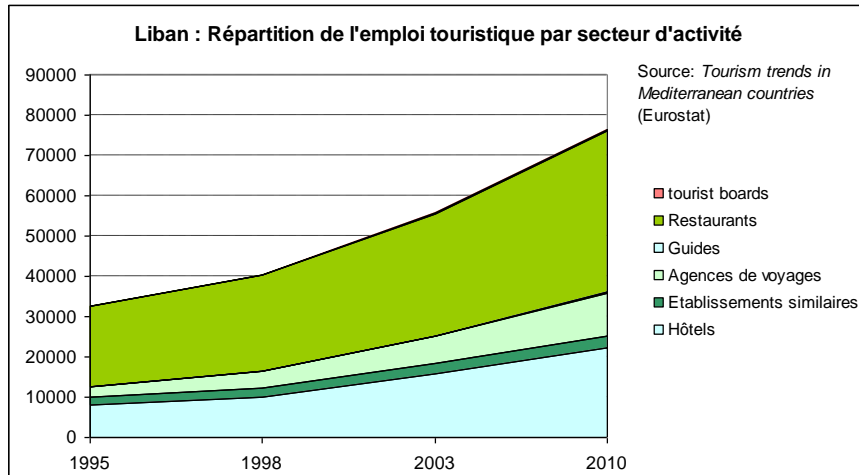
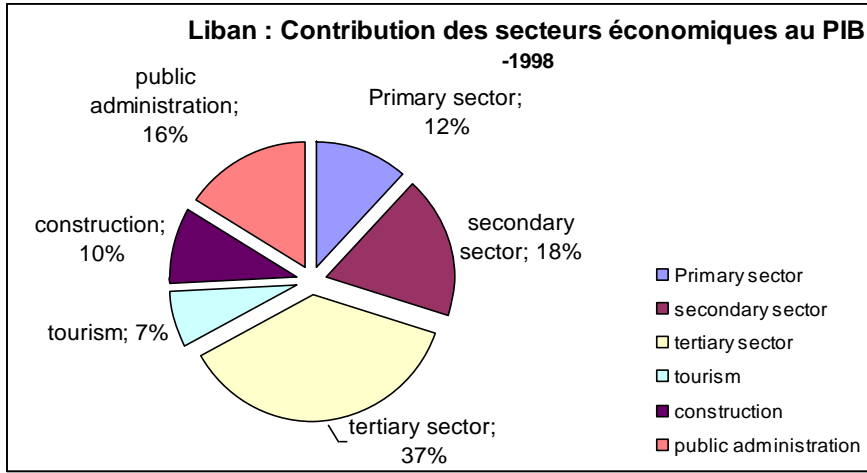
Source: Eurostat, 2008

Annexe 4

Figure 25 Contribution of the various economic sectors to the GDP of the countries


Source: Tourism trends in Mediterranean countries (Eurostat)





Annexe 5
Table 19 Global employment growth rate (all sectors considered NACE, in %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,4	1,8	1,9	1,9	
75 GROUP														
ESPAGNE		4,7	3,4	4,0	5,8	5,5	3,7	2,3	6,2	3,6	5,8	4,2	3,4	
FRANCE		2,0	-0,3	1,3	1,2	2,7	2,4	0,9	3,6	0,3	1,2	0,1	1,9	
ITALIE		-0,4	0,4	0,9	1,3	1,5	2,1	1,8	1,4	1,7	0,9	2,4	0,5	
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
GRECE		2,2	-0,4	4,4	0,4	1,4	0,1	2,1	2,3	1,0	1,2	1,6	1,5	
CHYPRE		nd	nd	nd	nd	5,4	5,4	1,6	3,8	2,8	3,6	2,3	6,2	
MALTE		nd	nd	nd	nd	nd	2,8	1,4	0,0	-2,0	1,4	2,7	2,6	
CROATIE		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,1	2,9	-1,1	-1,1	Nd	
TURQUIE		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,0	

Source : Eurostat, 2008

Table 20 Employment growth rate in sector HORECA (in %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,1	5,5	4,9	3,7	
75 GROUP														
Espagne		2,8	6,8	2,2	8,5	9,4	-0,8	5,5	10,7	4,7	11,3	6,7	3,6	
France		-1,5	1,0	0,0	4,7	4,1	2,0	-3,0	4,8	2,5	3,7	6,0	0,0	
Italie		-4,4	5,6	-2,9	11,9	4,2	9,8	6,9	-0,9	15,6	5,8	5,7	3,8	
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
Grèce		8,0	0,4	13,0	3,1	1,9	1,5	6,1	1,4	-6,0	8,6	-1,0	5,6	
Chypre		nd	nd	nd	nd	0,0	0,0	0,0	3,6	3,4	-3,3	-10,3	-3,8	
Malte		nd	nd	nd	nd	nd	30,0	0,0	-7,7	0,0	-8,3	0,0	18,2	
Croatie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	-4,6	4,8	-3,4	0,0	nd	
Turquie		nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	

Source : Eurostat, 2008

Table 21 Correlation all sectors employment growth NACE/HORECA

75 GROUP	
Espagne	0,65
France	0,10
Italie	0,58
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP	
Grèce	0,61
Chypre	0,08
Malte	0,53
Croatie	0,57

Table 22 Share of unskilled labor in the employment of the HORECA sector (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,1	40,6	39,4	39,5	39,7
75 GROUP															
Espagne	83,3	80,0	77,8	75,6	75,8	73,6	71,4	70,7	68,3	67,1	66,9	63,9	55,8	57,7	57,5
France	45,3	45,2	44,6	44,4	42,2	42,3	41,1	38,4	41,1	39,1	36,9	35,3	36,0	35,6	39,5
Italie	75,5	70,8	69,5	68,6	66,9	65,0	60,8	59,8	62,0	59,7	56,8	54,2	52,1	52,5	51,0
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	67,0	64,2	62,3	59,0	59,1	54,6	51,5	49,8	47,7	49,0	47,7	41,8	40,5	43,2	42,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,9	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd	nd

Source : Eurostat, 2008

Table 23 Share of skilled labor in the employment of the HORECA sector (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,6	9,0	9,5	9,8	10,2
75 GROUP															
Espagne	4,4	6,3	7,0	8,8	8,2	9,9	10,4	10,6	11,4	13,7	12,9	12,9	16,0	15,2	15,9
France	5,9	6,0	6,3	5,8	6,5	8,6	9,8	10,1	9,8	10,2	11,1	10,8	10,0	14,1	13,0
Italie	1,1	0,7	1,6	1,7	1,2	1,5	2,2	2,5	2,9	2,8	3,0	3,2	3,4	3,8	4,9
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	3,9	4,2	4,0	5,2	5,7	6,2	5,6	5,9	5,8	6,1	6,7	7,1	6,9	8,3	7,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd	nd

Source : Eurostat, 2008

Table 24 Share of young people (15-24) in employment in the HORECA sector (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	22,2	22,9	22,4	22,2	22,1
75 GROUP															
Espagne	17,9	18,8	17,9	17,3	18,8	17,9	16,7	18,3	16,7	15,4	14,7	14,5	16,9	16,4	14,8
France	19,5	19,7	18,1	18,7	18,2	18,4	19,0	17,2	17,0	17,8	20,8	22,4	20,3	16,6	19,2
Italie	18,1	15,8	16,0	13,3	14,3	15,4	13,2	14,1	13,3	12,4	11,4	13,8	13,5	13,1	13,5
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	16,7	16,0	14,8	15,3	16,1	17,7	17,5	16,5	14,4	13,9	13,8	17,1	14,5	12,0	12,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	14,3	14,3	14,3	10,7	10,3	13,3	6,9	11,5	12,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,0	38,5	30,8	33,3	33,3	27,3	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	19,5	19,3	19,5	15,5	17,9	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	20,4	20,1

Source : Eurostat, 2008

Table 25 Share of young people (15-24) in employment in the NACE all sectors considered (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,8	10,5	10,4	10,3	10,3
75 GROUP															
Espagne	13,0	12,5	12,3	11,6	11,5	11,6	12,0	12,0	11,7	11,0	10,9	10,4	10,5	10,3	9,8
France	9,6	8,7	8,6	8,3	7,8	8,0	8,3	8,7	9,0	9,2	9,4	9,2	9,4	9,0	9,0
Italie	11,6	10,7	10,1	9,6	9,2	9,0	8,6	8,4	8,0	7,6	7,4	7,4	7,0	6,7	6,6
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	10,6	9,9	9,6	9,0	8,8	10,4	9,9	9,7	9,1	8,8	8,1	8,1	7,1	6,7	6,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,5	11,2	11,0	10,2	9,8	9,8	9,8	9,6	9,3
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	21,0	21,1	20,8	20,1	18,5	18,9	17,8	17,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	9,4	8,9	9,1	8,6	8,2	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	16,5	16,1

Source : Eurostat, 2008

Table 26 Share of seniors (55 +) in employment in the HORECA sector (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	9,6	9,6	9,0	9,4	10,0
75 GROUP															
Espagne	10,4	8,9	8,4	9,2	9,5	9,0	9,1	8,3	8,4	9,3	10,8	9,8	8,6	8,6	9,3
France	8,7	8,6	8,8	8,6	8,2	8,1	7,0	6,6	6,3	7,6	8,4	9,0	7,5	8,9	10,4
Italie	10,6	10,9	10,1	12,5	12,0	12,1	10,2	10,5	10,7	10,7	9,9	9,9	8,7	10,0	8,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	13,3	13,2	12,6	13,5	13,9	10,8	10,1	9,2	9,7	10,5	9,1	9,3	9,9	10,6	10,7
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,7	10,7	10,7	10,7	10,3	13,3	13,8	15,4	16,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	Nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	6,0	3,4	7,1	9,5	Nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,2	3,9

Source : Eurostat, 2008

Table 27 Share of seniors (55 +) in employment in the NACE, all sectors considered (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	12,0	12,3	12,7	13,0	13,4
75 GROUP															
Espagne	13,0	12,2	11,5	11,3	11,0	10,9	10,3	10,3	10,5	10,6	10,7	10,7	11,0	11,2	11,1
France	8,5	8,3	8,2	7,9	7,6	7,3	7,2	7,3	7,5	8,5	9,6	10,0	10,8	10,9	11,4
Italie	11,4	11,2	11,0	11,2	11,1	10,8	10,6	10,3	10,1	10,5	10,8	11,0	11,2	11,6	12,0
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	17,0	17,5	17,6	17,6	17,3	14,2	13,8	13,6	13,2	13,2	13,6	12,8	13,3	13,6	13,7
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	12,5	13,6	13,2	13,0	13,8	14,0	14,1	14,0	15,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,8	8,7	9,4	9,6	9,5	9,2	7,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	12,7	13,5	15,0	15,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,9	9,0

Source : Eurostat, 2008

Table 28 Average age of the working population of the HORECA sector (in years)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,8	36,7	36,6	36,8	36,9
75 GROUP															
Espagne	39,2	37,3	37,4	37,6	37,4	37,5	37,7	37,3	37,6	38,0	38,5	38,3	37,6	37,7	38,1
France	39,2	37,1	37,4	37,3	37,3	37,2	36,8	37,1	37,1	37,2	36,8	36,6	36,7	37,7	37,5
Italie	39,2	38,3	38,0	39,0	38,8	38,6	38,6	38,5	38,7	38,9	38,9	38,5	38,3	38,6	38,2
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	39,3	38,7	38,8	38,9	38,8	37,9	37,8	37,8	38,3	38,6	38,3	37,7	38,3	38,9	38,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,5	38,5	38,5	39,2	39,2	39,3	40,6	40,0	40,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,5	36,6	36,0	37,5	37,6	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36,0	36

Source : calculs effectués à partir données Eurostat 2008

Table 29 Share of temporary employment in the total employment of the HORECA (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	1,0	1,1	1,2	1,2
75 GROUP															
Espagne	3,4	3,9	4,4	3,8	3,6	3,6	3,5	3,5	3,2	3,2	3,4	3,5	4,1	4,8	3,9
France	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8
Italie	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	1,2	1,3	1,4	1,5
HIGH GORWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	1,5	1,3	1,5	1,8	1,9	2,4	2,8	2,5	2,7	2,4	2,5	2,1	2,5	1,9	2,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2,1	2,5	1,9	1,4	1,8	2,2	1,7	1,2	1,1
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,6	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,3	1,6	1,7	1,7	1,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	0,8	0,7

Source : Eurostat, 2008

Table 30 Share of temporary employment in total employment (all sectors considered in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	13,1	13,7	14,4	14,9	15,1
75 GROUP															
Espagne	32,1	33,6	34,9	33,8	33,6	32,9	32,8	32,1	31,6	31,2	31,8	32,1	33,3	34,4	31,8
France	10,7	10,8	12,1	12,4	12,9	13,8	13,9	15,3	14,8	14,0	13,6	13,5	14,3	14,2	14,2
Italie	6,1	7,1	7,2	7,4	7,9	8,5	9,8	10,1	9,5	9,9	9,5	11,9	12,4	13,0	13,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	10,4	10,3	10,2	11,0	10,9	13,4	13,5	13,8	13,5	11,8	11,3	12,4	12,1	10,9	11,1
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,3	10,8	10,6	9,1	12,4	13,2	13,9	13,9	12,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	4,0	3,8	3,9	3,9	3,2	3,9	3,8	6,0
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	3,1	3,5	3,9	3,9	3,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,3	nd

Source : Eurostat, 2008

Table 31 Share of part-time employment in total employment (all sectors considered NACE, in %)

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>eu25</i>	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	17,0	17,8	18,3	18,7	18,9
75 GROUP														
Espagne	6,5	6,8	7,9	8,1	8,0	8,2	8,0	8,1	8,0	8,3	8,9	12,8	12,2	12,0
France	13,9	14,9	16,0	16,8	17,3	17,3	16,9	16,4	16,2	16,7	16,7	17,2	17,3	17,3
Italie	5,5	6,3	6,6	7,1	7,4	7,9	8,8	9,1	8,6	8,6	12,7	12,8	13,4	13,5
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
Grèce	4,3	4,8	5,3	4,6	6,0	6,1	4,6	4,1	4,4	4,1	4,6	4,8	5,9	5,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	6,5	8,5	8,4	7,3	8,9	8,6	8,9	7,9	6,9
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,3	7,5	8,7	9,4	8,2	9,5	9,9	10,9
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8,0	8,4	8,7	10,1	9,1	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	7,7	8,7

Source : Eurostat, 2008

Table 32 P Share of part-time employment in HORECA sector employment

	1993	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>eu25</i>	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,0	27,3	28,0	28,7	29,3
75 GROUP														
Espagne	8,9	9,2	10,8	13,4	13,0	13,8	13,2	13,0	12,5	12,8	14,1	19,6	18,6	18,5
France	18,6	19,8	21,2	23,1	22,7	23,9	24,3	22,9	22,8	22,3	23,0	23,3	23,1	24,5
Italie	8,3	10,0	11,9	11,6	11,8	11,7	14,1	15,0	16,0	15,2	23,5	24,6	26,4	27,5
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP														
Grèce	4,9	3,8	5,2	4,8	5,8	6,7	5,9	5,8	6,1	4,4	6,1	7,2	8,0	8,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	7,1	7,1	7,1	7,1	6,9	10,0	10,3	7,7	8,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	15,4	23,1	16,7	16,7	27,3	27,3	23,1
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	5,7	8,4	4,6	4,8	9,5	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1,7	2,0

Source : Eurostat, 2008

Table 33 Female labor in total employment all NACE sectors considered (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>eu25</i>	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	43,9	44,0	44,3	44,4	44,5
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,3	39,1	40,1	40,6	41,0
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	46,0	46,1	46,4	46,4	46,8
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	38,0	39,1	39,1	39,3	39,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	37,8	38,1	38,2	38,8	38,9
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,3	43,8	43,4	43,5	44,7
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	30,2	29,5	31,1	31,6	32,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	44,2	44,5	45,5	44,8	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	26,9	27,1

Source : Eurostat, 2008

Table 34 Female labor in HORECA sector employment (in % of total HORECA sector employment)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,1	54,0	54,2	55,4	55,8
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	51,0	50,1	53,4	54,3	55,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	48,5	46,6	47,2	48,7	50,6
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	47,7	50,1	49,6	49,0	49,4
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	45,6	46,4	45,1	43,9	45,3
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	55,2	56,7	55,2	53,8	56,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	33,3	33,3	36,4	27,3	30,8
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	54,2	55,2	53,6	52,4	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,9	14,1

Source : Eurostat, 2008

Table 35 Share of women in full-time employment in full-time jobs of the HORECA sector (in %)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	72,4	71,2	71,5	71,8	72,0
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,9	72,8	73,3	71,7	74,4
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	73,5	68,1	69,7	73,9	69,2
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,6	75,0	77,9	77,9	75,6
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,5	64,7	59,1	54,2	53,8
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	100,0	66,7	66,7	50,0	50,0
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	66,7
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	42,9	nd	75,0	75,0	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	11,1	45,5

Source : Eurostat, 2008

Table 36 Share of women in full-time employment in total full-time jobs (all sectors NACE considered)

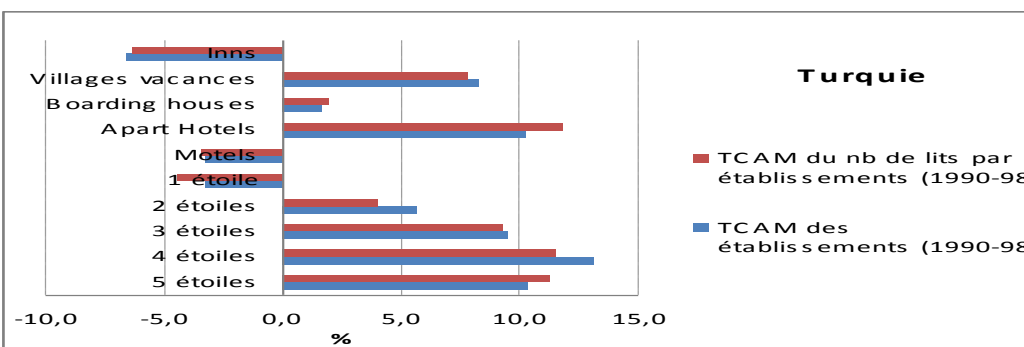
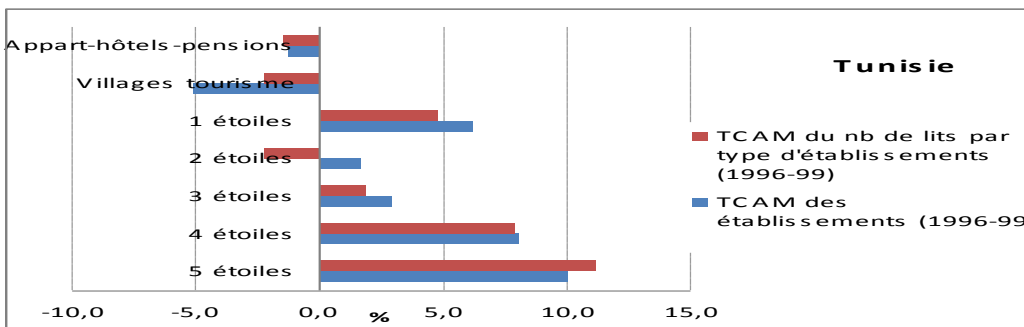
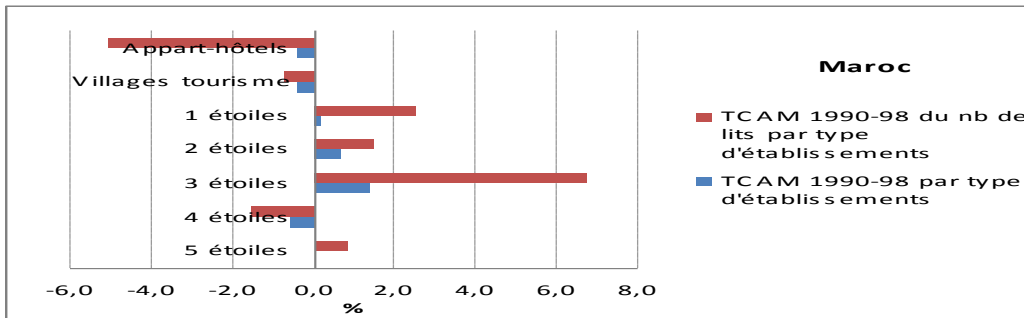
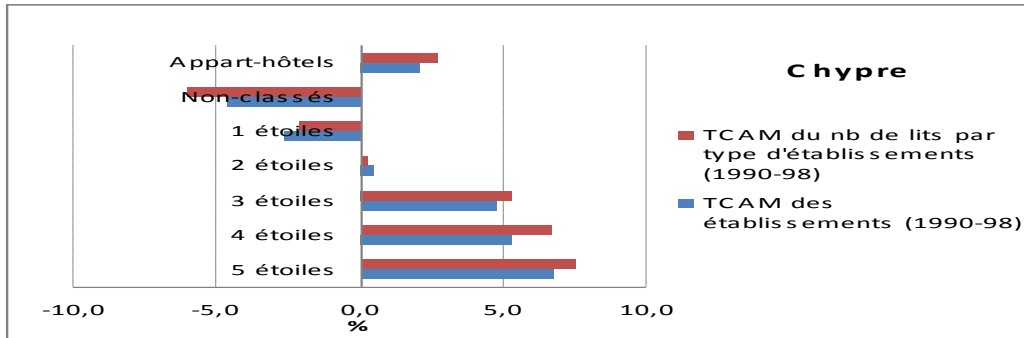
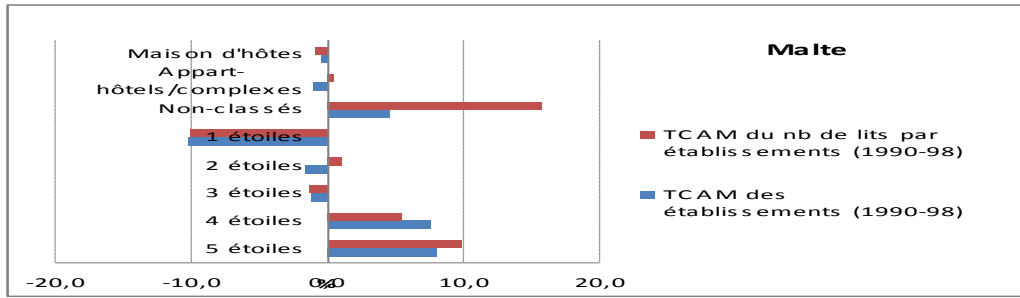
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
eu25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	78,2	77,9	77,8	77,2	77,1
75 GROUP															
Espagne	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	80,2	80,8	78,1	78,2	78,9
France	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	82,3	82,8	81,7	81,3	82,4
Italie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	76,3	76,6	78,5	78,5	77,8
HIGH GROWTH COUNTRIES GROUP															
Grèce	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	68,4	71,1	72,5	69,0	70,2
Chypre	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	65,5	65,5	67,7	67,9	69,2
Malte	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	64,3	66,7	64,3	73,3	76,5
Croatie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	58,1	56,9	60,1	55,3	nd
Turquie	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	61,8	60,1

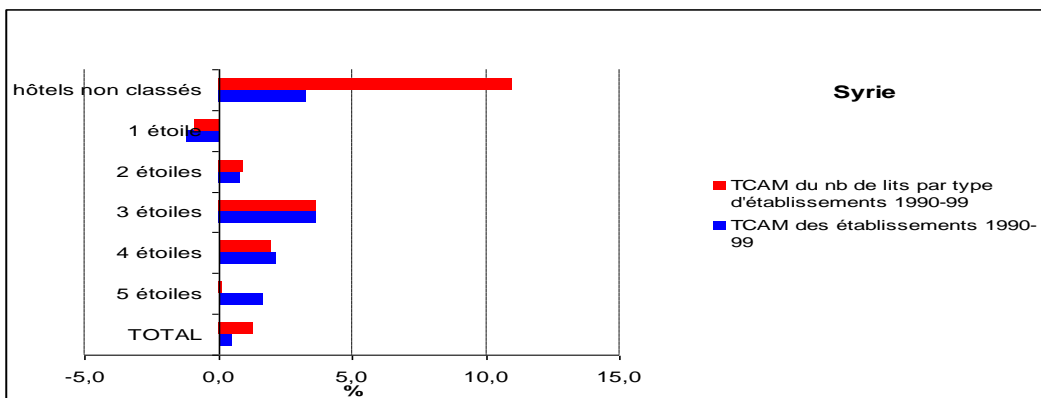
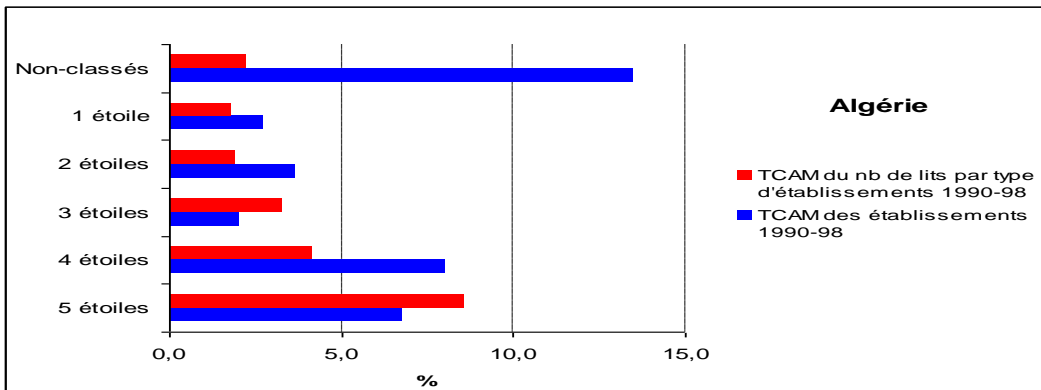
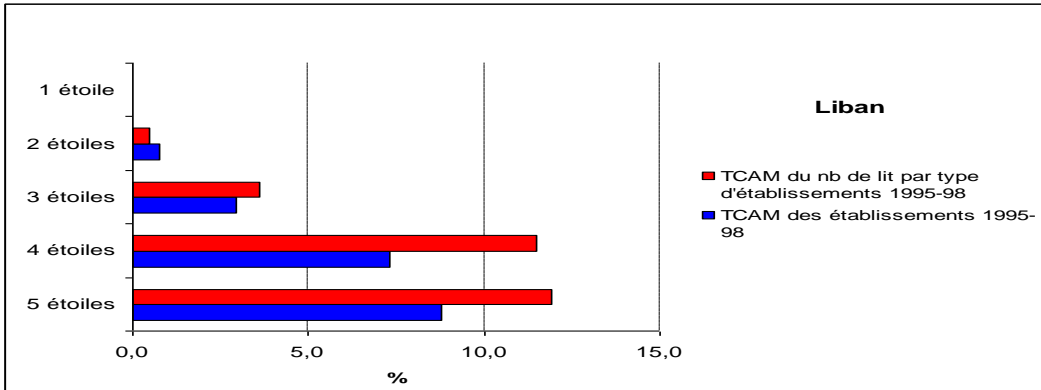
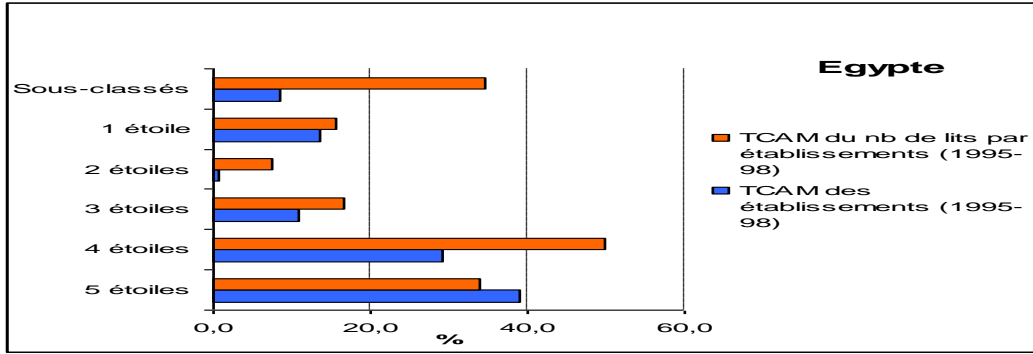
Source: Eurostat, 2008

Annexe 6

Graphic 1 Evolution (average annual growth rates) of accommodation facilities per country

Source: Tourism trends in Mediterranean countries (Eurostat)





Annexe 7

International Tourism Fair of Tripoli, on 12 May

Tripoli, Libya – The International Fair of Tripoli will host from 12 to 15 May the first “International Tourism Fair of Tripoli” with the participation of 44 local and foreign companies serving in the industry and investment sector.

In total, 5 countries (namely Libya, Tunisia, Egypt, Mali and Turkey) will participate in this economic event organised by the Libyan General Tourism and Handicrafts Office on the topic “Know Your Country”.

In a declaration to PANA, on Wednesday in Tripoli, the Head of the Information Department of the Libyan General Tourism and Handicrafts Office, Mr. Zakaria Abouzid, stated that the objective of this Fair is to disseminate knowledge about the regions of the country with a high tourism attractiveness.

The purpose is also to highlight the assets which Libya vaunts in matter of tourism industry, to present the investment opportunities in the country and the projects underway in the sector, as well as to sensitise the Libyan citizen on the importance of the tourism sector and its economic windfalls.

He also pointed out that this Fair aims at offering an opportunity to decision makers and developers to meet in order to discuss, establish partnerships and formulate joint investment projects, in addition to promoting the handicrafts industry in the country.

Many observers consider that Libya, which vaunts a huge tourism potential, is seeking to highlight its assets with a view to tapping them within the framework of the new policy adopted by the Libyan authorities aimed at diversifying the country’s earnings and seeking out an alternative to oil considered as an exhaustible resource.

Since the decision taken in 2006 to change the Libyan General People’s Committee on Tourism into the Libyan General Tourism and Handicrafts Office—which, according to the same observers, aims at concentrating the activities of this body and conferring greater efficiency upon it—the tourism sector has reported, within a short time, a quantum leap allowing it to glean excellent indicators.

Thus, recent statistics of the Libyan Tourism Office indicate that 5.700 tourists visited Libya as of March 2008, with a marked increase compared with previous years.

In terms of hotel accommodation, some 62.522 tourists—inclusive of domestic Libyan tourism, Pan-Arab tourism and foreign tourism—frequented the various hotels in Libya as of March 2008.

As regards the tourist exporting markets to Libya, they stand as follows: France is in the lead with 2.596 tourists, followed by Italy with 2.445 tourists, Germany with 1.355 tourists, the United Kingdom with 932 tourists, Austria with 655 tourists, Spain with 645 tourists, Australia with 297 tourists and Japan with 246 tourists.

Tripoli – 7 May 2008

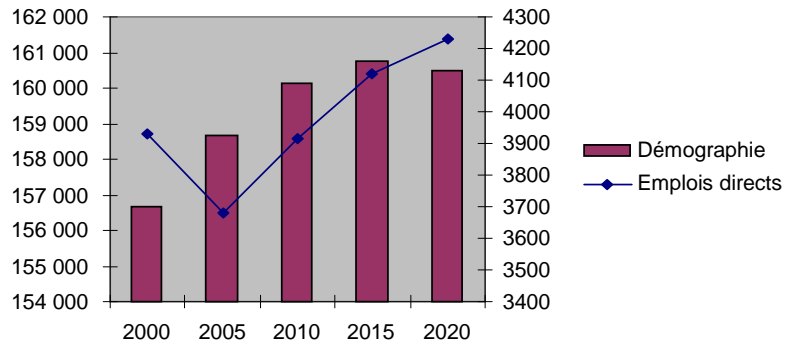
Source: PANAPress

Annexe 8

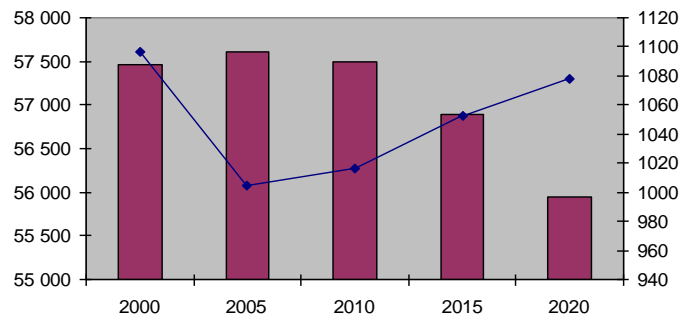
Graphic 2 Demographic growth of the countries with respect to prospects of direct employment in the tourism sector

(Sources : Plan Bleu et WTTC)

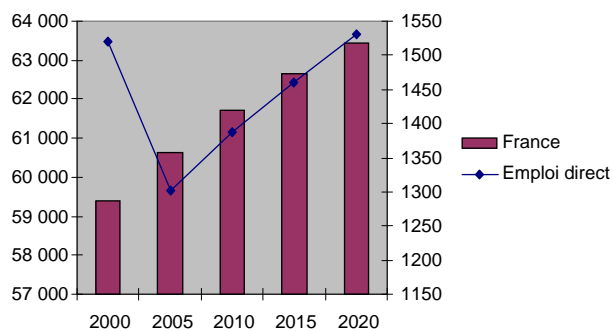
Groupe des 75 : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



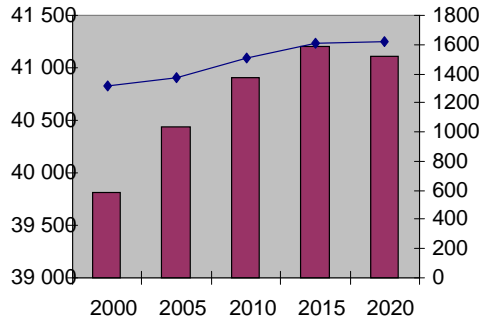
Italie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



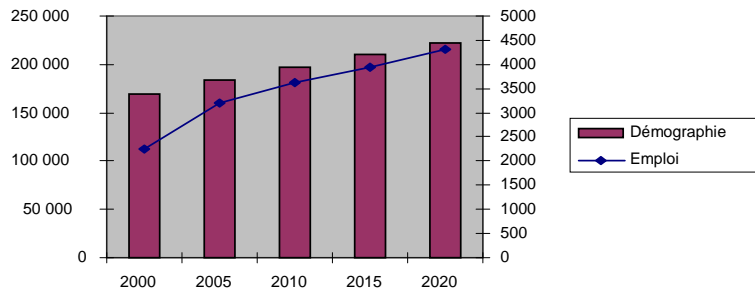
France : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



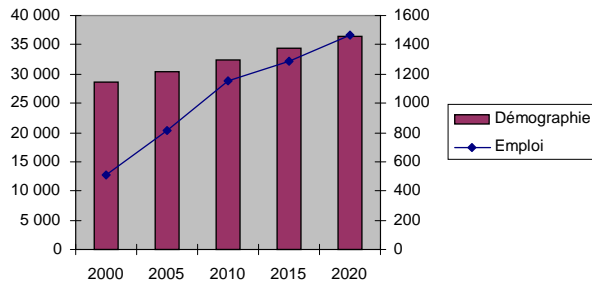
Espagne : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



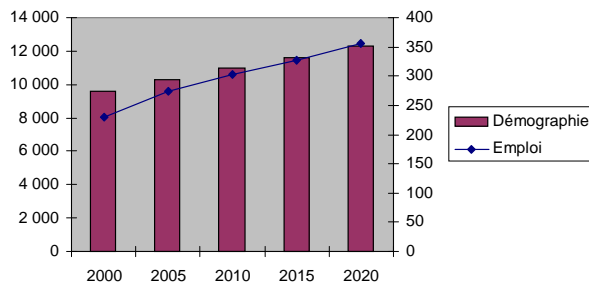
Groupe moteur : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



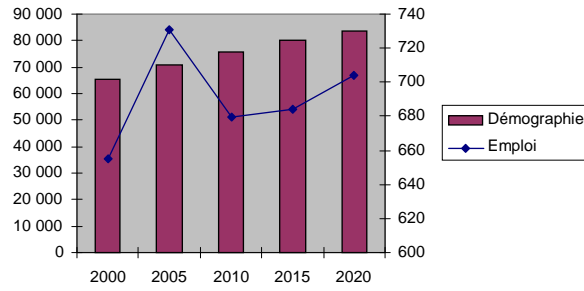
Maroc : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



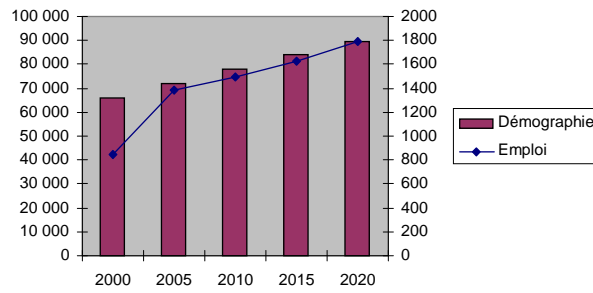
Tunisie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



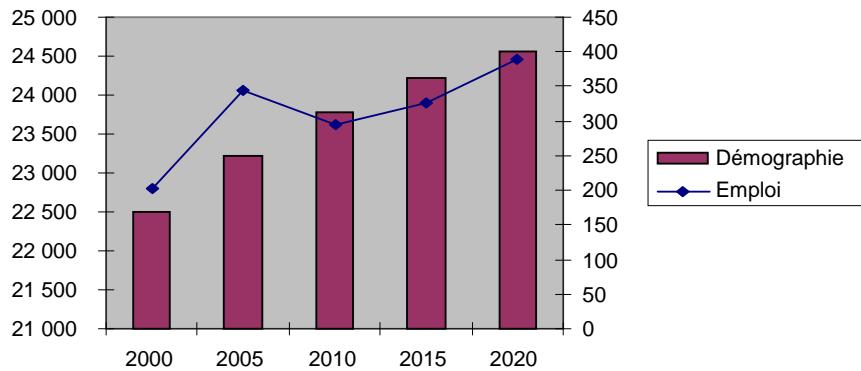
Turquie : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



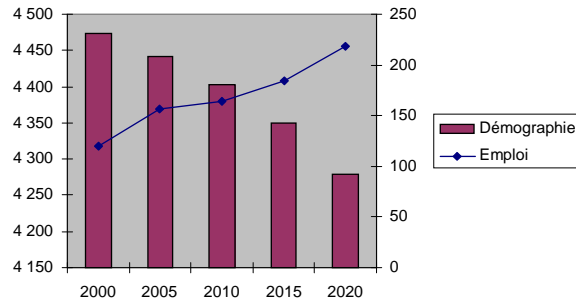
Egypte : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



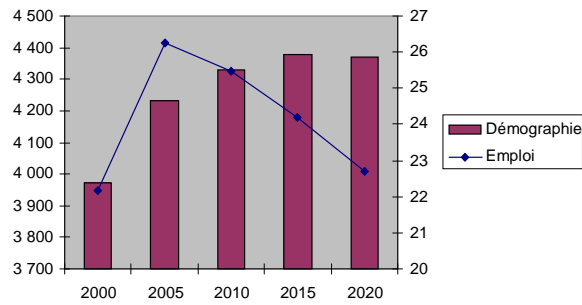
Groupe convalescent : évolution démographique et emploi direct dans le tourisme (000)



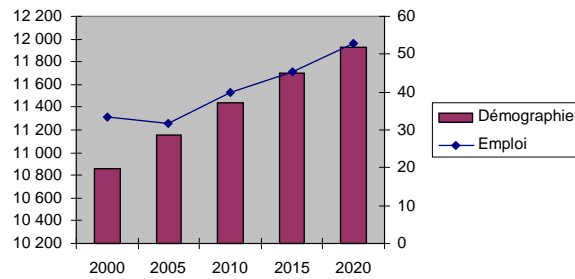
Croatie : évolution démographique et de l'emploi dans le tourisme (000)



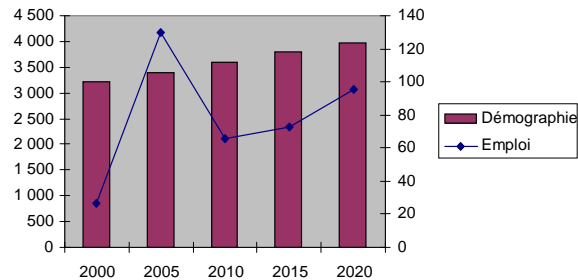
Bosnie-Herzégovine : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



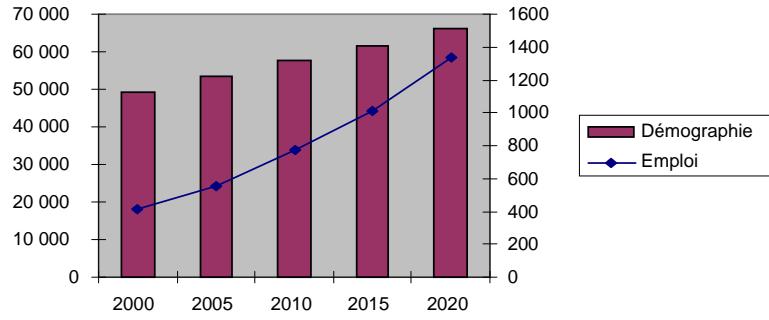
Serbie-Monténégro : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



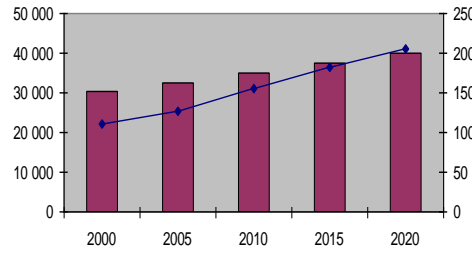
Liban : évolution démographique et de l'emploi direct dans le tourisme (000)



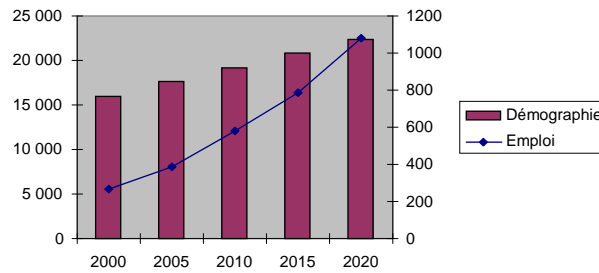
Groupe latent : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



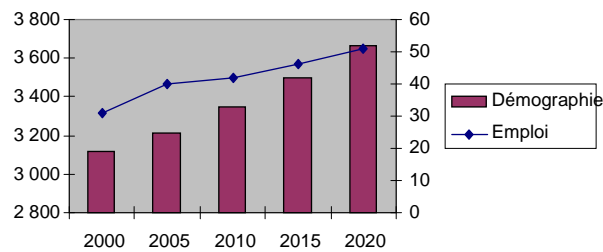
Algérie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



Syrie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



Albanie : évolution démographique et de l'emploi direct dans le secteur du tourisme (000)



VII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Correlation all sectors employment growth NACE/HORECA sector employment growth	711
Table 2 Average age of the working population of the HORECA sector (in years).....	713
Table 3 Share of temporary employment in the total employment of the HORECA sector.....	713
Table 4 Share of temporary employment in total employment (all sectors considered, in %).....	714
Table 5 Share of part-time employment in total employment (all sectors considered NACE, in %).....	715
Table 6 Share of part-time employment in HORECA sector employment	715
Table 7 Female labour in total employment all NACE sectors considered	716
Table 8 Female labour in HORECA sector employment (in % of total HORECA sector employment)	716
Table 9 Share of women in part-time employment in part-time jobs of the HORECA sector.....	717
Table 10 Share of women in full-time employment in total full-time employment (all NACE sectors considered).....	717
Table 11 Importance of tourism for the local populations	721
Table 12 Tourism earnings (exclusive of transport expenditure) in the Mediterranean countries (in million euros and in percentage).....	722
Table 13 Average annual growth rates of tourism earnings and tourist flows.....	723
Table 14 Concentration of tourist flows in the Mediterranean basin	724
Table 15 Productivity in the tourism sector (earnings in euro/job)	725
Table 16 Evolution of productivity by job in the tourism sector	726
Table 17 Compared evolution of international arrivals and employment	728
Table 18 Share of HORECA in total employment.....	739
Table 19 Global employment growth rate (all sectors considered NACE, in %)	742
Table 20 Employment growth rate in sector HORECA (in %).....	742
Table 21 Correlation all sectors employment growth NACE/HORECA.....	742
Table 22 Share of unskilled labor in the employment of the HORECA sector (in %).....	743
Table 23 Share of skilled labor in the employment of the HORECA sector (in %).....	743
Table 24 Share of young people (15-24) in employment in the HORECA sector (in %).....	743
Table 25 Share of young people (15-24) in employment in the NACE all sectors considered (in %)	744
Table 26 Share of seniors (55 +) in employment in the HORECA sector (in %).....	744
Table 27 Share of seniors (55 +) in employment in the NACE, all sectors considered (in %)	744
Table 28 Average age of the working population of the HORECA sector (in years).....	745
Table 29 Share of temporary employment in the total employment of the HORECA (in %)	745
Table 30 Share of temporary employment in total employment (all sectors considered in %).....	745
Table 31 Share of part-time employment in total employment (all sectors considered NACE, in %).....	746
Table 32 P Share of part-time employment in HORECA sector employment.....	746
Table 33 Female labor in total employment all NACE sectors considered (in %)	746
Table 34 Female labor in HORECA sector employment (in % of total HORECA sector employment)	747
Table 35 Share of women in full-time employment in full-time jobs of the HORECA sector (in %).....	747
Table 36 Share of women in full-time employment in total full-time jobs (all sectors NACE considered).....	747
Figure 1 Tourism assets allowing sustainable tourism	704
Figure 2 Share of the various groups of countries according to international arrivals.....	705
Figure 3 Structure of employment (direct and indirect) for the whole of the Mediterranean basin	707
Figure 4 Turkey Breakdown of tourism employment by activity sector	708
Figure 5 Lebanon: Contribution of economic sectors to GDP	708
Figure 6 Lebanon: breakdown of tourism employment by activity sector	709
Figure 7 Share of HORECA in total employment.....	709
Figure 8 Growth rate of total employment (all sectors of European Commission Activity Nomenclatur (NACE) and in the HORECA sector	710
Figure 9 Share of unskilled and skilled labour in the employment of the HORECA sector	711
Figure 10 Share of young people [15-24 years] in employment in the HORECA sector, compared with all sectors employment growth NACE	712
Figure 11 Tunisia.....	718
Figure 12 Egypt	718
Figure 13 Lebanon	719
Figure 14 Syria	719
Figure 15 Monthly Avg. Exchange Rates: U.S. Dollars per European Euro	722

Figure 16 Tourism jobs by international arrival.....	727
Figure 17 Average annual growth rates (AAGR/TCAM) of direct employment per group of countries (1990 to 2020).....	728
Figure 18 Average annual growth rates (in ‰).....	729
Figure 19 Demographic growth and direct employment in tourism.....	730
Figure 20 Lead group: Demographic growth and direct employment in tourism (000).....	730
Figure 21 Recovering group: Demographic growth and direct employment in tourism (000).....	731
Figure 22 Tourism jobs by international arrival.....	734
Figure 23 Global Employment Structure by direct and indirect employment breakdown (<i>Source: WTTC</i>).....	735
Figure 24 Average annual growth rates of direct employment per group of countries over the period 1990-2020 (<i>Source: WTTC</i>).....	737
Figure 25 Contribution of the various economic sectors to the GDP of the countries.....	739
Graphic 1 Evolution (average annual growth rates) of accommodation facilities per country.....	748
Graphic 2 Demographic growth of the countries with respect to prospects of direct employment in the tourism sector.....	751

PART 3

FOLLOW-UP OF THE MEDITERRANEAN STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IMPLEMENTATION: NATIONAL STUDIES

CROATIA

Mr Zoran Klaric, Institute for Tourism

TABLE OF CONTENTS

Summary	763
I. Part I – Tourism context and trends, policies and strategies	764
1. Introduction.....	764
2. Main characteristics of the development of tourism.....	766
II. Part II – In-depth assessment of the progress made.....	770
1. Controlling tourism’s territorial and environmental impact	770
2. Promoting tourism as a factor in sustainable social, cultural and economic development.....	774
3. Develop Mediterranean cooperation	778
III. Part III – Good practices.....	779
1. Transportation	779
2. Energy	780
3. Water.....	781
4. Waste water	781
5. Waste	782
6. Construction	782
7. Ecosystems	783
8. Cultural heritage	784
9. Local economy	785
10. Education	785
11. Land planning.....	786
12. Climate change	786
13. Biodiversity	787
14. Protection of seas and oceans.....	787
15. Growth and growth distribution	787
16. Employment	788
17. Regulation of globalization	788
18. Access to basic services for all	788
19. Strengthening health and education systems	789
20. Combating discriminations	789
IV. Part IV – Proposals.....	790
V. Table of illustrations	792

SUMMARY

Introductory part of the study gives basic data about Croatia as a relatively new European country finalizing process of joining European Union. Regarding development of tourism it is pointed out that tourism play extremely important role in the national economy and is very strongly oriented towards the coast and bathing tourism in general. It is also mentioned that dissolution of former Yugoslavia and war between 1991 and 1995 produced serious damage to tourism industry and stopped the process of the repositioning off the tourism product. Therefore Croatia in spite of high growth rates still has not reached the number of overnights in the late eighties of last century. At the same time it was saved from excessive building of hotel capacities in the coastal areas that happened in many developed European Mediterranean countries.

In-depth assessment of progress made has pointed out that very strong and fast process of building secondary residences in the coastal area in the last ten years (so-called "apartmanization") is viewed as the main threat to the future of Croatian tourism. This process is further complicated through the weakness of legal instruments that can stop it, what is caused by transition processes and corruption inducted by extremely high profit in construction business. The consequences were especially negative because this construction occupies large areas of the coast making almost impossible profitable tourism activities. Another negative aspect is a fact that the majority of this construction is visually inappropriate and is therefore directly diminishing the aesthetic value of the coastal areas as the most important Croatian tourist resource.

In spite of afore mentioned negative processes, Croatian coast is still relatively well preserved in comparison with majority of Mediterranean countries. That is caused by relatively low population density of coastal regions and existence of many areas in natural condition, including large portions of land under special nature protection status. Very important aspects of attractiveness are also high variety of Croatian landscapes, rich and various cultural heritage and high biodiversity. This is caused by Croatia's position on the crossroads of the big natural ecosystems and cultural influences. Since large parts of the country are in natural condition, there are few big cities and very few polluting industry, Croatia generally does not have important ecological problems.

In-depth assessment has also pointed out that tourism in Croatia is still viewed as mainly positive activity. That is partly caused by low number of overnights considering spatial possibilities, very few new hotel capacities built in the last twenty years, but also in the big share of small scale accommodation in households. Since tourism is at the same time probably the most important economical activity in the country, the general living standards are much better in the coastal parts of Croatia than in the continental part, where tourism is almost totally undeveloped.

The evaluation of good practices has stressed out that Croatia is excessively oriented towards car traffic, but that is still not producing serious problems due to good newly built motorways relatively far from the coastal strip. The environmental situation is relatively good regarding fresh water resources, water pollution is not very high and solid waste is not producing serious problems in spite of low standards of recycling. There could be problems regarding energy production, with remark that industrial production is also not very high. Therefore the overall environmental situation is still good and Croatia belongs to the countries with the lowest negative influences regarding climate change in Europe.

Probably the key problems of future development lay in legal issues, what is caused by transition processes and fast adaptations to EU standards considering joining process. Therefore the majority of proposals in the last part of the study are concerning gaps between very complicated legislation and low level of their implementation. This is important because adequate legislative and fiscal tools are necessary for the solution of main problems in tourism development. Those problems are first of all excessive construction in coastal areas, especially of secondary residences, and very high disproportion between coastal tourism and continental tourism in general. Simple and effective legal and fiscal tools are therefore key

elements of future development, because only efficient implementation of adequate measures can assure sustainable tourism development in the future.

I. PART I – TOURISM CONTEXT AND TRENDS, POLICIES AND STRATEGIES

1. Introduction

Croatia is located in the central northern part of the Mediterranean basin, between the Pannonian plain and Adriatic Sea, as the northernmost part of the Mediterranean. It became independent country in 1991 after dissolution of former Yugoslavia and is currently in the process of joining European Union as its 28th member and the westernmost former communist country still not member of the EU.

Croatia has an area of 56.594 square kilometres and about 4,5 million people in 2008 (4.381.352 according to the last census in 2001). Territorial sea belonging to Croatia covers an area of 31.067 square kilometres. The length of its coast on the Adriatic Sea is 5.835 kilometres, from which 4.058 kilometres belongs to its 1.185 islands, rocks and reefs. Since the majority of the eastern coast and almost all islands of the Adriatic Sea belong to Croatia, its coastline on the Adriatic is longer than the coastline off all other countries (Italy, Slovenia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro and Albania) on the Adriatic Sea together.

Although it is relatively small country, Croatia is characterized with big variety. Three main natural regions are:

- Pannonian plain, covering about half of the territory and two thirds of population;
- Mountain Croatia, covering about 15 per cent of the territory and only 2 per cent of the population; and
- Mediterranean Croatia, covering one third of the territory and about 30 per cent of the population.

About 10 per cent of the territory is under protection and biodiversity is one of the highest in Europe. The most important and most popular national and nature parks are those with karst phenomena - waterfalls, limestone rocks, indented islands.¹

The climate in the Pannonian plain is moderate continental with warm summer and cold winter, in the mountain part a bit colder with a lot of snow in the winter, and typically Mediterranean near the coast with warm and dry summer and mild and humid winter. The highest mountain peak is Dinara with 1.831 meters above sea level, the longest rivers Sava (562 km in Croatia, 942 km total) and Danube (2.857 km total and 188 km in Croatia). The biggest lake is Vransko with an area of 31 km².

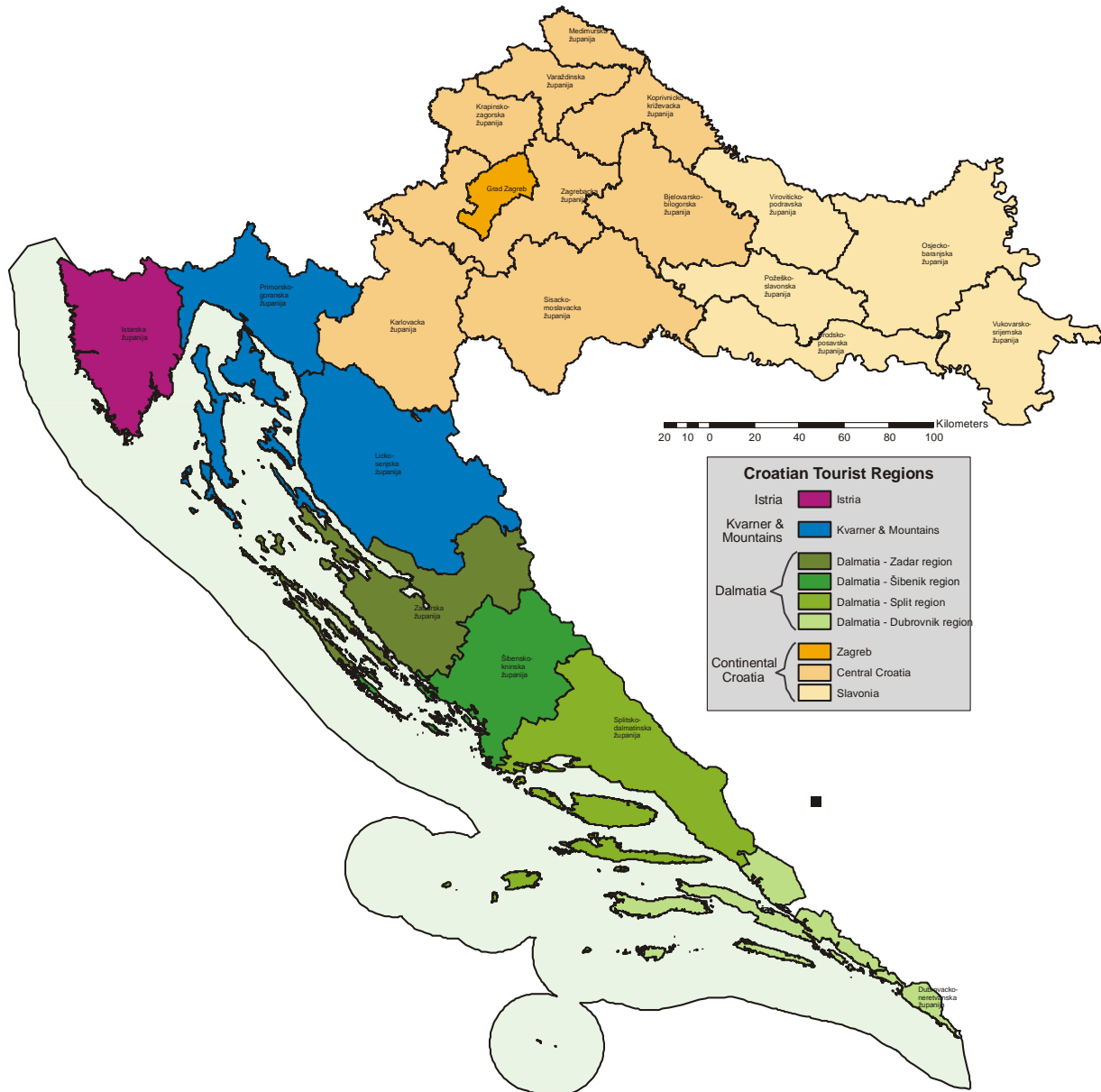
Considering its position on important crossroads of Europe between Central, Southern and Eastern Europe, in Croatia it is possible to see a lot of different cultural influences. The larger continental area including the mountain part is considered as a part of Central Europe and smaller coastal area on the Mediterranean as a part of Southern Europe. It is caused by historical ties with Habsburg Empire (today Austria) in the interior, and with Roman Empire and Venetian Republic (today Italy) in the Mediterranean part. In spite of long history of the border country with Ottoman Empire there are almost no visual oriental influences in Croatia and majority of the inhabitants are Roman Catholics. The cultural heritage is covering all major historical periods, and its high value is proven by the fact that there are five UNESCO World Heritage sites, what is considering Croatia's size and number of population one of the highest concentrations in the world.

Afore mentioned attributes are very favourable for the development of tourism. Especially important attributes are well indented coast with many islands, pleasant climate and excellent traffic position very close to the European market. On the other hand, it has to be mentioned

¹ The significance of Croatian karst is best seen in the fact that in the international technical literature for the majority of the special karst forms the original Croatian terms are used, for instance uvala, polje, hum.

that this development refers almost only to the seaside tourism based on “sun and sea” model, and other forms of tourism are still undeveloped. There are some objective circumstances for such development, such as lack of snow for winter tourism due to low altitudes of mountains and orientation of spa tourism mainly towards domestic tourists based on health insurance. Cultural and rural tourism are also developed much under the objective possibilities, especially in the continental part of the country. At the same time, there is very good offer of those forms of tourism in neighbouring countries (especially Slovenia), which is inhibiting faster development, especially of spa and rural tourism.

Figure 1 Croatian tourist regions



Strong concentration of tourism near the coastline is visible through a fact that in seven coastal counties, covering 44 per cent of the territory and 32 per cent of the population of Croatia, is concentrated 95, 8 per cent of total and 97, 5 per cent of foreign overnights. In the narrow coastal belt (municipalities and cities on the coast), where practically all tourism is sea based, it is accomplished 94, 7 per cent of total and 96, 7 per cent of foreign overnights. The only two concentrations of tourism in Continental Croatia with more than 100.000 overnights are the City of Zagreb with 1.133.172 overnights and the area around Plitvice lakes national park with 361.332 overnights in 2007, representing about two thirds of total continental tourism.

Table 1 the number of tourist overnights in Croatia by tourist region²⁾ from 1989 to 2007

TOURIST REGION	1989	1992	1996	2000	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL OVERNIGHTS	61.848.8 87	10.724.5 49	21.455.4 22	38.405.9 30	46.635.1 39	47.797.2 87	51.420.9 48	53.006.9 46	56.005.4 92
ISTRIA ^{*)}	19.743.4 43	6.197.53 3	9.509.82 1	14.284.7 70	16.213.8 96	16.532.5 10	16.649.9 44	16.968.6 95	17.613.1 32
KVARNER & MOUNTAINS ^{**)}	14.971.7 53	2.644.50 3	6.766.81 0	9.894.30 7	11.176.9 54	11.199.5 18	11.622.0 30	11.926.0 53	12.430.0 24
DALMATIA ^{***)}	23.484.1 62	447.661	3.881.40 6	12.891.2 10	17.466.6 92	18.259.3 31	21.180.2 01	21.928.3 30	23.589.7 09
CONTINENTAL CROATIA ^{****)}	3.649.52 9	1.434.85 2	1.297.38 5	1.335.64 3	1.777.59 7	1.805.92 8	1.968.77 3	2.183.86 8	2.372.62 7
FOREIGN OVERNIGHTS	54.466.2 90	7.554.76 6	16.545.6 26	33.307.4 08	41.323.1 48	42.516.3 25	45.986.5 17	47.021.9 44	49.574.6 30
ISTRIA ^{*)}	18.459.3 22	5.213.28 0	8.728.41 6	13.642.1 80	15.514.7 83	15.711.3 76	15.963.6 68	16.201.0 50	16.876.9 16
KVARNER AND MOUNTAINS ^{**)}	13.076.5 60	1.640.47 4	5.135.84 1	8.408.51 9	9.705.30 2	9.840.67 1	10.220.6 72	10.374.8 08	10.866.0 00
DALMATIA ^{***)}	20.876.2 61	128.534	2.105.20 1	10.658.0 95	15.217.4 10	16.020.6 34	18.750.9 82	19.285.3 85	20.584.9 82
CONTINENTAL CROATIA ^{****)}	2.054.14 7	572.478	576.168	598.614	885.653	943.644	1.051.19 5	1.160.70 1	1.246.73 2

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

^{*)} County of Istria

^{**)} Primorje-Gorski kotar and Lika-Senj county

^{***)} Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmatia and Dubrovnik-Neretva county

^{****)} Remaining 13 continental counties and the City of Zagreb

2. Main characteristics of the development of tourism

Tourism is in one of the most important economical activities in Croatia in the last forty years. After a fast development between late sixties and early eighties of the previous century, the development has reached its peak in the period between 1985 and 1989 with more than 60 million total and more than 50 million foreign overnights. After a crisis in former Yugoslavia and especially after war between 1991 and 1995, tourism industry was almost completely destroyed. The damage was especially big in Dalmatia, which was directly involved in military operations and was cut from the rest of the country due to occupation of the part of Croatia by Serb paramilitary forces.

The number of total overnights dropped to only 10 million, and of foreign overnights to 7 million in 1991-1992. Almost 30 per cent of foreign tourists in that period came from the neighbouring Slovenia and were concentrated mostly in Istria as the only part of Croatia that was not at risk during the war. In Dalmatia as the biggest tourist region the number of foreign overnights in 1992 dropped to only 129.000 in comparison with more than 20.000.000 in 1989. Apparently high number of foreign overnights in Continental Croatia in that period was mainly caused by the presence of military personal, international observers and journalists covering the war in Croatia and neighbouring Bosnia and Herzegovina. The only areas of Croatia with some "real" tourism in that period were Istria and neighbouring parts of Kvarner bay, where there were no military operations and the life was generally normal.

²⁾ Croatian National Organization officially divides Croatia into eight tourist regions - Dalmatia is further divided into four regions each covering one county (Dalmatia - Zadar region, Dalmatia - Šibenik region, Dalmatia - Split region and Dalmatia - Dubrovnik region), and Continental Croatia into three regions - Zagreb (The City of Zagreb), Central Croatia (counties Zagreb, Krapina-Zagorje, Varaždin, Međimurje, Koprivnica-Križevci, Bjelovar-Bilogora, Karlovac and Sisak-Moslavina) and Slavonia (Virovitica-Podravina, Požega-Slavonia, Slavonski Brod-Posavina, Osijek-Baranja and Vukovar-Sirmium). But in the majority of analysis of Croatian tourism and for the marketing purposes afore mentioned four larger tourist regions are still in use.

Table 2 the area and the population by tourist region in 2001

TOURIST REGION	AREA IN SQ KM		POPULATION IN 2001		PER KM ²
	TOTAL	%	TOTAL	%	
ISTRIA	2.813	5,0	206.344	4,7	73,4
KVARNER AND MOUNTAINS	8.940	15,8	359.182	8,2	40,2
DALMATIA	12.943	22,9	849.844	19,4	65,7
CONTINENTAL CROATIA	31.898	56,4	2.965.982	67,7	93,0
CROATIA TOTAL	56.594	100,0	4.381.352	100,0	77,4

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

The recovery of Croatian tourism has started in 1994, but was again stopped with intensive war activities during 1995. The main reason was military operation "Storm" in August 1995, when the majority of formerly occupied territory was liberated by Croatian army. The recovery started again in 1996, when the number of 20 million overnights was reached once more. The growth continued slowly to 1999, because it was endangered again with the crisis on Kosovo and NATO action in Serbia in 1998.

The real growth started after 1999, and between years 1999 and 2000 the number of overnights increased from 27 to 39 million. After that the growth has continued permanently year by year and is still going on. Positive trends after 2000 were caused by stabilization in the area, peaceful change of government in Croatia in 2000 and start with the negotiations about joining EU in 2005. In the last few years the growth was strongest in Dalmatia due to building of new motorway from Zagreb, but also due to its slower recovery in previous period immediately after the war.

In spite of such growth, which is bigger than in most other European countries on the Mediterranean, Croatia still has not reached the number of overnights from late eighties of previous century. Only the income from tourism is now much bigger than in the period of former Yugoslavia, although the numbers are incomparable with the period before year 1991.³ In that sense it has to be mentioned that negative trends started already in late eighties, before the crisis in former Yugoslavia begun. They were caused with the maturity of the Croatian tourist product, which were 20 years ago a typical example of mass seaside tourism oriented mainly towards low purchasing power demand. Therefore the war has not only destroyed physical aspects of tourism, but has also concealed the real reasons for the negative trends in that period.

Another reason whilst the situation with tourism before the war is sometimes seen more positive than it really was is the change of structure of Croatian tourism by country. In the past the share of tourists coming from developed Western countries was much larger than today, making wrong picture of more competitive tourism product in the past. Germany remain the main tourism market, but its share dropped from 28 per cent in 1989 to only 22 per cent in 2007, and the share of once important more distant western countries like United Kingdom, Scandinavian countries or United States dropped more than three times. At the same time the share of formerly communist countries like Czech Republic, Slovakia, Hungary and Poland is today much higher than before 1991, when Croatia was part of communist Yugoslavia.⁴

³ Considering a fact that Croatia represented about 80 per cent of foreign tourist income of former Yugoslavia, it can be concluded that actual tourist income of nearly 10 billion US \$ is much bigger than it ever was in the period before Croatia's independence. Therefore it should be mentioned that comparisons with former period are impossible due to completely different methodology of measuring income from tourism used in former Yugoslavia, showing much lower values than according to the recent methodology comparable with the EU standards.

⁴ In 1989 five countries with the highest shares of overnights in Croatia were Germany (28, 3%), Italy (13, 5%), United Kingdom (8, 2%), Austria (7, 2%) and Netherlands (5, 1%). The share of former Czechoslovakia was only 3, 5% and of Hungary and Poland less than 2 per cent. Only the share of Slovenia remains approximately the same.

Table 3 the number of visitors and overnights by nationality in 2006 and 2007

COUNTRY	VISITORS		OVERNIGHTS		% IN 2007 ^{**})
	2006.	2007.	2006.	2007.	
Total all	10.384.921	11.162.406	53.006.946	56.005.492	100,0
Domestic tourists	1.726.045	1.855.715	5.985.002	6.430.862	11,5
Foreign tourists	8.658.876	9.306.691	47.021.944	49.574.630	88,5
Germany	1.544.801	1.554.794	10.986.866	10.848.939	21,9
Slovenia	913.072	1.015.379	5.245.881	5.689.746	11,5
Italy	1.235.413	1.249.343	5.474.456	5.451.968	11,0
Czech Republic	593.276	669.132	3.921.345	4.394.711	8,9
Austria	790.083	839.717	4.069.302	4.244.607	8,6
Netherlands	241.856	264.664	1.938.295	2.030.442	4,1
Hungary	402.782	381.202	2.196.365	1.984.644	4,0
Poland	275.845	322.890	1.612.013	1.833.961	3,7
Slovakia	217.986	280.586	1.428.346	1.831.655	3,7
France	505.139	473.806	1.707.718	1.664.973	3,4
United Kingdom	268.777	267.159	1.366.266	1.275.609	2,6
Other EU countries ^{*)}	-	705.671	-	2.922.041	5,9
Russia	108.672	157.259	936.639	1.288.828	2,6
Bosnia and Herzegovina	188.774	222.135	948.397	1.146.799	2,3
Other European countries	951.482	394.826	4.194.822	1.790.723	3,6
Countries outside Europe	420.918	508.128	995.233	1.174.984	2,3

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics¹⁾ in 2006 there were no separate data for all EU countries, so they were included in "Other European Countries"^{*)}. The share of particular countries was calculated in relation to "Foreign tourists"

The only positive aspect of the decline of tourism during the war was a fact that Croatia was saved from large scale urbanization and "apartmentization",⁵ which has destroyed many coastal areas in developed European countries on the Mediterranean, especially in Spain. Unfortunately those trends are visible also in Croatia in the last few years, and there is a general fear that joining EU will only aggravate the situation considering attractiveness of Croatia's coast for building secondary residences for the citizens of EU.

Regarding differences between the importance of tourism in Croatia now and twenty years ago it is important to say that it is bigger now in almost all elements in spite of the smaller physical outcome regarding the number of overnights. Its economic impact is bigger because the share of tourism in overall economy of Croatia is bigger due to slower growth other sectors, especially industry, and better financial effects than before. It is also important to mention that due to a fact that Croatia is today an independent country all the fiscal revenues from tourism remain in Croatia. In former Yugoslavia they were controlled (and collected) by central government in Belgrade facing constant problem of budget deficit, what was one of the main reasons for the violent dissolution of former Yugoslavia.

Socio-cultural impact of tourism is also bigger today because tourism is considered as one of the most important and at the same time the healthiest parts of Croatian economy. The parts of Croatia with developed tourism are generally more developed parts of the country exposed to immigration from other less developed parts – besides the capital of Zagreb, the most developed county is Istria, followed by other coastal counties. Immigration trends now

⁵ The term "apartmentization" (in Croatian "apartmanizacija") is widely used for the process of building formally called "tourist apartments", but in fact mainly secondary residences throughout the coastal areas. Construction companies are using a term "tourist apartments" in order to cover up the real purpose of those buildings, and this is secondary homes and very rarely commercial tourism. In absence of adequate translation this term is also often used by foreign consultants working in Croatia.

include also Croatian islands which show an increase in the number of population in the last decade, as opposed to decrease in the previous periods.⁶

Environmental impacts are also bigger today than in the previous period, because tourism is today also seen as a threat to the local environment, especially due to building of apartments in the coastal zone. In the previous periods the influence of tourism to the environment was seen generally as positive, because building of tourism accommodation capacities was seen as less dangerous to the environment than introduction of new industrial capacities.

Since all types of tourism in Croatia except seaside tourism are undeveloped, afore mentioned potentially negative impacts refer almost only to seaside tourism. Since practically all other forms of tourism are far beyond the limits of carrying capacity, they are therefore still seen as favourable to the environment. It is especially a case with cultural and rural tourism, which are seen as important tools for the economic development of depopulated areas and as tools that can help the preservation of the built-up heritage, especially in less developed areas.

Therefore it can be concluded that there is a need for different spatial distribution and different structure of Croatian tourism by type. Official tourism strategies regularly intercede for such goals, such as most actual plans - Master plan for Croatia done by DEG - Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH in 2002, Strategy of development of Croatian tourism done by Ministry of tourism in 2003 and Strategic Marketing plan of Croatian tourism, followed with the master plan of tourism for Istria as the most important tourism region prepared by THR Barcelona in 2001.

Unfortunately those plans are not followed by appropriate implementation instruments, especially regarding spatial planning, and therefore the situation is not changing very much. The most effective plans were probably the master plan for Istria and the marketing plan for the whole of Croatia, but they had in focus primarily the coastal tourism again. The consequence is a fact that the share of seaside tourism is today higher than twenty years ago and continental tourism in general is in Croatia much less developed than in neighbouring countries.

Besides afore mentioned objective reasons concerning mountain and spa tourism, it can be stated that incentives for the change are still not as good as in most European countries, especially as in neighbouring Slovenia, Austria and Hungary. Therefore the imbalance between seaside and continental tourism is still extremely high, although the trends are slowly starting to change in the positive way in the last 8 years. It can be expected that in the future cultural, rural and eco tourism will play more important role in Croatian tourism, but not as much as in the neighbouring more developed countries. The same conclusion can be made for the taking into account the MSSD objectives, especially because they were not systematically implemented into official tourism strategies.

⁶ The increase of population on Croatian islands in the last census decade (1991 – 2001) is not followed with the parallel increase of the economy. It is partly caused by the fact that large share of immigrants to the islands are retired people who decided to permanently settle in their former secondary residences and persons who settle there in order to utilise fiscal benefits available on islands in order to stop depopulation in former periods.

II. PART II – IN-DEPTH ASSESSMENT OF THE PROGRESS MADE

1. Controlling tourism's territorial and environmental impact

1.1 Anticipate and reduce the negative impact of developments, urbanization and tourist infrastructures on coastlines

Croatia has a specific position as a country still having relatively preserved coastal areas in comparison with the most other countries of Northern Mediterranean. The neighbouring coastal areas of Italy and Slovenia, as well as of Mediterranean parts of France and Spain, generally have several times higher concentrations of population, tourist infrastructures and nautical facilities in comparison with the length of coastline.

That is caused partly with the low population density in coastal areas of Croatia, which is a consequence of specific natural conditions and history. Many parts of the coastal areas are unfertile or with a steep coast not easy to access. In the most periods of the history the coastal part of Croatia was at the edge of big empires and often exposed to war due to a position on the borderline between Ottoman Empire and European Christian states (Medieval Croatia, Habsburg and Austro-Hungarian Empire, Venetian Republic). It is also important to mention that due to the recent historical events tourism development has still not reached the values twenty years ago, so there is a perception that there is a lot of room for further development and urbanization.

On the other hand, the process of building secondary homes in coastal areas took place in the last ten years on very large scale. This process, usually called "apartmentization", was so strong and fast that it is now viewed as the main threat to the future of Croatian tourism. The main reason is a fact that the continuous large and uncontrolled increase of those "apartments", undermines the legal hotel industry and creates an unfavourable image of Croatia as a quality destination known as "Mediterranean as it was". Furthermore, those buildings are characterized with low qualitative levels, unattractiveness, inappropriate architectonic solutions and they usually occupy large areas in the most attractive parts of the coast.

In order to stop that process, on 9 April 2004 the Government of the Republic of Croatia has declared a Decree on regulation and protection of protected coastal areas. The main issue of this decree was special protection of an area 1.000 meters from the coast where no new building areas can be declared except in special cases for strictly tourism purposes. At the same time many actions were undertaken in order to demolish many houses in the coastal areas which were built without a license. That was frequent practice in some localities caused by lack of planning instruments during period of transition from communist society into market based economy, especially in some areas like Northern Dalmatia.

Table 4 the number of secondary homes by tourist region in 1981, 1991 and 2001

TOURIST REGION	1981	1991	2001
ISTRIA	5.372	9.180	14.696
KVARNER AND MOUNTAINS ^{*)}	19.090	32.992	38.535
DALMATIA ^{**)}	30.332	65.410	64.662
CONTINENTAL CROATIA	29.523	69.263	64.620
CROATIA TOTAL	84.317	176.845	182.513

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

^{*)} including the town of Pag and municipalities Poveljana and Kolan now in Dalmatia

^{**)} including Donji Lapac municipality now in Kvarner and Mountains

Unfortunately it is not possible to estimate the number of new built "apartments", since the data about this issues are collected only during as a part of Census of population every ten years. Nevertheless, from existing data in census years it is visible that the process of "apartmentization" started much before 2001 in the parts of Croatia not exposed to the war

(Istria and neighbouring parts of Kvarner), and has not seriously endangered only continental areas.

Regarding specific recommendations by MCSD in this field it can be generally concluded that the instruments needed to evaluate the environmental impact of tourist programmes and large-scale projects exist on certain level. Some progress has been made, but it is still not strong enough to stop the negative processes due to extreme pressures caused by high profitability of this kind of construction business. Evaluations of destination sites' carrying capacity are being done only in few areas facing huge saturation problems, such as Crikvenica area in Kvarner bay, but not systematically in all areas where it should be necessary.

As stated before, legislative tools and regulations exist and have helped to slow down some negative processes, but many regulations are not properly implemented in practice, especially in less developed areas and parts of the countries which were exposed to destruction during the war between 1991 and 1995. Therefore the protection of the precious natural sites is effective almost only in specially protected areas such as national and nature parks, which usually have also stronger planning instruments. Plans for development and land management that take environmental questions into account are prepared in some other areas, but they are usually not implemented in practice, especially in the cases where local authorities have some interest in the process of "apartmentization".

The situation regarding urbanisation near the coasts and the building of roads is slightly better, because some measures restricting the building in the narrow coastal zones are partly effective. The road infrastructure was planned relatively well in the past, especially in Istria as the most important tourist area, where there are very few main roads going near the coastline. The new Adriatic motorway was planned deep in the hinterland, so the pressure on the old Adriatic coastal road is now smaller than before. There is also a tendency of enlarging pedestrian zones in the coastal cities, meaning that in many cases the narrow coastal zone is becoming free of car traffic.

On the other hand, Croatia is still a country oriented mainly on car traffic in tourism and the new coastal motorway has a consequence in increase of tourists coming by car. Now tourists coming by car are becoming majority, even in southern Dalmatia, as an area oriented more to air traffic in the past. This problem is especially big in its most important tourist centre Dubrovnik facing today huge problems in parking places. The quality of air traffic in Croatia is considered very low considering the frequency of flights, quality of airports and number of companies serving Croatia. Even the islands are almost exclusively served by car traffic because they are all connected with ferry lines and mostly do not have airports.⁷

The most important coastal sites from the natural point of view are protected by the Ministry of culture as protected areas, with remark that all eight Croatian national parks are located in the coastal counties. Three of them refer to coastal areas (island groups Brijuni and Kornati and western part of the island of Mljet), and another two are very close to the coast (Paklenica gorges and Krka river). Three nature parks also include large parts of the coastline - Velebit Mountain Nature Park and UNESCO World Biosphere Reserve as the largest protected area in the whole Croatia, Telascica bay on island Dugi otok and Lastovo island group.

Many smaller coastal areas are protected under other forms of protection. The most important are protected landscapes which include some beaches such as Zlatni rat (Golden cape) on the island of Brac, Sapunara on the island of Mljet, coast and islands near town of Rovinj in Istria, Zrce beach on the island of Pag etc. The main problem is a fact that those areas cover relatively small percentage of the coastline and outside those areas it is usually possible to build.

⁷ The only island airport in Croatia suitable for standard airplanes is located on the island of Krk, but it is serving the city of Rijeka on the mainland to which is connected with the bridge. The traffic on this airport is very infrequent due to proximity of Rijeka to Zagreb and Ljubljana airport, so it is mainly used for charters and low-coast airlines. There are two small airports with even weaker traffic on the islands Lošinj and Brac, but only for small aircrafts and mainly charter flights. There are at the moment no other island airports, although there are plans for the island of Hvar and Korcula.

Table 5 Number of visitors to Croatian national parks in 2007

NATIONAL PARK	TOURIST REGION	TOTAL	DOMESTIC	FOREIGN
all parks		2.136.096	372.358	1.763.738
Brijuni	Istria	178.073	69.336	108.737
Risnjak	Kvarner & Mountains	24.831	19.797	5.034
Plitvice Lakes	Kvarner & Mountains	927.661	86.795	840.866
Northern Velebit	Kvarner & Mountains	11.949	6.786	5.163
Paklenica	Dalmatia	110.338	15.550	94.788
Kornati	Dalmatia	94.605	34.847	59.758
Krka	Dalmatia	700.823	125.639	575.184
Mljet	Dalmatia	87.816	13.608	74.208

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

The most treasured parts of Croatia's natural heritage comprise 447 different protected areas covering a total of 5.178 km², i.e. about 10 per cent of Croatia's land area. Besides aforementioned eight national parks there are eleven nature parks⁸ and two strict nature reserves (Bijele and Samarske rocks on Kapela Mountain and Rozanski and Hajducki rocks on Velebit Mountain) as the most important attractions. There are additional 426 different smaller areas and objects under protection: 78 special reserves (botanical, forest, geomorphological, hydrological, ichtiological, ornithological, maritime and zoological), 38 park forests, 71 outstanding landscapes and objects, 104 natural monuments (geological, geomorphological, paleontological and rare example of trees) and 135 monuments of park architecture (arboretums, botanical gardens, parks, groups of trees and individual trees).

There are no special programmes enabling the rehabilitation of mature destination areas favouring the environment, but there are many such initiatives on the local level. The funds for such actions are mainly collected through a special tourism fee aimed for marketing purposes, but they are also used for different actions which helps protecting and managing natural and cultural sites. One of the most important actions was signing and interpretation of tourism attractions which was held in almost all Croatian counties. Considering limited funds created from tourism tax in the areas far from the coast, The Ministry of tourism obliged to give 50 per cent of funds for such actions in the continental counties.

1.2 Reducing consumption of natural resources and the pollution caused by tourist accommodation and activities

As stated before, (commercial) tourism is still not seen as a serious threat to the consumption of natural resources due to its relatively low scale considering spatial possibilities. It is also important that total capacities in hotels and similar establishments are in Croatia still under the level twenty years ago and very few completely new hotels were built in the last 20 years. Another aspect in favour of further development is a fact that Croatia is one of the rare countries in Europe with huge resources of water and water is still potable throughout the country. Water pipelines with drinking water from the continent are built to the majority of islands, so problems with drinking water are rare and refer almost only to distant and small islands. Some problems regarding consumption of natural resources are occurring in areas characterized with building secondary residences, or "apartments". But those problems are much more serious in the field of visual pollution and degradation of the attractiveness of the overall landscape than in the field of pollution of water and air.

Another positive factor regarding consumption of natural resources is a fact that a lot of polluting industries stop working during the war, especially in Dalmatian towns Sibenik and Split. The consequence was reduction of pollution of air, water and soil, with remark that air pollution is rising in some areas again due to much stronger car traffic. The process of joining EU forced Croatia to improve some standards in sewage and waste management, so

⁸ There are three nature parks protecting wetlands : Lonjsko polje, Kopacki rit and Vransko lake, two island areas : Telascica bay on Dugi otok island and Lastovo island group, and remaining five mountains: Papuk, Medvednica and Žumberak-Samoborsko gorje in the continental part of the country and Ucka, Velebit and Biokovo near the coast.

pollution in the coastal areas practically exists almost only near the biggest cities of Split (Kastela bay) and Rijeka (Bakar bay).

But it has to be mentioned that there were serious ecological incidents in some areas caused by old industry, especially in Kastela bay near Split from old asbestos industry and in the continental town of Sisak caused by petrochemical industry. The situation with waste management is less favourable due to low standards of collecting solid waste in many parts of the country, and in many places the solid waste is still simply dumped out into the designated dump places.

More important problem is energy, because Croatia has inherited energy deprivation from former Yugoslavia and is already exposed to import of energy from neighbouring countries. The situation is not critical at the moment, but it can be forecasted that problems may occur, especially in the summer season, due to the bigger number of housing units and increased use of cooling devices. The usage of solar energy and special building technologies caring about energy consumption ("smart houses") is in Croatia still on very small scale.

The environmental management of tourist facilities and destination sites is maintained through existing laws, which are in the process of adaptation to EU rules. Quality environmental procedures formally exist, but in practice there are no important incentives. This is visible through a fact that building of "apartments" is one of the main new activities in the tourism areas and the regional financial support is limited due to relatively small funds available on regional level.

In some counties, especially Istria as the most developed part of Croatia in tourism terms, there are some incentives, like the implementation of the regional Strategic marketing plan prepared by THR Barcelona. Istria is also interesting because it functions at the same time as the area of the biggest concentration of tourism on the coast and as an area where tourist season is slightly being prolonged and where hinterland areas also play important role as a part of the overall coastal tourism product. This can be illustrated with a fact that Istria has the highest share of foreign tourists of all tourism regions, the highest realized prices and more units of rural tourism than all the remaining parts of Croatia.

Regarding solid waste and pollution in the water it has to be stated that the situation in Croatia is still good in comparison with the most European Mediterranean countries, but mostly due to relatively small industrial production, relatively low population density and inexistence of big urban agglomerations. Regarding measures taken in the field of waste treatment the situation is opposite, because such situation does not stimulate introduction of technically sophisticated measures for treatment. Therefore ecological issues are one of the most problematic points in the process of accepting EU standards in Croatia.

The situation regarding waste treatment and communal standard in general is much better in the coastal part of the country, what is mainly caused by the development of tourism. The percentage of dwellings with water supply and sewage disposal system is generally over 99 per cent in coastal areas, and lower than 90% mainly in rural areas of continental Croatia. Only the central heating system is less present in the coastal areas due to warm climate.

Table 6 Dwellings by auxiliary facilities and installations in Croatia in 2001

		TOTAL DWELLINGS & PERSONS	TOILET	BATHROOM	KITCHEN	ELECTRICITY	WATER SUPPLY SYSTEM	SEWAGE DISPOSAL SYSTEM	CENTRAL HEATING
Dwe-	total	1.421.623	1.272.344	1.256.698	1.409.247	1.414.274	1.331.431	1.318.594	514.386
llings	%	100,0	89,5	88,4	99,1	99,5	93,7	92,8	36,2
Per-	total	4.400.000	4.028.595	4.004.904	4.378.165	4.384.900	4.189.293	4.156.740	1.684.553
sons	%	100,0	91,6	91,0	99,5	99,7	95,2	94,5	38,3

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

The implementation of the certification process and introducing ISO standards has started, but it is still mainly implemented in export industries trying to compete on international market. It is also present in tourism sector, but mainly in larger foreign owned companies and

in objects of higher category. The majority of tourist accommodation which is still in households has at the moment no incentive or interest for those processes.

1.3 Controlling the development of tourist leisure activities affecting the sea and coastal environment

The most important leisure activities affecting the sea and coastal environment on Croatian coast are those linked to nautical tourism. The number of yachts sailing on the Adriatic is growing year by year causing various kinds of pollution - petrol, boat colours and general waste dumped into the sea. In order to control and reduce those forms of pollution the Ministry of the Sea, Transport and Infrastructure has introduced various measures, especially in the last two years.

Besides reinforcement of control of pleasure boats entering Croatian waters there is a policy of building fully equipped marinas furnished with the necessary facilities for taking solid and liquid waste. There is also a policy of regulation of existing ports for the acceptance of pleasure boats and policy of placing buoys in particular bays. Those measures were enforced in order to reduce very rampant practice of anchoring almost everywhere possible and discharging waste directly to the sea. The main goal of those measures is to impose very soon a law which will generally prohibit anchoring of pleasure boats during the night anywhere except on designated places.

Underwater tourism is still not seen as an activity that can seriously affect the environment, because the scope of this activity is in Croatia relatively small in comparison with other countries in the Mediterranean. Considering relatively small number of protected animal species attractive for divers, the main threat of underwater tourism lies in illegal extraction and damaging of underwater cultural heritage (especially amphorae and artefacts on sunken ships). Regarding jet skis there is a policy of prohibition of their usage near the beaches, but more in order to prevent accidents than in order to preserve the coastal environment from this still not too widespread activity.

Croatia still has a policy of overall access and use of beaches by the public and therefore it is practically not possible to have a private access to the sea. It is still possible to find an isolated place for swimming in many areas and the practice of using natural beaches without any equipment is still widespread. The beaches imposing charge are very rare (it is mostly on "Blue flag" beaches) and there is generally strong opposition regarding this policy in the majority of coastal areas from social point of view. Nevertheless, due to strong pressure on the local beaches in some areas, especially by day visitors from hinterland, there are many initiatives tending to restrict usage of beaches by non-residents.

2. Promoting tourism as a factor in sustainable social, cultural and economic development

In spite of many negative influences, tourism is still seen as a positive activity regarding environment. This is especially a case in the areas with strong polluting industry on the coast and in all continental areas. Tourism is also seen as a tool which can benefit to the status of natural and cultural heritage, because it can ensure funds for protection, especially for cultural heritage, and prevent another more harmful type of use (cutting forest, hunting, building dams etc.).

Additional reason for such a positive view about tourism is a fact that construction of new hotels and similar establishments is still on the small scale. Construction of "apartments", i.e. secondary homes is usually seen as a negative activity, especially in coastal areas, but it is not viewed as a form of tourism development. It is more viewed as a pure construction activity or even as a kind of pestilence caused by greed of actors in this temporarily very attractive business.

2.1 Developing national and local strategies aimed at better reconciling tourism, the environment and sustainable development

In order to better integrate tourism and the environment there are various tools and forms of cooperation between the key stakeholders involved in this process. The most efficient tool is still a system of tourism income tax transferred to local (towns and municipalities), regional (20 counties and the city of Zagreb) and National Tourism Organization. Since the main income is generated through overnights, many local tourism organizations have a lot of power, especially relatively small towns and municipalities with large accommodation capacities. Although this income is mainly intended to marketing purposes, local tourism organizations are in position to influence the overall development of tourism and function as a factor very suitable for authorities dealing with tourism in particular destinations.

Although they usually do not have enough funds and therefore are dependent on local and regional authorities, tourism organizations are often main contracting in party in preparation of strategic marketing plans, tourism master plans or even some concrete projects for the area under their responsibility. The Ministry of tourism is preparing legal measures which will give more power to local and regional tourism organizations, authorizing them for destination management activities and a kind of coordinators between tourism industry and local community.

In some cases important tourism companies are also involved in the preparation of strategic documents for particular areas, especially if one strong tourism (hotel) company is dominant in some area. That was much more a case in the past, when tourism companies were usually spatially oriented, i.e. they were present only in a particular area (municipality, or former larger municipalities). In such cases those companies were often the strongest stakeholder in the area controlling the majority of jobs and therefore they had very strong influence in the local government.

The most recent privatization processes, especially accession of large hotel chains, has reduced those influence, and the owners of new hotel companies very often has an interest only inside their property. This process makes destination management more difficult, with a consequence in putting larger responsibilities on local authorities and local tourism organizations. Unfortunately they often have not enough power and/or knowledge to manage the tourism development in the area under the administrative control, becoming sometimes subjects of different kinds of affairs connected with dubious investments and corruption.

Therefore it is interesting that probably the biggest number of financial and corruption affairs in Croatia in the last ten years were connected with tourism. The main reason is a process of change of ownership of former socialist companies or change of agricultural land into land for tourism purpose.

The general public opinion regarding planning issues in tourism is that the situation has deteriorated in comparison with the situation in the past. The new planning documents are seen either as not precise enough, or in favour of construction companies having big financial interest in new building, especially of secondary homes in the coastal areas and new apartments and offices in central zones of big cities.

Although new regulations according to EU standards will probably put more order in this process, there is a general fear that pressure for building secondary homes for EU citizens could result in even bigger investments and endangering of the coastal environment. This is visible through a fact that the prices for land in many areas are today more than five or even ten times bigger than ten years ago. This is especially a case in most attractive tourism destinations such as Dubrovnik, Hvar or Opatija, in rural areas in their near hinterland, and close to new motorways.

Those processes have caused very strong reaction against new construction by local population and NGOs, and the actions held by NGOs are very often connected with these issues. There are also more and more local population interest group newly established

which are focused primarily on the problem of land devastation with inappropriate construction.

2.2 Promote the diversification of tourism and balanced regional development.

Diversification of tourism product was one of the main goals of almost every strategic document of Croatian tourism. Expansion of tourism in the continental areas was also a topic of tourism strategies and there is practically no county in continental Croatia which has not emphasized development of tourism as one of the most important economic activities. Unfortunately, those intentions were usually only declarative, and therefore the balance between tourism on the coast and on the continent is still extremely in favour of coastal tourism.

There are many reasons for this imbalance, mentioned in the introduction of this document, but basically the main reason was a fact that the development of continental tourism needs a lot of efforts in creating the tourism product and marketing. With the coastal tourism the situation is much easier, because the combination of attractive landscapes, pleasant climate and favorable traffic position enables good results without serious efforts. Important element is also very low domestic demand for continental tourism, because already small and financially weak domestic tourism market is traditionally oriented to one big holiday on the sea.

National tourism organization is trying to promote other forms of tourism than seaside tourism with different kinds of actions. The most popular measures are special promotion of cultural and rural tourism, financial beneficiaries to continental counties for promotion purposes, organization of special marketing actions concerning only continental part of the country etc. There is a special office of National tourism organization for cultural tourism whose main task is to stimulate tourists to include Croatian cultural heritage in their visit. There are also some incentives and new legislation for the development of rural tourism, which is usually seen as compatible with the environment.

The actions of National tourism organization in the field of tourist signalization ("brown signs") in the last eight years have seriously contributed to the highlighting of cultural and natural heritage. In the past that was one of the most important remarks of foreign tourists regarding tourism offer, especially considering a fact that the majority of tourists are coming to Croatia by car. Now in most of the country there are brown signs directing tourists to the most important attractive locations, what is considered very helpful to tourism spending and promotion of natural and cultural heritage.

A need for synergy of tourism with other economic sectors such as agriculture, fishing and craftsmanship is also usual topic in all strategic documents on national and regional level. The results are still very poor, mostly due to the situation in Croatian agriculture in general, which is not competitive in comparison with imported goods. One of the reasons is development of tourism, because jobs in tourism are usually more attractive than the jobs in agriculture, especially in the coastal areas, where a lot of unused arable land can be found.

The offer of high quality domestic products exists only in some special areas of agriculture, such as vine and olives. In the last ten years a slight recovery can be seen in the production of olives and sorted vine, especially in Istria in Southern Dalmatia. There are also few attempts for the production of healthful food, but the production is very small in spite of huge possibilities considering a lot of unused arable land. At the moment only 0,7 per cent of arable land is designated to ecological production, and most of it refers to a single farm in Slavonia-Pozega County in North-eastern Croatia.

The fish production is also very small considering possibilities, although many sorts of fish in Croatian part of the Adriatic Sea are of very high quality. Therefore the majority of catch is exported, especially to Italy, and tuna fish to Japan. This situation has a consequence in high prices of fish, especially in restaurants, and very small consumption of fish by local population.

On the other hand, food processing industry is one of the healthiest industries in Croatia with a lot of quality brands, although often based on imported goods, especially meat. Domestic market is very strongly oriented towards domestic products, with remark that this industry is much more developed in the continental part of the country. Therefore the overall quality of food offered in Croatia is generally good (especially in restaurants), but the synergy between tourism and agriculture is not very strong due to high percentage of imported goods.

The synergies between coastal tourism and inland tourism are also very popular topics in strategic planning documents, but with very few concrete results. The most successful examples can be found in Istria as the most developed tourism region, based on the model of physically similar Italian province Tuscany. Scenic landscapes in the interior became very popular destinations for excursions, cycling, wine and rural tourism. Istria is well known for special incentives and helps for the development of rural tourism, and therefore has more rural tourism units than the rest of Croatia.

Istria is also one of the rare regions of Croatia where secondary homes usually do not represent a threat, but very often they are improving the environment. The reason is a fact that a large number of them are previously deteriorated houses in abandoned small villages rebuilt in traditional way, so practically they gave back life in many almost depopulated villages. Important stimulating factors for such development are proximity to Italy by car and overall knowledge of Italian language, and Italians are therefore the most important demand in rural tourism.

There are basically no specific action programmes adapted to the sustainable development of particularly fragile areas. Some effects have the state policy of giving fiscal and other similar benefits to the people living on islands, mountain areas and “areas of special state care.”⁹ Those benefits were given in order to stimulate people to live and return to areas exposed to strong depopulation, but they usually do not include special measures regarding sustainability. Those measures in some cases have stimulated unsustainable behaviour, especially on some islands where people start building formally houses for permanent use, but actually secondary homes.¹⁰

Sustainable tourism and overall development in wetland areas is much more present, because two biggest and most important wetland areas Lonjsko polje southeast from Zagreb and Kopacki rit near Osijek are protected as nature parks and Ramsar sites. The majority of other wetland areas are also protected, Vransko Lake near Zadar as Nature Park and many other as ornithological or forest reserves. Crna Mlaka southwest from Zagreb and a group of ornithological reserves in the Neretva Delta are also listed as Ramsar sites. In Lonjsko polje Nature Park the countryside with traditional wooden houses is therefore well protected, and this includes among others Cigoc, the first European stork village.

Financial support to protected areas is relatively good in case of national parks, a little bit less sufficient in the case of nature parks, and not sufficient in case of other protected areas and objects managed by the counties. Two most popular national parks Plitvice lakes and Krka have very large own income (mostly from entry fees), so there are in position to invest significant amount of capital in protection. The situation is relatively good in remaining national parks and two nature parks Lonjsko polje and Kopacki rit, because they also have some own income and larger number of employed staff. With other nature parks it is difficult to finance protection because they do not charge entry fees, and even more difficult in other protected areas because they have no permanent staff employed.

There is a lot of technical assistance for protected areas and many international and domestic projects dealing with various aspects of nature protection. Those actions are performed mainly in most attractive nature areas such as Plitvice and Krka national park and three wetland nature parks very rich in bird species Lonjsko polje, Kopacki rit and Vransko lake.

⁹ The term used for the areas which were heavily destroyed during the war, especially the areas formerly temporary occupied by Serb paramilitary forces.

¹⁰ Due to various fiscal benefits and easies in ferry prices many people, especially retired persons, have declared themselves as citizens of island communities, although they often spend more time at their homes on the continent.

3. Develop Mediterranean cooperation

The cooperation between Croatia and Mediterranean countries exists in many fields, especially with the countries on the Adriatic and Ionian Sea. The most important is Adriatic Ionian Initiative founded in the year 2000 and covering Italy, Slovenia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Albania and Greece. The aim of this initiative is to stimulate the cooperation of those countries in culture, education, economy, environment, transport and prevention of organized crime. Especially important are cooperation in the field of environment due to a fragility of Adriatic sea as an example of closed sea and in field of transport due to promotion of Adriatic - Ionian transport corridor.

There are also various projects between Croatia and neighbouring Mediterranean countries on small scale, which are often important in promotion of sustainable tourism. The most important are projects between Croatia and Slovenia around border areas on Kupa River and between Zumberacka Mountain and Sutla River. There some forms of cooperation between Croatia and Bosnia and Herzegovina, the most important being cooperation in the area of underflow of river Neretva as very important wetland area in both countries.

In spite of the fact that, unlike in the EU, there is a border control between Croatia and neighbouring countries, there is strong cross border cooperation in the field of tourism. This is most visible regarding excursions, especially from Croatian Istria to Venice in Italy and Postojna cave, Skocjan cave and Lipica horse farm in Slovenia. There are many excursions from southern Croatian coast, especially Dubrovnik, to Medjugorje pilgrimage site and town of Mostar in Bosnia Herzegovina, to Boka Kotorska and Cetinje in Montenegro and even to Shkodra in Albania. There are many excursions in opposite way from Bosnia and Herzegovina and Montenegro to Croatia, especially to Dubrovnik and from Slovenia and less frequently Italy to Plitvice lakes and Brijuni national park.

Awareness activities on a regional scale in tourist destinations are being carried out mainly by NGO's, whose activities are well presented in media and have a lot of influence on public opinion. In spite of involvement of various international institutions offering technical assistance like USAID from United States or GTZ from Germany, there is general view that the process of joining EU will increase the pressure on environment. Besides rise of the property prices and intensive pressure for building secondary residences there are pressures also from industrial sector.

One of the best examples was investment in a factory for rock wool in central Istria, which was refused by Croatian authorities due to strong opposition from local NGO's. Since EU sent some notes to the Government Croatia accusing it for anti entrepreneurial behaviour, the local NGO's have sent protests to EU officials producing that note and accusing them for endangering environment and attempt to dump the polluting industry in Croatia. Even bigger protests were made few years ago against the project of transporting oil and gas to the Croatian port of Omisalj on island Krk, so this project will probably be rejected too.

Experience-sharing between the players involved in tourist destinations in Croatia and other countries are relatively rare, and there are mostly maintained through twin city cooperation. Considering the fact that most of the twin cities are from neighbouring countries (mainly Bosnia and Herzegovina and Slovenia) the effects of this policy does not have a large influence.

Training programmes for local authorities and professionals are also relatively rare, although there are some initiatives, mainly by various EU funds and World Bank. One of the most important is Regional Development vision for Zadar – Sibenik region in Northern Dalmatia. The problem is lack of tradition in Croatia regarding lifelong learning in general, in spite of the fact that many stakeholders in tourism industry do not have in the formal education. The biggest problem is educational level of the staff in local tourism organizations and in accommodation outside hotels and similar establishments. In the last few years this situation is slightly changing and there are some new laws in preparation according to EU rules, which will require certain education certificates, especially for the staff in local tourism organizations.

Mediterranean networks between professionals or certain areas are also very rare, or there are based on personal basis. There is one very interesting connection between island Hvar in Croatia and Paros in Greece, caused by a fact that ancient colony on island Hvar (ancient Faros) was founded by Greeks from island Paros. In 2003 there was a yacht expedition from Hvar to Paros covered with TV show, there were ideas of stronger cooperation between two islands, but there are still not realized.

The only eco-label that is widely accepted in Croatia is Blue flag run by Foundation for Environmental Education - FEE. There were 117 beaches rewarded with blue flag in 2007 and 20 marinas. Besides care for the environment, blue flag campaign was very important in tourism promotion. Therefore it is interesting that the biggest number of blue flag beaches exist in Istria as a region with the highest concentration of tourists (total 53), and only 28 in Dalmatia with much larger coastline. Many exceptionally attractive beaches like the most attractive Croatian beach Zlatni rat on the island of Brac or Saplnunara on the island of Mljet have no interest in meeting blue flag standards.

The official tourism slogan of Croatia "Mediterranean as it once was" can also be treated as a special kind of Mediterranean eco-label, and it was very successful in attraction of tourists. Interesting form of quality label is the promotion of high quality Croatian products by The Chamber of Commerce – "Croatian Quality" and "Croatian Creation", in which special role has Croatian brands connected with gastronomy, tourism and Mediterranean. Authentic Croatian products wearing "Croatian Creation" label include for example special lace and unique cheese from the island of Pag, Unique "Morcic" souvenir from Rijeka, many special types of Dalmatian ham and prosciutto, Maraska cherry liquor, unique types of like Dingac, Postup, Ivan Dolac etc.

III. PART III – GOOD PRACTICES

1. Transportation

The situation regarding transportation in Croatia can be described as not too sustainable, but with not so many negative consequences towards the environment due to relatively low population density of the country and inexistence of big cities.¹¹ The examples of unsustainable behaviour are very low usage of trains and air traffic, with a consequence of almost complete orientation to road traffic, including the majority of tourists. That includes also the islands, because the usage of ferries is absolutely dominant transport instrument on the islands.¹²

Besides pedestrian zones there are no other restrictions regarding usage of cars in central areas of the cities or incentives for "eco" behaviour of drivers like "low emission zones", "lift share" and "car share" systems. Practically the main methodology of reduction of car traffic in town centres is expensive and time limited parking. The very simple and convenient methodology of using mobile phones for parking payment was invented in Zagreb and is now in use almost everywhere in Croatia and in many other countries.

Positive aspect is a fact that public transport is relatively good and cheap, both the interregional transport and urban transport. Zagreb public transport is free of charge or extremely cheap for almost 80 per cent of inhabitants, and there are many benefits also in other cities. Considering relatively high price of fuel and parking considering people's standard, very large amount of people is oriented towards public transport. It is maintained by buses, only Zagreb and Osijek have tramways.

The newly built motorway from Zagreb to Dalmatia ("Dalmatina" motorway), which serves partly also as a coastal motorway, can be considered as well planned from the ecological

¹¹ The Croatian capital Zagreb according to the last census data from 2001 has 779.145 inhabitants and second largest city Split 188.694 inhabitants. Only two more cities Rijeka and Osijek have more than 100.000 inhabitants.

¹² Besides the fact that air transport on Croatian islands is negligible, the usage of speed boats which do not carry cars and connect main towns on islands and on mainland is also very small. Since the large number of ferry ports on the islands and the continent are far from large towns, people are additionally directed to road traffic.

point of view. That is while it goes far from the coast, avoids ecologically sensitive areas, and is equipped with special land bridges for bears, wolves and other animals in order to keep ecological balance. Another good practice is many pedestrian zones, which exist in all cities and bigger towns, and are widening year by year.

Very good specific example of good practice in the field of transportation was a case of the town Koprivnica in Northern Croatia. This relatively small town (30,994 inhabitants in 2001) has 60 kilometres of cycle paths and a policy of free usage of bicycles for their citizens. Koprivnica won the first prize for European mobility week award as the most successful town implementing sustainable development programmes in 2007 in the competition of 2015 cities from 35 countries.

Frequent usage of bicycles is at the moment widespread mainly in Northern Croatia, especially in the area near Drava River and Hungarian border. Bicycles are becoming more popular also in the capital Zagreb, although the main reasons are frequent traffic jams and expensive parking. In the coastal areas, especially in towns, bicycles are not so popular by the local population, partly due to steepness of the areas and narrow streets, and partly due to lack of tradition.

2. Energy

Energy is one of the potentially biggest problems for the Croatian economic future due to insufficient production and relatively high prices, and energetic problems appear in media more and more often every day. Energetic sector in Croatia represented in state company HEP is considered as strong and basically inclined to unsustainable behaviour, although they market themselves as ecologically friendly company. The consequences are many harsh protests against certain energetic projects by NGO's, ecological organizations and local population. But, as in case of transportation issues, occasional unsustainable behaviour by energetic sector does not produce many negative consequences towards the environment. This is caused by a fact that Croatia has low amount of energy production and one of the lowest per capita and total emission of greenhouse and acid gases in Europe.

Another positive aspect is a fact that the majority of energy production in Croatia comes from renewable sources, i.e. hydroelectric energy. Also, in Croatia there are no nuclear power plants,¹³ and the general public is strongly opposed to their introduction in spite of the pressure from "energetic lobby". The majority of thermoelectric plants use gas and/or light oil as a fuel, and only four of them have more than 100 MW energy power. Since they are located close or in big industrial cities of Zagreb, Rijeka and Sisak close to industrial plants, they are not seen as extreme threats to the environment.

Different situation was in the case of Plomin Istria, as the only big thermoelectric plant located outside big cities and using coal as a fuel. Therefore every plan for the expansion of this plant became central point of the protests of the NGO's in Istria and Rijeka region. The protests started in the year 2000 when second block was built and now, because the plan for the third block is trying to be implemented. Since the involvement of local population in the protests was very big and main argument against the new plan was endangering tourism in Istria as an activity that needs healthy environment, those actions can be listed also as an example of good practice in energetic sector.

Similar situation happened with the plans of building two new hydroelectric plants with artificial lakes: Novo Virje on Drava River and Dobra on the river with the same time. Since the first plant could potentially endanger large important wetland area, including the national park on the Hungarian side of the border, the protests by domestic and foreign activists were successful. Unfortunately there were not so successful in the case of Dobra plant, which is now being built in spite of harsh protests because of destroying probably the best rafting

¹³ There is one nuclear power plant in Slovenian town of Krsko near Croatian border, built in the period of Yugoslavia jointly by Slovenia and Croatia in order to produce electrical power for both countries. After dissolution of Yugoslavia the management of plant, the distribution of energy and nuclear waste disposal became disputable issues between the two independent countries. Therefore there are ideas that Croatia will give over its share of the plant to Slovenia.

track in the whole Croatia. Justification for the dam building was approval by Environmental Impact Assessment study done twenty years ago, before rafting tourism existed on Dobra River, and a fact that Dobra River is not designated as naturally protected area.

Although such behaviour is definitely bad practice, this unfortunate event is now used for the recommendation of some new laws. They will include shorter period of the validity of Environmental Impact Assessment studies and right of tourism sector to protect their resources.

In absence of more advanced productive good practices in the energy field, the installation of wind powered plants in Croatia can partially be seen as positive element. Although this type of energy production is considered as renewable and not dangerous for climate change, many NGO's and other stakeholders are critical about it due to visual pollution of the environment and negative effects on wildlife, especially birds. At the moment there are only two locations of "wind energy parks" in Croatia, both close to the coastal area exposed to strong and frequent winds. There is a strong opposition to their location near the coast in general, especially on the islands.

3. Water

The overall amount of fresh water in Croatia is per capita one of the highest in Europe and water is still potable in the whole country, what is often propounded as important positive aspect by many foreign tourists. Even if there are some rare shortages of water, they appear only in few areas not connected to overall water pipeline system or in some cases where the capacity of pipelines is too small. The quality of water is slightly lower in lowland areas of Eastern Croatia and better in coastal cities using water from karst rivers, but water from the tap is still potable everywhere.

Eventual pollution incidents occur only in a case of flooding in lowland areas, what is also very rarely due to excellent system against flooding along Sava river.¹⁴ Some other rare cases of water pollution produced very big public attention and showed high sensibility of people regarding water quality. The example was an incident in particular new housing unit in the capital of Zagreb, caused probably by low quality of water pipelines. There is also outspread opinion that companies producing bottled fresh water support public doubts in overall water quality in order to support better sale of their products.

On the other hand, the abundance of fresh water is not stimulating for the sustainable behaviour regarding water. Fresh potable water is therefore used in agriculture, sewage system, industry, and some of it is lost due to leaking. The environmentalists' appeals for more sustainable behaviour regarding water did not have large effect, and unsustainable practices with water are still very widespread.¹⁵ The only successful argument is the growth of the price of water, which is going up very much in the last few years. The reason was not so much the rise of expenses in water supply, but predominantly monopolistic position of water supply companies in particular cities.

4. Waste water

The situation with waste water is similar with the situation in transportation and energy. Since the pollution is not too high considering the population density of Croatia and low industrial production, the taken measures regarding treatment of waste waters are in many areas much under EU standards. At the moment only about 25% of communal waste water is treated, with remark that most of it is treated only on first (mechanical) level. Second level of

¹⁴ After a catastrophic flooding in Croatia's capital Zagreb in 1964, a system of canals and retention areas leading to Lonjsko polje Nature Park were made. Therefore after 1964 there were absolutely no flooding in Zagreb and surrounding areas, and in other parts of Croatia only occasionally in some small rural areas.

¹⁵ In the majority of collective buildings in cities and larger towns still exists a system of one measuring unit for water consumption for all apartments. The price of water is then divided according to the number of persons living in those apartments, what is in practice stimulating excessive water consumption. The attempts for the instalation of separate measuring units for each apartment were unsuccessful because both the tennants and water supply companies refuse to finance the instalation of those units.

treatment include only 18% of treated waste waters, what is less than 5% of total waste waters.

Industrial waste waters connected to overall communal sewage system are usually previously treated in case of dangerous substances, but in most cases only to the level of communal waste water. Due to inexistence of serious ecological incidents there were no incentives for the change of the situation. In that sense the accession processes to EU will help Croatia to improve ecological standards, especially in waste water treatment as critical area, but will produce big pressure on state budget.

Although there are no important examples of good practices in Croatia in the field of waste water treatment, Blue flag campaign for beaches and marinas had good influence on this area. Since the quality of sea water on the beach or in marina is one of the key elements of Blue flag award, many towns and municipalities on the coast were stimulated to solve the problem of sewage in order to protect tourism industry as the main activity in the majority of the coastal areas. This problem is usually solved only with the construction of sewage pipeline going 300 or 500 meters and simply dumping waste water is into the sea, but for smaller areas this usually acceptable considering absorption capacity of the sea.

5. Waste

Waste treatment is one of the most important environmental problems of Croatia in general, because solid waste is in most areas simply dumped without any treatment or recycling into the designated dump sites. Selective collection of waste is introduced in some towns, but still on very small scale and a number of people using it is still very small. The actual plans in Croatia predict only 25% of recycled waste until 2025, although in some small areas this percentage is even now much higher.

Some efforts has been done in Jakusevac near Zagreb as the largest dump site in the whole country, which is now converted into the hill covered with grass. But many ecologists are afraid that due to dump of partially toxic waste and the strong concentration of methane gas it is potential "eco bomb". Occasional ecological incidents in different parts of country happened with chemical, medicine, organic and asbestos waste.

The situation is now improving due to acceptance of EU rules and a policy of organizing big central solid waste disposal sites for one county and total abandonment of solid waste disposal sites on islands. New larger waste disposal sites should be equipped with the necessary recycling facilities and secured in order to avoid any kind of the pollution of the environment.

In spite of afore mentioned problems, there is one example of good practice regarding waste collection showing very good results. This is the action stimulating collection and buying up of plastic bottles for recycling few years ago, held by the Ministry of Environmental Protection, Physical Planning and Construction. This action was well accepted by general public and has improved the general environmental awareness of the people. Nevertheless, it has to be mentioned that the reason for the success was mainly a fact that this action is seen as an additional income for the many unemployed and retired people, often at the bottom of the social pyramid.

6. Construction

As stated before, construction activities are probably one of the most important causes of the pollution of the environment in Croatia in the field of tourism. The destruction is caused primarily by the occupation of the most attractive coastal land by the secondary residences as constructions bringing only temporary profit and almost no new working places. At the same time, due to a generally unattractive visual appearance, those buildings are diminishing the value of tourism resources and whole tourism destinations.

New construction activities are mostly negative also in big cities, especially Zagreb and Split, because new buildings are occupying predominantly the existing urbanized areas. They therefore reduce green belts and increase already high pressure on infrastructure, especially

road network. At the same time supporting new investments in road infrastructure and public transport are not following the scope of new urbanization, with a consequence in longer traffic jams and increased air pollution.

Croatian constructors have invented a special architectural form called “urban villa”, a name used for small apartment block with four to twelve flats. This form was invented mainly in order to increase the profit of construction companies due to smaller costs per apartment, and is marketed as “urban villa” in order to attract potential demand. “Urban villas” are especially destructive since they are mainly built in the areas previously designated for individual housing on relatively small land plots. Therefore they reduce the market value of potentially elite areas and make additional pressure on the infrastructure not planned for such large number of inhabitants.

The examples of good practice in the field of construction are therefore unfortunately very rare and refer usually to few individual houses built by ecologically and architecturally aware individuals, mainly rich intellectuals. The houses using “eco” materials, solar energy, very high quality isolation systems (“smart houses”) etc. are also very rare. Probably the only area where construction can be listed as sustainable from ecological, socio-cultural and aesthetical point of view is probably central Istria. In that area the majority of secondary residences are either rearranged abandoned traditional houses or new houses built in a traditional appearance, but with high living and construction standards. They are owned mainly by rich people from various part of Europe, but some of them are also built by Croatian entrepreneurs who offer them for rent, usually on very high prices due to big demand and low offer.

This good practice is now spreading also to other parts of Croatia, especially to Southern Dalmatia as still very attractive and relatively unspoiled with inappropriate construction. Unfortunately in the most part of Kvarner bay and Northern Dalmatia many areas are already irrecoverably degraded with inappropriate construction and therefore became unattractive for elite forms of tourism. The majority of the continental part of the country, except few areas around bigger cities, is in better shape due to small number of secondary residences. Unfortunately the new houses for permanent use are often following afore mentioned negative examples.

7. Ecosystems

Natural attractiveness is one of the key factors attracting tourists coming to Croatia. The biodiversity and the percentage of protected areas and areas in natural condition is one of the highest in Europe, as well as the number of attractive landscapes. It is caused by the fact that Croatia’s position on the crossroads of various natural regions and ecosystems put it on one of the top places in Europe considering differences of landscapes in comparison with the total land area. In spite of existence of different kinds of pollution, due to relatively low population density and small number of industrial polluters, especially in most attractive natural areas, large part of the country is still natural condition.

Although the most attractive part of the country from the tourism point of view is the coastal area, the most important preserved ecosystems are those in mountain and lowland areas. Those are large mountain areas with abundant karst phenomena, huge areas of virgin or semi virgin forests, and one of the largest natural swamp forested areas in Europe along big continental rivers, still mainly in natural condition. The wildlife is also very well preserved, with 846 animal species (including 339 birds and 74 mammals), 809 plant species and 314 types of mushroom under protection.

The most important good practice in this field is the overall system of protection, run by the Direction for the protection of nature as a part of the Ministry of culture. Besides large areas in total which are under protection, the level of protection in those areas is relatively high in comparison with the most European countries. For example, the level of protection in Croatian nature parks is higher than in many European national parks (especially the national parks in United Kingdom, Italy and Hungary), and the level of protection in national parks is comparable with Scandinavian countries well known for strict protection measures.

As opposed to many national parks in Europe, such as in French Alps, where national parks borders often go around busy ski tourism areas, Croatian national and nature parks usually cover compact ecosystems or drainage areas. Although such system sometimes has to face with the problems of tourism capacities inside the park borders, it enables better protection of overall ecosystems. The main problem is a fact that protection measures inside protected areas are sometimes too strict and outside park borders very poor due to inexistence of buffer zones. Therefore is usually very difficult to establish new protected areas and very often the people living in protected areas feel that they are in unfavorable position regarding life and economy.¹⁶

There many other examples of good practice in the field of ecosystems, like the actions made in order to protect forests, various plant species and campaigns for the protection of certain animals species like griffon vultures, wolves, bears. There is a special eco center in small village Beli on the island of Cres dedicated to the protection of griffon vulture and Bear haven in mountain village Kuterevo in the Velebit nature park intended to look after the bear orphans.

8. Cultural heritage

The cultural heritage of Croatia does not include huge cultural monuments attracting millions of tourists like the cultural heritage of France, Italy, Greece or Egypt, but it has very high value and diversity. This diversity includes both all the major historical periods, and various influences considering its crossroads position. There are very important paleontological sites, remnants from prehistoric period, antique Greece, Rome, Byzantine architecture, remnants of the period of Ottoman rule, Romanesque period, specific Old Croatian architecture, Italian gothic, Central European baroque, Art Nouveau, communist period etc. There is a large network of museums throughout the country, including the small towns, with various archaeological, historical and ethnographic collections and art galleries.

Considering Croatia's basic orientation on seaside tourism, cultural heritage was until recently neglected as an important factor in attracting tourists. Few exceptions include mainly five World Heritage sites, especially Dubrovnik old town and Diocletian Palace in Split, and some picturesque small island towns like Hvar or Korcula as Marco Polo's assumed birthplace. Some cultural tourism exist in Zagreb and its surroundings famous for old castles and baroque churches, but attracting much lower number of tourists than similar areas in Slovenia, Hungary or Czech Republic. The majority of museums are not designed in a way that would attract tourists and even their work time is not adapted to tourism needs.

In order to change this situation Croatian National Tourism Organization established special office of for cultural tourism. Since this action stimulated many other factors to improve the status of cultural heritage and to include it in a proper way into tourism offer, this is probably the most important good practice regarding cultural heritage. Therefore in the last few years many museums have improved their interpretation quality and foreign language use, the most of the important cultural sites are marked with brown signage, many cultural manifestations are improved etc.

A typical example of new approach happened in 2006, designated as a year of Nikola Tesla, after the most important Croatian scientist. In this year the Memorial centre "Nikola Tesla" is built on his birth place with small biographic museum in the original house where he was born. Around the house there a replicas of his inventions on the open space, like famous test station from Colorado Springs or the turbine for the production of alternating current, as his most well known invention. This is today probably the state-of-the-art museum in Croatia

¹⁶ The best example is Kopacki rit Nature park on the mouth of Drava River into Danube. In the majority of European countries this area would be a national park due to enormous attractivity of virgin swamp areas and various wildlife, especially deers. But since according to Croatian laws hunting, fishing and cutting forest is strictly forbidden in national parks, it was not possible to establish there a national park due to strong opposition by hunting lobby. At the same time, Hungary has established Danube-Drava national park across the border on the left side of Drava river, having weaker measures of protection than Kopacki rit nature park.

attracting tourist to central part of mountainous Lika region, until recently a post-war undeveloped area with almost no tourists.

9. Local economy

Tourism has enormous impact on the local economy in all the areas where it exists and from the beginning was one of the most important tools for the overall development. Many areas of Croatia which were considered as relatively undeveloped fifty years now belong to the most developed parts of the country if there were overtaken by strong tourism development. Besides direct benefits from jobs in tourism, the local economy in the coastal areas benefited from generally much higher level of road and communal infrastructures, better health services and better sale price of land properties.

The benefits from tourism for the local economy were in Croatia in relative terms better than in the majority of the Mediterranean countries. It is caused by strong orientation on bed and breakfast accommodation and small number of big international companies extracting profit abroad. For the majority of people jobs in tourism are still more desirable than the jobs in agriculture and industry, what is usually main alternative for the without tourism. Therefore tourism is generally the most welcome activity in almost all parts of Croatia and there is practically no county which has not put tourism as one of the priority of their development in future.

Some doubts about tourism exist mainly in the most attractive tourism areas due to high prices of housing, goods and services, as well as crowds during summer season, but that is mainly in case of people who do not benefit from tourism. There is also a general perception that people owning bad and breakfast accommodation or apartments for tourists can assure pleasant lifestyle working only two-three months in a year. Therefore the efforts for the extension of tourism season are not always successful, although there are complaints by the people having only seasonal jobs in tourism.

Like in many other Mediterranean countries, there are problems regarding low paid seasonal jobs in tourism, especially waiters or housemaids, because those jobs are usually not attractive for the local population. They are therefore often performed by youngsters from secondary school or students during summer holidays and by imported labour from less developed parts of Croatia or neighbouring Bosnia and Herzegovina. With the growth of tourism in the last few years, the problem with staff is becoming more and more serious and it is very likely that Croatia will be forced to import workers also from some other countries.¹⁷

Actual changes in tourism include more international hotel chains coming in Croatia, lower attractiveness of local bed and breakfast accommodation, increased number of foreigners owning secondary homes and much higher costs of housing in coastal areas. Due to those changes larger share of local population in most attractive areas will see less benefit from tourism, so some good practices from the past will disappear. The most important practice that will probably still exist is the higher level of overall infrastructure and better offer of attractive jobs.

10. Education

Education in tourism has long tradition in Croatia, especially on secondary level with tourism and hospitality schools in almost every coastal town and many larger towns in the continental part of the country. Although there are many faculties dealing with tourism, mainly connected to the faculties of economics, the curriculum are insufficiently adapted to the actual changes and the quality of staff is not always acceptable for the global market. Therefore there are still many foreign directors of the hotels, especially in foreign owned hotels, and quality of local management is often marked as an important deficiency of Croatian tourism. Additional problem is small interest for long life learning in tourism sector, with exceptions mainly in the

¹⁷ The advantage regarding imported seasonal staff from Bosnia and Hercegowina, and less frequently Serbia is a fact that the language spoken there is almost the same as Croatian. Eventual import of labour from other countries could therefore produce problems in communication and social conflicts.

field of travel agencies and tourist guides, which are obliged to finish special training courses in order to get licences for work.

The quality of staff is therefore relatively good in travel agencies and on medium management positions in hotel industry, but not so good on top management positions. Lack of qualified staff is very obvious in tourism organizations, in bed and breakfast accommodation and in many restaurants, especially regarding chefs. Many afore mentioned jobs are performed by inadequately qualified staff, what is very dangerous, particularly in the case of tourism organizations considering their importance in the field of destination management. Popular measure proposed in almost every planning document pleading for transformation of bed and breakfast accommodation into small hotels failed greatly due to unwillingness of owners and their employees to improve their education level in order to qualify for running a small hotel.

In the last ten years some positive changes are happening in this sector. Many new state and private faculties and high schools are established, some of them specialized in tourism management, and there is much wider offer of long life education. The Ministry of tourism is preparing a law which will oblige the staff in tourism organization to finish certain faculties or at least special training courses. Many new hotel companies, especially large foreign chains, have done a lot in order to educate their staff through special courses performed inside those companies or by financing the higher education of their staff in Croatia or abroad.

11. Land planning

Land planning in Croatia was relatively well organized in the past with clear procedure and organization on different levels. The main change after independence of Croatia in 1991 was installation of offices in each of 21 counties responsible for the preparation and adoption of the county plan and responsible for planning in 127 towns and 429 municipalities as basic territorial units. That was different from the previous system when Croatia was divided into 102 large municipalities with larger responsibilities and ten "associations of municipalities", with relatively few empowerments.

Although the new system is more logical, there is a problem in planning on the lower level due to limited resources in towns and municipalities. Another problem are transition processes after dissolution of Yugoslavia and communist system, what was additionally difficult due to war between 1991 and 1995. In combination with strong pressure from the construction companies those problems resulted in numerous affairs and cases of corruption, mainly caused in dubious transfers of agricultural land into building zones. The problems were additionally weighted by disorder in the property issues, with a consequence in widespread uncontrolled building, especially in the coastal areas and in big cities.

Considering potentially catastrophic consequences of this situation, Government of Croatia has declared a number of decrees to stop the uncontrolled building, the most famous being Decree on regulation and protection of protected coastal areas. It is expected that the accaption of EU practices during the actual process of joining EU will put more order in this field and at least will stop the further accidents. Very important good practice realized partly with the help of EU funds was computerization of land-registry, so nowadays it is possible to acces land plans via Internet in many parts of Croatia.

12. Climate change

As stated before, Croatia contributes very little to world climate change both in total and considering its size and overall level of development. It is a consequence of relatively low industrial and energy production and predominant orientation on use of renewable energy in the production of electricity. The climate changes in Croatia are also not too big, although it is evident that the climate is generally warmer and more subject to short period changes. The best approvals of the change are lower amount of snow during winter, higher average temperature in summer and more frequent periods of rain in summer, especially in August, in comparison with the period twenty years ago.

13. Biodiversity

Many aspects of biodiversity were explained in subchapter 3.7 about ecosystems, emphasizing good work of the Direction for the protection of nature in order to preserve very high biodiversity in Croatia. Besides campaign for the protection of particular species by local NGO's, it is important to mention that many international organizations are helping Croatia in order to keep the protection on highest possible level. Especially big interest, particularly by birdwatchers, is shown for large swamp areas and Ramsar sites such as Lonjsko polje, Kopacki rit, Vransko Lake and Crna Mlaka, well known for big bird colonies.

The project Karst Ecosystem Conservation (KEC) put very large attention to the mountain area in the triangle Rijeka - Karlovac - Zadar. This area has probably the biggest concentration of various karst phenomena in Europe and is known as one of the richest area in Europe regarding biodiversity, especially regarding wildlife in numerous caves and in virgin areas on high mountains.

14. Protection of seas and oceans

The protection of Adriatic Sea is also a part of the activity of the Direction for the protection of nature and many sea areas are under protection either as parts of National and Nature parks, or as special sea reservations. Three island national parks Brijuni, Kornati and Mljet and two island nature parks Telascica and Lastovo island group include large sections of sea. The sea near Mljet national park is especially famous as a habitat of highly endangered mediterranean monk seal.

Two special marine reserves Limski bay and Malostonski bay are important both as attractive landscape features and as areas with extremely quality of sea and therefore famous for high quality oyster production. There is a proposal for new very large marine reserve near island of Losinj designated to preserve endangered dolphin population in the Adriatic Sea.

As in case of the protected areas on the mainland, the problem is protection of the areas not under special protection. At this moment the situation is relatively good due to not so big amount of sea traffic in Croatian ports and inexistence of large ecological incidents. The population is highly sensitive about those issues and therefore many potentially dangerous projects were rejected due to strong opposition by NGO's, such as Druzhba Adria project for transporting Russian petrol to Europa via Croatian port of Omisalj. The newly proposed LNG terminal in Omisalj is also under constant aware of NGO's.

15. Growth and growth distribution

Croatia's economic growth is higher than European average, as it is in all previously communist countries becoming part of EU in 2004 and 2007. Since this growth is based more on tourism, transport and trade than on industry, the ecological consequences were not very negative. The distribution of growth between is not equitable due to transition processes, although the GINI index¹⁸ and other indicators show that situation in Croatia is better than in most countries in the world. Also, the average salaries in Croatia are relatively high in comparison with other transition countries with similar GDP per capita. Therefore relatively high cost of work and high tax pressure are mentioned as obstacles for the future growth.

Besides the differences between the various income groups of population, there is also a big difference between regions. The capital Zagreb and county of Istria are the most developed, followed by other coastal counties. The most undeveloped are counties in mainly agricultural Eastern Croatia and in continental counties that suffered big damages during the war. Due to transition processes this gap is bigger than it was before the war, although in that period there were also big regional differences.

¹⁸ According to actual data about the distribution of family index (GINI index) of 29, Croatia is on the 18th place in the world, and on the fifth position among the new formerly communist members of EU.

The government is trying to change this situation with various measures, such as tax eases for mountain areas, islands and areas heavily damaged in the war. Very good factor helping the process of equalizing the growth distribution was construction of new highway from Zagreb to Dalmatia, passing through sparsely inhabited and undeveloped mountain areas and Dalmatian hinterland. The best prove of efficiency of this project was a fact that most sparsely populated and ten years ago the most undeveloped Lika-Senj county now belong to five most developed counties of all Croatia.

16. Employment

Unemployment is one of the crucial problems of Croatia's economy, with the rates often near 20 per cent. The situation is improving in the last few years and the rate is now for the first time after independence of Croatia under 10 per cent. The majority of the population is employed in the service sector, with remark that indirect employment in tourism (retail trade, transport and financial sector) is much larger than direct (hotels and restaurants). The official data about unemployment are not showing the real picture, because many formally unemployed people perform some temporary jobs, especially in tourism sector. Also, the number of retired people is in Croatia relatively high due to age structure of the population, but also due to many special forms of retirement (military personnel, disabled persons, early retirement in firms cutting labour force etc.)

Table 7 Number of employees by sector in February 2008

	TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES	AGRICUL- TURE, FO- RESTRY AND FISHING	MINING, QUARRYING, ELECTRICITY, GAS & WATER SUPPLY	MANU- FACTURING (INDUSTRY)	CONS- TRUCTION	WHOLESALE & RETAIL TRADE, REPAIRING SERVICES	HOTELS AND RES- TAURANTS	TRANSPORT AND COM- MUNICATION	FINANCIAL AND REAL ESTATE ACTIVITIES	PUBLIC SERVICES
total	1.207.953	27.449	35.031	255.531	99.494	219.076	39.554	80.460	122.827	328.531
%	100,0	2,3	2,9	21,2	8,2	18,1	3,3	6,7	10,2	27,2

Source: Republic of Croatia - Central Bureau of Statistics

In tourism sector there is a constant problem of seasonal work, and offer of relatively low salaries for the whole year was by the majority of tourism companies the most widespread solution for keeping qualified labour force. Croatia is now trying to introduce a system of so called "permanently employed seasonal workers" as more appropriate tool, because possibilities for prolonging tourism season are limited. It is also important to mention that large number of local population in coastal tourism areas also perform some additional jobs, especially in agriculture. Therefore one of the rare positive aspects of war was revival of olive and grape production, which has continued also after recovery of tourism after year 2000.

17. Regulation of globalization

Croatia signed practically all international documents concerning globalization, and the population is more aware of those processes day by day. In spite of official acceptance of globalization procedures, Croatian economy does not belong to very globalized ones due to still strong resistance to foreign investments. They are manifested in many problems for foreign companies trying to invest in Croatia such as complicating licence procedures, high taxes, relatively expensive labour and corruption. The situation is changing in the last few years because new investors are much more interested in real business and less for speculative investments as in the years right after the war.

18. Access to basic services for all

Regarding access to basic services the situation in Croatia is still worse than in the most developed countries, but it is usually better than in the majority of post communist countries on the similar level of overall development. This is mainly caused by the fact that the number of disabled persons has increased as a consequence of war and strong influence of war veteran organizations in the society. Especially influential are the organizations of military

disabled persons, so the situation with the basic services has significantly improved in the last ten years. New laws regulate those issues for all the new public buildings and installation in old ones, although those laws are often manipulated.¹⁹

The access for blind persons is less favourable, what is visible in a fact that there are very few traffic lights equipped with the sound for blind persons and the majority of elevators still do not have buttons with buckles. The situation about access to basic services by disabled persons is generally better in the capital Zagreb and somewhere in other bigger towns, but unfortunately not so good in rural areas and coastal tourism areas. This is partly caused by the fact that the majority of accommodation capacities are of lower quality and therefore still not obliged for the installation of the equipment for disabled persons.

19. Strengthening health and education systems

Croatian health system is relatively good considering overall GDP per capita, what is proven by the fact that Croatia is on 44th position in the world regarding Human Development index. The primary health care is well developed and the network of institutes of public health is seen as sufficient, especially in tourist areas. The main problem is lack of funds for the improving of the quality, because there is a tradition of having free of charge health care for the majority of services. The main problem lies in widening the revenue base of health insurance system to ensure financial sustainability considering ageing population.

Education systems are now in the process of change in all sectors. For the primary education the most important is preparation of national educational standards, for the secondary sector introduction of state matriculation in order to improve overall standards and in high education acceptance of Bologna processes. One of the key elements of the strategy of the Ministry of Science, Education and Sport is increase of the total number of the people with faculty level education, what is implemented through support of the system of Polytechnic education in all parts of Croatia. It includes also the tourism sector, with many new state and private faculties focused on the education of medium and top managers in tourism and hospitality sector and with offer of various types of long life education.

20. Combating discriminations

The period during the war and post war period was characterized with relatively low level of human rights, what was partially logical considering the enormous damage happened during the war. The situation started to improve very much after year 2000 and especially in the last few years during the process of Croatia accessing EU. The year 2000 was important as a year of the first democratic change of the government and the last few years with the complete normalization in relation between Croats and Serbs as former enemies in 1991-1995 war.

The approvals of the normalization are participation of the Serb national party SDSS in the Croatian Government (after elections in 2007 they have also one minister in the actual government) and complete normalization of relations between Croatia and Serbia as independent states. The normalization have recently included also the local level and peoples relations, visible in extreme increase of Serbian tourists visiting Croatia and increase of return of Serbs to previously abandoned areas in Croatia after the war. The level of trade between Croatia and Serbia has also significantly improved, as well as cultural exchange.

Regarding minority rights Croatia has one of the highest standards in Europe, visible in special minority lists for the Croatian Parliament. Every significant minority is represented in the Parliament, what is not the case in the most countries members of EU). That includes also representatives of Roma (Gypsy) minority having their Parliament representative in spite of the only 0,2 percent share of Roma in the total population. Croatia is also listed as a country with very high standards of religious tolerance. For example, Islam has the same rights as the Roman Catholic church regarding religious education and state recognition in

¹⁹ In the public buildings and some hotels with stairs special lifts for disabled persons are installed, but they are very often not working in spite of protests of disabled persons organizations

spite of only 1, 3 percent share of Moslems in the total population. By the European Moslem Organizations Croatia is often listed as good example of a country where Moslems are well integrated in the society.

There were some problems in the past with minority groups of different sexual orientation and Roman Catholic Church as the dominant religion is still strongly opposed to homosexual marriages. But the situation is changing due to strong activity of NGO' and human rights groups and at least homosexuals and lesbian couples are now equalized with heterosexual couples regarding property and inheritance issues. The best sign of improvement in this field is a fact that regular Gay pride parades in Zagreb, which have provoked harsh demonstrations by homophobic groups and demanded high security measures only five years ago, nowadays do not attract serious attention and people of different sexual orientation can declare it now without serious threats.

IV. PART IV – PROPOSALS

The situation in Croatia regarding sustainable tourism issues is very special in comparison with other Mediterranean countries due to a fact that this is the only country going right now through the process of joining European Union.²⁰ This process is favourable for the acceptance of many laws considering sustainability, but the implementation of those laws is difficult having in mind existing huge number of laws and practices that should be implemented in a relatively short period. The mess in legal issues is additionally hard considering huge number of different and often too complicated laws overlapping each other. That is partly a consequence of the transition process from the communist system to market economy and huge resistance to changes in many parts of the society.

Since disproportion between the existing laws and actual practice is one of the main overall problems of Croatia as a state, it is necessary to bear in mind that proposals for legislation changes does not usually mean that the existing practices will be changed very soon. Therefore the situation regarding legal issues is the main objection to Croatia in the process of integration into European Union. On the other hand, there are fears that free movement of people and open market of properties in Croatia as a part of European Union during the process of legislation vacuum will increase the negative effects on the environment in general. Having in mind this specific situation, regarding all the proposals it is necessary to be aware of the possibility of their implementation.

Regarding general control of tourism impact on the environment the most important proposal is therefore to produce laws which could be easily and effectively implemented, what is often not a case today. Specific proposals in this area should also include:

- Establishment of effective measures which can stop the further “apartmentization” (building of secondary residences) in the coastal zone as the most important tourist resource of the whole Croatia;
- Establishment of new large protected areas with lower level of protection (regional parks) where restrictions regarding building could be implemented in order to prevent excessive building of secondary residences for the citizens of European Union considering spatial possibilities and geographical position of Croatia;
- Establishment of strict and easily applicable rules regarding building issues in order to preserve local architectural heritage and stop further visual pollution with inappropriate objects;
- Enhancement of the role of planning departments and physical planning in general;
- Further extension of pedestrian zones in central urban areas followed with the improvements of public transport in order to discourage excessive usage of cars in the most attractive and most sensitive tourism areas;

²⁰ Turkey is also in a process of joining European Union, but it is not likely that it will become a part of EU soon due to a resistance in many existing member countries. Other potential candidates did not start the official negotiations.

- Modernization of rail traffic and airports in order to stop absolutely dominant orientation to car traffic;
- Increase of investments in renewable energy in order to stop potentially dangerous energy deficiency and pressure for the building of environmentally harmful energy production plants; and
- Establishment of strict and easily applicable rules regarding nautical tourism in order to stop potentially very dangerous sea pollution caused by excessive yacht traffic.

Promoting tourism as a factor of sustainable social, cultural and economic development should include measures which will prevent negative consequences of presumable big investments in Croatia after joining European Union and balance regional development. More intensive international cooperation is desirable in order to prevent negative forms of development visible in many areas in developed European countries and for the transfer of necessary knowledge. The main proposals in this area should include:

- Fiscal stimulation of tourism investments in the interior and investments of non-coastal forms of tourism, especially rural and cultural tourism;
- Establishment of more effective measures which will help the local rural population to start the tourism business (education, free legal advice, fiscal help etc.) and incorporate local food and other production in tourism;
- Establishments of incentive and more effective measures which will stimulate environmentally friendly forms of tourism development and discourage all forms of the environmentally unfriendly behaviour;
- Formulation of special incentives for all the projects that include preservation and restoration of historical heritage objects, especially those which are already in bad condition or abandoned; measures in this area include also easement of legal issues and much faster and easier legal procedure regarding property; and
- Stimulation of all forms of international cooperation, such as twinning of cities and regions, wider usage of various international (European) eco labels, inclusion of Croatia into networks of cultural paths, trails etc.

Regarding good practices, besides afore mentioned proposals it is suggested also to:

- Organize and build cycling paths and promote cycling traffic in cities, towns and rural areas;
- Formulate more strict and more clear procedure in the production of environmental impact assessment studies in order to prevent environmentally unfriendly practices;
- Stimulate more environmentally sound policy regarding usage of relatively abundant fresh water resources, especially considering excessive water consumption and protection of existing fresh water resources;
- Adopt and efficiently implement all existing EU laws regarding waste water and solid waste disposal;
- Increase and expand areas under protection, including the existing forms (national parks, nature parks etc.) and eventual new forms; that especially include the sea areas;
- Promote Croatia as a country with one of the largest per area biodiversity in Europe, both as a form of tourism promotion and as a tool intended to attract various international funds assigned for the nature protection;
- Promote Croatia as a country with rich, various and well preserved cultural heritage from all historic periods, also both as a form of tourism promotion and as a tool intended to attract various international funds aimed for the preservation and restoration of cultural heritage;
- Formulate sensitive policy regarding property issues in order to allow foreign investments (including building of secondary residences in designated areas) and at the same time prevent destruction of local cultural and national identity and pauperization of rural population;
- Improve educational standards, especially in order to adjust them to the best EU and overall practice and to promote international exchange according to the Bologna process

- Formulate sensitive policy regarding labour movement in order to prevent eventual socio-cultural conflicts caused by excessive import of foreign labour; and
- Promote stronger international cooperation regarding human rights and combating discriminations, with a special accent on the stronger role of NGO's in overall society.

V. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 the number of tourist overnights in Croatia by tourist region ¹ from 1989 to 2007	766
Table 2 the area and the population by tourist region in 2001	767
Table 3 the number of visitors and overnights by nationality in 2006 and 2007	768
Table 4 the number of secondary homes by tourist region in 1981, 1991 and 2001	770
Table 5 Number of visitors to Croatian national parks in 2007	772
Table 6 Dwellings by auxiliary facilities and installations in Croatia in 2001	773
Table 7 Number of employees by sector in February 2008	788
Figure 1 Croatian tourist regions	765

MALTA

M. Anthony ELLUL, Team Manager Malta Environment & Planning Authority

TABLE OF CONTENTS

Summary	795
I. Part I Tourism context and trends, policies and strategies	796
1. Reduce the adverse territorial and environmental impacts of tourism, especially in existing coastal tourist areas	799
2. Promote sustainable tourism which in turn reinforces social cohesion and cultural and economic development, enhances Mediterranean diversity and specificities and strengthens synergies with other economic sectors, especially agriculture	799
3. Increase the added value of tourism for local communities and actors in developing countries	800
4. Improve governance for sustainable tourism	800
II. Part II In-depth assessment of the progress made.....	800
1. Controlling tourism's territorial and environmental impact	800
2. Promoting tourism as a factor in sustainable social, cultural and economic development	805
3. Develop Mediterranean cooperation	807
III. Part III Good practices.....	809
1. Rinella Battery	809
2. Eco-Certification	812
IV. Part IV Proposals.....	815
V. Appendices	817
VI. Table of illustrations	819

SUMMARY

Tourism development in the Maltese Islands has grown to be one of the most important economic activities on the islands. From a mere 12,500 tourists in 1959 tourist arrivals increased to over 1.2 million in 2007. Nonetheless, recent years have shown that the destination may have reached its saturation level along the tourist area life cycle curve. The introduction of low cost airlines had an important role in achieving the arrivals level recorded in 2007 and the introduction of additional low cost airlines may progress such increase in the future.

Tourism developed very much along the mass tourism approach creating various environmental social as well as economic problems. Unplanned tourism development on the coast and in rural areas has resulted in the transformation of landscapes and habitats. Uncontrolled urban sprawl has also led to the reduction of rural areas.

The coming into force of the Development Planning Act and the Structure Plan policies has led to a slowdown in development, nonetheless, despite policies and environmental safeguards, there is still the risk that coastal areas are taken up for development. This results when the decision taking structures ignore policy and decide on an ad hoc basis. The scheduling process was an important instrument in ensuring that coastal and rural areas are protected, nonetheless the protection of these areas may require more legal protection.

Despite these risks, a number of initiatives have been taken to ensure a proper development of the sector. The Tourism Development Plan for the Maltese Islands in 1989 was an important stage which guided the transformation of tourism since the nineties, although the concept of planning for the sector has not been totally ingrained in the sector. Despite the various short term strategic plans prepared, which were simply a list of actions to be undertaken, planning requires a much wider looking and long term approach. A tourism policy has been prepared and approved and this document should guide the preparation of a plan for this sector.

The nineties has seen the development of new tourist markets particularly during the winter months in the form of cultural tourism, educational tourism, health tourism as well as conference and business tourism. These developments were instrumental in attracting more tourists during the off peak months. This has led to a slight change in the tourist arrivals patterns by season, with the winter months increasing their share whilst the summer months experienced a reduction.

Various initiatives have been taken which address elements of the MCSD Strategy particularly the setting up of Marine Conservation Areas and the Eco-certification scheme as well as training schemes. However, such initiatives need to be followed up as the initial enthusiasm starts to decrease by time.

Training initiatives to all sectors should bring about a better understanding of tourism and its complexity and reduce the myopic approach to tourism development.

Government should support NGO initiatives in the management of sites since examples have shown that such initiatives have resulted in protection of resources whilst ensuring adequate economic returns.

In conclusion, the development of sustainable tourism in the Maltese Islands needs a sincere commitment and belief in such an approach firstly at the political levels as well as amongst the various stakeholders. All stakeholders need to participate in the decision taking mechanisms regarding tourism development. A greater integration is needed between tourism and other development sectors to ensure sustainable tourism development succeeds. Integrated planning should ensure protection of environmental, social and cultural resources whilst achieving economic objectives.

I. PART I TOURISM CONTEXT AND TRENDS, POLICIES AND STRATEGIES

The Maltese islands are located almost at the centre of the Mediterranean and between Northern Europe and North Africa. The Islands are composed of three main islands – Malta, Gozo and Comino – and together make up a surface area of approximately 316 km². The current population level, as per 2005 census, is around 404,962 (www.census2005.gov.mt/reports) with a population density of 1285 persons per km². This is the highest amongst European Union countries where the average is 117.5 per km².

For over a century and a half since 1800 the Maltese Islands were dependent on the British Services and the greater part of the economy was dependent on the provision of services to the British military base. With the gradual departure of the British Services in the late 50s the Islands had to seek alternative economic opportunities considering that the population was on the increase and job opportunities at the time were very limited. In fact there was a massive emigration activity after the Second World War. Thus in the early 60s government identified three main sectors which were to be developed further – Industry, Agriculture and Tourism.

Tourism was identified as one of the main pillars of the new economy and during the 60s Government provided a number of schemes to assist the growth of this industry considering that investment in tourism at that time was very limited. Such assistance was mainly in the form of grants to assist the construction of hotels as well as marketing and product development. In 1958 Government had set up the Malta Government Tourist Board with the task 'to do all things necessary, advantageous or convenient to encourage tourists to visit Malta, and particularly to investigate, formulate and carry out schemes by means of advertising or otherwise, that are calculated to bring the attractions of Malta as a tourist resort to the notice of other people in other countries'. (John Pollacco, In the National Interest, 2004, pg8)

Tourism to the Maltese Islands initially was very much dependent on its beaches; however, as the use of such beaches increased, particularly as a result of increased mobility by locals, the beach product became less and less attractive. However, the tourism infrastructure depended very much on this aspect since the product developed mainly around the summer tourist market.

This created some problems when seeking to attract new markets during the low season and therefore most hotels had to refurbish or redevelop to improve their facilities and add others to widen their product base. Hence, new conference facilities, as well as thalassotherapy and health and fitness facilities, were among the improvements made.

Besides the conference and business tourist markets, Government towards the end of the eighties and beginning nineties embarked on a number of product development initiatives particularly to improve the historical and cultural assets of the islands, namely museums and archaeological sites. In addition to this the natural environment was also targeted for the development of country walks and trails. The Maltese Islands do not enjoy scenic features such as mountains or rivers, however, its natural environment offers interesting geophysical features as well as an ecology which boasts a number of endemic species.

As indicated seaside tourism still remains an important part of the summer tourist product and government has embarked on various projects to replenish specific beaches which lost most of their sand in the past. One particular project was in St. George's Bay, St. Julian's. The Islands' cultural assets have also received an increased attention and despite a slow pace, nonetheless a number of archaeological and historic sites have received substantial upgrading e.g. The National Museum of Archaeology, the Hal Saflieni Hypogeum, which is a UNESCO World Heritage Site, and the temples of Hagar Qim and Mnajdra, also World Heritage Sites, which are in the process of receiving better protection and visitor facilities.

The rural environment is also playing an important role in the overall tourism product, particularly through the encouragement of walking trails in the countryside. However, this

aspect of the Islands' environment still needs more attention since the pressure from the construction industry, mineral extraction as well as hunting and trapping activity tarnish various initiatives in this regard. The Islands offer various endemic species as well as unique geological attractions which are an important asset to the tourism product and which sometimes cannot be appropriately enjoyed due to other conflicting activities.

Such improvements and a new direction in the development of tourism in the Maltese Islands were sparked by the recommendations made in The Tourism Development Plan for the Maltese Islands which was commissioned by Government and prepared by Horwath and Horwath in 1989. The plan identified three main strategies – Diversification, Seasonality and Product Improvement. Although the tourism industry in the Maltese Islands was quite a mature industry at the time yet the importance of the plan should not be underestimated. After years of substantial unplanned development in the sector, this plan set new foundations for the sector. Looking back, now that almost twenty years have passed from the commissioning of this plan, one can say that the plan was successful in various respects, particularly in encouraging the improvement of the tourism infrastructure through the upgrading of hotel accommodation, diversifying the product base (e.g. cruise ship tourism, cultural tourism, Teaching English, business and conference, nature tourism) and bringing more co-ordination in the sector particularly through joint initiatives between the private and the public sector and the setting up of the Malta Tourism Authority which better organized the various public sector functions in tourism which were previously somewhat fragmented. On the other hand recommendations with regard to the improvement in the seasonality pattern have not materialized as was planned and the pattern of arrivals practically remained the same.

In 1959 around 12,500 tourists visited the Islands. This grew to over 1.2 million in 2007. Tourism contributes around 25% to the GDP and generates 41,000 full time equivalent jobs (Malta Tourism Authority, The Economic Impact of Tourism in Malta, 2000). However, over the last twenty years annual growth rates in tourist arrivals were not as high as in the seventies and eighties. This shows that the Islands are probably moving towards the saturation stage of the tourist area life cycle. Annual average tourist arrivals grew by 1.6 % between 1980 – 1990, by 2.8% between 1990 – 2000 and increased by 0.2% between 2000 – 2007, indicating that the Islands will not experience huge influxes of tourist numbers in future. Nonetheless, the introduction of the low cost airlines, which started operating in November 2006, may have had an important impact on tourist arrivals during 2007 since figures exceeded the previous record level in 2000 surpassing the 1.2 million figure and registering an increase of over 10% above the 2006 figure. How much such growth can be sustained and its implications one will still have to see.

This slowdown in the tourism sector over the recent years resulted in the closure of a number of hotels, most of which are redeveloping into residential apartments. This situation creates various issues. On the one hand the islands had a surplus of tourist accommodation beds which placed the sector at the mercy of tour operators who sought competitive rates whilst the reduction in the over-supply in bed capacity would now lead to a better demand – supply relationship. However, now that tourist arrivals seem on the increase pressure may be made to increase the number of beds, especially since airline seat capacity is also increasing.

As stated above over the last 20 years tourism development was steered away from just the sun and sand product which had characterized most of the 70s and 80s. Government through its tourism agencies set out to improve the image of the Islands, identifying new product opportunities as well as new markets through a strategy of niche marketing which targeted cultural tourism, business, conference and incentive tourism, learning English tourism and cruise tourism amongst others. This new strategy encouraged new tourists to visit the Islands such that between 1987 and 2007 tourist arrivals increased from 745,900 to 1,243,510 an increase of 67% or an average annual increase of around 3%.

The main strategy was to improve the quality of the Islands tourist product. The accommodation sector was one of the areas to be targeted and in the early 90s Government's stated policy was to allow only 5 and 4 - star hotels to be developed. This resulted in a number of proposals being put forward and over the last 20 years the stock of 5

star hotels increased from around 5 establishments in the late 80s to 15 establishments in 2007. This policy had various implications on the tourism development of the Islands and particularly on other forms of tourist accommodation. Three star establishments could not compete effectively with the prices that were being charged by such 5-star hotels to fill the excess bed supply that resulted and most of the former establishments moved out of the tourism sector and developed the properties into homes for the elderly as well as apartment blocks. The sudden increase in the five star bed stock was not adequately matched with the expected upgrading in the overall tourism product and in recent years such establishments had to rely on students to fill the rooms during the summer months.

The slowdown in tourist arrivals over the last years since 2000 led to a number of properties to redevelop into either commercial or residential development. This had various effects particularly the loss of jobs and the decrease in tourist beds, although to some extent the latter was necessary. Nonetheless, now that arrivals seem to be on the increase the industry is already pressing for beds and although there seems to be no major pressure to build new hotels, possibly existing ones will seek to expand their properties. This may create pressure in areas which are not within the development zones, particularly tourist accommodation located along the coast and in rural areas. In fact last year an extension to an existing hotel was granted a permit whilst another is still being processed.

The improvement of the seasonal pattern of tourist arrivals was also an important objective of the tourism strategy during the last twenty years. Despite increases in tourist arrivals during the various months, the pattern of arrivals remained practically constant during the 90s but showed a marked change in 2007, primarily during the summer and winter months as indicated below.

Table 1 Seasonality pattern for specific years

YEAR	WINTER (JAN-FEB-NOV-DEC)	SHOULDER (MAR-APR-MAY-JUN- OCT)	SUMMER (JUL-AUG-SEP)
1987	16.4%	43.3%	40.3%
1997	18.5%	45.6%	36%
2007	19%	43.4%	37.6%

Source: NSO

An improvement has been registered during the winter months where share of tourist arrivals increased to 19% whilst during the summer months the share decreased to 37.6%. The shoulder months remained practically the same. This shows a relative success in the efforts to spread arrivals which included development of new products e.g. business and conference, countryside walking trails, health tourism and other products to attract tourists during the winter months. The introduction of the low cost airlines may have also helped to encourage short break holidays during the low season. In fact statistics show a 9% decrease in nights stayed in January 2007 over the previous year and this has been attributed to shorter stays in private accommodation. Nights spent in hotel accommodation increased by 2.8% over the previous year in the same month. The length of stay during this month was 8.6 nights, 1.1 nights less than January 2006. Nights stayed in January 2007 were also 20% less than that recorded in January 2005. This same situation was also experienced in February 2007 where despite an increase in tourist arrivals of 6.9% over the same month in 2006 total nights stayed decreased by 3.4%. (NSO News Releases)

Another main issue over the last twenty years was the development of golf courses. This issued created a lot of controversy particularly due to the sites that were being proposed for such development. Government prepared a policy guidance paper on the subject which was approved in 1997 by the then Planning Authority (now Malta Environment and Planning Authority). In November 2004 Government asked MEPA to identify potential sites for such a development and 5 sites were proposed. Notwithstanding this report Government targeted another area in the north of Malta. After carrying out various studies on this sensitive area, Government decided not to proceed further with the consideration of this area for golf.

Currently, there is no identified site but the issue in this regard has not been definitely shelved and the golf course issue may crop up again in the near future.

1. Reduce the adverse territorial and environmental impacts of tourism, especially in existing coastal tourist areas

The lack of appropriate planning of tourism development in the past resulted in locating such developments in sensitive areas, particularly along the coast. With the coming into force of the Development Planning Act in 1992 all forms of development were being regulated. The Structure Plan and then Planning Authority, which came into force with this Act, were the main regulating instruments /agency with regard to the use of the land. The Coastal and Rural Conservation policies regulated any forms of development outside the designated Development Zones and despite some extensions given to existing hotel accommodation and a couple of other new developments, the coastal zone and rural areas were in general safeguarded from such development. Between 1994 and 1998, 144 tourism and recreation related applications were submitted and 60 were granted a permit (MEPA, Coastal Strategy Topic Paper, 2002)

The Development Planning Act also gives MEPA authority to schedule buildings as well as designate Areas of Ecological Importance and Sites of Scientific Importance. This scheduling, particularly of coastal cliffs and other coastal areas as well as valleys and rural areas, is an important tool in ensuring the protection of sensitive sites.

The Malta Tourism Authority has also introduced the Eco Certification scheme in 2002 which is a voluntary scheme whereby tourist accommodation establishments are certified each year on a number of criteria, almost 100, with the aim of assessing their performance in terms of reducing the impact of their activities on the environment in the areas of waste management, energy saving, water conservation measures as well as raising awareness amongst employees with regard to their impact on the environment. Most of the 5 and 4-star hotels participate in this scheme and results have been positive.

Another initiative is the Special Thanks and Recognition scheme (STAR) introduced by the Malta Tourism Authority (MTA) to give public recognition to all those who work directly or indirectly in the tourism industry. This initiative helps to increase the tourism culture amongst the local population making them aware that every small action from their part is an important element in offering a positive holiday experience to visitors.

2. Promote sustainable tourism which in turn reinforces social cohesion and cultural and economic development, enhances Mediterranean diversity and specificities and strengthens synergies with other economic sectors, especially agriculture

Although there is still a long way to go in ensuring that tourism in the Maltese Islands is developed along sustainable development principles, yet Government and its tourism agencies have committed themselves many times to ensuring such an approach. The Malta Tourism Authority's various strategy documents have given due attention to this aspect. The first Strategic Plan for 2000 – 2002 indicated as part of the Key programmes of the Product Planning and Development Directorate the formulation of recommendations for a national policy for sustainable tourism development. This did not exactly materialise although in the approved Tourism policy it is stated that one of the objectives is to 'manage tourism in Malta and Gozo on the principles of sustainable development' and 'to maintain and conserve environmental and socio-cultural resources, being the key elements of the Maltese Islands' tourism product'. In addition, tourism policy seeks to 'manage and balance economic, social and environmental impacts seeking the national interest but not at the expense of degrading environmental and socio-cultural resources.'

It has been stated that the Government tourism plan is based on sustainable tourism but integration with other sectors is not so strong. Policy indicates that there should be this integration but appropriate structures have not been in place although there is an Inter-

Ministerial Committee for Tourism chaired by the Prime Minister. Nonetheless, the function of this Committee is more to 'deal expediently with cross-ministerial issues affecting Malta's tourism performance' rather than to integrate policies and plans.

Most of the actions taken with regard to developing sustainable tourism products have evolved from the initiatives by individuals and in some cases the local councils. Agro-tourism initiatives, restoration and promotion of heritage resources by NGOs and local councils are only a few examples of such initiatives.

3. Increase the added value of tourism for local communities and actors in developing countries

Although tourism activity is still mainly concentrated within the traditional tourist areas and the principle attractions, yet the last few years saw a gradual improvement in the spreading of tourist activity to other less frequented localities. Although, this has been a slow process, yet a proper planning of such activity should ensure that tourism activity benefits the local community and is directed by them rather than imposed on them by external agents.

4. Improve governance for sustainable tourism

There is still a lot to be done in this regard since this involves having all stakeholders part of the decision making process with regard to tourism development. A number of local councils have taken up local tourism related initiatives e.g. opening up of heritage venues (towers, shelters, etc), but when it comes to influencing major decisions on tourism development, local councils are similar to any other pressure group. In Gozo locals have taken up various initiatives in offering more authentic tourism products in the form of local culinary products, agro related tourism as well as accommodation in the form of traditional farmhouses.

II. PART II IN-DEPTH ASSESSMENT OF THE PROGRESS MADE

1. Controlling tourism's territorial and environmental impact

1.1 Anticipate and reduce the negative impact of developments, urbanisation and tourist infrastructures on coastlines

1.1.1 Implementation

The mechanisms to reduce such impacts have been put in place with the formulation and subsequent approval of the Structure Plan for the Maltese Islands, the Development Planning Act (1992) and the setting up of the then Planning Authority (now Malta Environment and Planning Authority – MEPA). The rapid and unplanned development that occurred in the late 60s, 70s and 80s, necessitated a planning system as well as the enactment of the Environment Protection Act (1991).

The Environment Protection Act (1991) introduced the need to carry out Environment Impact Assessments (EIA). EIA Regulations were formulated in this regard specifying the procedure as well as listing development that would require such a study, including tourism development.

In 1999 the MTA finalised the Tourism Carrying Capacity for the Maltese Islands. This study was crucial in determining the appropriate threshold for tourism arrivals to ensure that it would not adversely affect the social and environmental fabric whilst ensuring an acceptable level of economic activity. The study identified a threshold of 160,000 tourists or 1.4 million guestnights in the peak month of August. This means an equivalent of just over 45,000 tourists on the island each day.

The Structure Plan policies, followed by the detailed local plans for the Islands provide the policies to protect coastal areas, as well as rural areas, from any development not only tourism that will adversely affect such areas. Within 1 km of coastline, 21% of the coastal area is developed. This includes harbours and coastal locations, particularly along the east to

south east stretch of the Island of Malta and a few locations in Gozo. The local plans provide detailed guidance regarding the use of the coastal areas as well as any protection they deserve, particularly those meriting scheduling. Local Plans also identify areas for the creation of Nature Parks.

The Natura 2000 programme resulted in the designation of Special Areas of Conservation (SAC). This further ensures the protection of such sites which include coastal cliffs, wetlands and other sensitive locations, from any potential development which may cause harm to such areas.

1.1.2 Progress made

The Local plans for the Maltese Islands have been approved in 2006 and therefore a framework has been established to reduce the possibility of inappropriate development in rural and coastal areas. The Local plans have formulated specific policies indicating where tourism development would be considered appropriate and have also defined tourist resort areas.

The Coastal Strategy Topic Paper approved in 2002, provides the basis for the formulation of appropriate policies in the upcoming review of the Structure Plan regarding the protection of the coastal zone. With regard to tourism the coastal strategy identifies the need to safeguard popular tourist areas, particularly beaches and dive sites, from incompatible uses. Improved access to the coast is another important issue to bring coastal areas more accessible whilst ensuring the protection of such resources. The Malta Tourism Authority have identified a number of areas where improved access is required and have also applied for a development permit in some of these areas.

The Carrying Capacity Study (CCA), which covers the period 2001 – 2010, has also provided the basis for the formulation of the National Tourism Policy, particularly with regard to stabilizing the volume of the bed stock in serviced accommodation and ensuring that summer tourist volumes stabilize below saturation levels. With regard to bed stock this has been maintained particularly since a number of hotels have moved out of the tourism business and redeveloped into other forms of development. However, summer volumes, particularly in August still increased and since 2003 tourist volumes during this month exceeded the threshold established in the CCA Study. For example in 2005, 2006 and 2007, tourist arrivals during the month of August totaled 178,319, 164,302 and 176,372 tourists respectively. Guest nights for the same years were 1,950,275, 1,806,692 and 1,927,863 respectively, well above the threshold set of 1.4 million guest nights.

As part of the EU Habitats Directive a number of Natura 2000 sites have been identified. Malta has proposed 26 terrestrial sites to form part of the Natura 2000 network, these representing about 12.6 percent of the Maltese Islands' land area, as well as a marine site. Management plans for these sites are being formulated and such designations have ensured that such areas are not adversely affected by inappropriate development. A Natura 2000 site can also be designated as a Special Protection Area (SPA), as required by the EU Birds Directive, when the site is known to be particularly important for the conservation of wild bird species. Malta has declared 12 such sites, covering 4.5 percent of the land area.

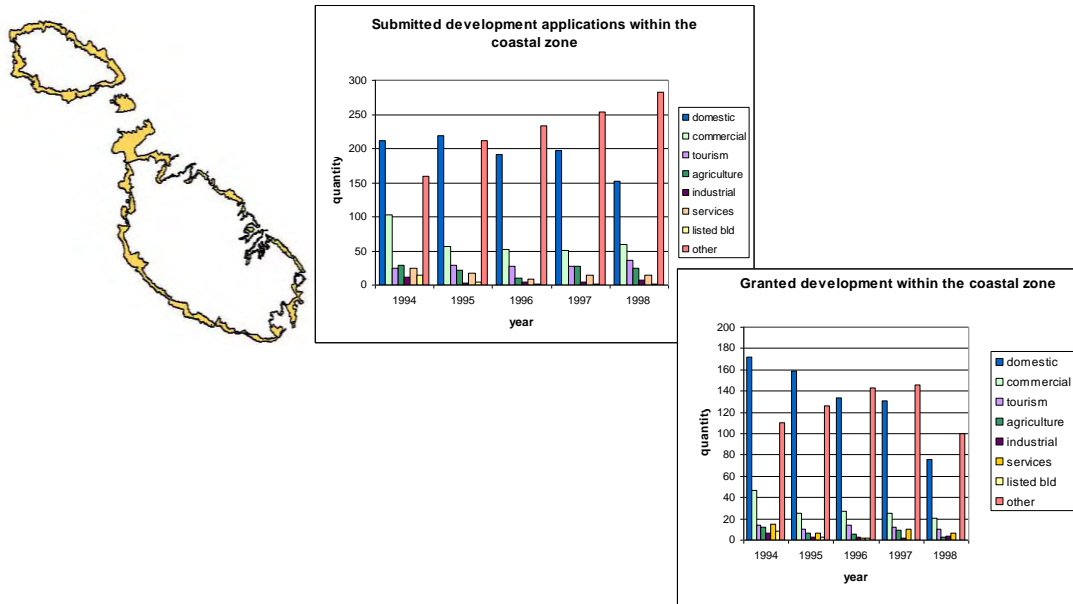
1.1.3 Obstacles encountered

The main obstacles resulted from development decisions taken which go against policy. The composition of decision taking boards where no accountability exists for decisions taken, has often resulted in developments, resulting in degradation of coastal areas or sensitive locations being given the green light. A recent development which created controversy was an open air disco in a coastal area, outside the development zone and within an area scheduled as an Area of Ecological Importance and a candidate Special Area of Conservation site or Natura 2000 site.

The scheduling process also takes time and in the interim sensitive sites risk being proposed for development. Scheduling is a process contemplated in the Development Planning Act and therefore competes with development related decisions, which are usually given more priority. The risk of development being allowed in coastal areas exists. Fortunately, however,

most of the coast has been scheduled, however natural coastal stretches within or close to the urban areas still risk being developed. Between 1995 and 2005 protection in the coastal zone increased from 9.59% to 50.89%, as a result of scheduling. (MEPA, Deduce Indicator)

Figure 1 Development applications within the coastal zone



Source: MEPA, Coastal Strategy Topic Paper

One of the main obstacles that prevent the achievement of the above mentioned actions has been the composition of tourism decision taking bodies which have always been composed of representatives of the tourism industry and other stakeholders were absent. The Travel and Tourism Services Act (1999), establishes the composition of the Malta Tourism Authority Board and its composition is made up primarily of representatives of hoteliers, travel agents, the national airline and others representing interests of the tourism industry. This excludes other important sectors like NGOs and representatives of the general public. This lack of representation of important stakeholders meant that decisions are taken primarily in the interests of the tourism industry.

1.2 Reducing consumption of natural resources and the pollution caused by tourist accommodation and activities

1.2.1 Implementation

The Malta Tourism Authority has since 2001 set up the Eco Certification scheme which aims to give hotels a certification related to their performance with regard to environmental protection. The Malta Tourism Authority's Eco-Certification Scheme has succeeded in encouraging hotels to deliver a better product to meet the demand of the evermore environmentally aware tourist. To participate, hotels must comply with a number of criteria all aimed at improving the hotels' environmental performance and increasing environmental awareness amongst employees. Hotels have to comply with almost 100 criteria designed to ensure the improved environmental performance of each hotel. Currently 14 hotels have been given the Eco-certification, mostly in the 5, 4 and 3-star categories.

Training programmes to make those working in the industry more aware of the various elements of tourism has also played an important role in giving players a wider vision of what constitutes tourism. One of these programmes was '*Malta Int u t-Turist*' (*Malta You and the Tourist*). This training programme, organized by the MTA together with Malta University Services, was addressed at those in contact with tourists, particularly employees working in tourism-related establishments and support services. The aim of the *Malta, Int u t-Turist* programme is to enable tourism front liners to be better informed about all aspects of the local tourism product, including customer relations and field trips. The training modules cover subjects in the following areas:

- **Economic and Social Aspects of Tourism**
- **The Natural, Historical and Cultural Attractions of the Maltese Islands**
- **Customer Relations.**

The improvement of a number of tourist facilities has encouraged a number of products which attract tourists during the winter months. One of these has been the development of business and conference travel which constitutes around 7% of tourist arrivals, 82% of which come in the low and shoulder months. The upgrading and promotion of cultural and heritage assets, although there is still a lot to be done, has enhanced the awareness of such heritage attracting tourists during the winter and shoulder months accounting for 62% of the market during these months. The relatively good weather during the winter months has encouraged tourists, particularly those from northern Europe to spend the winter months on the islands since it turns out to be more cheaper.

In 2004 the MTA shifted its marketing from a geographical centered marketing approach to a segment centered one focusing on those primary motives that attract tourists to the Islands. These include – Culture and Heritage (16%), Sports Tourism (3%), Diving (5%), Language Learning (5%), Conference, Business and Incentive (7%), Film Production, Health and Wellness, Short Breaks (3%), amongst others. (www.mta.com.mt)

1.2.2 Progress made

The Eco-Certification scheme showed that hotels managed to save on their water and energy costs. Results in 2004 have indicated that Electricity consumption reduced at an average of 4% per bed-night, water consumption at an average of 18% per bed-night, Fuel consumption at an average of 4% per bed-night and Gas consumption at an average of 6% per bed-night.

The seasonal pattern has also improved slightly over the last 20 years. As indicated previously, the share of total tourist arrivals during the winter months increased from 16.4% in 1987 to 19% in 2007 whilst the share during the summer months decreased from 40.3% to 37.6% during the same period. The shoulder months remained practically the same. This shows that the winter offer has attracted a growth not only in the number of arrivals but also in the overall share of tourist arrivals.

The changes in seasonality indicate that the new products on offer particularly during the winter months have given results. Although the summer product remains very important for tourism in the Maltese Islands the development of alternative products lengthen the tourist season and generate interest in the off peak months ensuring acceptable levels of occupancy during these lean periods. The Malta Hotels and Restaurants Association's Hotel Survey which is carried out each quarter indicates that for 2007 occupancy rates improved for all the high category hotel establishments. Annual Occupancy in Five star accommodations stood at 67.5% compared to 63.2% the previous year. Four star occupancy stood at 75.5% compared to 70.2% in 2006 while three star accommodations registered 70.1% occupancy compared to 62.9% in 2006. During the winter months over the last 4 years there has been a slight improvement in occupancy levels particularly during November and December as can be seen in the Table below.

Table 2 Monthly occupancy levels in hotel accommodation (in %)

MONTH	2004	2005	2006	2007
January	32.9	35.7	31	33.3
February	40	42.9	37.4	40.3
March	41.6	51.5	40.3	51.1
April	52	50.3	51.1	53.2
May	53.8	57.3	53.2	57.9
June	61.4	66.2	60.9	66.2
July	75.4	80.3	77.8	87.5
August	84.1	85.9	83.3	89.3
September	68.2	69.6	63.5	73.9
October	59.6	59.5	56.6	64
November	44.4	40.1	41.3	46.6
December	34.4	31.2	33.7	35.3

Source: NSO

Revenue for hotels has also improved. In 2007, five-star hotels registered an Average Achieved Room Rates (AARR) of Lm40.92 compared to Lm38.29 in 2006. Four star registered Lm17.28 compared to Lm15.98 in 2006 while three star registered Lm12.58 compared to Lm10.43 in 2006. Gross Operating Profit per Available Room (GOPAR) for five star hotels stood at Lm4, 312 compared to Lm3, 269 in 2006. Four star registered Lm2, 265 GOPAR in 2007 compared to Lm1, 587 the previous year while three star registered Lm1, 106 GOPAR in 2007 compared to Lm514 in 2006.

1.2.3 Obstacles encountered

The scheme passed through ups and downs. When the scheme was launched different hotels joined during different intakes reaching a total of 21 certified hotels at one point in time. However for the past few years no new members were allowed to join the scheme. Now the scheme is about to be launched again and the objective is to increase the amount of certified hotels by a further 6. Currently 13 hotels are certified. The others dropped out for various reasons (5) whilst others due to closure (3).

It would seem that the Eco-certification scheme has lost its initial enthusiasm. Nonetheless, it is hoped that the re-launching and the results themselves should encourage the sector to adopt such measures.

1.3 Controlling the development of tourist leisure activities affecting the sea and coastal environment

1.3.1 Implementation

The Structure Plan for the Maltese Islands includes a number of policies regarding the marine areas and specifically identifies a number of candidate sites for designation as Marine Conservation Areas. Around 14 areas have been identified. These are designated as candidate sites since at the time of the preparation of the Structure Plan not much data was available.

A sand replenishment project has been implemented by Government expanding a previously depleted sandy beach in the St. Julian's area. This created a sandy beach 20 m wide over a stretch of about 140 metres of coastline. This project is managed by the Malta Tourism Authority and the aim is to achieve Blue Flag status for this beach. Together with the Development Planning application a Beach Management Plan was submitted. The Plan included provisions for:

- 1) the management of conflicting leisure uses such as swimming and boat mooring
- 2) provisions for increased safety to swimmers
- 3) implementation of health and safety measures such as warden patrol, lifeguard services, availability of sanitary facilities, and strict compliance to bathing water criteria mandatory for Blue Flag beaches
- 4) proposals for beach cleaning methods

The Ports Directorate of the Malta Maritime Authority (MMA) has the main responsibility of ensuring, at all times, the provision of port workers, pilotage and mooring services, safety of navigation equipment, pollution prevention measures and other ship requirements in all ports. This also includes the yacht marinas.

The Handbook Safety at Sea published by the MMA refers to the protection of the environment. In this handbook mariners are advised that:

- 1) Fuel, oil, detergents, chemicals and paint should not be disposed of at sea and whenever possible buy products with a lower level of pollutants.
- 2) Bilge pumps must not be emptied in harbours and close to swimmers;
- 3) A rubbish bin should always be kept on board and disposed of in bins on land. No rubbish should be dumped overboard as plastic bags and other inorganic materials can pollute the seas by sinking to the seabed or floating at the surface;
- 4) Appreciate marine life and avoid overfishing.

The scuttling of craft to act as wrecks creating new diving sites has become a common activity. However, this activity needs planning permission and in most cases the requirement of an EIA. This was the case with regard to the scuttling of a vessel (Patrol Boat P31), West Comino, a project undertaken by the Malta Tourism Authority.

The construction of a yacht marina where the number of berths exceeds 200 requires an Environmental Impact Statement as indicated in the Environmental Impact Assessment Regulations (2007).

1.3.2 Progress made

The first Marine Conservation Area has been set up between Rđum Majjiesa and Ras ir-Raheb on the north-western coast of Malta. The setting up of a Marine Conservation Area will ensure the proper management of a stretch of sensitive coastal area. The rich marine environment embracing the area is home to a variety of important marine species and habitats that are in need of protection. Currently a management framework exists for this area, however, in future a management plan should be drawn up for this area. An Action Plan has also been drawn up for the Dwejra area in Gozo. This includes not only the marine area but also the land area and has been the result of collaboration between MEPA, the San Lawrenz Local Council, Nature Trust, WWF and the Ministry for Gozo. A Marine Protected Area Strategy is also being drawn up and this should identify existing gaps in setting up such protected areas and how such gaps are to be addressed. Candidate sites will also be identified.

In these areas activity, particularly fishing, is restricted, as well as in those areas where wrecks have been scuttled. Although not designated as yet, nonetheless such areas can be considered as Marine Protected Areas due to various measures regulating such areas as set out by the Malta Maritime Authority.

1.3.3 Obstacles encountered

Regarding the setting up of Marine Protected Areas the lack of appropriate data is hindering the process in the designation of such sites. The main issue relates to the cost involved in obtaining such data which requires survey of the seabed around the islands.

Regarding wrecks and beach replenishment the enthusiasm towards such projects poses the risk that certain projects may fail. In one instance one particular wreck was not scuttled where it should have been and ended in much more deeper waters making the wreck a danger to divers. With regard to the transformation of a stretch of rocky beach in St. Paul's Bay (Qawra area) into a sandy beach with the first storm the sand dispersed into the adjoining rocky foreshore indicating that the development of sandy beaches should not be proposed on sites which were never a sandy beach.

2. Promoting tourism as a factor in sustainable social, cultural and economic development

2.1 Developing national and local strategies aimed at better reconciling tourism, the environment and sustainable development

2.1.1 Implementation

The main instruments in this regard consists of plans particularly the Structure Plan and the various local plans prepared by MEPA as well as the Malta Tourism Authority's various strategic plans. Whilst the former are concerned with the use of land and the zoning of areas for specific uses, the latter plans mainly indicate MTA's programme primarily with regard to product development and marketing. Two strategic plans have been drawn up whilst a third is still in draft form. The first strategic plan (2000 – 2002) recommended the formulation of a national policy for sustainable tourism development. This was to be implemented by setting guidelines for future tourism development and identify optimum models for accommodation developments, catering establishments, tourist services, tourism attractions, sports and leisure facilities and cultural heritage.

In addition to the above, Action Plans have also been prepared for specific coastal areas whilst others are still in preparation. These plans aim to reconcile recreational and touristic activities in specific areas with coastal protection measures to ensure their containment and the improvement of these coastal facilities.

2.1.2 Progress made

The local plans have been approved in July 2006 whilst the review of the Structure Plan is still not complete. The formulation of a national policy for sustainable tourism development has not materialized either. In December 2006 a policy for tourism development was presented and approved in 2007. This policy requires that tourism development should respect environmental and social resources.

Action plans have also been prepared for the areas of Dwejra/Qawra Heritage Park, in Gozo, and Marfa in the North West. Still in preparation is the one for the St. Thomas Bay Coastal Recreation Area, in the South of Malta. These are mainly areas which have attracted domestic tourism and the construction of illegal beachrooms in most cases. The aim of these plans is to contain such activity and better organize such facilities and prevent any further degradation of coastal areas.

2.1.3 Obstacles encountered

Very often there is little co-ordination between departments and government agencies and this lack of integration often results in conflicting decisions. Although protection of coastal resources, as well as other environmental resources, have been ingrained into policies and plans, very often deciding bodies ignore the significance and the value of such policies and decide on an ad hoc basis. This places environmental resources at risk. Sometimes the lack of appropriate training and understanding of the sensitivity of the issues in hand by decision makers places ecological areas and environmental and cultural resources at the risk of being destroyed.

2.2 Promote the diversification of tourism and balanced regional development.

2.2.1 Implementation

Since the 1989 Tourism Development Plan for the Maltese Islands, the strategy was to steer away from the sun, sand and sea type of tourism which the Islands had been attracting for years and develop new products. As stated previously new tourist products were developed primarily in the form of cultural and educational tourism, business and conference tourism, medical tourism. More recently there has been an interest in the development of rural tourism and possibly agro tourism. The Tourism Topic Study prepared by MEPA in 2001 encourages this form of development as a means to reinstate derelict rural buildings. However, appropriate criteria need to be established to guide this form of development and prevent any speculative proposals for development in this regard.

The Tourism Topic Study states that tourism activity has generally been kept within the main tourist areas of the islands. Tours are also organized to the main tourist attractions. The imbalance between localities with regard to tourism activity is clearly evident. Mdina and Valletta attract over 80 % of the tourists visiting the islands whilst the Three Cities (Cospicua, Senglea and Vittoriosa) barely attract 20%. The Structure Plan for the Maltese islands has a specific policy which states that tourist accommodation would be considered within the Urban Conservation Areas of towns and villages, i.e. within the old parts of these localities. This was to encourage new forms of tourist accommodation which move away from the usual resort hotels and offer tourists the opportunity to lodge within traditional properties in localities away from the main tourist localities and ensuring a spread of tourism benefits even geographically.

A new initiative which is being planned is the preparation of a local tourism plan for the locality of Mellieha. This plan is still in its early stages, nonetheless the fact that the Tourism Secretariat is seeing the need to plan tourism development even at the local level and provide a pilot project for other areas is a positive step, at least in intention. The plan would

primarily look at the product development and marketing aspects for this area along sustainable tourism principles. It is planned to have a series of meetings with key stakeholders in the month of June.

2.2.2 Progress made

Since the new Government has been in place from last March, the Prime Minister has taken responsibility for MEPA as well as Tourism. Although it is still early to see any progress in this regard but this should lead to more integration of tourism and environment and land use strategies and policies. This would however, depend on the stakeholders involved and their understanding of the importance of the inter-relationship and integration between these sectors.

In terms of new forms of accommodation practically there has been no progress and proposals submitted have been for developments of more of the same kind of tourist accommodation establishments. However, in Gozo traditional farmhouses have been converted and renovated providing both international and domestic tourists with an alternative form of accommodation which makes use of existing facilities and encouraging the preservation of these traditional buildings.

In Gozo tourism is more widespread regionally and practically all towns and villages enjoy a share of the tourism activity that Gozo generates. Tourists are not concentrated in specific areas but explore almost every corner of the island. Unfortunately, however, day excursions still take tourists on a rushed tour of the prime locations. Yet those staying in Gozo or exploring Gozo by car tend to visit most of the towns and villages.

2.2.3 Obstacles encountered

The main problem seems to lie with the fact that decisions taken with regard to the tourism sector are taken by the big hoteliers and therefore there is little consideration for the other forms of accommodation. In fact the policy in the early 90s was to encourage 5-star tourist accommodation development. This resulted in an oversupply of such accommodation not being matched by an equal increase in the 5-star tourist market. Thus to fill beds such accommodation reduced rates to a level that 3-star establishments could not compete and these had to change business, some opening as old people's homes.

Lack of sufficient finances and commitment led to a slow progress in the upgrading of heritage and cultural sites, thus the potential that the cultural aspect has in attracting tourists specifically for such resources, has been limited. Sometimes, the construction works and demolition of traditional town houses has also resulted in traditional localities losing their appeal and character.

3. Develop Mediterranean cooperation

3.1 Implementation

In this regard a number of initiatives have been taken with the aim of bringing the Mediterranean destinations to follow concerted actions particularly with regard to the development of sustainable tourism. One can mention the Hyeres Declaration which brought the Ministers of Tourism of the Mediterranean to sign a Declaration committing themselves to the development of sustainable tourism. This led to the formulation of a Charter which was approved in Casablanca in 1995.

3.2 Progress made

Very little progress has been made, yet the Charter is there as a basis on which countries can refer to in formulating their tourism development policies. Most co-operation initiatives have been on the level of specific projects like the Medina Project.

Co-operation initiatives have taken the form of joint marketing efforts particularly between Malta and cities in Sicily as well as projects funded by the various EU funding opportunities e.g DELTA project.

The DELTA Project was conceived in order to contribute to the enhancement, in the Euro-Mediterranean region, of the potentialities of integrated development between economic, environment and cultural heritage, which have not yet been wholly exploited. The Project is part of the 3rd Field of Intervention of the Euromed Heritage II Programme: Enhancement. The project involves four EU countries (Italy, France, Greece, Spain) and five Mediterranean partner countries (Algeria, Palestinian Authority, Israel, Malta and Morocco). The Cottonera area has been chosen for as the participating locality in Malta. The team made up of various stakeholders from government and non-government organisations devised three pilot projects following the DELTA parameters. These Pilot projects for the area of the Cottonera - Three Cities comprise the following:

- **Highlight and develop educational campaigns - The role of the Cottonera Lines in the Social and Cultural History of the area.**
- **Prepare the necessary framework for the Development of Economic Systems - Crafts and Small Business development.**
- **Develop an Interpretation Strategy of the Area - Focusing on the tangible (built) and intangible (crafts and oral) heritage.**

Another project is the MEDINA project. **MEDINA** (the acronym stands for MEDiterranean by Internet Access), partially founded by the European Commission, includes eighteen partners from fourteen countries in the Mediterranean area: national or regional tourism offices, ministries of culture and tourism, universities and private corporations etc. It started in 2002 and ended in June 2006.

The project wishes to support new emerging forms of tourism, particularly "cultural tourism". The "cultural tourists" live a vacation mainly as a cultural experience – an opportunity for increasing their knowledge. For cultural tourists, the preparatory phase of vacation is a learning experience per se. They enjoy in reading about the places of their future visit and about the related aspects of the local culture, both in a national perspective and in a wider civilization context.

MEDINA is based upon a series of linked national web sites (Algeria, Cyprus, Jordan, Lebanon, Malta, Morocco, Palestinian Authority, Syria, Tunisia) and the MEDINA portal, integrating (part of) the information of the national web sites. The overall system provides information about the heritage of the Mediterranean basin: each national site focuses on the cultural heritage of a specific country and provides country specific contents. The MEDINA portal highlights the common cultural background of the different countries, and the contributions of the different civilizations. The web site address is www.medinaproject.net.

III. PART III GOOD PRACTICES

1. Rinella Battery

Title		Rinella Battery			
Country		Malta			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Coastal			
PER-FIELD AND PER-TYPE CLASSIFICATION (TICK AMONG THE FOLLOWING FIELDS AND TYPES OF ACTIVITIES THOSE TO WHICH THE GP IS DIRECTLY LINKED)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input checked="" type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input checked="" type="checkbox"/> Other Heritage management	
CLASSIFICATION ACCORDING TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT ISSUES¹ (TICK THE BOX TO WHICH THE GP IS LINKED)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input checked="" type="checkbox"/> Other: Safeguarding cultural heritage				
CONTACT INFORMATION					
Internet site		www.wirtartna.org			
Publication(s)					
Contact person		Mr. Mario Farrugia			
PARTICIPANTS (NAME, TYPE OF LOCAL/REGIONAL/NATIONAL AUTHORITY, ORGANIZATION, COMPANY OR OTHER STAKEHOLDER INVOLVED)					

1.1 Detailed description:

This project involved the restoration of a derelict military battery by an NGO – Fondazzjoni Wirt Artna. This structure has been given on lease by Government to this NGO who over the years have managed to restore most of this battery as well as the 100 – ton Gun which is the main feature of this attraction.

This has been the NGO's main project with regard to the recuperation of abandoned military heritage resources, which also include pill boxes and other fortifications. Through volunteers, this resource has become one of the main attractions offering visitors an educational as well as an entertaining experience.

¹ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Fondazzjoni Wirt Artna – the Malta Heritage Trust is a voluntary non-governmental organisation active in the field of heritage preservation. It looks after several historic buildings and sites in Malta, all of which are open to the public. Its properties cover all periods of Malta's 7,000-year-old history, from pre-history to the 20th century. These range from a megalithic temple at Kordin to a great baroque gate once serving as the main entrance into the imposing 7km long Cottonera bastioned ramparts as well as the Rinella Battery armed with the world's largest cannon. Emphasis is made at all of these sites to faithfully provide the visitor with the highest form of interpretation that will make both the site friendly and the visit memorable.

All sites are cared for by a combination of paid staff supported by volunteers. The latter, freely dedicate much of their time and effort to maintain these sites to the highest order possible.

The Main Objectives of the foundation are to:

- Encourage the better understanding and preservation of the cultural heritage of the Maltese islands.
- To undertake the rehabilitation and restoration of any cultural property be it its own or that of other parties.
- To undertake the management of any property both for cultural and commercial uses.
- To join in partnership with other parties for the achievement or furtherance of its goals.
- To encourage heritage appreciation and preservation on a local level through the establishment of local groups based at town or village level.
- To transmit its objectives and deeds through published electronic or any other means.
- To establish and run cultural collections into museums.
- To recreate aspects from the past through historical re-enactments.
- To establish a database and resource center for documentation and other types of information related to the historical heritage of the Maltese Islands.

As part of its ongoing commitment to increase the general appreciation of the nation's cultural heritage amongst the public, Fondazzjoni Wirt Artna organizes the "Hands-on Heritage Education Programme". This project is aimed at providing students with an innovative way of learning more about heritage, through direct activities from those usually employed in the classroom.

To further accentuate this aim, participants are engaged in a variety of extra-curricular activities directly linked to the respective heritage site where the session is held. In this way heritage appreciation takes on a colourful and lively dimension. Sites falling under this programme are Kordin III megalithic site, Fort Rinella and its 100 ton gun, Vittoriosa Air Raid Shelter, Notre Dame Gate, The Saluting Battery and Fort St. Angelo.

During a typical session, a student is offered the opportunity to try and learn some of the patterns of life, crafts and skills of the original builders or occupiers of the respective building.

At Fort Rinella, school parties are introduced to similar aspects of late 19th century military life. They will be offered hands-on sessions in visual military signalling using semaphore flags and heliographs as well how to lift heavy weights using a pulley. Soldiers' uniforms and equipment are brought to life by displaying such items through life enactment.

Another salient aspect of this NGO and its work at the Rinella Battery is the setting up of The Heritage Interpretation Group (HIG). The main function of this group is to provide re-enactments based on historic facts in order to bring to life historic sites restored and managed by Fondazzjoni Wirt Artna. These events are attended by hundreds of locals as well as tourists.

The HIG is based at Fort Rinella. In fact the HIG is today synonymous with both the fort and its excellent portrayals of the Victorian soldier. The HIG launched its re enactment activities with the forming of a unit depicting the Royal Malta Fencible Artillery of 1878. This has now been replaced by the Royal Malta Artillery of 1892.

With the restoration of the R15 pillbox at Naxxar by FWA, the Heritage Interpretation Group set up a small section depicting the King's Own Malta Regiment during the Second World War. Although small in size this unit is furnished with the full plethora of weapons and equipment one might expect to find in a pillbox during the Second World War. The last unit created by the HIG is a small three-man section representing Royal Engineers telegraphers. This section comes into its proper element whenever events are organized at the Gharghur Semaphore tower.

Members of the HIG are also given the opportunity of re enactments at sites other than those managed by FWA. Re enactment events have been held along the Victoria Lines, at the Main Guard in Valletta, and abroad.

In 1997 the HIG were invited over to the UK to take part in a large eight-day re enactment event organized by English Heritage to mark the centenary of Queen Victoria's Diamond Jubilee. In subsequent years HIG members have participated in various other re-enactment events in the UK.

The Heritage Interpretation Group also publishes a bi-monthly journal called The Broad Arrow. This publication features articles on historical and military subjects with particular emphasis on the Victorian period.

The HIG has over the years shown itself to be a flexible and dynamic organisation. The Group is not there to choreograph events and re enactment activities, but its aim is to act as a catalyst towards the better understanding of military history with special emphasis being laid on the local scene. Thorough research, faithfulness to history, and attention to detail ensure that the HIG re enactments do not degenerate into a fancy pageant but become a mirror of the past and an instructional experience.

1.2 Economic and financial aspects

Fondazzjoni Wirt Artna relies entirely on voluntary donations, sponsorships by private companies and public subscriptions or membership fees. Additional funds are also raised through the regular opening of its heritage sites to the public. Although no statutory support is offered by the Government, yet one full-time staff is seconded to the NGO.

1.3 Funding: costs and sources of funding, possible feasibility studies

As indicate above funds are obtained through membership fees and sponsors mainly. Most of the costs go into the restoration work required on the site.

1.4 Monitoring activities

Monitoring is mainly done through visitor surveys to ensure that visitors are achieving a satisfactory experience. Besides visitors, monitoring is also carried out with regard to the Battery itself in terms of its restoration requirements.

1.5 Results / Lessons learnt

The main lessons were that through perseverance and commitment results can be achieved. Visitors appreciate authentic experiences and this is shown by the attendance of hundreds of visitors during specific events organized at the Battery.

The management of Rinella Battery and the involvement of volunteers has shown that results can be achieved by just enthusiasm and commitment. Although funds were limited, yet through the work of volunteers the limited funds were invested into those areas of restoration which required such investment.

1.6 Replication possibilities

The devolution of sites to NGOs show that initiatives result in appropriate management and upgrading of resources, whilst achieving appropriate and adequate economic returns which are invested into the preservation of the resource. This approach speeds up the recuperation of heritage resources, since through the engagement of volunteers work can be done with

minimal costs. Government has recently considered bringing in NGOs to manage specific areas so this concept seems to be catching up.

2. Eco-Certification

Title		Eco-Certification			
Country		Malta			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Coastal and Urban			
PER-FIELD AND PER-TYPE CLASSIFICATION (TICK AMONG THE FOLLOWING FIELDS AND TYPES OF ACTIVITIES THOSE TO WHICH THE GP IS DIRECTLY LINKED)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input checked="" type="checkbox"/> Energy	<input checked="" type="checkbox"/> Water	<input checked="" type="checkbox"/> Waste water	<input checked="" type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input checked="" type="checkbox"/> Other Environmental Management/Auditing	
CLASSIFICATION ACCORDING TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT ISSUES² (TICK THE BOX TO WHICH THE GP IS LINKED)					
<input checked="" type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input checked="" type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations					<input type="checkbox"/> Other:
CONTACT INFORMATION					
Internet site	http://www.mta.com.mt/index.pl/eco_certification				
Publication(s)					
Contact person	Mr. John Magri				
PARTICIPANTS (NAME, TYPE OF LOCAL/REGIONAL/NATIONAL AUTHORITY, ORGANIZATION, COMPANY OR OTHER STAKEHOLDER INVOLVED)					
Hotel accommodation establishments and Malta Tourism Authority					

2.1 Detailed description:

The Malta Tourism Authority's Eco-Certification Scheme has succeeded in encouraging hotels to deliver a better product to meet the demand of the evermore environmentally aware tourist. The Eco-Certification scheme has the aim of reducing costs, increasing profitability and reducing the impact on the environment. Tourism accommodation establishments will have the opportunity to be in a position to deliver better value for money to their tour operators and customers.

² Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

To participate, hotels must comply with a number of criteria all aimed at improving the hotels' environmental performance and increasing environmental awareness amongst employees. Hotels participating in this scheme are to comply with almost 100 criteria designed to ensure the improved environmental performance of each hotel. These criteria are distributed in 10 areas of assessment as follows:

Environmental management systems	Waste management
Products and materials	Energy use
Water use	Air quality
Noise protection	Buildings and green areas
Local culture	Guest information

38 criteria are compulsory whilst 62 are not. In order to be awarded Eco-Certification, tourism accommodation establishments must fulfill 100% of the compulsory criteria and 65% of all criteria. Hotel establishments being accredited with an Eco certificate will form part of the scheme for two years and during those two years will be required to adhere to the requirements as set out in the Green Policy.

The criteria were adapted to Malta's scheme from criteria already being used by Alcudia, Majorca (Spain). Before finalizing the criteria a semi-structured interview took place with the General Managers of various hotels in the 5 and 4 star categories related to the implementation of an eco-labeling scheme, besides the assessment of the criteria. The main results of this research concluded the following:

Positive findings included:

- a) In general, the eco-label initiative was seen as a realistic and profitable tool to implement.
- b) The questionnaire was seen as a valuable tool to reducing operating costs in energy, water and waste.
- c) The eco-label process has been seen as a very good opportunity to raise environmental awareness among employees.
- d) Possibility of benchmarking with others hotels, especially with hotels from abroad, was a greatly appreciated option.
- e) Information on legal and government environmental initiatives has been identified as an urgent need.
- f) There is no relevant difference in environmental performance between hotel categories.

Negative Findings included:

- a) Hotels performed low on compliance with the criteria of the Environmental Management System. This confirms the early stage in the awareness phase.
- b) The waste collection (separated waste) is a bottle neck to improve environmental performance.
- c) Information to guests has performed very low which also confirm the low level of management awareness on environmental issues.
- d) The guest environmental awareness is not reflected in the management priorities.

This information and information on the criteria determined the following action taken:

- a) All criteria were reviewed and most of them reworded.
- b) New tools have been created to help hotels to communicate better with guests and tour operators.
- c) A training program for Environmental Co-ordinators has been designed.
- d) An Environmental scorecard was designed for the certified hotels to support benchmarking and improvement.
- e) Information on ROI (Return on Investment) was to be included in the information and in the improvement process.
- f) A weighting system for criteria will be developed to create a balance of the environmental impact on operations and on the guests themselves.

The creation of a weighted system for criteria made use of the following tools: Environmental Impact Matrix and Green Impact Matrix (Appendix A). The Environmental Impact Matrix assessed each criterion in terms of magnitude of the harm the indicator does to the environment against its frequency. The Green Impact Matrix was then used to fit the guest perception of the criteria against the environmental impact. From the results obtained the compulsory list of criteria was established.

The completion of this ground work enabled the scheme to be planned. It was thereafter agreed that, in order to join the scheme, hotels needed to meet the compulsory criteria as established by the Green Matrix and comply with at least 65% of all criteria. It was agreed that following compliance, the hotel would need to appoint an eco-coordinator and this employee must attend a 1 day training session.

2.2 Economic and financial aspects

Hotels participating in the scheme have reported savings on energy and water costs. Some hotels had already invested in such measures so the introduction of the scheme was not a burden on their finances; however, other hotels had to introduce some improvements. However, some of the criteria required more a change in management practices rather than an initial investment in infrastructure.

2.3 Funding: costs and sources of funding, possible feasibility studies

The main costs related to the improvements that hotels had to undertake to install appropriate systems particularly with regard to energy saving measures. Some of the new hotels had included such investment in the design of the hotels, yet the existing hotels had to carry out a number of improvements. Some hotels have reported that the savings being made have covered the initial investment and so it paid to be part of the scheme.

2.4 Monitoring activities

The auditing of the criteria is done by a local company and a meeting is set up with hotel management, MTA and the auditing company. A first audit is carried out of the hotel's performance and an initial report sent to hotel management. A second audit is carried out to ensure that hotel is complying with the criteria.

A final report is prepared by the auditing company and sent to MTA to be viewed by the Green Commission (made up of different govt. entities and associations). The Commission is responsible for approving the certificates on behalf of MTA. On approval the hotel is awarded with the Eco-certification for a period of two years. Final report is also passed on to the hotel.

2.5 Results / Lessons learnt

As part of the criteria eco-certified hotels need to attend training on environmental management in the hotel industry. The MTA organises this training free-of-charge for all currently certified hotels and other interested hotels. During the training seminar that took place in April representatives from the 13 eco-certified hotels in addition to representatives from 20 others attended. A total of almost 60 people attended the seminar.

The scope of the training is to create awareness amongst hotel management with regard to the scheme. During the seminar presentations were given by the three high performing hotels and their success at involving their staff. Experience has proven that unless both the staff and management are involved the scheme will not have as positive results.

The main tangible results achieved by hotels include:

- Reduction of water consumption (18% per bed night)³
- Reduction of energy consumption (4% per bed night)⁴,

³ This is calculated taking account of the annual costs divided by guestnights during that year and compared with the previous year to determine the percentage savings.

-
- Increase in use of clean energy equipment,
 - Reduction of waste,
 - Increased recycling,
 - Better environmental commitment.

Other positive results are that Eco-certified hotels are at an advantage when attracting green tourists and that Malta is being recognized as a country that gives importance to, and recognizes, good environmental practices.

2.6 Replication possibilities

The scheme may be replicated in the future to target other types of establishments. The MTA also encourages the better performing eco-certified hotels to take the next step and get the EU Eco-label which in many respects is similar to the Eco-certification. The Malta Standards Authority is responsible for this label.

IV. PART IV PROPOSALS

Sustainable tourism development cannot be seen in isolation and unless there is a concerted effort at national level to move towards sustainable development in all sectors tourism will suffer and sustainable tourism development will not be achieved. This requires a political will, belief and commitment towards sustainable development principles as well as integrated planning.

Through integrated planning resources, environmental, cultural, social and economic, are directed towards complementary initiatives which aim at advancing and progressing all development sectors, but not at the expense of each other. Integrated planning necessitates setting priorities and ensuring that resources are directed towards achieving those priorities.

Planning has shown that it is the main tool towards achieving sustainable tourism development. It gives direction and when the planning process involves all stakeholders it is more likely to succeed. Planning fails if it excludes key stakeholders in the process. Similarly any tourism decision taking body should include all stakeholders. Tourism affects all and any decisions taken should reflect the common interest and not the whims of specific sectors to the detriment of others.

Training is also another important element. Unfortunately there is still a certain myopia with regard to what constitutes tourism, particularly those working in the sector since they see tourism mainly from their specific sector whether it is a tour operator, a hotelier, a restaurateur. There is a lack of knowledge on the wider context of tourism and particularly with regard to management and planning aspects of tourism development as well as its impacts. Multidisciplinary courses and training programmes are important in informing those working in the sector about the wider perspectives of tourism. Moreover such training needs to be extended to local councils as well as the local residents. This should ensure a greater awareness towards environmental and cultural resources and encourage appropriate behaviour in terms of aspects relating to waste and use of resources like energy and water.

Initiatives by NGOs have shown that sustainable tourism development practices can be achieved, particularly since there is commitment as well as the involvement of volunteers which do not place a strain on financial resources. The devolution of sites to NGOs has shown that the efforts of such groups have resulted in the recuperation of sites which were left derelict by government or which needed proper management. Experiences have shown that such NGOs in most cases have managed to raise funds and seek sponsors to assist in the improvement, management and upgrading of such sites.

Having proper legislation is also important to ensure that coastal areas as well as other environmental and cultural resources are protected. The scheduling process was instrumental in ensuring that such resources are safeguarded from development pressures.

⁴ Idem

The requirement of Environmental Impact Assessments has also led to projects being modified to ensure that they respect and protect environmental and cultural resources. Nonetheless, there is no specific legislation to protect the coast in particular and this lack of legislative mechanism places such resources at risk. A legislative framework would give a more stronger protection to the coast and decisions concerning development on the coast would be taken with more caution.

Carrying Capacity Studies are important but these are not one off exercises. The Carrying Capacity Study should be a continuous exercise and the effects of tourism monitored to ensure that the sector is developing within the appropriate capacities and thresholds that ensure an acceptable tolerance of the level of activity. Through management limiting factors may be addressed and therefore thresholds may increase and Carrying Capacity revised. In the case of Malta carrying capacity limits have been exceeded and this warrants a revision of the study, particularly since this has been the basis for the formulation of the tourism policy and would direct any future planning of the sector.

Eco labels are important and have indicated that results can be achieved. However, since these schemes have been on a voluntary basis they have not received the expected level of interest. The fact that the eco-certification scheme was launched by the Malta Tourism Authority may also have influenced its success or otherwise. Had the scheme been pushed by the private sector and particularly the Malta Hotels and Restaurants Association which represents most of the accommodation and catering establishments, it would have received greater attention and continuity. Therefore, eco labels or similar schemes should be encouraged by the private sector and particularly the associations that represent them.

In recent years there have been various initiatives by local councils, particularly, to promote their local heritage through events as well as the opening up of heritage sites. This is to be encouraged since it offers the opportunity to spread tourism activity into new areas and thus the benefits of tourism are enjoyed by other localities away from the main resorts. It also provides an authentic product of the local culture rather than stereotyped attractions and making use of existing facilities and resources rather than having to develop new facilities.

Policies should also encourage a variety of accommodation establishments offering visitors different experiences. The emphasis given throughout the years on large hotels have hindered the development of small family run units. Such developments should enhance the characteristics of the localities and not result in adverse impacts on the locality. Thus the use of existing buildings through re-conversion is encouraged. This should be an opportunity to integrate tourism activity into the life of the locality and attract participation by the local community.

Development guidance documents are also an important instrument to guide specific forms of development. Such guidance documents are important in developing rural tourism and other forms of tourism. Such documents would indicate planning parameters in terms of locational criteria, parking issues, scale as well as design issues. Government should also provide incentives (e.g. tax rebates, marketing advice, etc.) to those who engage in such forms of tourism to encourage such investment.

V. APPENDICES

Table 3 Environmental Impact Matrix

Weighting system

Environmental impact						
Matrix 1		Magnitude				
		V. High	High	Medium	Low	V. Low
Frequency	Very Frequent	25	20	15	10	5
	Frequent	20	16	12	8	4
	Medium	15	12	9	6	3
	More often	10	8	6	4	2
	Rarely	5	4	3	2	1

Weighting explanation	
25	Very important
20	Important
15	Medium
10	Not important
5	Not important at all

Table 4 Green Impact Matrix

Weighting system/ cont

Green Impact Matrix					
Matrix 2		Guest perception			
		V. Important	Important	Medium	Not Important
Environment Impact	V. Important	44 items - 33% of items			
	Important			67% items	
	Medium Important			86 items	
	Not Imp at all				

Weighting explanation	
Compulsory	These items should be completely fulfilled.
Extra	These items are extra points for the hotel

VI. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Seasonality pattern for specific years	798
Table 2 Monthly occupancy levels in hotel accommodation (in %).....	803
Table 3 Environmental Impact Matrix	817
Table 4 Green Impact Matrix	818
Figure 1 Development applications within the coastal zone	802

MOROCCO

M. Mohamed BERRIANE, Professor at the University Mohammed V

TABLE OF CONTENTS

Summary	823
I. Introduction.....	824
II. Part 1 – Tourism: context, trends, policies and strategies	824
1. Rich potential but a not altogether satisfactory commercial success	824
2. A fluctuating international demand and a rising domestic demand	828
3. Tourism has always ranked high in the country's economy, space and society	830
III. Part 2 - Assessment of the progress made with respect to the objectives of the MSSD	831
1. Introduction.....	831
2. Control over area and environmental impacts	832
3. Promoting a tourism likely to be a factor of sustainable social, cultural and economic development.....	847
4. Promote Mediterranean cooperation.....	855
IV. Part 3 - Best practices.....	856
V. Conclusion and recommendation.....	864
VI. Bibliographie	866
VII. Table of illustrations	866
VIII. Annexes	867
1. Annexe 1 Figures	867

SUMMARY

Morocco, which was a pioneer country of the Southern rim of the Mediterranean as a tourism destination back in the 1960s, has hardly benefited from this early positioning on the global tourism market, since at the turn of the century (1999) it ranked—with 3.9 million arrivals of international tourists—in fourth position after Turkey, Tunisia and Egypt. However, as from 2000, a new tourism policy was initiated under the form of a plan of strong revival and steady recovery. This revival, which is the outcome of a joint effort by public authorities and the professionals of tourism, maintains an aggressive positioning with regard to seaside tourism and the construction of six new resorts, while targeting the consolidation of the existing seaside resorts, with the overall objective of reaching 10 million international tourism entries by 2010. This revival takes place in a context characterised by a very fluctuating international demand on the Moroccan destination—rather dominated by European customers—and a steadily increasing domestic demand, tourism having always held, as an activity, a key position in the country's economy, space and society. As is often the case in matter of tourism, risks of dysfunction are proportional to commercial success, hence the relevance of the case of Morocco to the follow-up of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD). This follow-up will proceed via the three main recommendations of the MSSD.

- The **prevention and mitigation of the negative impacts of developments, urbanisation and tourism infrastructures** over the coastal strip take place in Morocco in a context characterised by a very strong process of “littoralisation” (coastline concentration). There is, admittedly, a fairly efficient draft law on the coastline, but it has been several years now awaiting signature. In the meantime, the special situation of the Mediterranean shore gives rise to much concern; the one-off rehabilitation attempts conducted since the inception of the “performance contract” are far from being sufficient. The case of Saïdia, a mega project of the recovery plan, is a subject for concern while being an awareness raiser.
- The **reduction of natural resources consumption and of the pollutions** generated by hotel accommodation and tourism activities reports, on the other hand, a number of strides which are spectacular at times. The overall framework is the concept of “Stewardship Tourism” championed by the Ministry of Tourism and the Tourism Authority, which has led to setting up the Stewardship Tourism Committee and Stewardship Tourism Charter, drafting and dissemination of the Stewardship Traveller's Guidebook, formalisation of the Stewardship Tourism Label and instating the “Stewardship Tourism” Trophy. Other actions are conducted by the Ministry of Tourism and the Tourism Authority, of which drafting the energy efficiency code, issuing the sticker on the need for water saving, conducting the Meso-Economic Study on the Tourism Sector, and drawing up the Programme of Ecological Management in the Hotel Sector.

These State actions are extended by civil society initiatives. The Mohammed V Foundation for Environment Protection has been able to delocalise the international Blue Flag label which now floats on 6 public beaches, with a further 18 candidate beaches for 2008. This same Foundation conducts an interesting action to disseminate in Morocco the “Green Key” label, after having managed to introduce it as a target for 13 hotel accommodation facilities.

- The **promotion of tourism as a factor of sustainable social, cultural and economic development** must address the challenge pertaining in a tourism product that seeks to align across the seaside tourism, including its dysfunctions. For so doing, not only reflections but also actions are underway to develop national strategies aimed at striking a better balance between tourism, the environment and sustainable development. A prospective reflection has set out scenarios on Moroccan tourism for up to 2030, calling attention to the adverse impacts of a scenario that would be the continuation of the current trend and putting forward scenarios likely to correct such a trend. As to the actions, they are geared towards a diversification of tourism and a balanced land use planning via the promotion of rural tourism and inland tourism.

I. INTRODUCTION

By adopting tourism, in the late 1960s, as one of the priority sectors of its economic options, Morocco was regarded at the time as a leading Mediterranean destination of what was then new tourism, ahead of all other countries of the Southern Mediterranean rim, including Tunisia. It has, nevertheless, hardly benefited from this early positioning on the global tourism market, since towards the end of the last century (1999)—with 3.9 million arrivals of international tourists—it ranked in fourth position after Turkey (6.8 million), Tunisia (4.8 million) and Egypt (4.4 million)¹. As from 2000, however, a new dynamics has been incepted, and the tourism sector, again listed among the national priorities, is reporting a true recovery. As is often the case in matter of tourism—and the experience of the other Mediterranean countries attests to it—the risks of dysfunctions are proportional to commercial success. Therein lay precisely the relevance of the Moroccan case for the monitoring of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD).

II. PART 1 – TOURISM: CONTEXT, TRENDS, POLICIES AND STRATEGIES

The presentation of the tourism sector in Morocco, together with its context and trends, can be based on this paradoxical situation of a high-potential country, established fairly early in the European tourism market, but which has had trouble ensuring a lasting commercial success.

1. Rich potential but a not altogether satisfactory commercial success

1.1 Richness of the potential (Annex, Figure 1)

An extended high-quality coastline, particularly on its Mediterranean seafront, a rich and diversified culture, both urban and rural, and of a material nature—bequeathed by the past centuries—, as well as of an immaterial nature—deriving from the daily life of the inhabitants and the sometimes highly humanised natural environments—, and a great diversity, all constitute, no doubt, unquestionable assets. Chronologically, it was the natural and cultural interest sites that had attracted the early foreign visitors to Morocco. The seaside aspect was to obtain only later.

- An immense natural potential, in spite of some climate constraints ...

As a recreation and tourism space, the Moroccan inner country (inland areas) is hampered by just one handicap which is the climate, but which is likely to prove, sometimes, to be rather an asset.

The zones without high summer heat, demarcated by the curve of the July maximum mean temperature of 32°, tend to extend over part of the coastline and the mountain ridge (Middle Atlas and the central axis of the Upper Atlas). The remainder of the inner country, both south of the Atlas and between the latter and the coastline, reports rather high temperatures in the summer. During July, the average maximum temperature ranges between 32° and 36° in the Gharb (West) and may be as high as 40° south of the Atlas. It is also in inland and southern Morocco (except for mountainous areas) that the average duration of annual sunshine in hours is the highest: + 3000 H and above 3500 H for the South.

But this same sunshine becomes an asset in winter and in spring, when it is constant throughout the year as in Ouarzazate. The same applies to low rainfall which, while representing a liability for agriculture, becomes an asset for tourism. In the south of the Atlas, the number of days receiving rainfall between 6 am and 6 pm do not exceed 30

¹ This figure also comprises the arrivals of Moroccan expatriates who accounted for 1.5 million entries. While, in the rest of the study, only the number of foreign tourists (2.5 million in 1999) is taken into account, we have to include the Moroccan expatriates within this preliminary comparison with neighbouring countries because WTO data comprise the nationals abroad of the country concerned.

days, and may be of as few as 20 days. The middle Atlantic Morocco reports less than 50 days of rainfall.

However, this is far from the torrid and severe climate of other neighbouring countries which confines tourism to a thin coastal strip. The mountain ridge contributes in tempering this climate and even offers a certain climatic comfort, except in the winter when the temperatures can drop considerably. These winters report appreciable snowfalls and confer upon the mountain an additional charm. The juxtaposition of these snow areas to desert areas with strong heat and excessive sunshine bestows on these areas a further attraction rather than constituting a constraint on the development of tourism. The Moroccan tourism product offered grants a significant place to “desert discovery” and to “venture” type excursions.

- But, above all, a richness due to human action

This awe-inspiring or uncommon nature merges with human installations to create typical landscapes. The intensity of agricultural occupancy, the presence or not of fence plantations, the location and form of rural settlements, the irrigation or not of the crops, all these are parameters which participate in the highlighting of various agricultural landscapes: landscapes of extending crops in open fields of cereal crop plains and plateaus of Atlantic Morocco, Saïs, Prérif and part of the large modern irrigated areas; enclosed fields of irrigated arboriculture of the North; market-gardening areas; oases of the South; landscapes terrace fields where the slope becomes steep and the population significant in the Rif, the Upper Atlas; the oases of the founs (gorges) and the valleys of the Southern Side of the mountains.

- and to an immense heritage

The pre-Islamic heritage (rock engravings, legacy of an urban “Moorish” civilization pre-dating the Roman occupation and those due to Roman urbanization) is present everywhere. But it is the new foundations that accompanied Islamisation and the succession of the various dynasties which, attesting the power and the wealth of their great builders, offer today the strongest potential.

Idrissides (Fez), Almoravides (whose heritage was scarcely preserved), and especially Almohades (whose art espouses a new character via the minarets and monumental doors of Rabat and Marrakech) and Mérinides (more modest proportions and refinement of the medersa) stand out as the chief phases of this heritage. There must be added, to all this richness, the Hispanic-Lusitanian art which has left its imprint on certain sites of the Moroccan coastline. Although they are due to foreign builders, these monuments henceforth belong to the national heritage and attract many visitors.

Lastly, a special mention must be granted to rural art which owes its importance to the fact that the forms of traditional socio-economic organization are still vivid in the Moroccan countryside. Collective granaries or Agadir, carpet weaving, ceramics and goldsmith crafts are part of the artistic richness of mountain areas.

- Seaside potential

Climatic range and plant landscapes combine with the hydrological features of the Mediterranean and the ocean and with coastline morphology to help single out three coastal areas: the Mediterranean coast, the Atlantic coast North of the Agadir bay, and the Atlantic coast South of the same bay. The Mediterranean coastline, endowed among other things with a warm and calm sea, a shiny sky and the meeting of mountain flanks with sandy beaches, was at once ranked as a tourist resort par excellence.

Thus, Morocco vaunts a rich and diversified potential which could make of it a top-ranking tourism destination. However, this potential—which remains short of turning into a “calling”—could not give rise to tourism areas endowed with an actual (and not merely potential) “touristness” unless there were to take place a process of appropriation of the area by the tourism activity. This tourism-dedicated development of Morocco over the past 40 years, incepted with the three-year plan 1965-67, has evolved in an uneven manner marked by ups and downs.

1.2 Yet, despite this potential, the "Morocco product" has difficulty establishing itself on international markets

Growth was fairly rapid in the late 1960s and early 1970s, thus leading some to speak of a tourism boom. From 150 000 entries in 1961, the country passed to 1 226 000 entries in 1973. However, this growth was marked by very strong fluctuations in arrivals. Figure 2 (Annex) clearly illustrates these fluctuations (1.2 million entries in 1973; 903 000 in 1976; 1.5 million in 1982; 3.2 in 1992; and 1.5 in 1995) with expansion periods (the 1970s), periods of moderate growth (the 1980s), but also of stagnation, and even a slump, which can sometimes persist over several years. The latest of these slump periods started after the peak of 1992 and it took almost a decade for recovery to become again substantial as from 1997. Today, with 4 038 898 foreign tourists and more than 13 million overnight stays, Morocco has resumed its growth rate of the past, but its share in world tourism (0.58%), Mediterranean tourism (1.91%) and Southern Mediterranean tourism (17.6%) remains still quite modest, and the real revival reported since 1997 has not recovered yet for Morocco its position of the early 1980s.

This loss of market share, which extended over a long period and which was set for a real crisis that had started in 1988 (if one were to consider entries of European tourists only), arose from various causes. An examination of the various fluctuations of the curve highlights the effects of the economic context. One can thus identify the repercussions of either extra-regional conflicts (Gulf wars, September 11), or regional conflicts (opening and closing of the border with Algeria), or else internal causes (terrorist attacks of Marrakech in 1994 and Casablanca in 2003).

But the precursory signs of the slump, which since 1990 and 1991 has affected the majority of the Mediterranean destinations, date back well before the Gulf crisis. Indeed, the problems of Moroccan tourism, which started in 1988 to last over a decade, were due to a veritable structural crisis. The decrease in international demand on Morocco has to be connected with the ageing of the product which is reduced, in its seaside component, to a single resort (Agadir) and, in its cultural component, to a saturation of the product of ancient imperial capitals or cities, while the elements likely to renew this product (mountain and desert) have not formed the subject of any consistent, aggressive and proactive policy. This slump must also be connected with the degradation of this product in certain destinations, such as the tourist resorts of the North where environmental problems and those related to quality of the sites are real.

Demand has also slackened following the particularly aggressive policy of development and promotion of tourism in the competitor countries within range of Morocco, such as Tunisia, Egypt and Turkey, at a time when transport prices to Morocco were not in step with the overall decreasing trend. All this must be added to the country's brand image which, while ageing, was not targeted by a consistent promotion policy based on a clear vision and constantly readjusted, nor by an aggressive marketing policy.

Alongside with this, one observes a considerable decrease in hotel investments which, after having peaked at 1.5 billion DH in 1995 and an annual average of 900 million DH over the period 1985-95, were down at 254 million DH in 1998, that is an annual average of 470 million DH over the period 1996-98. This fall in investment is due at the same time to the abrogation of the latest Tourism Investment Code and to the fall in international demand on the Morocco destination. It has led to stagnation of hotel capacity and ageing of its structures. The annual growth of this capacity between 1990 and 1999 was of 0.5%, as against 7.2% over the period 1965-1990, that is a capacity of 93 500 classified beds in 1999, compared with the 180 000 beds of Tunisia or with the 140 000 beds of Egypt. As for ageing, it is attested by the fact that only 70 000 beds of this capacity (about 75%) were really marketable on the international market, the remainder not meeting the standards any more.

1.3 Since 2000, a new tourism policy is taking shape under the form of an aggressive redress plan and a sustained recovery

The situation has been in the process of a drastic change since the beginning of the present decade. The arrivals curve has been on the rise since 1997, and growth, though reporting cyclical falls (2000 to 2003), is steady. Following an awakening to the extent of the crisis and moved by a will to reinstate tourism as a national priority, a proactive policy to redress the sector was incepted by the oversight authorities and the private sector.

1.3.1 Performance contracts 2001-2010

The characteristic feature of this recovery is that it is conducted jointly by the authorities, via the Ministry of Tourism, and the professionals of the tourism sector, via the General Confederation of Moroccan Enterprises (CGEM) and its Tourism Federation. A framework agreement signed jointly in January 2001 outlines in detail both this strategy and the commitments of the two parties. In this agreement, tourism is instated again as a national economic priority, and this, for "its invigorating impacts on the main macro-economic variables (employment, growth, foreign balance and investment), its spill-over impacts on the other sectors of the national economy and its structuring effects on the industrial fabric of SMEs/SMIs, on land use planning, local populations and the rural environment". The two parties confirm their commitment to the strategy which underscores the need to restore the competitiveness of the Morocco destination. It consists in moving from the crafts stage to that of a veritable industry and revolves around four major axes: commercial, industrial, financial and institutional.²

As regards the product, the strategy puts forward an aggressive positioning with regard to seaside tourism and the construction of six new resorts, while targeting the consolidation of the existing seaside resorts. Cultural tourism, as well as rural tourism and domestic demand, have not been overlooked, for all that. Various other measures are outlined in this strategy with an implementation schedule and a sharing of tasks. The overriding objective of this vision 2010 is to reach a figure of international tourism entries of 10 million tourists by 2010.³ It is worth recalling that the strong point of this programme rests on the six seaside resorts (Plage Blanche, Taghazout, El Haouzia, Mogador, Lixus and Saïdia: Cf. Figure 3 in Annex), that is about 130 000 beds which will add up to the existing 100 000 beds.

1.3.2 A satisfactory progress rate

This programme has been in implementation process since 2001, thus confirming that this will of recovery is not mere lip service. The State has given concrete expression to its pledges by revising the legislative and regulatory texts governing the tourism activity (law on classification of hotels), by easing and simplifying national and local tourism taxation and by stepping up the promotion budget allocated to ONMT (National Moroccan Tourism Authority): the State grant passed from 100 million DH in 2000-2001 to 450 million in 2005. It has also introduced since 1998, and in a gradual way, incentive measures towards investment in tourism: considering tourism as an export sector, introduction of several tourism equipment goods in list A, support for the financing and rescheduling of the arrears of tourism enterprises experiencing financial difficulties, etc.

The six identified resorts have formed the subject of development studies and were granted to private development planners. The State grants the land in undeveloped state for site development while constructing the off-site infrastructures. To this programme, there must be added the development of other seaside sites, as well as a programme of upgrading and development of already existing tourism zones.⁴ Accordingly, there is a Regional Tourism Development Plan (PDRT) for Fez, Agadir, Casablanca, Tangier, Tétouan and its coast, while others (Rabat, Meknès) are in the pipeline. Besides the financing of the infrastructures

² The key elements of this vision 2010 are summed up in Annex 1.

³ Cf. the implementation agreement of the framework agreement 2001-2010, and the box in Annex which sums up the key elements of this vision.

⁴ Boxes provide an overview of the progress status, as well as of the chief components, of these projects (Cf. Annex 2).

of the tourism areas provided by development funds (Hassan II Fund, 500 million DH) and a World Bank loan (2.4 million US\$), other funds are enlisted: the Hotel Renovation Fund (100 million DH) and the Tourism Investment Fund (3 billion DH). A Tourism and Competitiveness Observatory has been set up, together with a training programme. Lastly, air traffic liberalisation has gradually been introduced since 2004 and, today, several low rate companies have been established and other international ones have been authorized to service Morocco.

All these efforts now translate into a better performance of Moroccan tourism. It is especially since 2005 (Annex, Figure 2) that the arrivals curve has been reporting a rising trend, with a 6% increase compared to 2004 for total arrivals (foreign tourists and Moroccan expatriates) and a 12% increase for foreign tourists alone. This growth has been steady, and the growth between 2004 and 2007 reported for total arrivals, arrivals of foreign tourists alone and hotel overnight stays the following rates: 35.3%, 48.8% and 28.3% respectively. In terms of tourism earnings, the results are even more satisfactory: indeed, they posted an increase by 52% between 2004 and 2007, passing from 34.8 billion DH to 52.9 billion.

Lastly, as the programme nears completion (2010), a study was inceptioned in April 2008 which, drawing upon the achievements and performance of the vision 2010, must work out the vision 2020.

These achievements and performance take concrete form in non negligible economic, financial, social and area-based effects. Before presenting these effects, it is worth underscoring yet another specificity of Moroccan tourism inherent in demand.

2. A fluctuating international demand and a rising domestic demand

When Morocco decided, some forty years ago, to develop tourism as an economic activity, the main targeted client groups were international customers. Product set-up, development of tourism areas, accommodation facilities and promotion campaigns were underlain by the international market. Besides the fact that domestic demand was assumed as being non-existent, the latter could not generate, according to officials, any windfalls as it does not generate foreign currency. However, in view of the strong fluctuations of the international demand targeted initially, there has obtained a remarkable rise in the ignored domestic demand. Therein lies another paradox of Moroccan tourism.

2.1 Prevalence of European customers ...

Amidst the fluctuations of foreign tourist arrivals, one notices the prevalence of a main tourist inflow site: Europe.

Europeans have always accounted for over 50 % of the tourists visiting Morocco. Being about 60% during the 1960s, the share of European customers rose to 70% in the late 1970s to reach 80% as from 1979. The weight of Europeans is even more significant when one considers hotel overnight stays: 86.1%. Europe's share was only to decrease with the reopening of the border with Algeria. Five countries or groups of countries only (France, Spain, England, FRG, the Benelux) still provide today the main part of the arrivals (72.4 %) and the hotel overnight stays (76.2%) (Table 1). The monopoly of a single inflow site is even more marked when nationalities are considered separately.

Table 1 Share of main European nationalities and of Europe as a whole, in foreign tourism arrivals and hotel overnight stays (2007)

Nationalities	Arrivals		Overnight stays	
	Number	%	Number	%
France	1 605 503	40.0	6 419 752	46.8
Spain	540 186	13.4	766 553	5.6
Germany	159 844	3.9	988 958	13.5
England	338 304	8.4	1 367 142	10.0
Benelux	273 910	6.7	908 032	6.6
Sub-total	2 917 747	72.4	10 450 437	76.2
Total Europe	3 218 188	79.8	11 798 920	86.1
Total international tourism	4 030 898	100.0	13 703 222	100.0

Source: Ministry of Tourism Statistics - Rabat

French tourists now account for 40% of arrivals and for over 45% of overnight stays. This nationality has always been the main customer of Morocco, and this, for well-known reasons (historical and traditional bonds, communication facilities, geographical closeness) to which there must be added the extended French hotel chains (Club Méditerranée, Accor, etc). The prevalence of French customers was to mark Moroccan tourism until the late 1970s by its itinerant and individual style, hence the prevalence during this first phase of a mobile tourism with a cultural component, the areas most attractive of French tourists being in descending order: Marrakech, Errachidia-Ouarzazate and Fez-Méknès, besides Agadir. The situation was to change as from the end of the 1970s when the French customers started changing their tourism likings. Being increasingly under the sway of tour operators (FRAM) and Club Med, the French tended to espouse in their behaviour the Germanic and Scandinavian style: they tended to increasingly practise package group tourism together with a quite marked seaside component. With these new tourist behaviours, they were to be joined by other nationalities also practising this new tourism, such as the Germans who, arriving in their majority by charter planes, practise mainly a type of group tourism with seaside stays.

This strong trend towards seaside-stays tourism is moderated by the emergence of new nationalities in the past few years. The Spanish seem to have discovered the Moroccan destination. Not exceeding 50 000 entries in the late 1960s and early 1970s, they account for over half a million arrivals and overnight stays, thus ranking second after the French, for arrivals, and before the Germans, for overnight stays. The main part of their visits is dedicated to imperial cities and the South routes. Accordingly, they may be said to belong in a new wave of demand on the cultural.

2.2 ... while domestic demand is becoming increasingly essential

The already mentioned cyclical decreases in the arrivals of foreign tourists in Morocco regularly reveal the spectacular and continuous rise in domestic demand.

Although existing on the ground, this demand had never been taken into account either by decision makers or by the professionals of the sector until the crisis of the Gulf War (early 1990s) brought it to the fore. Hotel owners have, indeed, called upon this domestic market to compensate for the loss of earnings incurred due to massive cancellations by foreign tour operators because of the conflict. Yet, the extent of domestic visits was real and, since the mid-1980s, the summer periods have been marked by swelling crowds of national holiday makers with two types of inflows:

- A flow convergent with international tourism flows and which can be identified in classified hotel facilities (classified hotels, apartment hotels and holiday villages), where the nationals absorb, according to the years, up to 20 % of the total overnight stays. If one were to add the national overnight stays spent in non classified hotels and camp-sites, the share of domestic tourism would pass to 40 % of the total overnight stays spent in Morocco by all tourists (national and international);

- A flow divergent in its practices and its features from international tourism and which seeks accommodation in rent at the landlord's or lodging at parents' and friends'. The latter accommodation facilities received 57 % of the demand during the 1980s, and it was, for this reason, rather difficult to quantify this flow. The latter illustrated, above all, the specificity of this tourism practiced by Moroccans and marked by travel conducted mainly as a family group or together with friends (80 % of departures), a prevalence of seaside stays (over 67 % of the stays), neither traditional nor modern tourism practices, and a preference for the destinations to Northern Morocco (over 50%) (Berriane, 1999).

3. Tourism has always ranked high in the country's economy, space and society

Although Morocco's share amongst competitor Mediterranean destinations is still small, and in spite of the many difficulties which the tourism sector has had to contend with, such as fluctuating arrivals, it is nonetheless a significant component of the national economy. It has always been regarded as the second contributor in the balance of payments, after the remittances of Moroccan expatriates and before phosphate exports.

With earnings of 29 Billion DH in 2001, tourism was a very close second to remittances by Moroccan immigrants (36.2 Billion) and contributed thus largely to keeping the balance of payments. It accounted for 7% of GDP and generated 640 000 direct and indirect employment, that is, 5.8% of the working labour force.

Due to the recovery of the sector over the past seven years, earnings increased in a spectacular way: 31 billion in 2003; 35 in 2004; 41 in 2005; and 53 in 2006. In 2005, these earnings accounted for 25% of the goods and services account, as against 11.9% in 1980 and 19% in 2000. A real dynamics fuelling the economic activity was incepted thanks to the tourism final demand, which may be noticed in cross-sector exchanges, value added, wages, tax and operating surpluses. The sector proves to be a powerful generator of employment: direct and indirect employment was estimated at 690 000 jobs in 2005 that is the equivalent of 6.8% of total employment.

It is, above all, endowed with a high capacity to shape both space and society. Indeed, the increasing flows which are unevenly spread in the country, the mobilization of huge funds to be invested on local and regional level, and State intervention—direct, in the past, but now increasingly indirect—to promote regional development, leave a variable imprint on the country and the population according to the regions. Tourism has become one of the key elements of space organization and a determining factor of change affecting local balances and economies.

This commercial performance is necessarily accompanied by questions related to the impacts on the environment and development, as well as to the foreseeable implications of this policy with regard to the objectives of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD).

III. PART 2 - ASSESSMENT OF THE PROGRESS MADE WITH RESPECT TO THE OBJECTIVES OF THE MSSD

1. Introduction

It is quite obvious that this proactive policy engaged jointly by the public authorities and the private sector was geared to achieving the key objective of reinstating Morocco on the international tourism market and of ensuring a development of the sector likely to contribute in the country's economic development.

The ecological and environmental dimensions were not explicitly listed in the previous tourism policies and strategies. The concentration of the demand on Morocco on the four countries of origin and the high seasonality of the seaside product are two vulnerability factors of the Moroccan tourism sector in a region of international stress where tourism is very sensitive to crises. Besides being vulnerable to such crises, tourism in Morocco also has to contend with a very strong competition. Accordingly, the environment protection concern has often been eclipsed in the attempt to attain commercial goals whose achievement sometimes results in offences against this environment.

Still more, next to this international stress, the environmental stress is even stronger. The very concentration of demand over a short period induces peak effects in many fields, in particular the tapping of and the pressure exerted on the natural resources and the environment.

In the absence of environment protection, the development of tourism in this twofold context of fierce competition and of a rather vulnerable product is likely to result in an alteration of the landscapes accompanied by their "concreting" and standardization. The development strategy of Moroccan tourism cannot obtain without taking into account the risks of pollution and deterioration of the quality of life of the tourist reception environment, of abusive exploitation of such scarce resources as water and land, and of destruction of the plant cover, etc.

Thus, alongside with this aggressive policy geared towards reinstating tourism on the international market, one observes a concern—though as yet loose and sometimes limited to lip service—for environmental questions in connection with tourism development. Concepts like sustainable tourism, accountable tourism or solidarity tourism have gained currency in official discourse as well as in the discourse of the professionals of the sector. Development studies increasingly address the issue of impacts; official tourism policies grant some space, though still limited, to the concept of sustainability; voluntary approaches by some professionals assert this sustainability, and NGOs sustain the whole process via initiatives serving the same purpose. The High Commissionership for Planning (HCP) commissioned in 2006 a prospective study on tourism in Morocco for the time frame 2030 advocating an environment and sustainable development observant scenario. More recently, the study on "Identification of the Tourism Strategy in Morocco: Vision 2020", launched officially in April 2008 to prepare the post 2010 vision, mainstreams the concept of sustainable development and emphasises a vision geared towards a clean and accountable tourism which is observant of man, nature and the environment. Lastly, the environmental dimension is increasingly mainstreamed as a commercial asset insofar as both professionals and officials are aware of the changes affecting the international demand that is, henceforth, sensitive to a tourism designed as a means of poverty alleviation and safeguard of the environment.

This is all to say that the conception of tourism in Morocco and the operation of the sector are subject to the dual pulls of, on the one hand, the commercial constraints, which have so far eclipsed the environmental and sustainable development dimensions and, on the other hand, the increasingly explicit and proactive ambitions tending towards environment protection and the development of an accountable and clean tourism. In the following paragraphs, the study will consider the three major recommendations of the MSSD for the tourism sector while trying to highlight that which in the actions conducted so far takes into account these recommendations. Throughout this study, one can but notice that this dual pull

between economic return and environmental concern leads sometimes to spectacular results, but also, occasionally, to rather disappointing outcomes.

2. Control over area and environmental impacts

2.1 Prevention and mitigation of the adverse impacts of tourism developments, urbanisation and facilities on the coastal strip

2.1.1 Context: A quite marked coastline concentration process

The development of seaside tourism in Morocco, though timid in the preceding decades and aggressive as from the advent of the performance contract and Plan Azur, obtains in a context of a coastline concentration of economy and space.

For particularly historical reasons, the Moroccan coastline had remained for a long time unoccupied, it having become repulsive as from the XVIth century, due to settlement attempts by the Portuguese and the Spanish. However, in the wake of the European penetration, the coast had become again attractive for human presence and economic activities, more particularly as from the 1950s which marked the beginning of the swing of the driving forces towards the coast, which swing has continued ever since at an intensive pace. Today, the highest rural densities—except for some inland irrigated areas and the oases of the South—are reported in coastline municipalities. City growth and urban sprawl are the fastest on the coastline, with in particular the development of the Casablanca-Kénitra conurbation. In the Mediterranean centres—all developed originally aside from the coast on defensive headlands—the extension has been focused on the coastal strip and beach areas (Tangier, coast of Tétouan). Industry, too, has also sought out coastal location (Mohammédia, Safi, Jorf Lasfar, Nador). But it is undoubtedly tourism which has, most of all, sought out coastal establishment. The major part of the investments is geared to the coastal zone, and this trend is not contradicted by the current projects, whether for international or national tourism. The population of the Atlantic coastline accounted for 19.4% in 1936 and 54% in 2000. Its growth rate is estimated as 5%. The two wilaya (Provinces) of Casablanca and Rabat alone concentrate 62% of this coastline population. The Mediterranean coastline population has reported a lower increase (2.3% during the last decade and 3% between 1960 and 1990). The coast acts as a structuring pole of the national economy, in view of the demographic concentration: industrial (80% of the full-time industries labour force), tourist (50% of the accommodation capacity) and commercial (92% of foreign trade). The Atlantic coastline concentrates the main activities: textiles, chemistry, mechanical and electrical industry. Some 77% of the plants are concentrated on the Atlantic coast, particularly in the large cities. This same zone absorbs 78% of the industrial investments of Morocco. The Safi-Kénitra axis is the major structuring space. The main portion of the investments is conducted there, especially in the harbour cities. On the Mediterranean, Tangier and Nador represent the two industrial poles, with iron and steel industry, textiles, and clothing. Redeployment is favourable to the city of Tangier which occupies a position that has become paramount.

Compared to the coastlines of the other Mediterranean countries, the Moroccan coast may seem to be fairly under-occupied, except in certain particular areas, between Rabat and Casablanca, between Ceuta and Tétouan, or around Agadir. But the pace of coastal concentration is fast, and only anticipation could help avoid the already observed forms of degradation.

Urbanization is already excessive. The classical form is that of conurbations that develop a seafront. The second form is that of an urbanization connected with seaside recreation. The latter form may often take place in a not altogether regular manner.

Planned tourism urbanization is booming in the Tétouan, Rabat-Casablanca zone, around Agadir and soon around the new poles identified by Plan Azur where the construction sites are in their quasi majority in progress. Urbanisation encroaches upon virgin areas and leaves but a few openings, undoubtedly not for a long time to come. The de facto privatisation of this coastline tends to become real, even if it is often denounced. The coastal strip between

Rabat and Casablanca reports a rapid lengthways urbanisation. The beaches and their immediate vicinity are the most intensively occupied and increasingly constructed in a permanent way. The area nearest to the sea, between the road and the shore, is the most strongly on demand. On the other side, growth is just starting. The old cottages occupying the public domain have been everywhere replaced by often imposing constructions or residences. In these extensions, a large portion increasingly meets the needs of permanent housing. The human load is thus expected not to be seasonal any more.

Coastline occupancy manifests itself, moreover, under forms that are non compliant with the regulations in several regions. This is the case in Northern Morocco where demand exceeds that of the only inhabitants of the region. The slopes overlooking the bays and creeks of the Rif coast and the shore itself are the prey of an urbanization that strongly degrades the aesthetics and natural dynamics of these vulnerable shores.

Marinas are booming. Many sites have been selected (35 in all) for a more or less long term construction (eight on the Mediterranean and the remainder on the Atlantic). The implementation of this programme will further exacerbate the pressure on the coastline, especially in the sections of activity concentration. These ports can, failing serious preliminary impact assessment, cause imbalance of coastal sedimentary transits and induce accentuated erosion or cases of silting.

Our previous studies have observed and analysed cases of dysfunctions and degradation of the coast following a very strong and unguided tourism demand. On the Mediterranean coast alone, the examples of the bay of Tangier and the coastline of Tétouan are quite illustrative of these trends (on which more further down).

2.1.2 Quite worrying prospects

It is in this context that one should consider actions to address the adverse impacts of developments, urbanisation and infrastructures on the coastline strip.

It is necessary, first of all, to insist on the fact that the pressure on the coastlines, and in particular the Mediterranean coastline, is set to become even stronger. The recovery of tourism in Morocco planned and designed by decision makers and the professionals of the sector, rests above all on seaside tourism. The seven resorts of Plan Azur have a coastline location. By introducing other destinations, the Madain Plan could readjust this demand and somewhat ease the pressure on the coastline, but one cannot fail to note that, out of seven destinations, only two (Fez and Meknès) are located in the inner country, whereas the other five (Rabat, Casablanca, Tangier, Tétouan and Agadir) are coastline sites.

The Mediterranean coastline, so far landlocked and, therefore, hardly occupied except where it is accessible, is now the site of large-scale equipment and development operations which will open it up completely. Besides the harbour complex Tangier-Med and the major industrial and crafts zones which are being established successively on the coastline strip or in the vicinity of the coastline, the Mediterranean bypass which is due to connect, in the long term, Tangier in the West with Saïdia in the East, is reporting rapid progress. With the infrastructural landlockedness removed, the equipment and development options are geared towards massive arrival of populations. Indeed, alongside with the construction of the bypass, the scenarios of safeguard of the high Rif mountain, affected by an advanced degradation process, grant priority to a draining of this high mountain and descent by the populations and housing to the coastline strip. This is intended to ease the pressure on the highland by directing the populations towards areas where income-generating opportunities are supposed to be better. However, the main activity envisioned to generate these incomes is tourism.

In the face of this pressure on the coastline—due to tourism or other anthropogenic activities, and which is set to persist—, there is a glaring legal loophole. Besides, the coastline is not as yet perceived by decision makers and planners as a specific environment which requires equally specific tools and instruments.

The Moroccan legislation related to the coastline is silent. No legal text relates to it clearly. Only the Interdepartmental Commission, instated by the circular of the Prime Minister n°

2007 dated 19 June 1964, tasked with laying down a policy of tourism and seaside developments and pronouncing on projects located along a strip of 5 km off the coastline, may be regarded as a dedicated approach. This authority, which actually exists, operates on an ad hoc basis to examine some of the large-scale projects which are sometimes submitted to it. However, the four most significant missions for the future of the coastline (definition of a general policy of tourism and seaside developments; drawing up the programmes of the developments to be conducted; proposing methods of implementation of these programmes; proposing modes of financing and assignment of the land) have never been delivered by the commission. Accordingly, it has not issued any directive or another document setting out what would seem like a dedicated coastline development policy. In other words, the only legislation related in an indirect way to the coastline is derived from the regulations governing the use of the public domain, under which the maritime domain belongs, or that referring to the protection of natural environments which belong within the purview of the Water and Forestry administration.

This amounts to saying that the only legislation relating directly to the coastline is derived from the regulation governing the use of the Public Domain. The latter comprises also the Maritime Domain which is demarcated by the Dahir (Decree) of 1914 as comprising "the sea shore up to the high tide boundary, as well as a six metre strip measured as from this boundary; roadstead, ports, harbours and their outbuildings/dependencies; lighthouses, lanterns, beacons and, generally, all structures intended for the lighting and beaconing of the coasts and their outbuildings/dependencies". However, this Public Domain—though inalienable—can, under the terms of the Dahir of 1918 relating to temporary occupancy of the Public Domain, form the subject of private occupancy. Being temporary in theory, these concessions of use of the Maritime Domain, often of a tourism and seaside character, are regularly renewed. This, therefore, does not protect the Public Domain, in general, and the Maritime Domain, in particular, from a private, lasting and permanent-structure like occupancy. Besides, the Dahirs on the Public Domain, listed fishery facilities, hydrocarbon deposits, land use planning, and even the law on the environment, are not dedicated to the coastline domain. Only the law on the Environment addresses marine spaces and resources. This law stipulates "legislative and legal provisions to prevent and curb any activities likely to alter the quality of sea water and marine resources, to put human health at risk or to be harmful to the fauna, the flora, related interests and the marine and coastal environment in general".

And yet, Morocco has adhered to several conventions and ratified several others. There is, indeed, a draft "law on the coastline" initiated and discussed in the wake of the debate on land use planning at the beginning of the present century. But this law has been awaiting for several years now the signature of the Secretariat-General of the Government.

Besides this quasi-total loophole in matter of coastline law, the coastline has never been taken into consideration by planners as a natural and space unit and as a economic-social entity. For a long time, land use planning has been marked in Morocco by a high centralization, both in terms of decisions and of design, and planning has remained more sector-based than space-based. Accordingly, the coastline does not figure in this planning. On the space level, planning is designed for urban areas or for regional territories, but not on coastal area level, i.e. the Maritime Public Domain and the adjacent sensitive areas in need of protection. The issue of demarcation of the coastal strip remains completely non addressed. At times, there was proposed a 50-60 km extension into the land, while at others, there was proposed a demarcation limited to the shore strictly speaking, i.e. to the land-sea contact zone. The future coastline law should in principle resolve this problem of demarcation. The many planning instruments already produced or underway are designed either on urban space level (Urban Development Master Plans), or on rural area level (Rural Structural Plan), or, lastly, on regional level (Regional Development and Equipment Plan). No planning tool dedicated to coastline planning exists to date. When planning studies defined as being dedicated to the coastline are launched, their TOR tend to be rather similar to those of the classical planning tools.

2.1.3 Hopeful sign: The law on the coastline

However, the situation seems to suddenly begin to change. During the national debate on land use planning (2000), several local workshops and regional forums addressed either directly or indirectly the coastline planning and management issue. The Land Use Planning Charter, which was the outcome of this debate, dedicates several of its articles to the coastline space and to the problems it raises. Planning tools, dedicated more or less to the coastline, are in preparation process. The SDAUL are Urban Land Use Master Plans developed to cover a coastline and its influence zone. Several of these plans have either been developed or are underway.

It so happens that the reflections and studies relating to this issue have to contend with its newness. The studies mentioned are sometimes (as often betrayed by their appellation) mere Urban Land Use Master Plans more or less adapted to the coastline space. Emphasis is often laid on a description of land use and proposals of development options. However, the approach to man's relation to the coastline has already considerably evolved, not only in terms of methodology but also in terms of queries and concepts. The division into 16 institutional regions, also looked upon as development and equipment frameworks, segments the coastline into several little homogeneous sections. The core and decision-making centre of the economic region is sometimes located quite far from the coastline. As for the local communities, closer to their area, they are lacking in technical coaching and financial means.

All hopes indeed are pinned on the future law on the coastline (Cf. Draft text in French Annex 3). The latter sets itself the following objectives:

- implement an integrated management and a balanced development of the coastline;
- protect the coastline against all forms of pollution and degradation of whatever origin;
- establish balance between economic development exigencies and the coastline protection requirements to safeguard its resources for the present and future generations;
- mainstream the coastline environmental dimension in sector-based policies, in particular industry, tourism, development of human settlements and infrastructure works;
- bring on board the local communities, environment protection associations and private sector organisations in decision-making concerning the coastline;
- rehabilitate the degraded and polluted coastline sites;
- ensure free access to the seashore.

After having identified the coastline (entities demarcated by the municipalities overlooking the sea) and specifying a certain number of general principles, it stipulates the rules of protection, underscores free access to the coastline, lays down the terms governing the exercise of activities in this area, establishes a Regional Protection and Integrated Management Plan of the Coastline, creates a National Coastline Agency under the form of a public entity and designates the oversight authorities. Additional constraints are thus added to those governed by the other laws. The principle selected is that of in-depth planning, the standards becoming more constraining near the shore. A non constructible area of 100 m in width is set, together with a second strip band, with several constraints. Besides, pedestrian crossing must be guaranteed in the Maritime Public Domain (mandatory cross passageways every 500 m). Works likely to adversely affect the natural state of the coast would in principle be prohibited, except for the provision of a public utility. Effluent disposal into the sea would be prohibited and the facilities are required to treat their own wastewater. Projects likely to be prejudicial to the coastline are subject to environmental impact assessment studies.

2.1.4 Particular situation of the Mediterranean shore

The case of the Mediterranean coastline is a good illustration not only of mistakes but also of mismatches between offences to the quality of the coastline, on the one hand, and the dedicated measures intended to mitigate these offences. A brief overview of the main phases experienced by the two major tourism poles of this coastline will highlight the mistakes and the attempts to mend them.

From 1965 to 1973: Phase of international tourism and the emergence of Morocco's Mediterranean shores on the international market

The North of Morocco—mainly the city of Tangier and the eastern coastline of the Tangier Peninsula—holds a key position in the Moroccan tourism product. Its appeal is due to the pioneer character of the tourism facilities on an almost facility-free coast just before the Triennial Plan 1965-67, and now concentrating more than 14 % of the country's total hotel bed capacity. The dedication of the coast to the tourism activity was due to three factors: the geographical location on the Mediterranean shores and closeness to Europe; the arrival of mass tourism whose first waves land on this coastline before any other place; and the direct intervention of the authorities. Shortly after Independence, Tangier was to experience a socio-economic stagnation due to a slack in the activities inherited from the international system. As for the Mediterranean coast, it was hampered by a natural, historical and economic landlocked state. The limestone ridge of the Jbala countryside, as well as the high peaks of the Rif, added up to the legacy of the political split under the two protectorates (embryonic South-North road network) to cut off the coastline from the rest of the country. The economic life is based primarily on traditional and food agriculture: cereal crop growing in the plains and mixed-farming with dominant tree plantations on the hills. It is further hampered by little maritime activity with small fish catches, a quite negligible harbour traffic, and non existence of a regional port and coastal city. The main city, Tétouan, is quite removed into the inland from the coastline. Al Hoceïma, main fishing port, is lacking in equipment and outlets. Nador's main activity is supply, with imports overriding exports. In the face of such a difficult situation, worsened to the East by very high population densities, the planner enlisted the assets of a Mediterranean shore likely to drain foreign customers and to, consequently, rout the Northern region of its lethargy and ease its landlocked situation. It was in this way that the Mediterranean coast was selected to receive the first facilities geared to international tourism, and Tangier was equipped in order to retain part of the international flow passing through its border post.

The Tétouan coast was becoming the site of a series of seaside resorts with foreign management and customers. It was to fully benefit from the measures taken during this first phase. To attract private developers to the area, the State was to bear heavy financial costs and act as an investor via financial bodies and semi-public companies. It took in charge the development and infrastructure works by laying main roads and feeder roads and by carrying out water and power supply, sanitation and communications. All these efforts were to lead to the emergence on the coast of Tétouan, from South to North, of the resorts of Cabo Negro (Club Med and S.A.T. (Tourism Development Company) residential centre), of Mdiq (a holiday village in the centre itself, the Holiday Club and the slightly removed Maroc-Tourist complex) and of Restinga (a Maroc-Tourist complex and a Club Med).

Tangier was provided with the first National Tourism Development Company (SNAT). The various incentive measures were to lead to the development of the city's accommodation infrastructures, making of it the country's top-ranking city in terms of hotel capacity until 1977, year in which it was superseded by Agadir then Marrakech. The Development Company had an ambitious programme from the start, since it was to operate over a vast area of 1 000 ha extending along a beautiful beach located East of the bay, with an initial programme of 30 000 beds. Several types of accommodation (luxury hotels, holiday villages, camp-sites, apartment hotels) were envisaged around a manmade set to provide sports activities, the whole being organized around a marina. The implementation of these projects required significant investments as well as acquisition—via expropriation for public use—of all land necessary to the project.

1973 – 1983: The Mediterranean coast and Tangier lapse into forgetfulness

After the first years of euphoria, the Tétouan coastline was soon abandoned by international agencies which now turn to southern destinations. It must be said that the choice of these sites was done somewhat in haste and without preliminary studies, the developed coastal sectors—in the province of Tétouan—offering the Mediterranean climate attractions only during a short summer period. Accordingly, the construction pace was to slacken as from the early 1970s to come to a complete standstill at the end of the same decade. In 1977, a

subsidiary company, SOGATOUR, was set up with the purpose of development of the still unused land with a view to its transfer to private developers. This was to incept a paramount change in the evolution of these companies: the equipments constructed were not to be managed any more as hotel facilities or rented to hotel companies, such as Club Med; they were intended for sale to private developers, being most often Moroccan nationals.

In Tangier, the tourism boom expected came to a sudden end, and the initial programme was soon revised downwards to 10 000 beds (instead of 30 000) over an area of 350 ha (instead of 1 000 ha). By the end of the 1970s, out of the 10 000 beds decided in the final account, only 20 % were completed, that is slightly more than 2 000 beds. Indeed, once the area of S.N.A.B.T had been developed, the site was to experience environmental degradation and a commercial crisis. The tourism development programme of the bay reported a remarkably low progress rate. The imposing Marina project, a core component of this operation, was to never materialise. The only formula seeming to actually work was that of collective residences (bungalows and apartments) to rent. The reasons of this downturn are numerous. However, the environmental problems, due to the very design of the development of this bay and to the mismatches having arisen between tourism, on the one hand, and the other economic sectors of the city, on the other hand, are the chief culprits (Cf., in Annex, Figures 4, 5 and 5(a)).

A first tourism/harbour activity mismatch induced a degradation of the eastern beach, the project cornerstone. The choice of the company's action zone was guided by the quality of the beach (fine sand and calm coastal water), its expanse (1 200 metres in length over 200 in width) and its relative distance from the city centre (4 kilometres). However, this beach was to undergo a very active erosion leading to its accelerated thinning out in sandy materials. This trend towards gradual sand impoverishment of the beach was accelerated in proportion to the extension of the port embankment: within a few years, three kilometres of beach sand located between the mouth of wadi Souani and the base of the Cape Malabata cliffs were destroyed. The extension of the port embankment, made necessary by the steady increase in traffic, the fact of completely overlooking the tourism project in progress on the opposite side would have disrupted the dynamics of marine circulation in the bay, directing the currents into an aggressive movement of beach sediment transport.

A second tourism/ industrial activity mismatch poses the problem of pollution. The S.N.A.B.T. action zone is located downstream the old industrial zone known as I.Z. of Moghagha. It comprises twenty industrial plants provided with a sanitation network, of which some highly polluting ones—such as dyeing plants—dispose of their effluent in wadi Moghagha. A second industrial zone recently created on the Tétouan roadside, further upstream, comprises 80 facilities which are well provided with a sanitation network. However, due to poor operation of the latter, several factories discharge their wastewater into the wadi. Accordingly, wadi Moghagha has become the outlet for the entire industrial plants of the old industrial zone and part of those of the new zone. Flowing into the bay of Tangier, where the company action zone starts, it brought along with it enough solid and liquid wastes to pollute the beach. The choice of the action zone did not take into account the economic activities antedating tourism and sited upstream.

A third problem is posed by silting of the manmade lake. The establishment of leisure activities in the tourism zone of the bay was supposed to rest mainly on a water surface created at high cost. This manmade lake of 25 ha was developed in the downstream part of wadi Melalah. It was designed to allow bathing and a few water sports, as well as to subsequently accommodate a sailing harbour and serve as support to a marina (4 hotels of 5 000 beds, casinos, apartment hotels, conference hall, etc). However, some time after its digging, the lake began to be silted starting from upstream. Wadi Melalah, originating from the neighbouring hills, transports significant quantities of sediments coming to settle at the inlet channel and fill up the upstream part. The eastern slope of the lake, with a very uneven relief and thus subject to an intense erosion, conveys with the runoff water masses of sediment that settle at the bottom of the lake. An impact assessment study would have probably considered an intervention on the entire catchment area of wadi Melalah. The

measures proposed address the problem downstream and overlook the interrelationships with other elements of the system.

Anthropogenic action in the bay of Tangier has given rise to serious problems of environmental degradation of which tourism is the chief victim. This action is neither large-scale (both the tourism facilities and industrial activities do not present any overload for the local environment), nor is it unjustified (the tourism project of the bay is well-founded and the extension of the port is essential). Neither of these actions, considered separately, is awkward or anarchic. The harm comes from the fact that these actions were conducted separately, without either coordination or a comprehensive vision.

As from 1983: Massive arrival of national tourism revives the region

Following these technical problems of the development of the bay of Tangier and the difficulties of marketing the Mediterranean coast, these two reception zones—having capitalised fully on international tourism—did not reap the fruits of this choice. It was not until the mid-1980s that the two zones were to report actual revival. This revival was to obtain from national tourism.

In 1988, the company Maroc-Tourist put on sale part of the accommodation facilities intended to receive international tourism: 50 apartments and 42 country cottages were thus transferred to private developers of Moroccan nationality. This date stood, accordingly, as one of a symbolic shift in the evolution of tourism on the Northern coastline. The gradual replacement of foreign customers by national tourists was accompanied by a questioning even of the very type of development that had prevailed until then.

The eastern coastline of the Tangier peninsula had experienced since the early 1980s a veritable buoyancy in the development of new tourism complexes. This resumption of the construction movement was accompanied by significant changes: (i) while the first-generation constructions were focused on the holiday village formula with foreign management, which accounted for over 60% of the total capacity of the region in 1978 and 43% in 1984, a new type of development, known as residential (apartments, one-roomed flats, country cottages, villas of various luxury levels), was on the rise; (ii) the main target of the new programmes is sale to Moroccan individuals; (iii) emergence of a new type of developer, the national investors increasingly replacing the semi-public bodies.

Linear establishment is confirmed, and the developments were striking by their highly linear outlook. They all belonged within the land strip between the coast and the coastal road. In matter of coastline development, the concept of so-called in-depth development is completely ignored on the Mediterranean coastline. Linear development has accelerated ever since and big strides are now taken towards total and continuous urbanization over the whole coastline extending between Mdiq and Rio Negro, initially, and Martil and Fnideq, subsequently. The coastline now presents not more than a few rare openings onto the sea. The latter are set to disappear in the near future, and eyes are already turned to the south of Martil in direction of Azla, Amsa and, beyond these close valleys, in direction of wadi Laou.

Following the commercial and environmental difficulties, the project of the bay of Tangier reported drastic changes and the S.N.A.B.T. was to turn into a property developer as from 1975. The tourism facilities envisaged were supplanted by villa-based residential housing. This change of activity of the company was intended to make profitable the land plots equipped at high cost. This change in the initial project, based on a de facto change of a national tourism development company into a mere property developer, posed a legal problem, it being recalled that expropriation of the original owners had been conducted for public utility purposes. However, our concern here is the phenomenon of takeover by national tourism of a tourism development project intended to be commercialised on the international market, following its environmental setbacks.

All the other projects contained in the S.N.A.B.T. files were shelved, and the residents in the vicinity of the manmade lake—cornerstone of the initial project—were claiming its backfill. Having temporarily blocked the urban development of Tangier towards the East, the

company operation was now directing the space extension of the city in this same unforeseen direction. A residential quarter in its own right was born.

Since the inception of the performance contract and awaiting the coming into force of the law on the coastline: Localised rehabilitation tests

It is quite obvious that any action intended to mitigate the negative impacts of tourism developments on the coastline strip cannot be efficient unless it rests on legal instruments and development tools dedicated to the coastline, two components which are still lacking in Morocco. In wait for dedicated legislative texts and, above all, a concept of development of coastal areas, rehabilitation actions have been observed in certain locations.

For the Mediterranean coastline, three elements are worth mentioning: the Madain Plan for the rehabilitation of Tangier and Tétouan, the programme for Tamuda Bay and the debate which was incepted on the Saïdia resort.

It must be noted, at the outset, that there is a will to overcome the problems which have so far affected the bay of Tangier and the coastline of Tétouan. In this endeavour, the region can draw upon a major asset: i.e., the positive effect of the major structuring projects such as that of the Tangier-Med harbour complex and the action of international professionals sensitive to the quality dimension. But these large-scale projects are not all free from negative effects. Thus, while the major harbour project and its urban and tourism annexed structures were all based on necessary impact assessment studies, the disproportionate intervention of the Spanish company, FADESA, in Saïdia poses serious ecological problems and has given rise to a veritable debate among the regional and national civil society on the possible negative repercussions of such an imposing project. However, the organization of such a debate is unprecedented in Morocco and may be regarded as a positive point insofar as it signals a collective awakening with regard to these problems.

The Madain Plan is a programme of re-qualification of the old tourism destinations. On the Mediterranean coast, it involves the cities of Tangier and Tétouan. It consists in a contract binding four parties which are the State, the Region, the local community and the Regional Tourism Council (CRT). Its objective is to adjust and develop the destination based on a study intended to develop a Regional Tourism Development Plan (PDRT). This requires a quite detailed knowledge of the problems and priority segments, identification of a product to be developed, an upgrading strategy and an action plan, properly cascaded, scheduled and quantified. The public and private investment needs and the human resources necessary to the implementation of this plan must be specified. Monitoring the implementation of PDRT is entrusted to the Regional Tourism Council which groups professionals, elected officials and the administration; this again being unprecedented in Morocco.

The area under consideration is concerned by two PDRT, that of Tangier and that of the Tétouan – Tamuda Bay. Identifying Tangier as "an urban, sea-focused destination, at once authentic and mythical, but also international and avant-garde", the plan sets itself the objectives of upgrading and new development to reach a total of 5 400 000 overnight stays, that is seven times the current overnight stays, 1 900 000 arrivals in classified hotels, an average stay period of 2.8 days, an additional capacity of 22 000 beds and an occupancy rate of 60% (48% reported in 2006).

As for the coastline of Tétouan, it benefits from a new marketing positioning with a history-based label: Tamuda Bay. It is designed as a new top-of-the-range seaside destination on the Mediterranean, combining relaxation (Golf, Spa, fitness) and entertainment (family leisure activities, catering, water sports, etc.) which differs from the other seaside sites by its bond with the living and unique Hispanic-Moorish culture and the opportunity to explore the nature of the Western Rif. The objectives are 1 900 000 overnight stays, that is six times the current number, 600 000 arrivals in classified hotels, an average stay period of 6 days and an additional capacity of 13 700 beds.

Saïdia, or when a mega project triggers an awakening

Among the seven resorts of Plan Azur, Saïdia—located on the Mediterranean coastline—is the first which has started to take shape for having been the first to be given in concession

(signature of agreement in August 2003 and commencement of works in April 2004). But it is also that which beats all records: 713 ha, 30 000 beds, 12 billion DH in total investments, 8 000 direct jobs, 40 000 indirect jobs, 29 hotel facilities, 12 000 apartment hotel beds, a 700-berth marina, 3 golf courses of 18 holes each, trade facilities, services, etc. Its developer is non other than the Spanish group, FADESA, in a predictable movement of redeployment of Spanish capital towards the southern Mediterranean rim after saturation of Costa del Sol.

According to a former Ministry of Tourism official, the choice of this developer operator took place at a time of standstill of Plan Azur which, initially, had not attracted developer operators in the number and quality expected, the first agreement signed with the developer expected to develop the Taghazout resort North of Agadir having even been denounced. To get the programme on track again and accelerate it, the negotiations with FADESA, leading Spanish operator though especially in real estate, proceeded rapidly and the group is awarded the contract without difficulty. This transaction was to stimulate the programme again, since immediately afterwards all the other resorts found a developer, via international groups of high level and perfect professionalism in the field of tourism development. However, having allowed the revival of the programme, the transaction with FADESA was to raise great controversy which persists still today in connection with the ecological damage caused by the construction site.

It must be admitted that the imposing aspect of the project and the efficient intervention of the financial and technical deployed contrast with the vulnerability of an ecological environment adjacent to a protected SIBE (Ecological Site of Interest). Besides, the way things evolved gave the impression that a laissez-faire attitude was adopted by the relevant officials so that the project would materialise as quickly as possible in view of its show-case and spill-over effects.

We shall see further down that the actions of dissemination of environmental best practices in the field of tourism belong in the leading international hotel chains recently arrived in Morocco and which have developed environmental strategies in-house and in a professional way. These professionals of the sector are enlisted in the awareness-raising and education campaigns with the hope that they will trigger a spill-over effect. Though this was not the case with the Spanish developer, its arrival in force in the development field had triggered an awakening of the local "civil society" which mobilized itself, and had given rise to a public debate via the press, the Internet network, petitions and street marches.

Many voices thus made themselves heard, denouncing the damage caused to the environment by the Group. It was reproached with removing the coastal vegetation, which was to have a negative impact on the beach areas and the marine dunes. Such effects may already be observed on the shore, in particular the beach base, the upper beach and the northern piedmont of the cliffs, with repercussions on the ecology and sedimentology. One also deplores the disappearance of many plants (the juniper groves, *Amophila arenaria*, the Atlas pistachio tree, the red juniper, etc.), of which some were endemic. Following this uprooting, 18 species of birds would now be endangered, while the project must have already exterminated thousands of Greek tortoises and chalcidea, a species closely connected with the local ecosystem and listed in only four areas of the world.

The location of the port and the extension of its two piers would constitute a twofold harmful effect: seven km of coast would be under threat of a high recession and the sedimentary flows drained inside cause an excessive sanding up which will require extremely costly dredging operations. Admittedly, the law on the coastline has not come into force yet, but—in the meanwhile—the project is reproached with not having complied with the environment protection standards contained in other texts, in particular the obligation of impact assessment studies for projects of this scale. Both authorities and promoters continue to reiterate that all the impact assessment studies were carried out, but so far ecologists have been clamouring for these documents without obtaining them. Without refuting the likelihood of hazards, the public authorities assure that they understand the fears of ecologists, but recall that the Méditerranée Saïdia project is a national mega-project intended to serve as a driving force for growth of the region and which must generate wealth and employment.

In short, at the cost of a serious offence against the Mediterranean coastline environment, public debate on the choices between all-out development and environment protection has become firmly established on the Moroccan public scene.

2.2 Reducing the use of natural resources and of the pollution induced by tourism accommodation and activities

2.2.1 General framework: Concept of accountable tourism in Morocco

While one may deplore the absence in Morocco of significant progress on the legal level and in matter of regional tourism development, one observes that a great effort has been invested in matter of building awareness to instil behaviours that are conducive to reducing the use of natural resources. Morocco has, in this regard, taken significant strides.

Setting up the Committee and Charter on Accountable Tourism

The initiative of setting up a Moroccan Committee on Accountable Tourism (CMTR) is intended as an accompanying step to the Vision 2010. Its main objectives are to identify the risks of mismatches between the Accountable Tourism approach and the implementation of the projects of Vision 2010, to draw up an action plan, to coach the implementation of the actions and their monitoring, and to raise awareness among the various tourism stakeholders. Chaired by the Minister of Tourism, this committee is composed of the following members: the President of the National Tourism Federation – FNT (Vice-President), the Director General of the Moroccan National Tourism Authority – ONMT (Secretary-General), the President of the Tourism Observatory - OT, the President of the National Federation of Travel Agencies - FNAV, the President of the National Federation of the Hotel Industry - FNIH, the Secretary-General of the Department of Tourism and the Secretary-General of the FNT. Upon its establishment, this Committee set itself, as immediate objective, the implementation of a priority action plan focused on the following tasks: enforcing the Moroccan Charter on Accountable Tourism, issuing the Accountable Tourist Guide and creating an Accountable Tourism Label. The Charter draws upon the world tourism code of ethics published by the World Tourism Organization on 21 December 2001. The Charter is already available and the committee is presented as "the national entity in charge of endeavouring towards a tourism serving as a vector of sustainable development and of seeing to the upholding of social and cultural values, and those of the ecological heritage, as well as the protection of the Moroccan identity". After having presented tourism as a lever of socio-economic development and emphasised the fact that Morocco adheres fully to the will to defend ethics in tourism, by seeking to reconcile free economy and ethics, economy and ecology, environment and development, openness to international exchanges and protection of social and cultural identities, the text enumerates various articles which summarize the underpinnings of this Charter. It is worth mentioning Article 3 which dwells on "tourism as a factor of sustainable development and as observant of the environment" by specifying "that it is the duty of all tourism development actors to safeguard the environment and the natural resources, from a perspective of a sound, steady and sustainable economic growth, likely to equitably meet the needs and aspirations of the present and future generations", to subsequently outline this duty under the form of recommendations, such as: "all patterns of tourism development helping save the rare and invaluable natural resources, in particular water and energy, as well as minimise the production of waste, will be granted priority and encouraged by the private or public operators of the tourism sector", or, again, "the staggering over time and space of tourist and visitor flows, as well as a better balance of visits, must be sought out in order to ease the pressure of the tourism activity on the environment and to foster its positive impact on the tourism industry and the local economy", or, lastly, "the infrastructures must be designed and the tourism activities planned in such a way that the natural heritage made up by the ecosystems and biodiversity is protected and that the endangered species of wild fauna and flora are preserved". The various articles of the Charter address other topics relating to the protection of the cultural heritage, the contributions of tourism to the local populations, the obligations of the actors of tourism development, the rights of tourism workers and tourism contractors, to conclude on the enforcement of the principles of the sustainable tourism Charter in these terms: "the private and public actors of tourism development shall cooperate in the implementation of the

principles stated herein and shall exercise control of their effective application. The tourism development actors in Morocco recognize the role of the Moroccan Committee on Accountable Tourism (CMTR), guarantor of sustainable and accountable tourism development, and this, in compliance with the general principles of international law". For further detail, see the Moroccan Charter on Accountable Tourism.

If we have quoted the main passages of the Charter, the purpose has been to underscore the alignment between the terms of this Charter and the programme of the Mediterranean Commission on Sustainable Development (MCSA), in particular its recommendations, as well as the action proposals put forward by the Commission with regard to sustainable tourism. One can, accordingly, emphasize that Morocco has endorsed these recommendations and set up an authority to disseminate them. It is also worth mentioning that the terms of this Charter come under the form of recommendations and that they are not binding in any manner. However, the action engaged was not limited to the setting out and dissemination of a Charter.

The other tools of accountable tourism

The concept of accountable tourism, once clarified, was provided with tools which need to be deployed not only in Morocco but also in the main countries of origin.

- The Accountable Traveller Guidebook
Intended for each traveller visiting Morocco, this Guidebook is a call to adopt rules and behaviours intended to make of one's journey an experience as much enriching as civic and respectful of the local values.
- The Accountable Tourism Label
An "Accountable Tourism" Label will be granted to any professional having adhered to the Charter and complying with the principles prescribed therein. This label will thus encourage the involvement of the various actors in the implementation of the "Accountable Tourism" programme. It will, accordingly, constitute a prior guarantee for the traveller wishing to associate to his/her experience an approach that is observant of the natural, human and cultural values of Morocco.
- The "Accountable Responsible" Trophy
As any performance must be recognized, an "Accountable Tourism" Trophy will be instated within 2007, for a first edition by the end of 2007. This Trophy recognises the achievement of professionals who fulfil their pledge in matter of Accountable Tourism and comprises two categories (national and international), three topics (Environment - Values, traditions and culture - Economic and social development) and some ten trophies (Media, Hotel, TO, Travel Agencies, Carrier, Event Organiser, Young Contractors, NGOs).

Communication

An "Accountable Tourism" communication campaign has been planned in order to raise awareness among the tourists visiting Morocco (starting from France, as a first step), based on partnership with the professionals of tourism, both in Morocco and in France, and on accompanying the traveller throughout his/her trip. Prior to departure, the Accountable Traveller Guidebook would be circulated to Morocco-bound tourists, in particular via the partner tour operators and travel agencies. Alongside with this, the Internet would be put to service to provide on line an electronic version of this guidebook, as well as a feature dedicated to this campaign on the websites of the ONMT (Moroccan National Tourism Authority) and the Tourism Observatory (OT). Plane ticket holders, luggage stickers and postcards will equally be distributed. During the trip, a video will be broadcast on the aircraft, in airports and coaches. On arrival of the tourist, a posting campaign will be installed in airports throughout the Moroccan territory, together with a distribution of the Accountable Traveller Guidebook to tourists arriving in Morocco, particularly via hotel partners and receiving agencies.

To date, only the Accountable Tourist Guidebook has been disseminated; the other communication media are in development process.

2.2.2 Other actions

Delocalisation of the Blue Flag

The Mohammed VI Foundation for the Environment adhered in 2002 to the Foundation for Environmental Education (FEE), a non-profit international NGO serving towards the promotion of sustainable development through environmental education. Being the second non European country, after South Africa, and the first Arab country to adhere to this NGO, Morocco has pledged, via the Mohammed VI Foundation, to delocalise the Blue Flag label, while seeking to align Moroccan beaches with the international standards based on enhancing the quality of these beaches. The obtaining of this eco-label from the FEE has required setting out a Moroccan national programme called "Clean Beaches": improvement of the quality of bathing water, beach planning and rigorous management, implementation of environmental awareness-raising and education activities, as well as stepping up safety related aspects. The process proved to be slow and difficult, as the FEE does not grant its label without rigorous control. And therein lies, indeed, the significance of the Moroccan approach. In fact, over and above a purely tourism dimension, it was a social and educational dimension that was granted priority. The social aspect rests on the fact that there is a concern to offer the general public the same services as those expected by tourists. As for the didactic dimension, it aims at raising awareness among the various stakeholders as to the importance of the environment and quality of life. Accordingly, closely argued negotiations were conducted with the FEE towards adopting an incremental process, starting with indigenising the criteria to the Moroccan case, to subsequently stepping up the constraints of the criteria in a gradual way. As a second step, the Foundation managed to mobilize several stakeholders on local level, such as local communities and authorities, the managers of public beaches, the professionals of accommodation, catering and recreation, as well as the sponsors. There is in this an undeniable educational dimension. The result is rather impressive: two beaches in 2005, two beaches in 2006, six beaches in 2007 and 15 candidate beaches in 2008. Alongside with this, a true emulation has developed amongst the local communities, and the Foundation intends to launch the Blue Flag for marinas in 2009.

Ecological management in the hotel trade

One of the highlights of the process of ingraining the concept of "Accountable Tourism" in Morocco was the Marrakech national workshop on "Ecological Management in the Hotel Trade". Organized on 10 January 2007, this event helped materialize an interesting partnership between the various actors of the tourism sector. It was also an opportunity for Morocco to highlight its international commitments, in particular those dedicated to the process of Marrakech 2003, concerning the decennial framework of the programme on sustainable consumption and production. The objectives of the meeting were awareness-raising and communication on the usefulness of an efficient management of water, energy and waste, as well as coaching the professionals of the tourism sector in matter of environmental management. The managers and professionals of the hotel sector were the main target of this awareness-raising effort.

The significance of this event may also be seen in the profile of the participants who represented ODIT France (Observation, Development and Tourism Engineering - France), the Regional Activities Centre for Clean Production (RAC/CP, Spain), the Mohammed VI Foundation for Environment Protection, the National Drinking Water Utility (ONEP), the National Electricity Utility (ONE), the Renewable Energies Development Centre (CDER) and various professionals of tourism (ACCOR Group, the Tikida and Hilton chains), as well as equipment and services companies.

The programme of this event addressed various issues relating to ecology and hotel management as follows: overview of the broad outlines of the Mediterranean Action Plan (MAP), dubbed "Environmental Best Practices in the Hotel Sector" (Regional Activities Centre for Clean Production – RAC/CP), Presentation of the proceedings of the 1st International Workshop on Sustainable Tourism held in Paris on 17 and 18 September 2006 (Representative of the French Ministry in charge of Tourism), Environmental Management in Tourism Projects (Directorate of Development and Investment of the Department of

Tourism), Information on the Clean Development Mechanism - CDM (Department of the Environment), Presentation of the Tourism Eco Label: Green Key (Mohammed VI Foundation for Environment Protection), Presentation of the Programme of Development of the Moroccan Solar Water-Heater Market or PROMASOL (Renewable Energies Development Centre - CDER/Morocco), Programme of Energy Efficiency in the Hotel Trade (ONE), Presentation on the various projects related to water saving and presentation of the various agreements entered with the Department of Tourism (National Drinking Water Utility - ONEP), Testimony by hotel owners having already established environmental measures (ACCOR Group, TIKIDA chain, HILTON chain), Presentations by equipment and services companies on new technologies in matter of water saving (ACORAM Morocco, ADS Morocco, ECORISMO France), Presentation on the 3E event "Renewable Energies & Eco Construction in the Service of the Environment".

Lastly, the recommendations are highly relevant to the issues under consideration:

- Development of a reference framework or specifications document to be complied with by equipment suppliers and installation professionals, in particular equipment related to solar energy;
- Extension and consolidation of this information and awareness-raising campaign, and this, via the organisation of meetings on regional and local level;
- Promoting dialogue with hotel chains towards the promotion and development of Clean Development Mechanism (CDM) projects;
- Study the possibility of granting exemptions to hotel developers wishing to implement investment projects that are observant of ecological standards;
- Taking into consideration the increasing scarcity of water resources in the development of areas with a tourism calling;
- Coordination between the various actors towards the promotion of environmental best practices in hotel companies;
- Developing synergies between the available incentive and financial measures to maximise the number of tourism facilities benefiting from them;
- Mainstreaming environmental best practices in training curricula, both initial training and continuous training (training institutions and companies).

The Energy Efficiency Code and the sticker on the need to save water

Another programme, currently underway in the field of ecological management in the hotel trade, is worth mentioning. It is an initiative conducted by the Renewable Energies Development Centre (CDER) and the Ministry of Tourism and consists in developing a Energy Efficiency Code. The initiative belongs within the framework of the general strategy of the energy sector for 2020, and up to 2030, which targets various sectors, such as housing, tourism, national education, health, transport, etc. The tourism part is fairly advanced and is currently in the phase of official validation of the action plan. This is why we can provide information here only on its broad outlines, details being reserved for the media campaign envisaged as from 10 July 2008. There are various actions aimed at the promotion of renewable energies and energy efficiency in tourism facilities and companies. Some are urgent and must be undertaken immediately; while others will be scheduled within the medium or long term. It is possible to mention, by way of illustration, a few proposals contained in the draft action plan:

- Generalizing the use of solar water-heaters for hot water production and the use of low consumption lamps; quantified targets for these two actions are in process of identification;
- Dissemination of circular notes making it mandatory to install cold water pipes extending to the terrace for a possible recourse to solar water-heaters;
- For new hotel facilities, the specifications documents intended for operators, building owners, contractors and architects must take into account energy efficiency techniques;
- Communication on and information about best energy use practices among tourism actors and awareness-raising among personnel and users;

- Mobilization towards contribution to the development of the Code of Energy Efficiency in the Building Sector (CEEB) for 2008-2012, in particular via the following actions: definition of a programme of energy efficiency in the hotel sector, design and implementation of the legal framework, development of energy efficiency technical standards for buildings (in cooperation with the other actors of the housing sector, tertiary education and health ...), Heating – Ventilation – Air-conditioning (CVC), lighting and domestic hot water;
- Proposal to conduct a diagnostic and energy audits, and to proceed to an assessment with a view to gathering an idea on best practices actions of most advanced countries;
- Incepting pilot projects, ranging from the identification and preparation of ten show-case projects for energy efficiency (EE) and renewable energies (RE) equipment and techniques, making available to them all necessary information and tapping new means of financial support.

The programme is thus about a mobilization intended to raise awareness among the professionals and actors of tourism and inform them about energy management in the tourism sector, by offering coaching, training and user guides. For purposes of creating synergy with the various programmes, it is also proposed that technical training on regional level be integrated in another programme which the Ministry is conducting in partnership with the NGO SBA (Sustainable Business Associates, Lausanne) via the Meso-Economic study (see further down).

Another sector, another partnership for water saving: in this regard, ONEP (National Drinking Water Utility) comes into play and the partnership leads to issuing a sticker on the need for water saving. In this case, it is the customer who is targeted since the objective is to raise his/her awareness to the need for water saving, by posting stickers bearing messages in various languages (Arabic, French, English, German and Spanish) in rooms and at water points. As for the other projects, the action is gradual with, initially, eight cities (Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Fez, Tangier, Rabat, Casablanca and Beni Mellal) being targeted by this action. Fifty thousand stickers were issued and distributed, with display in the rooms (bathroom and toilets), swimming pools, communal commodities toilets, kitchens and linen rooms. Regional tourism representations and regional comptrollerships of the Ministry of National Land Use Planning, Water and the Environment were enlisted to contribute in monitoring this action on local and regional level.

MESO-Economic study on the Moroccan tourism sector

This is an ambitious programme with a study component and a training component. SBA (Sustainable Business Associates, Lausanne) is an international NGO which promotes the mainstreaming of environmental and social dimensions in corporate management in the Maghreb and Mashreq. It cooperated with the Department of Tourism, the Ministry of National Land Use Planning, Water and the Environment and the Ministry of Higher Education, Management Training and Scientific Research, as well as with Swiss experts, Ecosys (Applied and Environmental Economics, Geneva), to conduct a meso-economic study related to the tourism sector. The study is conducted under Swiss government funding and has been scheduled between June 2007 and June 2008.

It consists in an economic evaluation of environmental degradation with regard to the Moroccan tourism sector. The environmental impacts of the tourism activity in Morocco are thus in process of being evaluated financially in terms of cost of environmental degradation (costs of damage and inefficiencies) and of corrective cost. Once completed, it will allow the sector to position itself with respect to the national costs of environmental degradation. As a second step, a best practices guide will be issued and a detailed training component will be designed. The results of this study will be validated in June 2008. In the meanwhile, a workshop was organized in Rabat between 5 and 9 November 2007, during which 13 university teacher-researchers and executives from the Ministries of Tourism and the Environment identified the environmental damage and the inefficiencies of the Moroccan tourism sector. The objective of this workshop was to provide guidance for the strategy of the tourism sector and to help in decision-making vis-à-vis the local economic and environmental constraints, and this, within the framework of the MESO programme.

Delocalisation of the Green Key label

Also managed by the Foundation for Environmental Education (FEE), the Green Key is a label awarded to tourist accommodation facilities that meet specific criteria as regards the environment. The objective is to encourage the managers of tourist accommodation facilities to adopt environmental best practices and to provide visitors with a holiday site where the environment is respected in day-to-day management. Among the strict environmental criteria of this programme, one finds the following:

- On-site quality of life (sound pollution...);
- Management of wastes (selective sorting, reduction at source...);
- Water management (sanitation, maintenance of swimming pool water...);
- Energy management (low consumption electrical appliances, solar heating...);
- Environmental management (environment-friendly methods and products for the maintenance of green spaces...).

This action, too, is assumed by the Mohammed VI Foundation for Environment Protection which officially introduced it in Morocco on 29 November 2006 in cooperation with the Foundation for Environmental Education (FEE) and the Ministry of Tourism. Its interest lies in the fact that this label is intended for the professionals of the sector, while the Blue Flag was intended for the local communities. Here again, the approach is rather original. The Foundation, in close cooperation with the professionals, has sought to make of it a label which could serve as a pace setter for as many tourism facilities as possible, instead of an elitist label reserved for a category of hotels which have the means to comply with the criteria of the label. Accordingly, the approach was participatory and gradual. It has gone through the following phases:

- 1) The first phase consisted in a series of brain-storming meetings to which all actors of the sector were invited: Ministry of Tourism, Tourism Authority (OT), Hotel Owners Federation, Travel Agencies' Federation, Tourism Federation, some hotel chains. These meetings led to unanimous recognition of the need to protect the quality criterion, the sector's key asset, and to delocalise the Green Key label to achieve this goal;
- 2) Then, negotiations were conducted with the FEE for an adaptation of the criteria to the Moroccan case. This work was long and difficult because the need for alignment with Moroccan constraints (for instance, absence of waste sorting at source) should not result in an impoverishment of the label, which the FEE would not accept. A national committee was set up and tasked with defining these criteria, providing assistance and coaching to the candidates for upgrading, acting as arbitrator;
- 3) In a third phase, a Study Group—comprising mainly hotel owners, of whom representatives of certain international chains which had already mainstreamed an environmental quality approach in their management—was tasked with examining the criteria selected and their feasibilities. The setting up of this group was intended to enlist the adherence of hotel owners from the start so that the introduction of the label would not be interpreted as an obligation dictated from the top. The Mohammed VI Foundation acted as interface between the two entities: the National Committee and the hotel owners Study Group. One of the key points of the approach is the incremental character of the label. The criteria selected are of two categories: mandatory criteria and optional criteria, but which are set to become mandatory. Besides, there are transition measures: certain equipment that is non compliant with the criteria need not be changed, but any equipment purchased after obtaining the label must be compliant with these standards. Finally, other standards can be implemented gradually;
- 4) Once the criteria have been established, a national workshop was dedicated to official launching of candidatures and a pilot-phase incepted, based on the screening of a few candidates. The first campaign coincided with 2008 and led to obtaining the label by ten hotels, two riads (holiday homes) and a guest house.

What it is worth recalling from the experience of delocalising the Moroccan Green Key label is the approach of coaching aspiring candidates. Based on a firm commitment by the future

candidates to gradually comply with the standards according to a precise schedule, coaching is provided by the National Committee which can take several forms:

- Training of managers and personnel in environmental management,
- Free or subsidised energy audit,
- Data base of experts and service providers in matter of quality,
- Contribution to communication and marketing,
- Resolution of environmental management issues towards compliance with the standards.

An example of coaching consisted in finding concrete solutions to the management of wastes. One criterion of the Green Key requires sorting of waste at source. However, this type of management of wastes being not yet available in Morocco, consideration by the Foundation and its partners has led to a solution that is quite interesting from a social point of view: the rag pickers, who regularly visit hotel dustbins to precisely undertake informal sorting by recovery of whatever recyclable material, were helped to organize under the form of micro-enterprises to provide this service to hotel owners in a formal way, which was unprecedented in Morocco.

Having completed this phase, the Foundation is currently preparing to launch a regional promotion campaign, and applications by candidates have begun to arrive. The National Moroccan Tourism Authority (ONMT) is actively involved and, during the 8th Tourism Meeting, due to be held on 14 June in Tétouan, a panel will be dedicated to the Green Key.⁵

2.3 Control over the evolution of tourism leisure activities affecting the marine and coastal environment

Leisure activities have been developing on the Moroccan coastlines at a rapid pace, as we have already seen, and it is quite obvious that certain new activities have a strong impact on protected animal or plant species. In Morocco, the protection of the marine and coastal environment protection is ensured only in protected areas, such as natural parks and biological reserves. Apart from these areas, all hope is pinned on the future law on the coastline and its effective application. Indeed, this draft law provides a whole range of rules geared to this purpose (Cf. draft law in French Annex).

3. Promoting a tourism likely to be a factor of sustainable social, cultural and economic development

3.1 Context: Competition between two tourism products (seaside tourism and cultural tourism)

The cultural component was the one that ushered Morocco to the international tourism market. However, in spite of this cultural tourism potential and a non negligible demand in this regard, seaside tourism has been increasingly gaining ground. Indeed, tourism in Morocco has been marked over time by a tight and steady competition between cultural tourism and seaside tourism, as well as between roving tourism and stay tourism, and this both in terms of supply and of demand.

Starting point: The cultural product

The official entry of Morocco in the world tourism market is usually dated to the second half of the 1960s when Morocco, via the Triennial Development Plan 1965-67, listed tourism among its economic priorities. In spite of the availability of the coastlines, Morocco—as a tourism country—owed its reputation at the time, first and foremost, to its historical and cultural centres scattered throughout the country and to the diversity and beauty of its landscapes and sites. Endowed with this diversified tourism potential, it was capitalising especially on the cultural, and one would assume that the Moroccan tourism product was set to be diversified in its forms and extended in its facilities.

⁵ Another panel will be dedicated to "Quality and Sustainable Tourism".

Arrival of mass seaside tourism

However, the Morocco tourist destination was to handle the wave of mass tourism of European origin which, surging on the Mediterranean basin, was reaching at its southern rim. This new wave brought to bear a specific demand tending to prefer a more or less stereotyped product: seaside stays in groups organized and controlled by powerful tour operators. Very soon, Moroccan tourism, in spite of its rich and varied potentialities, was to sway to the coastline. It was especially starting from the late 1970s and throughout the following decade that the trend towards concentration and sedentary tourism of a seaside type was accentuated.

Future trends: a tight competition between seaside tourism and cultural tourism

Seeking at once to diversify its tourism offer and to stimulate local development in the marginal areas, not only those of the Atlas mountains (in particular the Upper Atlas), but also those located south of this same Atlas, the Moroccan State launched, in the late 1970s, tourism development operations in the city of Ouarzazate preceded by a few initiatives intended to offer, on the international excursion market, a set of mountain products.

The mountain has always been a staple item in the Moroccan tourism system and it is factored in by the international tourism reporting a rather significant frequenting by Moroccan nationals. It is excursion tourism which is the most attractive to foreign visitors. The exploration of routes dates back to the Protectorate era and has continued ever since. It is now estimated that the majority of the routes of the Great Excursion of the Atlas and the mounts overlooking Marrakech and Béni Mellal are recognized and described. It is within this framework that belongs the proactive intervention of the State aimed at promoting excursion tourism with home accommodation in the High Central Atlas. The major highlight of the 1990s remains, however, the emergence of the Grand South or Inland South product. Starting from scratch, Ouarzazate—a small city of the Saharan South, which offered but a few non classified beds—now concentrates (with its Zagora branch) an appreciable capacity. The significance of these operations it is that they have been relayed by local initiatives which have organized to meet new demand. The latter is sometimes organized as in the case of mountain demand and at other times in a more or less spontaneous way, as in the case of desert demand. Today, demand and supply are disseminating the effects of tourism in mountainous and pre-Saharan Morocco. This new product is primarily based on the cultural dimension. All this is supplemented by attempts to build up a promising rural tourism.

One may thus assume that the competition between cultural tourism and seaside tourism is evolving towards a cultural tourism. As from 1998, and for the first time in the history of Moroccan tourism, arrivals in the hotels of Marrakech, symbol of cultural tourism, have exceeded those of Agadir, the flagship of seaside tourism. If one were to add the frequenting of Ouarzazate and Errachidia, the two destinations (Marrakech and the pre-Sahara) would be henceforth receiving—year in, year out—between 30 and 41% of the arrivals. As for the overnight stays, it is significant to report that, in spite of the fluctuations of arrivals, the share of overnight stays of the two destinations is significantly increasing passing from 30% in 1998 to 34% in 2001. With the other inland destinations which draw, mainly based on their cultural attractions, Morocco henceforth receives for the cultural product over 54% of its tourists over 44% of its overnight stays. On the other hand, Agadir, the flagship destination of seaside tourism and symbol of Moroccan tourism, finds it difficult to maintain its first place: its share in the total arrivals and overnight stays has been constantly on the decrease, passing respectively from 15.4% to 10.5% and 34.7% to 31.4%.

It is, however, difficult to estimate the capacity of the cultural product today to position itself as the main component of the Moroccan tourism product. Indeed, the projects officially listed in the strategy for recovery of tourism up to 2010 are mainly focused on seaside tourism. The performance contract entered by the authorities and the professionals of the sector, with its ambitious coastal resorts projects—a key component of the new strategy—would tip both supply and demand in favour of the seaside product. Ultimately, the 130 000 beds of the six new resorts planned (Plage Blanche, Taghazout, El Haouzia, Essaouira, Khmiss Sahel and Saïdia), added to the current capacity, should raise the share of the coastline in the total

accommodation capacity to 68 %, thus confirming further the so-much decried dominant coastline character of the economy and the space.

It is, thus, extremely difficult to imagine the tourism product to which this evolution will lead. In the meanwhile, one of the immediate results is an original tourism space at once occupied and travelled through.

A space at once occupied and travelled through

To highlight this specificity, one should consider the case of Tunisia, for instance, where the tourism space is, above all, occupied by seaside stay tourism concentrated for 90% on the coasts, or the cases of Syria or Jordan where the tourism space is, first and foremost, travelled through by an itinerant tourism. In Morocco, one observes, at the same time, areas of stay which have no cause to be envious of the concentrations of Tunisian coastline areas, as well as areas travelled through by itinerant tourism. This yields a map consisting of poles and routes. The poles can be either places of stay or route intersections, or both. As for the routes, they connect the main stop-cities.

By means of the routes, this tourism is, above all, fairly spread out. A first form of this mobile tourism is a large-radius mobility via the large routes, which are—by now—classical. A second mobile tourism is that of a limited radius under the form of an in-depth penetration of landlocked and little known areas. It consists in the development of excursion, either in the high valleys of the mountain (valley of the Aït Bou Guemeze mounts), or in the ergs of the desert (erg Chebbi on the outskirts of Tafilalt, and erg Chegaga alongside the valley of Draa).

But the frequenting by international tourism also leads to a concentration and a densification of the space. While the frequenting of the various routes stop-cities has not decreased in any significant way, the trend towards concentration of stay tourists on the coastline is serious, and this, in spite of the resistance of certain new inland poles like Marrakech and Ouarzazate. The most significant investments continue to be established in these destinations, and the major projects in the pipeline or in progress are located in these stay tourism areas and, more particularly, on the coastline.

One is thus led to think that the share of stay tourism will not only stabilise at its current level but is also likely to increase appreciably, involving equipment concentration of space consumption. This directly leads to problems of land use planning insofar as this type of tourism extends by a concentration of equipment in some privileged points. This concentration is set to persist when one surveys the areas having received most of the investments approved over the last decade.

3.2 Development of national and local strategies aimed at a better reconciling of tourism, environment and sustainable development: Prospects and scenarios of Moroccan tourism for the time frame 2030

In view of the above, it appears that the official choices in terms of tourism product (seaside product) are fraught with serious threats of unbalanced land use planning, but that, at the same time, the recent developments of demand (cultural tourism) tend to redress these imbalances. The distribution map of the classified hotel capacity, both current (Annex, Figures 6 and 7) and projected (Annex, Figure 9), illustrates these nascent imbalances.

Roughly speaking, one can say that the evolution of the power relation between the two major products which Morocco offers, seaside tourism and cultural tourism, will necessarily have repercussions on the space extensions of this tourism and its implications for land use planning, the environment and sustainable development. To explore this future, it is necessary to interpret the present and to analyse the past. A reasoning based on the scenarios method has been proposed.

Indeed, adjustment and realignment attempts can also emanate from official planning authorities. One most promising action in this regard has been the prospective study conducted by HCP (Higher Commissionership for Planning) on "What Tourism for Morocco in 2030?"

3.2.1 Method

This authority has incepted since 2004 a prospective reflection on Morocco which purports to be a comprehensive and exploratory approach to the possible outlooks for the country, by enlisting the contribution of the whole range of stakeholders, be they political, economic, social or cultural, and by selecting certain priority sectors, such as agriculture or tourism. For the tourism sector, the approach starts from an analysis of overriding trends. Based on the principle that it is these overriding trends which confer credibility upon the exploration of the future, the document undertakes a review of those which affect the qualitative and quantitative development of international and domestic tourism demand, and those which affect supply in terms of organization of the operation and production of the sector.

As regards demand, it grants priority to two overriding trends: "(i) the development of new ICTs which increases the capacity of functional innovation via the meeting of needs and demand; and (ii) the thriving of information systems which shape a knowledge society".

As regards supply, the two overriding trends selected are: (i) "the globalisation of the economic systems fuelled by an increase in competition on supranational level"; and (ii) "sustainable development which brings to bear on competition and economic efficiency other social aspirations of well-being and constraints of a world that is limited in its resources".

If we have made a point of recalling in detail the overriding trends taken into consideration, it was to show the extent to which various reflections and various actions in progress today in Morocco lead, in a movement of synergy, towards the same concerns which converge on issues of environment and sustainable development. The emergence of the latter concept in tourism is supported, again according to the prospective document, by three trends:

- the internalisation of environmental costs which is likely to alter the relative prices between tourism services and which thus work in favour of those which are more sustainable;
- the demand which represents a change of values more favourable to poverty alleviation and to quality of the tourism environment;
- the new technologies which can facilitate the advent of more sustainable tourism products and services.

Lastly, the reasoning mentions the four key factors of change in the Moroccan tourism markets as follows:

- the saturation of the "beach-sun" tourism on the Spanish Costa del Sol and the Canary Islands inducing a certain delocalisation of Spanish tourism furthered by proximity;
- the reduction of the air transport costs and improvement of the highway network in Spain and in the North of Morocco;
- the proactive nature of private-public dialogue in the context of Vision 2010 which, it must be added, will be further reinforced in that of Vision 2020;
- a quantitative and qualitative increase in domestic tourism.

By integrating these factors of change in the overriding trends of supply and demand, the authors of the prospective study 2030 are led to three long-term scenarios.

3.2.2 Scenarios

Scenario 1 or "The Way of Experience"

Scenario S1 belongs in the overriding scenarios of the tourism system and integrates the main factors of change. It rests on the success of the seaside resorts of Plan Azur, themselves designed in line with the development of Mediterranean tourism, and draws upon the successful experiences of the destinations of the Northern rim by benefiting from the factors of change mentioned above: saturation of the Spanish shores and improvement of air and road means of transport, particularly in Mediterranean Morocco. Benefiting from the fall in air transport costs and putting forward the cultural specificities of the Morocco product, it incorporates in the country's attraction zone new outbound sites, such as China or Eastern Europe and Russia. It predicts a high growth of international tourist arrivals, but also an

increase in domestic demand, which is accompanied by rapid development of second homes.

This evolution assumes an active coaching policy by the public authorities in dialogue with the private sector, sustained development of accommodation capacity and inflow of significant international capital. Tourism then acts as a driving force in the Moroccan economy, contributing towards fostering the entrepreneurship spirit. It is, however, fraught with many risks of dysfunction, of which the most important is an increased use of natural resources (water, energy, arable land), a deterioration of landscapes and heritage, which assumes an active policy by the regional authorities to address these risks.

Scenario 2 or "Towards Sustainable Development"

This scenario anticipates on the future knowledge society and the rise of concerns for sustainability, as well as endorses the general orientation in the Mediterranean driven by Plan Bleu and its project which puts forward a prospect of cooperation between the 27 Mediterranean riparian countries. This orientation is based on the studies conducted by Plan Bleu which revealed a general degradation of sustainability around the Mediterranean, a degradation that calls for a sustainable tourism development scenario based on a proactive public policy in all Mediterranean countries. Indeed, the adoption of this scenario—which proposes a specific offer—by Morocco in a unilateral way will not guarantee success, if the countries of origin do not react to this offer. It is worth recalling in this regard the communication campaign on accountable tourism targeted at French customers in France.

This scenario grants priority to domestic tourism and rural tourism with the objective of a larger extension of windfalls of the activity and of a better environment protection. It endorses the recommendations of Plan Bleu; i.e. a sustainability resting on three pillars: the social, the economic and the environmental, together with systematic adoption of impact assessment of the projects, setting optimal accommodation capacity, legislative and land property management instruments to control tourism urbanization and natural sites, rehabilitation of the environment in the mature destinations, etc.

Scenario 3 or "Mediterranean Integration towards a knowledge Tourism"

It is based on a greater economic integration in the sense of co-development with the neighbouring countries of the Northern rim and of building very close institutional relationships with the European Union leading to an integration of Morocco in the European domestic market. The country's less mature destinations than those of the European countries will thus be more attractive for European societies progressing towards knowledge and the search for a tourism offer with high value added, such as educational tourism, research tourism and intellectual development. Emanating from a demand that is, above all, elitist, this tourism generates quantitatively smaller flows (compared with those of Scenario 1), but yields higher earnings. However, the materialisation of this scenario presumes a radical change in the Euro-Mediterranean partnership which would tend towards integration.

The prospective study "Tourism in Morocco in 2030" is an intellectual exercise of great relevance for the future of tourism in Morocco and its interactions with development and the environment. The significance of this construction is that it clears a common area to the three scenarios which comprises what would be a highly probable minimal scenario. Moving away from this common area, Scenario 1 develops its specificity of mass tourism, Scenario 2 of sustainable tourism, and Scenario 3 of knowledge tourism. In reality, all takes place today as if the trend towards mass tourism (Scenario 1) were tending to be slightly adjusted by borrowing from the favoured practices of Scenario 2. Indeed, all the actions outlined above, whether engaged or planned, and intended to accompany an incremental trend of the Scenario 1 type, borrow from the principles of Scenario 2. Besides, with the Vision 2010 nearing completion, the public authorities have launched the study on Vision 2020, and everything seems to indicate that the latter would take into account a certain number of the parameters of Scenario 2.

Lastly, if the current trend were to rather confirm Scenario 1, the launching of a major programme of diversification of the tourism product, in a concomitant way with the launching

of Vision 2010, and which grants a privileged position to rural tourism and niche tourism, as well as to the integration of the domestic component in the tourism strategy, curiously recalls the two dominant features of Scenario 2.

3.3 Promoting diversification of tourism and a balanced regional planning: Rural tourism and domestic tourism

3.3.1 Rural tourism development strategy

We have already underlined—as a counterweight to seaside tourism—the development of a more spread out tourism in rural environment, primarily in periphery areas. However, while the potential is considerable for the development and marketing of products pertaining in rural tourism, it had remained until recently in the raw state, receiving tourism optimisation only exceptionally, following individual initiatives without concerted action, nor any thought-out set-up, nor any brand image, nor any commercialisation channels.

The situation has gradually changed when decision makers, professionals of the sector and part of civil society came round to the idea that rural tourism does not submit in its development to the approach adopted in the establishment of classical tourism, such as it developed in Morocco since the late 1960s. Besides the fact that rural tourism would be better off being approached as a system, while classical tourism is often treated as a sectoral activity, rural tourism enlists a multitude of other actors than those commonly interested in classical tourism. Stemming from an initiative that is, above all local, its development had to be controlled locally, its capital based on the optimisation of the local product and its management being strictly local. In the final analysis, the initiatives aimed at establishing rural tourism belonged more in the issue of local development in often peripheral areas than in that of classical tourism installations.

The study on "Rural Tourism Development Strategy"

In view of this observation, the Ministry of Tourism explored this field, starting by conducting a study entitled "Strategy for the Development of Rural Tourism in Morocco". The study concluded that it was necessary to develop rural tourism to meet two main objectives mentioned in the Framework Agreement 2001 – 2010 in particular, Article 13 entitled "Development of Rural Tourism". These two objectives are:

- to optimise the Moroccan seaside product in order to give it more edge compared to its Mediterranean competitors, based on supplementing it by other strong attractions, thus contributing decisively in its revival and in the success of the objectives of the Framework Agreement on seaside tourism, in particular in those destinations where seaside tourism was either stagnant or in decline;
- to participate in restoring the balance of regional tourism development, now centred on the coastline and a few large cities, and to contribute efficiently in a larger dissemination of the economic and social windfalls of seaside and cultural tourism which are very strongly dominant, especially in fairly marginalized areas.

The recommended approach was twofold:

- A marketing approach, on the one hand: Are there any non exploited or insufficiently exploited tourism resources which can consolidate the attractiveness of seaside stays in Morocco? Boosting seaside customer satisfaction, a dimension on which rests the major part of the objectives of a comprehensive tourism development in Morocco by 2010, was clearly targeted. For so doing the question was: Does the hinterland of the current and future seaside resorts offer opportunities likely to meet the expectations of "tens of thousands" of tourists who do not want to be contented with the beach?
- A regional development approach, on the other hand: Can tourism, which has probably contributed in accentuating the imbalance between traditional rural environment and modern urban environment, reverse or slow down this imbalance and contribute more significantly and directly in the development of the rural environment.

The strategy for the development of rural tourism was meant to narrow the existing gap between a high demand emanating both from the foreign tourists and nationals, on the one hand, and an extremely rich but quasi-unorganised supply, thus poorly known by tour operators and the tourists themselves. It was centred mainly on the two following axes:

- To structure and optimise a veritable rural tourism product likely to be marketed and visited by tourists;
- To promote and publicise the structures of rural tourism products both among tourism organizations and among the tourists themselves.

These two measures were set to be accompanied by institutional measures facilitating their evolvment within a human, legal and institutional framework that is conducive to their success. Officially, the strategy came into force in 2003.

Application: Area-based approach

One of the major contributions of this strategy is a conviction that if one wanted to trigger a veritable process of rural tourism structuring, it would have to be organized on the local level, because it is from there that initiatives spring and it is the condition for the stakeholders themselves to adhere to it, hence the original area-based approach and the concept of "Tourism Host Area", a project area in its own right.

Based on the need to pool potential and competencies, the Tourism Host Area has its own character and is demarcated in view of the elements distinguishing it from its neighbours, namely a physical and cultural unity, but also a diversity of the product. It must be located near an outbound tourism zone and have a label. It emanates above all from a will of the local actors wishing to promote their area's tourism dimension. It requires a development and management coaching and organisation. For so doing, it must be provided with various bodies and rest on a dedicated outreach (identification of routes, training courses and workshops, or interactive discovery of the local culture, schedule of folklore events, ethnographic museums and eco-museums, optimisation of core rural heritage). It requires tourism equipment and installations (Area Home, rural tourism accommodation, tourism catering, tourism signposting and marking). In short, a Tourism Host Area is an area that is neither a Region, nor a Province, nor a Municipality. It can be part of a region or of a province, as it may be astride several municipalities: it is before a whole project area.

But a Tourism Host Area cannot actually obtain unless there is a will emanating from the local actors to build together an image, by turning into a heritage the elements of this area on which this dimension can be conferred and sustain the outcome by a quality label, organising it in terms of accommodation, catering and leisure, promoting it via a targeted communication policy and selling it via the already active channels marketing the Morocco product in general.

To date, three Tourism Host Areas (PAT) are operational: they are those of Chefchaouen, the Middle-Atlas (around Ifrane) and Immouzer Ida Outanane in the Western Upper Atlas. Three are in process of construction in the desert, the Rif and the Upper Atlas, and five in the pipeline (Annex, Figure 8).

3.3.2 Domestic tourism strategy

Initially, a real demand, but not taken into consideration

We have already highlighted the importance of the flows of domestic tourism at a time when they were not regarded by the public authorities or the professionals of the sector as a priority. Brought to light by the Gulf crisis, these flows were to be granted special attention and came to constitute henceforth an integral part of the Moroccan tourism system. A survey dating back to 2000 and conducted at the behest of the Moroccan Ministry of Tourism confirmed this importance and demonstrated that the domestic component will be one of the most overriding trends of Moroccan tourism for the years to come. It estimated outbound tourist numbers to 7.5 million for the year 2000 of which 75% for holiday purposes with an average duration of 16.4 overnight stays. The outbound sites were the Rabat-Casablanca axis, followed by Fez, Marrakech and Tangier-Tétouan. The destinations for these

departures seemed to have slightly changed: to the formerly preferred North there came to be increasingly substituted such Southern destinations as Marrakech and Agadir. Seaside tourism remains the chief motivation (36.4%), followed by city visits (31.3%), while summer was the main departure season.

Observed in the late 1980s, the domestic dimension of tourism was to be integrated in the tourism system in an incomplete and circumstantial way: it was in seasons of drop in arrivals and during international tourism poor years that national tourism was courted, either by the State, or by the professionals of the sector. It was, for this reason, treated as a complement or as a means of compensation, and not in its own right. However, following the outbreak of the Gulf war, hotel owners found themselves in the face of massive cancellations of international tourism for the winter and spring 1991 seasons. In front of this sudden absence of foreign tourists, who did not turn up, hotel owners turned to national customers who had been awaiting dedicated promotion actions. They realized, on this occasion, the extent to which they were totally unaware of the needs and expectations of this clientele that was quite different from international customers. They particularly realised that the developments made hitherto hardly met the expectations of the majority of the national tourists. It is not surprising, in this regard, to observe that only holiday apartments designed under the form of "kitchen-corner" equipped (furnished) studios and sited in Agadir, Marrakech or Tangier appealed to these tourists: these structures are adapted to the tourism style of Moroccans who arrive in groups or families.

The study on "Domestic Tourism"

It was for purposes of best identifying this demand both in qualitative and quantitative terms and to elicit the expectations of these tourists that the study on "Domestic Tourism" was commissioned by the Moroccan Ministry of Tourism in 2000. It was intended to help put in place a veritable domestic tourism development policy.

After outlining the features of this tourism, the study proposed to the Ministry a three-pronged strategy. The first axis related to the product for which it sought a match with demand, particularly via support to tourism companies. The second addressed land use planning via equipment and resolution of the land property issue. Lastly, the third referred to intermediation (transport, marketing and promotion). These actions were supplemented by a selection of priority development areas. This strategy emphasises the need that the development of international tourism should not be dissociated from that of national tourism, but warned at the same time against a policy which would consider the latter only as a substitute product to international tourism when this type of tourism proves to be deficient.

Tourism accommodation in Morocco, largely dedicated to international tourism, both in terms of its structures and of its prices, is unsuited to the needs and expectations of Moroccan tourists. The traditional hotel does not match the size of the Moroccan travelling group and its price is prohibitive, while accommodation facilities that would be suited to the Moroccan tourist are lacking in quality and marketed in an informal way. Accordingly, 75% of the accommodation facilities used by Moroccans are off the commercial system. To address this situation, the study proposes to initiate a shift towards a reduction of non commercial accommodation by forking out 10% of this offer to the commercial sector. This requires proposals of classification and labelling according to five types of accommodation: self-catering, furnished apartments and villas; tourism apart-hotels; holiday villages; camp-sites and family hotel accommodation. Besides, 35% of the non classified commercial demand was set to be recovered with a view to making of it a classified commercial capacity.

Main actions

This programme to promote domestic tourism has been selected by the Ministry which cascades it down into various actions.

One of the impediments of the development of domestic Moroccan tourism lies in its informal character and the absence of organized marketing and distribution channels. This results in prices intended for the national customer which are prohibitive, while the foreign tourist who arrives in a package tour benefits from quite advantageous prices. The Ministry of Tourism

and the Moroccan National Tourism Authority (ONMT) have incepted in partnership with the professionals of the sector a campaign under the motto *Kounouz Biladi* ("Treasures of My Country"). Promoted via a communication action,⁶ this campaign enlists the contribution of hotel owners, national carriers (O.N.C.F. (National Railway Company), RAM (Royal Air Morocco), Regional Airlines, C.T.M. (Moroccan Sea Transport Company)) and of travel agencies. Marketed by the latter, the "all-inclusive" offers propose discounts of up to 50% for the nationals provided that the stay is equal to or more than two overnight stays. Several editions have taken place. The 104 hotel entities taking part in the operation are distributed over the main tourism destinations (Agadir, Marrakech, Fez, Meknès, Ouarzazate, Tangier, etc.) and the travel agencies chosen in the main outbound tourism cities (Casablanca, Rabat, Kénitra, Marrakech, Khouribga, etc.).

One of the objectives of this initiative, which was to increase by 20% the overnight stays made by the nationals in the hotels, was reached in 2003, the number of arrivals and overnight stays having increased in the hotels involved by 44 and 40 %, respectively, while it was within 15 and 12 % for the whole hotel entities. Another objective targeted and largely achieved was also to bring the various operators of tourism to work jointly towards proposing "all-inclusive" offers intended for domestic tourism. But the chief objective was rather didactic, since it sought—via a series of campaigns between 2003 and 2005—to raise awareness among Moroccan customers as to the role of intermediation and the need to call upon travel agencies to plan and purchase a tourism stay. The year 2005 reported completion of the process of establishment of a policy of promotion and sale of tourism stays to nationals as the Ministry has enlisted support towards the creation of tour operators dedicated to the domestic market with the short-listing of seven agencies and the choice of three which, vested with the status of tour operators, will be entitled—based on a specifications document—to a subsidy for the promotion of their offers intended for the domestic market.

The second component of this action plan is the programme called *Biladi* ("My Country") which was set precise quantified objectives of doubling up the number of holiday trips to the types of commercial hotel accommodation, with a capacity of 42 000 beds distributed as follows: 5 000 beds via rehabilitation of existing hotels, 7 000 beds to Plan Azur, and 30 000 beds to be created via the *Biladi* Plan—distributed into 11 000 beds in apartment hotels and 19 000 beds in camp-site. For so doing, a programme has been launched for the construction of eight low price holiday villages for national tourists, being located in areas close to highly-frequented and easily accessible large conurbations due to existing and future road infrastructures. Three sites have already been identified: Sidi Abed (El Jadida), Ifrane and Imi Ouaddar (Agadir), while five are in identification process. That of Imi Ouaddar is the most advanced since the agreement dedicated to this site was signed in May 2008, with the selected contractor due to invest 400 million DH for the creation of 6 000 beds in hotel facilities and camp-sites. The project turnaround time is 36 months; it will comprise a wastewater treatment plant and propose prices according to accommodation categories ranging between 100 and 400 DH per night.

4. Promote Mediterranean cooperation

Morocco is engaged in a Mediterranean cooperation process. In this particular case, the cooperation is not of a classical commercial and exchange type, but one developed in the field of best practices. It has been engaged since the concept of accountable tourism was introduced in the country. On the organisational level, there is—within the Directorate of Tourism Enterprises and Activities (DEAT)—a Tourism Facilities Division (DET) which comprises a Quality Team. Via these services, Morocco is member of the International Working Group on the development of Sustainable Tourism (GIT/TD) and has participated in all the work meetings and projects of this group. It regularly feeds the French site "Veille info tourisme" (Tourism Update Watch), in particular information sharing on best practices under the heading "Sustainable Tourism Development". It attends the high-level regular meetings of the Mediterranean countries. The one recently dedicated to tourism within the framework

⁶ 3 million DH for the first edition of 2003.

of 5+5 meetings and which drafted the recommendations intended for the future “Union for the Mediterranean” is worthy of consideration.

Other types of cooperation are also worth mentioning: the one entered by the Mohammed VI Foundation and the FEE attests fairly eloquently to the dynamics which can be fostered towards the delocalisation of environmental quality labels and the dissemination of new values among the officials in charge, the professionals of the sector, the local communities and the public at large; or the one outlined in the accountable tourism programme which consists in involving the future tourist even before his/her arrival at destination and which recalls one of the elements of Scenario 2; or, lastly, the one entered by the Ministry of Tourism and the Swiss NGO, Sustainable Business Associates - SBA (see above).

IV. PART 3 - BEST PRACTICES

The practice of highlighting the best practices concept while disseminating it via the media is gradually taking shape in Morocco. In the following part, we have noted best practices forms developed and put on line by the Quality Team belonging under the authority of the Tourism Facilities Division (DET). It was a pleasant surprise for us to note the mark of this awareness among the officials in charge.

Throughout this report, we have gleaned the various best practices. They may be recalled as follows:

- Setting up the “Accountable Tourism Committee”,
- Design and issuance of the “Accountable Tourism Charter”,
- The “Accountable Tourist Guide”,
- The “Accountable Tourism Label”,
- The “Accountable Tourism Trophy”,
- The “Energy Efficiency Code”,
- Stickers on the importance of water saving,
- Energy efficiency and generalization of solar systems for the production of domestic hot water and swimming pool heating in the hotel sector,
- Labelling of tourism entities wishing to establish an environmental approach,
- National seminar on ecological management in the hotel trade,
- Issuing a national index of hotels having mainstreamed an environmental approach in their management system,
- Meso-economic study on the Moroccan tourism sector,
- Study of the Domestic Tourism Development Strategy,
- Operation under the motto Kounouz Biladi (“Treasures of My Country”) (domestic tourism),
- The Biladi (“My Country”) Plan (domestic tourism),
- Tourism planning: “Which Tourism for Morocco in 2030” – Prospective study,
- Delocalisation of the Blue Flag label,
- Delocalisation of the Green Key label,
- Study on the Rural Tourism Development Strategy.

A first set of practices relates to accountable tourism spearheaded by the Ministry of Tourism and the Moroccan National Tourism Authority (ONMT). One may find it surprising that such an Authority should be involved, especially that the whole point of the institution is above all to promote tourism abroad and not environmental concerns. Yet, the Moroccan Tourism Authority has harnessed the environment and sustainable development as a commercial selling point, and this is an innovation, indeed.

A second set of practices relates to alignment on international standards, such as labels, and this is spearheaded by NGOs and other civil society actors, which is again a characteristic feature of this new phase.

Lastly, the Ministry of Tourism has engaged in a two-fold process, whose both aspects are best practices. They relate to the development of rural tourism and of domestic tourism.

What is to be deplored in this regard, though, is that there is no effort of coordination or of mobilization of other administrations and authorities on these two axes. This point will be revisited in the conclusion.

In order to avoid repetitions between the second part and this part, we have elected not to restate all that has been developed above under the “best practices” forms. We thus propose, by way of illustration, five forms which have been validated by the Ministry of Tourism.

Table 2 Labelling of tourism entities wishing to establish an environmental approach

Title		Labelling of tourism entities wishing to establish an environmental approach			
Country		Morocco			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Hotel sector			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues ⁷ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person		M.H. KACIMI, Secrétaire Général, Département du Tourisme. Email : hkacimi@tourisme.gov.ma			
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					
<ul style="list-style-type: none"> - Mohammed VI Foundation for Environment Protection - Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy - National Moroccan Tourism Authority - National Federation of Hotel Industry 					

⁷ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Table 3 Description of the Good Practice

<p>Detailed description: what makes this GP particularly interesting? For example:</p> <p>Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation in environment protection, • Recognition of entities engaged in an environmental approach via the awarding of an environmental label, • Tourist satisfaction and attraction. <p>Details of the action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Department of Tourism has participated in the approach adopted for the implementation of the hotel entities international label, "Green Key", delocalised by the Mohamed VI Foundation. <p>Several stages have been covered, namely:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Presentation of the label and of its criteria to the various partners of the Foundation. – Organisation of an international workshop for official launch of the "Green Key" programme in Morocco, with attendance by the international coordinators and the hotel owners having benefited from this label. – Adaptation of the criteria of the label to the Moroccan context (in progress).
Economic and financial aspects
Monitoring activities
Results / Lessons learnt
Replication possibilities

Table 4 Sticker on the importance of water saving

Title		Sticker on the importance of water saving			
Country		Morocco – Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy, in partnership with the Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment, and the National Federation of the Hotel Industry			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Holiday hotels and villages			
PER-FIELD AND PER-TYPE CLASSIFICATION (TICK AMONG THE FOLLOWING FIELDS AND TYPES OF ACTIVITIES THOSE TO WHICH THE GP IS DIRECTLY LINKED)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
CLASSIFICATION ACCORDING TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT ISSUES⁸ (TICK THE BOX TO WHICH THE GP IS LINKED)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
CONTACT INFORMATION					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person					
PARTICIPANTS (NAME, TYPE OF LOCAL/REGIONAL/NATIONAL AUTHORITY, ORGANIZATION, COMPANY OR OTHER STAKEHOLDER INVOLVED)					
- Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy (Directorate of Tourism Enterprises and Activities, Regional Tourism Representations), - Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment (Directorate of Partnership, Communication and Cooperation, Regional Inspectorates), - National Federation of the Hotel Industry (FNIH), - National Drinking Water Utility (ONEP)					

⁸ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Table 5 Description of the Good Practice

<p>Detailed description: what makes this GP particularly interesting? Objective: Raising awareness among customers about the importance of water saving, via the display of stickers bearing messages in various languages (Arabic, French, English, German and Spanish) in rooms and at water points. Details of the action: Eight cities have been concerned by this action (Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Fez, Tangier, Rabat, Casablanca and Beni Mellal); Design, publication and circulation of 50 000 stickers; Display in rooms (bathroom and toilets), swimming pools, common facility toilets, kitchen and linen room; Implementation and monitoring: Regional tourism representations, regional hotel industry associations and regional inspectorates (for circulation of stickers and monitoring of the action).</p>
<p>Economic and financial aspects: Financing: co-financing by the Department of Tourism and the Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment (30.000 DH); Design and implementation: 4 months.</p>
<p>Control of activities: Evaluation of the action for improvement (in progress).</p>
<p>Results/ Lessons learnt: In evaluation process: Check the number and geographical distribution of the entities having displayed these posters, Evaluate the message of the poster with hotel owners and tourists (readability, content of the messages).</p>
<p>Replication possibilities(conditions under which this particular GP is likely to be replicable): Generalisation of the action on national level, taking into consideration the proposals for improvement of the said action; Generalisation of the action for all other types of tourism entities; Replication of this action for energy saving.</p>

Table 6 Energy efficiency and generalization of solar systems for the production of hot water and swimming pool heating in the hotel sector

Title		Energy efficiency and generalisation of solar systems for the production of hot water and swimming pool heating in the hotel sector					
Country		MOROCCO/ CDER (Renewable Energies Development Centre)					
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		CDER					
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)							
Field of activity							
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction		
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning			
Other (specify) :						
Type of activity							
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other			
Classification according to sustainable development issues⁹ (tick the box to which the GP is linked)							
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution				
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems				
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:						
Contact information							
Internet site							
Publication(s)							
Contact person							
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)							
Renewable Energies Development Centre (CDER)							

⁹ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents :
http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Table 7 Description of the Good Practice

<p>Detailed description: what makes this GP particularly interesting? For example:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Characteristics: scope, development period and components of the project, role of the stakeholders. <p>Generalisation of solar systems for the production of hot water in all Moroccan hotel facilities with a view to contributing in the optimisation of the energy bill, enhancing the competitiveness of the hotel industry and mobilisation of local resources. This PB will benefit from the assets of the current market: Renewable Energies and Energy Efficiency Guarantee Fund – FOGEEER -, with the technical and financial components: quality, promotion and communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Project initiation: why and how it began, actors involved, other stakeholders (communities, business partners, public authorities, organizations or institutions). <p>The Guarantee Fund – FOGEEER – was initiated in partnership with DAR ADDAMANE (Insurance House), the Professional Association of Financing Companies (APSF), the Federation of Hotel Owners, the Moroccan Association of Solar Industry, the Ministry of Energy and Mines, the National Electricity Utility (ONE) . . .</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Environmental sustainability: innovative local transport systems; contribution to the conservation of natural areas (financial contribution, support of local organizations...); educational and awareness activities related to marine environment towards international and national visitors, local communities, etc.; environmental practices in tourism facilities, establishments and services (waste, water, energy, transport, construction...) and code of conduct or adoption of certification system. <p>Substitution of conventional energy: fuel, gas-oil and electricity by solar energy.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Social sustainability: community involvement in planning, development and management of operations (employment and career opportunities for locals, capacity-building and training programmes). <p>Strengthening and enhancing the sustainability of a local network of distribution and maintenance of proximity energy services.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Economic sustainability: marketing and promotional activities, methods and channels, type of information (services, sustainability aspects...), marketing efficiency assessment, cooperation with local goods and service providers (agriculture, building and civil engineering works, etc). <p>The solar thermal activity, on hotel sector level, will help install 20 000 m² of thermal solar captors, and the generation of a turnover of 90 M DH within the framework of the Fund (FOGEEER).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Regulation of tourism activities: existing laws affecting tourism operations (incentives/restrictions). <p>Incentives to tourists towards opting for hotels having mainstreamed this approach in their investment plans.</p>
<p>Economic and financial aspects, such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Funding: costs and sources of funding, possible feasibility studies. ● Viability: present conditions and perspectives of economic viability and profitability (financial rate of return, sensitivity to fluctuation of the market, rate of returning visitors, etc.). <p>The FOGEEER Guarantee Fund provides technical and financial support towards the implementation of solar thermal projects in hotels:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Covering the cost of technical-economic feasibility studies, ● Financial engineering, ● Covering credit guarantee costs at 70%, ● Subsidisation of leasing disbursement rates, ● The technical engineering necessary for project implementation. <p>These projects will benefit from the advantages obtaining under the PROMASOL (Solar energy promotion programme) : certification of products, approval of installation professionals, GRS, CPS, e-monitoring . . .</p>
<p>Monitoring activities, for example:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Follow-up activities to assess environmental, social and economic performance and impact – indicators. ● Accountability: reporting and feedback mechanisms created, involvement and information of employees, local community and other partners involved – transparency. <p>The monitoring conducted within the framework of GRS or e-monitoring is the concrete tool of checking the performance of the installations, solar energy produced, conventional energy avoided, CO2 quantity avoided . . .</p>
<p>Results / Lessons learnt (both positive and negative), for example:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Problems encountered and their solutions ● Results achieved (in quantitative and qualitative terms) ● Lessons learnt: business practices, employee and natural resources management, marketing, nature/culture conservation, local social and economic changes, capacity-building, etc. <p>Need to raise awareness among hotel owners as to the economic and ecological importance of solar thermal technology; Dedicated communication to demonstrate the maturity of the technology, the projects implemented and the offer on the national market.</p>
<p>Replication possibilities (conditions under which this particular GP is likely to be replicable) The FOGEEER Guarantee Fund is still operational.</p>

Table 8 National seminar on Eco-Management in the Hotel Sector

Title	National seminar on Eco-Management in the Hotel Sector				
Country	Morocco – Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy, in partnership with the Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment, and the National Federation of the Hotel Industry				
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)	Awareness raising among hotel managers				
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues ¹⁰ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site	www.tourisme.gov.ma , www.matee.gov.ma				
Publication(s)					
Contact person	Mme Loubna CHAOUNI / Mlle Salma CHEKKOURI, Équipe Qualité, Direction des Entreprises et Activités Touristiques				
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					
<ul style="list-style-type: none"> - Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy, - Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment, - National Federation of the Hotel Industry (FNIH), - ODIT France (Observation, Development and Tourism Engineering), - Regional Activities Centre for Clean Production (RAC/ CP, Spain), - Mohammed VI Foundation ("Green Key" Label), - National Drinking Water Utility (ONEP), - National Electricity Utility (ONE), - CDER (Renewable Energies Development Centre), - ACCOR Group, Tikida chain, Hilton chain, - Private equipment and services companies (ACORAM, ECORISMO, . . .) 					

¹⁰ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUK.html

Table 9 Description of the Good Practice

<p>Detailed description: what makes this GP particularly interesting?</p> <p>For example:</p> <p>Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Awareness raising and communication on the importance of a rational water and energy management; – Provision of coaching to the professionals of the tourism sector. <p>Target group:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Managers and professionals of the hotel sector. <p>Seminar topics:</p> <p>Presentation on the environmental measures undertaken by our partners in the tourism sector:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overview of the broad outlines of the Mediterranean Action Plan called “Environmental Best Practices in the Hotel Sector”, by the Regional Activities Centre for Clean Production (RAC/ CP).* • Presentation on the proceedings of the 1st International Workshop on Sustainable Development held in Paris on 17 and 18 September 2006, by the representative of the French Ministry of Tourism. • Presentation of the Tourism Eco-Label: Green Key, by the Mohammed VI Foundation for Environment Protection. • Presentation of Promotion of the Moroccan Solar Water Heater Market (PROMASOL), issued by the Renewable Energies Development Centre (CDER / Morocco). • Presentation of the draft Code on Energy Efficiency in the Hotel Sector (CDER Morocco and National Electricity Utility (ONE)). • Presentation by ONEP on the various projects related to water saving and overview of the various agreements entered with the Department of Tourism. • Presentation by the Directorate of Regional Planning and Investment (Department of Tourism): Environmental Management in Tourism Projects. • Testimonies by hotel owners having established environmental approaches. • Presentations by a few equipment and services companies on new technologies in matter of water and energy saving. <p>* : United Nations Environment Programme (UNEP), Mediterranean Action Plan (MAP), Regional Activities Centre for Clean Production (RAC/ CP), www.cprac.org</p>
<p>Economic and financial aspects:</p> <p>Co-financing: Department of Tourism and Department of the Environment, with the participation of the National Federation of the Hotel Industry (FNIH).</p>
<p>Control of activities: for example</p>
<p>Recommendations:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Design of a referential or specifications document, to be complied by equipment suppliers and installation professionals, notably equipment used for solar energy. 2- Extension and stepping up of this information and awareness raising campaign via the organisation of meetings on regional and local level. 3- Fostering dialogue with hotel chains towards the promotion of CDM (Clean Development Mechanism) projects. 4- Study the possibility of granting exceptions to hotel owners wishing to implement projects that are compliant with ecological standards. 5- Taking into consideration the increasing scarcity of water resources in the development of areas of a tourism character. 6- Coordination between the various stakeholders for the promotion of environmental best practices in hotel entities. 7- Establishing synergies between the incentive and financial measures available to maximise the number of beneficiaries among tourism entities. 8- Mainstreaming environmental best practices in the curricula of initial and continuous training (training institutions and enterprises).
<p>Replicability potential:</p> <p>Regional extension of the action.</p>

Table 10 issuing a national reference index of hotels having mainstreamed an environmental approach in their management system

Title		Issuing a national reference index of hotels having mainstreamed an environmental approach in their management system			
Country		Morocco – Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy, in partnership with the Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment, and the National Federation of the Hotel Industry			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		- Hotel entities - Tourists - Tour operators and travel agencies			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues ¹¹ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site		www.tourisme.gov.ma et www.matee.gov.ma			
Publication(s)		Publication of the index			
Contact person		Mrs. CHAOUNI, Department of Tourism, email: lchaouni@tourisme.gov.ma and Mrs. M'SSARI, Department of the Environment, email: amelmsari@yahoo.fr			
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					
- Department of Tourism Enterprises and Activities (Ministry of Tourism, Handicrafts and Social Economy) - Directorate of Partnership, Communication and Cooperation (Ministry of Land Use Planning, Water and the Environment) - National Federation of the Hotel Industry (FNIH).					

¹¹ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Table 11 Description of the Good Practice

<p>Detailed description: what makes this GP particularly interesting? For example:</p> <p>Objectives of the action:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Review the extent of involvement of the professionals of the hotel sector in environment protection; ● Disseminate the efforts made by hotel entities; ● Raise awareness among, and enlist the participation of, the entities having not mainstreamed this approach in their management system; ● Enhance the brand image of the Moroccan hotel industry. <p>Action implementation phases:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Design of a detailed questionnaire in two parts: <ul style="list-style-type: none"> – Part 1: general information on the hotel, – Part 2: specific information on the efforts made by the hotel concerning the installation of systems related to water and energy saving, as well as an efficient management of wastes). ● Circulation of the questionnaire to hotel entities via the network of partners (Regional Associations of the Hotel Industry, Regional Environment Inspectorates and Regional Tourism Representations), with possibility to download the questionnaire from the web sites of the two departments. ● Collection and examination of the questionnaire findings. ● Publication of the reference index (in process).
<p>Economic and financial aspects, as such:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Financing : Covered by the Ministry of the Environment. ● Viability : Make available to tourists, travel agencies and tour operators a reference index of hotel entities having mainstreamed an environmental approach.
<p>Monitoring activities</p>
<p>Results / Lessons learnt (both positive and negative), for example:</p> <ul style="list-style-type: none"> – For the 1st edition, the number of entities responding to this action is limited; – In view of the limited number of respondents, it is envisaged to undertake the action on regional level via actual involvement of regional tourism representations and regional inspectorates; – Annual updating of this reference index.
<p>Replication possibilities (conditions under which this particular GP is likely to be replicable)</p>

V. CONCLUSION AND RECOMMENDATION

At this point of the study, one can but note that the development of tourism in Morocco is now at the crossroads.

This tourism reports a real revival and presents the signs of an unquestionable recovery; yet, it bears the signs of vulnerabilities and of dysfunction risks. It has made a clear and precise choice of the all-out seaside option as a main product, which option is regarded as the only course of action to reposition Morocco on the international market. Yet, at the same time, serious questions arise with regard to this option, prospective reflections tempted by more flexible and more alternative choices are being organised, and objections by civil society to possible environmental repercussions of these choices are making themselves heard. It gives free hand to the large multinationals, which are in process of shaping whole coastlines; yet, it proves to have espoused a salutary activism in the field of accountable tourism targeted at both the professionals and customers of the sector. It turns a blind eye on “hardening” the coastlines and landscapes (supplanting them by permanent structures) and shelves a salutary law on the coastline; yet, at the same time, it engages very original operations aimed at introducing international quality labels. One may cite further examples of apparent contradictions which are, actually, questions about the future attendant upon a necessary repositioning of Morocco on the tourism markets.

This process intended to reinstate Morocco on the international market should, according to its proponents, necessarily obtain via seaside tourism. This is an option that may be well-

founded, but which carries within itself serious risks of dysfunction and slippage. One observes all around the Mediterranean commercial success stories which, though spectacular no doubt, are fraught with dramatic repercussions on the environment. The map of Figure 9 (in annex) reveals a fairly alarming concentration of the offer on the southern coastline which will entail the whole host of consequences we are only too familiar with. Is all this collateral damage really inevitable? At the same time, this choice of the all-out seaside tourism is accompanied by actions which purport to be alternative in nature, with the development of veritable niches in the inner country, together with others which are taking place with regard to accountable behaviours. Is this a veritable comprehensive policy that is adjusted as it is implemented? Or is it rather a mere environmental, cultural and social alibi meant to disguise the main option and make it more becoming? It is difficult to answer these questions based on the elements available to us. But, electing to be optimistic, we opt for an explication that invokes a concern to adjust and restructure.

If there was one general recommendation to formulate, it would be astride these contradictions. It is, actually, that famous area of overlap between the three scenarios of the prospective study "Tourism 2030". Indeed, in view of the scope of the investments underway and of the efforts made within the framework of Vision 2010, it is almost impossible today to backtrack from Scenario 1 "The Way of Experience". But it is quite possible to borrow several elements from Scenario 2 "Towards Sustainable Development" and Scenario 3 "Mediterranean Integration towards a Knowledge Tourism" in order to adjust Scenario 1 and reverse it towards situations close to those of the two other scenarios. In fact, when examining the current evolution, one wonders whether this is not what is actually taking place. It is probably this ambivalence and this hesitation between various models that explain these contradictions.

Tourism officials in Morocco have, as it seems, grasped and integrated the need to approach tourism as a system that brings into play various stakeholders. The various best practices observed and which involve different bodies besides the Ministry of Tourism attest to it, and so do the methods adopted to introduce in Morocco the two labels, Blue Flag and Green Key. However, we tend to believe that an additional effort needs to be made in this regard. The most striking example concerns the rural tourism development attempts. The strategy put in place calls, in its design, for a multiplicity of actors, while—the way things go—the Ministry of Tourism conducts its actions without calling upon the Department of Agriculture. In its prospective reflection on Morocco, which purports to be a comprehensive and an exploratory approach to the possible futures of the country, the High Commissionership for Planning (HCP) has conducted two studies, one on tourism, on which we have reported here, and the other on agriculture. Scenarios 2 and 3 of the tourism prospective study argue for the option of development of rural tourism, while Scenario 3 of the agriculture prospective study underscores rural tourism for the development of rural areas. Yet, no linkage is established between the two prospective studies even as they overlap.

The protection of the coastline is increasingly present in official discourse, and the national debate on regional planning of 2000 dedicated to it a significant space. A law on the coastline has been drafted, and it brings judicious responses to several threats that loom on this coastline. However, the delay experienced by its promulgation is quite simply hardly understandable. If this law were to gather further delay, the damage inflicted upon this fragile environment—though crucial for the country—would reach such an advanced state that the law would prove to be useless. All hope is now pinned on its coming into force before this point of non return . . .

VI. BIBLIOGRAPHIE

- Berriane (M) et Laouina (A) (sous la direction), (1993) - Aménagement des littoraux et évolution des côtes, l'environnement des côtes marocaines en péril. Publications du CNGM
- Berriane (M), (1993) - Le tourisme des nationaux au Maroc (une nouvelle approche du tourisme dans les pays en développement), Annales de Géographie, n° 570 (mars-avril 1993), pp. 131-161, Paris.
- Berriane (M), (1996) - Environmental Impact of Tourism along the Moroccan Coast, in The North African Environment at Risk, State, Culture, and Society in Arab North Africa, Westview Press, pp. 241-254
- Berriane (M) et Popp (H) (sous la direction) (1999) Le tourisme dans les pays du Maghreb : diversification et effets sur le développement local, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat, Série colloques et séminaires, Vol. 77
- Haut Commissariat au Plan – Maroc (2006) Prospective Maroc 2030 – Quel tourisme pour le Maroc ?
- Haut Commissariat au Plan – Maroc (2006) Prospective Maroc 2030 – Agriculture 2030, Quel avenir pour le Maroc ?
- Plan Bleu, (2005) Dossier sur le tourisme et le développement durable e, Méditerranée, PNUE/PAM

VII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Share of main European nationalities and of Europe as a whole, in foreign tourism arrivals and hotel overnight stays (2007)	829
Table 2 Labelling of tourism entities wishing to establish an environmental approach	857
Table 3 Description of the Good Practice	858
Table 4 Sticker on the importance of water saving	858
Table 5 Description of the Good Practice	859
Table 6 Energy efficiency and generalization of solar systems for the production of hot water and swimming pool heating in the hotel sector	859
Table 7 Description of the Good Practice	860
Table 8 National seminar on Eco-Management in the Hotel Sector	861
Table 9 Description of the Good Practice	862
Table 10 issuing a national reference index of hotels having mainstreamed an environmental approach in their management system.....	863
Table 11 Description of the Good Practice	864

VIII. ANNEXES

1. Annexe 1 Figures

Figure 1 Tourism Potential

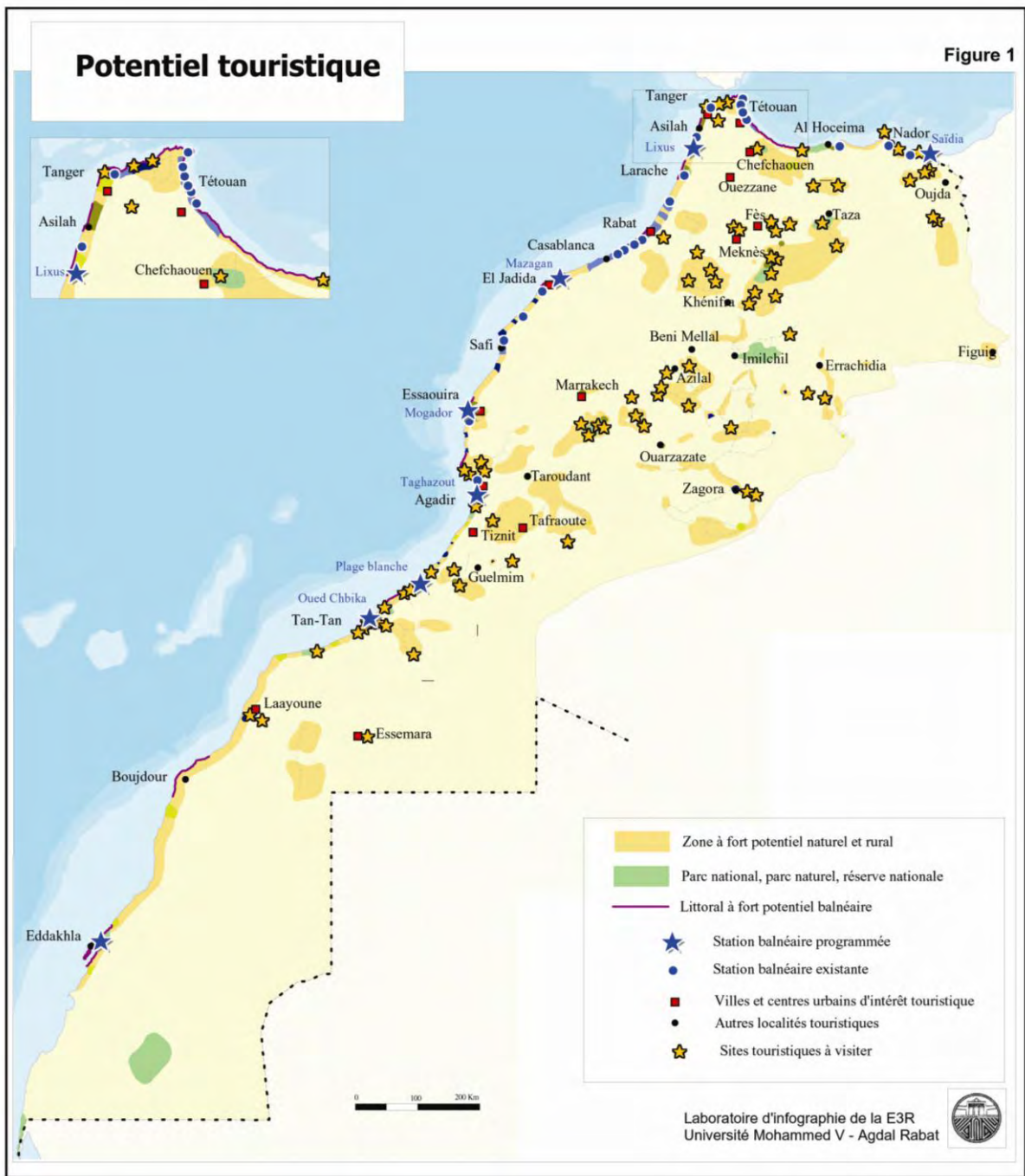


Figure 2 Arrivals evolution



Figure 3 Tourism building sites

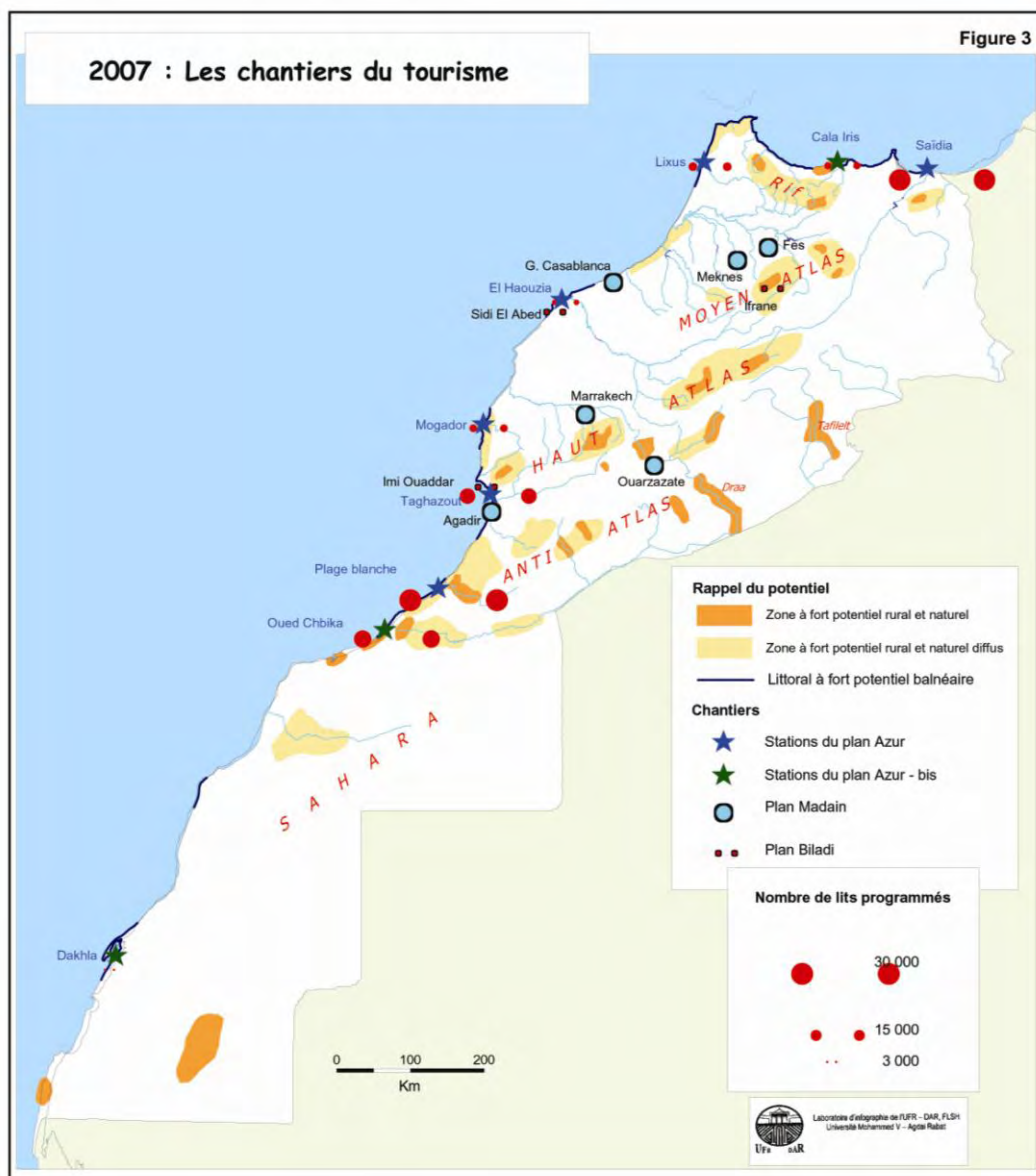


Figure 4 Initial Project of the SNABT (Bay of Tanger development's National Society)

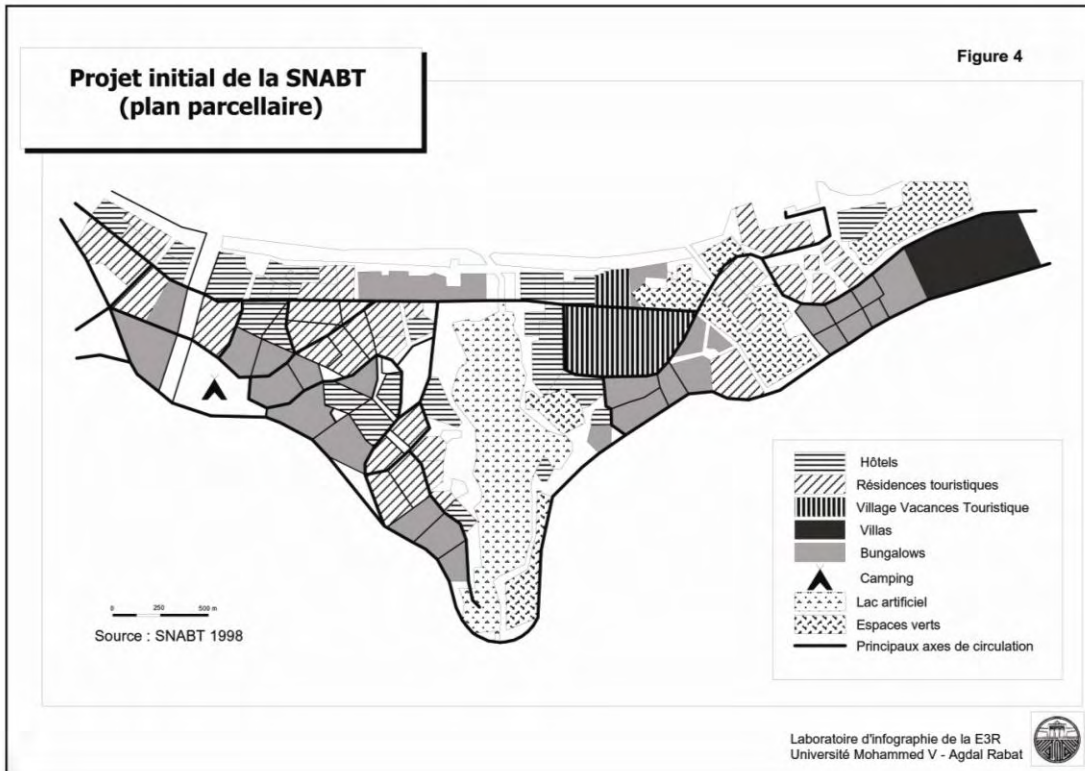
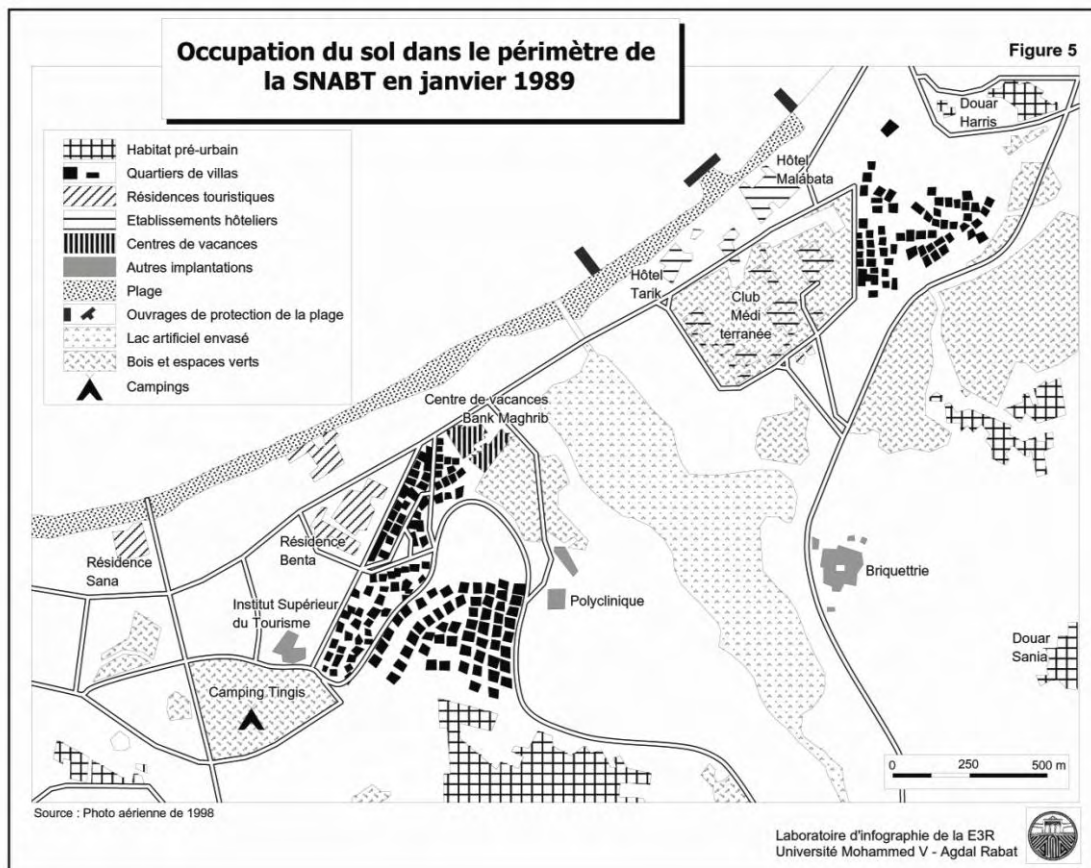


Figure 5 Land occupation in the SNABT perimeter in January 1989



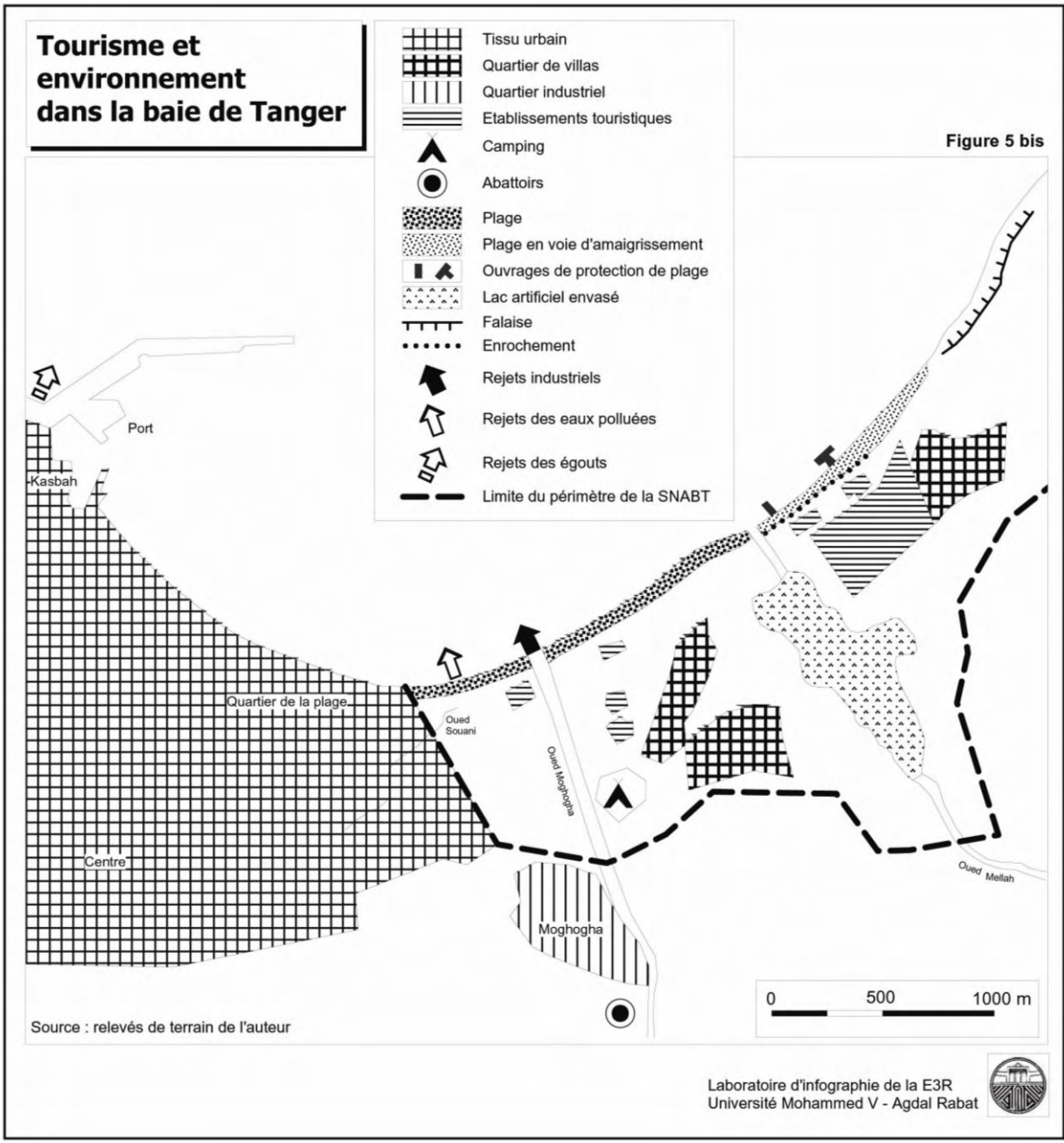


Figure 6 Listed accomodation capacity

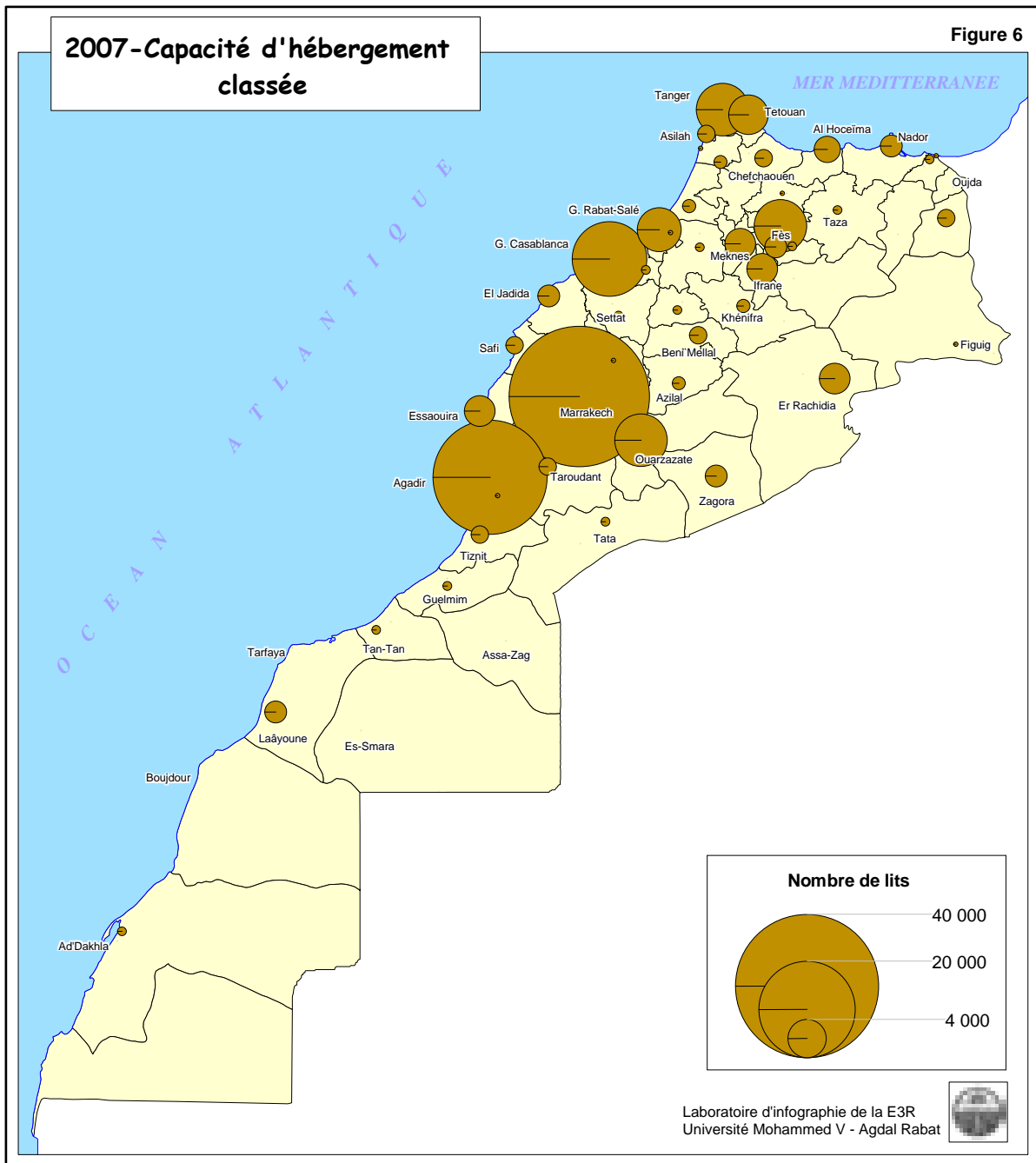


Figure 7 Listed accomodation categories

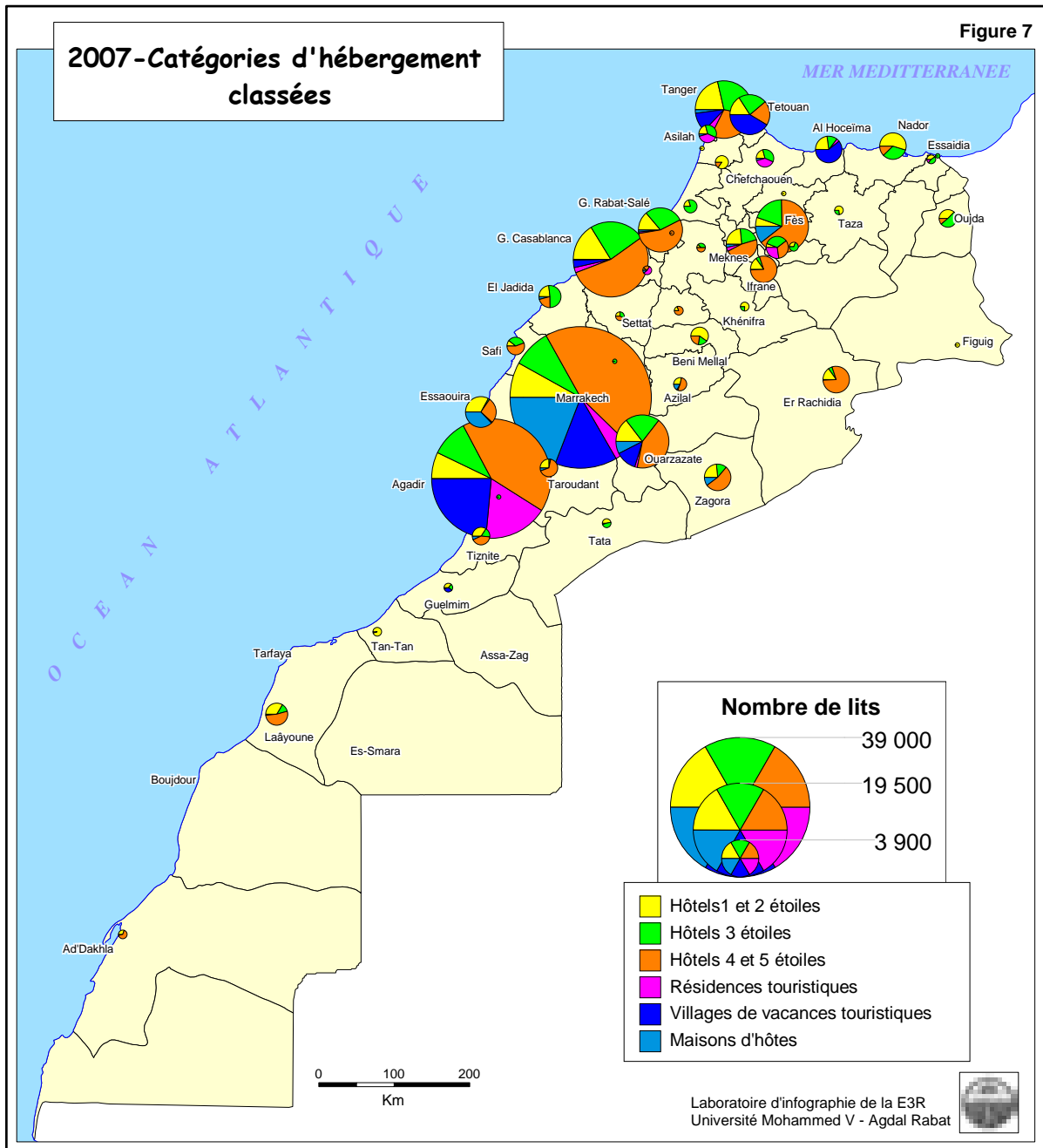


Figure 8 – Rural tourism strategy

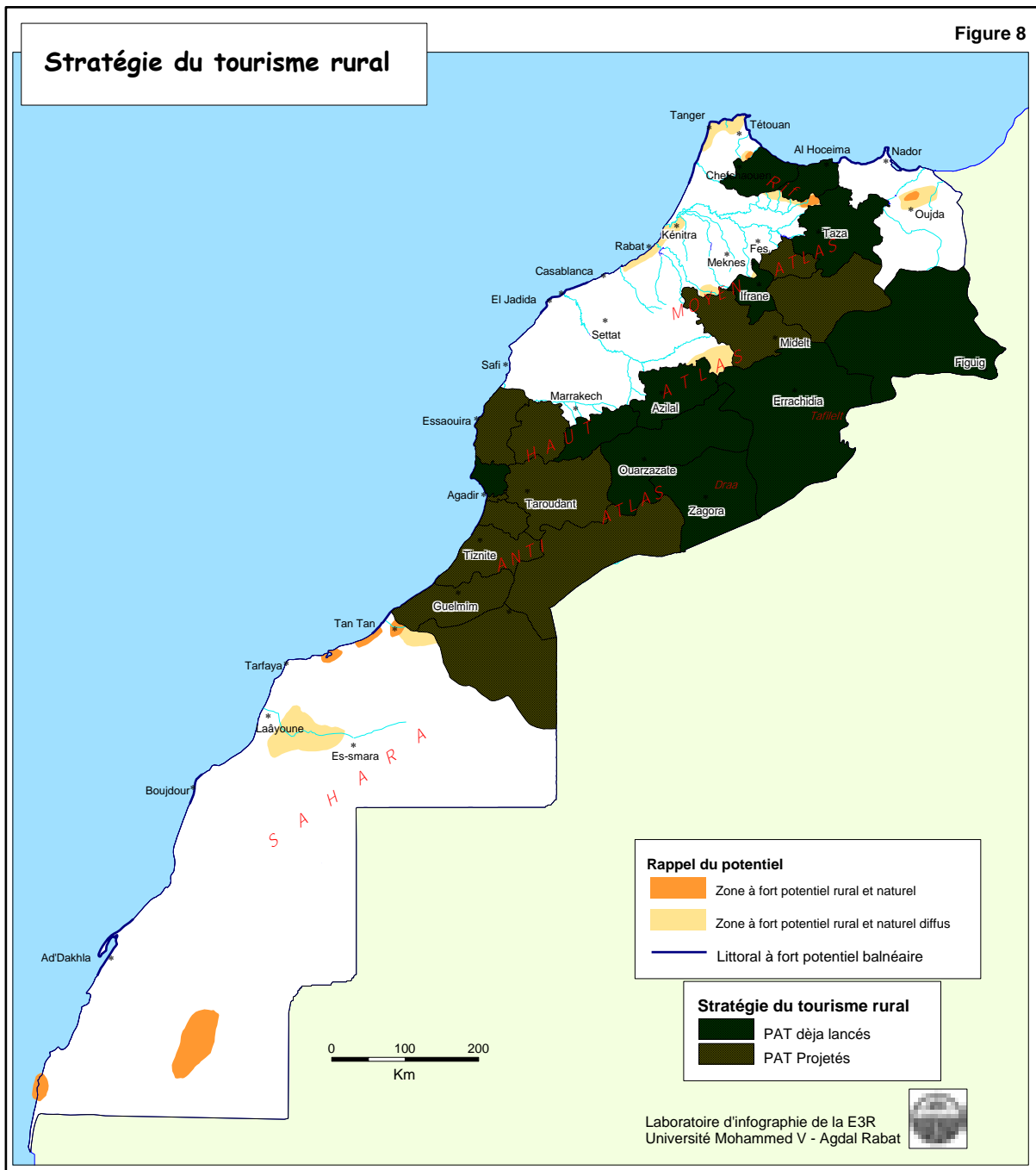
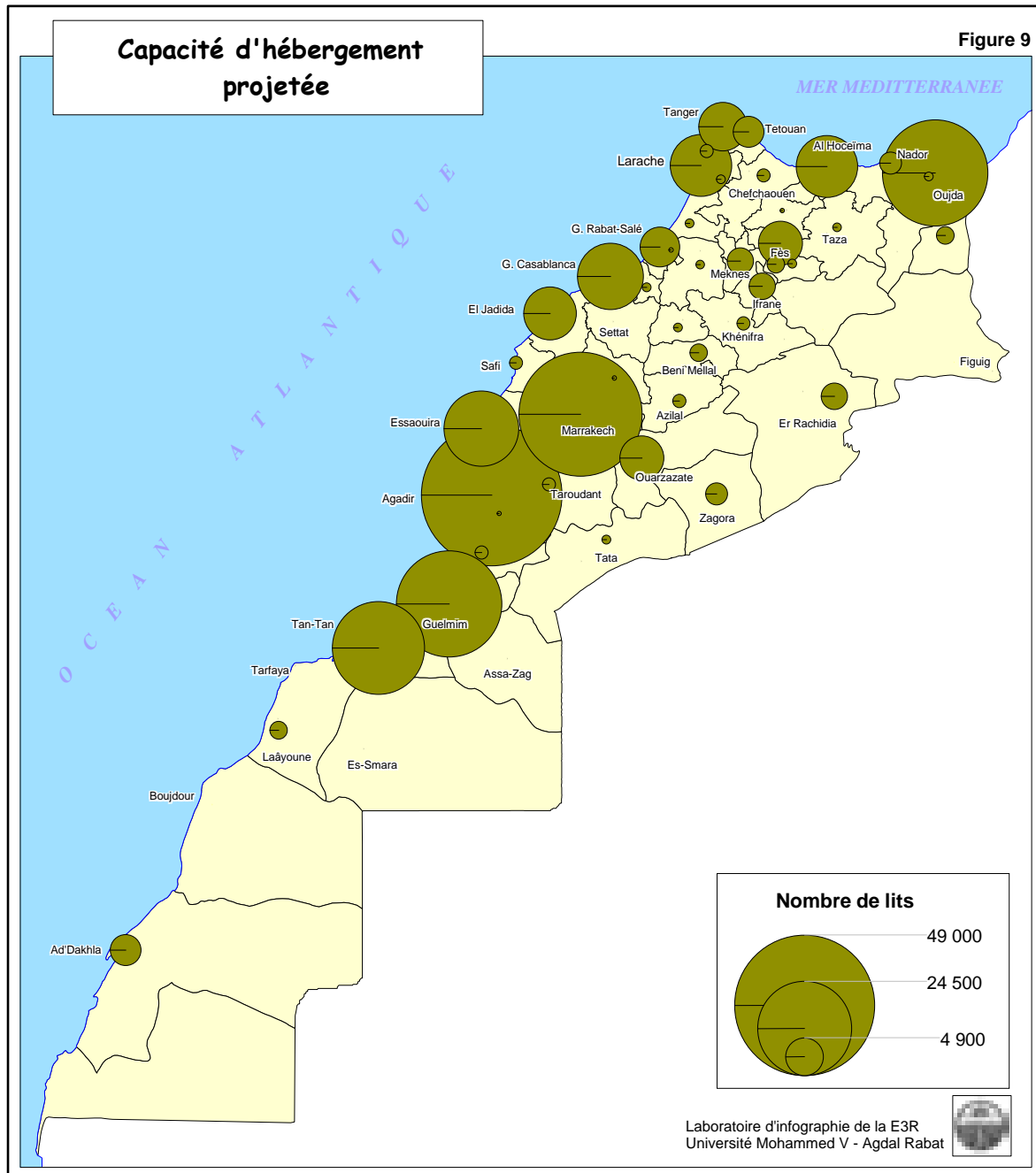


Figure 9 Projected accomodation capacity



SPAIN

M. Miguel Seguí Llinás, Research Officer, University of Balears Island

TABLE OF CONTENTS

Summary	877
I. Overriding trends and implications - Mainstreaming the recommendations of the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD)	878
1. Introduction.....	878
2. Current Plans and projects.....	885
II. Part I Tourism - Context and trends, Policies and strategies	889
1. Tourism assets.....	891
III. Part II – In depth assessment of the progress made	902
1. Recommendations OF THE MCSD	902
2. The total quality of Spanish tourism Plan 2000-2006 (PICTE)	904
3. Initiatives for a sustainable tourism during the period of the plan 2007-2013	907
4. The Spanish Tourism Plan 2008-2012.....	911
IV. Part III - Best practices.....	919
1. General sustainable tourism plan for Andalusia (2008-2011).....	920
2. Strategic plan for the enhancement and embellishment of Palma beach.....	922
V. Part IV - Proposals	924
VI. Acronyms and abbreviations	925
VII. Table of illustrations	927

SUMMARY

Spain has reported a major tourism development since the 1960s which made of it the second world tourism destination. This quite rapid growth was not free from problems and difficulties which the country has tried to overcome in order to maintain its role of leading destination. We may distinguish the following phases in its development:

- 1951-1962, Infant phase: early international opening and confidence in tourism as a driving force of economic growth;
- 1962-1974, Development phase : development phase, with an annual growth rate steadily over 10%, the hallmark of mass tourism;
- 1974-1982, Phase of oil crises and change of the country's political regime, allowing stabilisation of growth and selection of sound enterprises;
- 1982-1991, Phase of institutional adaptation with transfer of tourism purview to Autonomous Communities (local government), early planning in this field, strong legislation differing as per Community;
- 1991-1996, Phase of innovation, change of philosophy now in favour of environment friendliness, diversification of products and post-Fordism;
- 1997-2004, Phase of recovery of administrative cooperation between the various Autonomous Communities and the State in pursuit of quality.

In the face of a strong competition with other Mediterranean destinations, Spain had lost its price advantage, and it was seeking—in quality and in sustainable growth policies—some future prospects. As from 2004, Spain has become aware of the need to coordinate the “autonomous policies” and to establish a General Planning so that the State could renovate its image of a tourism destination; for so doing, it tapped its “know-how” as a new competitive asset. While the system had given precedence to the Communities over the State, it is coordination and the bottom-up development of Plans which are espoused as a new working method.

All administrations, as well as the employers, came to the conviction that the new phase in the development of Spanish tourism cannot obtain without spearheading a commitment to sustainability and to the promotion of policies of environment protection, social integration and respect for equal rights for all citizens (the handicapped, women, etc.). Besides, research is also tapped as a pathway for innovation and progress. All recommendations of international bodies for a sustainable development have been heeded, mainstreamed and implemented in all Plans underway or those recently envisioned.

The whole system is currently being revisited, and planning seems to be the means used to remain a leading tourism destination on world level. To this end, a few major objectives are put forward:

- Awareness among all administrations as to the need to act jointly;
- Definitely put an end to the growth of real estate property, a large land consumer that gives a bad image and that can hardly generate jobs and economic resources;
- In the face of the diversification of products (instated in the 1990s), endeavour to achieve quality and sustainability (economic, social and environmental);
- Join efforts in the planning of future tourism, via the Tourism Plan 2020, across the board: employers and trade unions; from local through to national levels.

I. OVERRIDING TRENDS AND IMPLICATIONS - MAINSTREAMING THE RECOMMENDATIONS OF THE MEDITERRANEAN STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (MSSD)

1. Introduction

As a major Mediterranean tourism destination, Spain has reported a strong development of its tourism policy. Tourism developed, in the 1950s, almost unnoticed by anyone, becoming a model of mass tourism. The foreign currency needs of the Government of Franco had promoted this activity, without planning and without seeking to analyse the problems it generated. The evolution of policies in this field had fared according to both social and political changes, and—currently—an awareness as to the need for a sustainable development lies at the heart of future planning.

The following overview purports to offer the gist of this evolution.

1.1 The beginnings (1951-1962)

In the 1950s, tourism reported a shift from a minority activity, related to culture and health, to a majority activity related to leisure and recreation.

As from 1951, there were taken in Spain the first steps towards a tourism policy. Hitherto, there were public entities in charge of travel and stays, though still focused on tourism in relation to culture and nature. This date coincided with the establishment of the Ministry for Information and Tourism, and tourism was thus to rise to governmental importance, a situation which prevails until now. Similarly, the number of visitors received in Spain passed from 750 000, in 1950, to 99 062 000, in 2007, of whom 59.2 million tourists.

1.1.1 Functions taken on by the Government

The Government took on, mainly, two functions:

- Incentives, construction of basic infrastructures and generation of the financial means allowing greater tourism offer;
- Tourism promotion on three levels:
 - Advertising the country as a destination, abroad, in order to attract new visitors,
 - Calling upon developers to boost private sector participation in the tourism industry,
 - Internal communication, so that the population would be aware of the role tourism can play in society, and the need for hospitality to attract tourists.

1.1.2 Objectives

- Increase the number of tourists coming in the country,
- Facilitate their travel and their stays.

1.1.3 Main actions

Various institutional bodies were created to sustain the tourism policy:

- The Tourism Interdepartmental Commission;
- Structuring the Ministry into departmental and local devolution bodies. Two decentralised bodies were thus set up: ATESA (for public land transport and car rent) and ATE (operation of State-owned tourism facilities), as well as insurance policy;
- In 1953, advent of the National Tourism Plan, which underlines the economic character of the activity, its impact on the balance of payments and the outbound publicity dimension of this activity. Its objectives are as follows:
 - Facilitate customs formalities,
 - Organise the existing offer,
 - Increase the accommodation capacity,
 - Increase the amounts earmarked for publicity abroad,

- Establish a university-level Hotel College,
- Organize camp-sites,
- Create a dedicated planning mechanism, that is, the Tourism Interest Areas.
- More systematic regulation of the sub-sectors: accommodation, travel agencies and catering;
- Setting up the status of Tourism Enterprise Manager and the inspection and sanctions system.

1.1.4 Characteristic features of the period

The discovery of this booming activity became an economic opportunity for the government, and since it was just taking off, dysfunctions were not particularly welcome.

1.2 Development phase (1962-1974)

In 1962, the International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), currently the World Bank, published its Report on the Spanish economy. There was included, even then, a chapter dedicated to tourism and a proposed set of actions which the Spanish Government had to implement in order to foster its development.

This report had a strong impact on the Spanish Government, particularly with regard to comprehending tourism as a economic development factor. The Government responds by granting tourism a privileged position. The need was felt to have more reliable statistics and to encourage research on markets and motivations, and the government also emphasized the need to improve the training of the workers of this sector.

Inspired by the report, there was issued a series of indicative planning works:

- Economic and Social Development Plan I (1964-1967),
- Economic and Social Development Plan II (1968-1971),
- Economic and Social Development Plan III (1972-1975).

1.2.1 Functions taken on by the Government

- Promotion of tourism,
- Incentives functions,
- Tourism as a tool for area planning (although this function was included in the Development Plans, no initiative was taken in this field and the project was kept in abeyance).

1.2.2 Objectives

The major objective of this phase had levelled off. The main concern was growth. The political authorities thought that mass tourism was the guarantor of stability of the tourism phenomenon and, hence, of foreign currency inflows.

1.2.3 Main actions

Several bodies were set up: State Under-Secretariat for Tourism, two General Directorates, the Tourism Studies Institute (IET), the Official School of Tourism. Local government bodies are encouraged: ATE and ATESA, in addition to ENTURSA, for the operation of top-of-the-range hotel facilities.

The tourism legislative framework is established: organization of the main sub-sectors (accommodation, catering and support activities), regulation of planning instruments (Law and Regulations governing the Centres and Areas of National Tourism Interest), establishment of the infringements and sanctions system, Law on tourism authority ...

Tourism credit is revitalized: opening of new credit limits so that municipalities in tourism zones could develop equipment plans, extend financing to companies for projects to be implemented in the Centres and Areas of National Tourism Interest, or credit towards building houses for sale to foreigners.

External promotion is encouraged, sustained by the Tourism Offices opened abroad, and there were incepted, for the first time, campaigns intended for domestic tourism: EXPOTUR, or the programme dubbed "know Spain".

Afterwards, communication actions were started. The first National Tourism Assembly took place, and the Spanish – Lusitanian – American – Philippine Tourism Assemblies were convened three times, following which three meetings were held, with the purpose of making of Spain a studies and research reference on tourism.

1.2.4 Characteristic features of the period

The main characteristic was the development of a tourism model based on an offer of products at low prices, which was believed to be the only guarantee for a continuous increase of arrival of tourists. The good results, in terms of inflows of foreign currency in the country, still reinforced this feeling of success.

It was this intensive growth model that gave rise to problems which were perfectly known to the public authorities even at the time in which they occurred. However, the satisfaction dynamics eclipsed the difficulties and did not help resolve them gradually, thus jeopardizing the model for the future. Here is, for instance, a statement dating back to 1973: *"tourism suffers from an excessive concentration on four levels:*

- Geographical concentration on the Mediterranean coastline and in the Balearic Islands, with—as a result—the problem of congestion;
- Temporary concentration or seasonality, with the problem of infra use of the capacity of tourism accommodation facilities in the off season;
- Market concentration and, consequently, little diversification with risks of change of the economic situation in the customers' countries of origin;
- Concentration of the motivations, especially sun and beach, which is to give rise to an excessive specialization of the tourism offer". (Development Plan III. Development Plan Commissionship, 1973: 16)

1.3 Modernisation phase (1974-1982)

The tourism policy model of the development phase was losing steam, but it was the oil crisis which, above all, waved the alarm bell. The Ministry presented a draft document of "Urgent Measures" which pointed out the new direction taken by the public authorities.

By 1980, the ten Local Governments had already received delegation of authority in matter of tourism.

The State took on a new function, that of guarantor; indeed, the growth of the activity and its sophistication had aroused, in the consumer tourist, a feeling of insecurity. This protection should have also been provided in the Local Governments, overrun by tourism growth, but this aspect was not taken into account by the government.

1.3.1 Objectives

The objective of this period was the rationalisation of tourism growth, trying to plan a as yet unregulated development which, until then, had not sought quality of the offer (Decree on Tourism Offer Development Measures).

1.3.2 Main actions

The characteristic feature of this phase was the negotiation, or sometimes the lack of negotiation, between the central Government and the Local Governments with regard to the new situation. The Constitution provides that the Local Governments can have authority in matter of promotion and organization of tourism on their territory.

During this period, the sub-sectors (camp-sites, apart-hotels and coffee-shops) were regulated. Customer complaint procedures were established, inspection cards were designed, and specialized tourism curricula set out. Then, the organization of travel agencies was initiated, the sector most overlooked in the Development Plans.

The first hotel modernization plans were set out and the exporting character of tourism companies was recognized.

This modernization phase was characterized by taking awareness of the contradictions between the tourism model encouraged until then and the recognition of the problems of the sector.

1.4 Institutional adaptation phase (1982-1991)

This was a phase during which the evolution of the sector was uneven, with booms and slumps.

The central government contented itself with maintaining the functions it had taken up during the previous phases.

1.4.1 Objectives

During this period, there was a lack of consistency between the new situation of the Local Governments, with full purview over tourism, and the centralized planning. In view of the absence of a new model of tourism policy in line with the new administrative status, the government observed that: "the tourism authorities do not fall within the scope of its territorial purview, with the result that the Ministry cannot conduct a tourism policy".

1.4.2 Main actions

Private sector operators claimed a support plan for the sector which was never put in place; but, on the other hand, various fairly interesting studies were conducted which served as a conceptual springboard for the following phase. Among these studies, two are particularly worth mentioning:

- The Official Report on Spanish Tourism,
- The Parliamentary Report on the Tourism Sector, which was to inspire the *Futures Plan* and the spirit of the new phase.

The State reorganized the whole of its tourism system: the tourism companies which provided tourism services directly were privatised (only the "Paradores de Turismo" was maintained); the Tourism Studies Institute was cancelled and the Institute of Tourism of Spain was established (currently Turespaña).

Attempts were made to pursue standard-setting work, but each time an attempt was made to set up a new legislation, the Local Governments objected to a trespassing of their area of responsibility.

The new programmes put in place reported success: the Holidays Programme for the Elderly (INSERSO), the Programme of Rehabilitation of Rural Areas via Tourism, promotion of new products: "España Verde" (Green Spain) and "Ruta of Plata" (Plata Route).

As regards promotion, the annual Spanish tourism marketing plans and the centralized publicity campaign systems were established, both of which are centrepieces in the current tourism policy.

Characteristic features of the period

The overriding characteristic of this phase is the absence of a tourism policy model, which precludes the setting out of new actions to anticipate events and promote new lines for the future.

This conservative position runs up against the innovation conducted by new bodies, such as Turespaña, and were to become spaces conducive to change, when the latter was to occur.

1.5 Innovation phase (1991-1996)

A new tourism policy model was set up in which the central Government had a different role. Politicians now looked differently upon the tourism sector, which made it possible to revisit the objectives of the tourism policy. The key idea is as follows: tourism is considered by the public authorities as any other industrial sector. This new approach helped overcome the

prejudices related to the peculiar or time-bound character of tourism and to apply to it technical criteria, based on planning methodologies used in other sectors.

As from the 1980s, a new concept was introduced: the environment, a changing environment which alters the way of apprehending planning. External factors were then to be taken into account in planning, such as the social, economic or environmental dimensions which, though falling beyond the internal framework, still determined the very existence of tourism. The first *Futures Plan*, which was a veritable revolution in the sector, was inspired by these ideas and it applied them, thus blazing the way for a new tourism policy.

The new actions to facilitate coordination and cooperation between all stakeholders were conducive to the resolution of the problems with the Local Governments and led to the establishment of various cooperation platforms between the public and private sectors.

1.5.1 Functions of the public decision makers

The public decision makers extended the scope of their functions to areas of promotion, incentives, planning, organization and protection or guarantee. With the change in the role of the government, other responsibilities were taken up, in line with the new situation. In this way, the government takes on the function of coordinator, an indispensable role for a better competitiveness of the tourism sector. Accordingly, actions in support of the processes of restructuring of companies were launched; besides, the design of a joint working method between the sub-sectors and of new projects likely to create new products was encouraged. The political authorities were aware of the importance of acting as catalysts for the multiplicity of stakeholders acting in the tourism sectors. The tourism policy implemented actions related to quality, which actions needed a greater private sector participation, or set up entities whose mission was to ensure cooperation between the actors.

These new functions fostered the creation of new entities of cooperation with strictly public participants (Interdepartmental Tourism Commission or Sectoral Tourism Conference), or else of new institutions of cooperation between the private sector, the public sector and the institutional sector (Tourism Promotion Council, institutions set up for purposes of developing a product, or institutions set up for purposes of providing support to the tourism activity).

1.5.2 Objectives

The chief objective was adapting the Spanish tourism sector to the changes occurring in the tourism field. For so doing, three objectives were set:

- Boost the competitiveness of the Spanish tourism industry vis-à-vis competition;
- Sustain the modernization of company structures, by encouraging their adaptation via support to expertise or to organizational restructuring;
- Diversify the country's offer to make it more attractive and of higher quality.

This was to obtain according to principles of sustainability, joint responsibility of the stakeholders involved, concentration of the actions by product or destination, and integration of the various initiatives. (Tourism General Secretariat, 1995: 10)

1.5.3 Main actions

The two *Futures Plans* constituted the main achievements of the period.

The *Futures Plan I* (1992-1996) proposed five fields of action:

- The Institutional Coordination and Cooperation Plan, for the development of relations with international institutions, other public administrations and the private sector;
- The Tourism Innovation and Modernization Plan, for upgrading the existing tourism offer;
- The New Tourism Products Plan, for diversification of the offer;
- The Promotion, Marketing and Publicity Plan, for enhancing the effectiveness of the tourism promotion actions;
- The Tourism Excellence Plan, which encompassed actions for environment and urban area protection (Tourism General Secretariat, 1992: 64-65).

The *Futures* Plan II was drafted after an evaluation of the results of Plan I. It added new dedicated courses of action and reinforced others that were already underway (Turespaña, 1996:23). It is divided into eight programmes:

- *Futures* Coordination, to further enhance coordination between the public administrations and the private sector;
- *Futures* Cooperation and Internationalisation, to cooperate with developing countries and to sustain the internationalisation of Spanish companies;
- *Futures* Quality, for the improvement of the Spanish tourism product;
- *Futures* Training, to enhance staff qualification;
- *Futures* Expertise and Innovation, to scale up the technological and innovation capacity of the tourism companies;
- *Futures* New Products, to enhance diversification of the offer;
- *Futures* Tourism Destinations, to promote cooperation between public and private initiatives in the destinations;
- *Futures* I+D (R & D), to upgrade tourism knowledge and dissemination of the results. (Tourism General Secretariat, 1995:14)

1.5.4 Characteristic features of the period

The overriding characteristic of this period is twofold: forsaking the tourism policy model which had until then structured the action of the central government (*Futures I*) and establishing a new organization based on a balances system (*Futures II*).

By reaching beyond the old vision of tourism and tourism policy, the ground was paved for the emergence of new highly productive interaction capacities. Moreover, cooperation with other government tiers and other stakeholders offered the possibility for the central government to play a new role of coordinator, which was a major stake.

1.6 Cooperation phase (1996-2004)

This is the implementation phase of *Futures* Plan II and the design of a new Plan by the new Government: the Total Quality of Spanish Tourism Plan (PCTE Plan) (Tourism General Secretariat, 2000).

It coincided with a steady growth phase.

1.6.1 Functions of public decision makers

The functions that the central Government may take up were finally specified: promotion, incentives, planning, organisation, protection, coordination, and harmonisation or acting as a catalyst.

1.6.2 Objectives

The changes affecting tourism are reflected in tourism behaviour and in the new trends prevailing in companies.

The challenges arising from this state of affairs are varied: the family enterprise, especially in the accommodation sector, is threatened by the arrival of the major international chains and by the effects of globalisation; the integrated production of the product offered is giving way to another operation, with the breaking up of the productive process and the subcontracting of part of the activities; intermediary companies are reporting a very rapid process of integration, giving rise to a concentration of the demand; and, vis-à-vis the traditional trade formulas, the strong penetration of the Internet is changing the offer.

Addressing this whole host of problems is the chief objective of this cooperation phase. Quality is thus regarded as key in addressing the difficulties, and basic communication is focused on the idea of "Spanish tourism quality".

1.6.3 Main actions

The *PICTE* Plan is divided into ten programmes as follows:

- Quality of the destinations,
- Quality of the products,
- Quality of the sectors,
- Training in quality,
- Innovation and technological development,
- Internationalisation of the tourism company,
- International cooperation,
- Information,
- Statistics and economic analysis,
- Promotion and support to marketing.

The Plan for boosting cultural and linguistic tourism was approved within the framework of cooperation between the tourism Administration and the Cervantès Institute.

Table 1 Beaches certified by the Spanish tourism quality system, as per local government

CC.AA.	Playas
Andalucía	23
Asturias	3
Baleares	2
Canarias	---
Cantabria	---
Cataluña	4
Ceuta	---
Galicia	---
Melilla	---
Murcia	11
País Vasco	---
C. Valenciana	16
TOTAL	59

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Table 2 Coastal destinations subscribed to the tourism total quality system, as per type (SICTED)

DESTINOS	TIPOLOGÍA
San Vicente de la Barquera	Villas marineras de la España Verde
Laredo	Villas marineras de la España Verde
Cudillero	Villas marineras de la España Verde
Gijón	Villas marineras de la España Verde
Llanes	Villas marineras de la España Verde
Ribadesella	Villas marineras de la España Verde
Bayona	Villas marineras de la España Verde
Sanxenxo	Villas marineras de la España Verde
Lanzarote	Sol y playa (insular)
Menorca	Sol y playa (insular)
Palma	Sol y playa (insular)
Calvià	Sol y playa (insular)
El Ejido	Sol y Playa
Cambrils	Sol y Playa
El Vendrell	Sol y Playa
Baix empordà	Sol y Playa

Source : La Actividad Turística Española en 2006

1.6.4 Characteristic features of the period

The major change consisted in a focus on cooperation as a new role for the Government and on clearing political overlap areas.

Quality had become the key ambition, a working philosophy, and had to be taken up by the sector itself. Interest in the environment was losing ground.

2. Current Plans and projects

We can analyse the programmes currently in force and the future planning underway, as we are confident in the continuity of the same Spanish Government.

2.1 Sustainable tourism initiatives in the new planning (2007-2013)

At present, there are two types of tourism activities prevailing in Spanish territory as follows:

- The most important and the most developed is that called “sun and beach”;
- The most recent, however, is more focused on nature and is known as “rural tourism”.

The other types of tourism activities of less importance in the Spanish tourism sector are: nature tourism, inland tourism, urban tourism, active tourism, health tourism, business and conference tourism, and cruising tourism.

The SWOT (DAFO) matrix of the situation of Spanish tourism is as presented below, according to the Task Force on "Sustainable Tourism and Community Funds", published in "*Initiatives of Sustainable Tourism in the New Planning Period 2007-2013*":

WEAKNESSES	THREATS
<p>High temporary recruitment Little skilled labour force Lack of social infrastructures in relation to tourism Incomplete secondary transport networks Insufficient capacity of waste treatment in a few tourism areas Problems of water supply in certain areas Misbalance in geographical distribution High seasonality Low expenditure per tourist Low average stay period</p>	<p>Environment degradation New destinations abroad Foreign competition High coastal urbanisation Decreasing competitiveness (costs and prices) Concentration in time and in space Climate change, with risks for the Mediterranean region Shrinkage in European funding Steady increase in hotel beds Anthropogenic pressure on Protected Natural Areas</p>
ASSETS	OPPORTUNITIES
<p>Diversity of tourism destinations Being one of the world tourism destinations par excellence Variety of rural areas (of a great environmental interest) High job-generating and activity diversification capacity in rural environment Promotion of the use of efficient technologies and renewable energies Quality of the beaches</p>	<p>Capacity of tourism to generate employment and economic growth Cross-cutting character Diversity of services Possibility of contribution to local development Diversity of high-value natural areas Growth of rural tourism Combining tourism with other values, such as landscape, culture, natural heritage or gastronomy Demographic dynamism and immigration Existence of an employers' body with a large investment capacity Strengthened tourism promotion bodies</p>

The same source proposes the following recommendations to direct Spanish tourism towards a sustainable and quality model:

- Most of the tourism types are related to territorial organisation;
- The territorial analysis reveals that there are certain areas which are overused in terms of reception capacity, while others are underused;
- Changes in the demographic structure of Spain will have a strong impact in the future;
- Spain clearly holds a worldwide leading position;
- The new model should be geared towards a sustainable tourism development;
- Vulnerable areas, both present and future, from an environmental and cultural point of view, should be granted special attention with regard to financial aid and technical cooperation towards sustainable tourism development;
- It would be desirable to formulate a projects portfolio, where the eco-innovation concept is mainstreamed and where best environmental behaviour could be obtained;
- Training is a key factor in achieving a sustainable tourism development.

2.2 Spanish Sustainable Tourism Strategy (Tourism General Secretariat, May 2007)

“The tourism sector depends on its environmental context; accordingly, it must be based on a global model that is competitive and sustainable over the medium and long term. The success of our tourism model in the future requires the mainstreaming of the sustainability vision across the board, for a sustainable and balanced growth is permanently efficient and profitable.”

Tourism is a major Spanish activity. In 2006, it accounted for 11.5% of GDP and 12% of the working population. Spain received then 58.5 million international tourists (+4.6% with respect to 2005), generating 41 billion Euros in earnings. Besides, this activity has a strong impact on other economic sectors, such as trade, catering, construction and transport.

2.2.1 Justification

The Spanish strategy has set itself—besides enhancing competitiveness via the introduction of the quality concept during the 1990s—the objective of taking up today, at the dawn of the new millennium, the challenge of sustainability. Spanish tourism has, indeed, mainstreamed the sustainability challenge for three reasons:

- the requirement issuing from globalisation and which will be reflected in the policy and the laws,
- the exigencies pertaining in the need to preserve the quality of the tourism destinations,
- an environmental quality and a quality of life required by the recipient populations.

The mainstreaming of the environment in the planning and management of tourism is an international compromise, which is found in the VI Community Environment Action Plan (PACMA) and in the European Strategy for Sustainable Development (ESSD). It is, in addition, a dimension which Spain mainstreams as “a world tourism leader”.

Currently, public policies are geared towards the success of a more balanced distribution of tourist flows, as well as diversifying and promoting the development of new areas. These two factors are regarded as allowing an improvement of economic return and social impact, as well as a reduction of the pressure exerted on the natural resources, such as water and energy.

The sector has gathered awareness about the fact that lack of planning has repercussions on the competitiveness of the product, as this leads to environment devaluation and saturation.

2.2.2 Objectives

The general objective is the revaluation of the tourism system based on the concept of sustainability. Sustainable growth must focus on stepping up quality, effectiveness and proper operation of the system, taking into consideration the limitations of the environment in terms of load capacity of the medium, both global and local. This amounts, therefore, to an alignment with the strategy “Actions for a more Sustainable European Tourism.”

Balance between tourism and the environment must obtain by the conjunction of all or some of the following factors:

- Respect of the limited load capacity of the destinations,
- Mitigation of the negative impacts issuing from the cyclic character of tourism,
- Safeguarding the social and cultural environments of the various tourism destinations,
- Optimisation of sustainable tourism.

To achieve the final objective, the Consejo Español de Turismo (Spanish Tourism Council) has set out the Spanish Tourism Plan 2020 based on consensus between the public administrations, the private sector and the population in general, with a view to boosting the tourism sector by 2020, a key sustainability time frame.

2.2.3 Main actions

- 1) Knowledge and skills management
 - a) Knowledge management for a sustainable tourism development,
 - b) Building knowledge networks.
- 2) Sustainable tourism destinations
 - a) Comprehensive revaluation of mature tourism destinations,
 - b) New tourism destinations
 - c) Tourism destinations integrated management systems.
- 3) New tourism products
 - a) *Premium* Project: to locate and target, on outbound markets, the population segments with a greater purchasing capacity and a better seasonal distribution of their travel outside of the high season, where to direct products identified with the private sector;

- b) Dedicated programmes for the winter: promotions to attract flows outside of the high season and enhance the seasonal balance of the tourism sector;
 - c) Tourism for all: to inform and build awareness in the Spanish tourism sector about the size of the disabled and/or reduced mobility tourist population, not only from a perspective of the rights of these persons but also from a market perspective.
- 4) Sustainability key factors: R (Research) +D (Development) +I (Innovation)
- To build a tourism culture based on sustainability, it is necessary to promote research, (knowledge and experience), in such a way as to foster innovation processes, and upgrade and develop the whole tourism chain: transport, destinations and the whole range of services and products, from accommodation through to support offer.
- This development of research will contribute in the safeguard and restoration of the balance of the country's key territorial (area-based) social systems, as well as in taking the necessary measures to address any possible climate change. At the same time, research contributes technical solutions towards a more efficient use of natural resources, waste, water and energy, both on company and destination levels.
- 5) Tourism quality
- The Spanish Tourism Quality System (SCTE)—as the administration methodology—has, as of now, been established in more than twelve thousand tourism companies and ninety destinations, thus becoming a key factor for enhancing the competitiveness and the sustainability of the Spanish tourism industry.
- 6) Corporate sustainability
- a) Mainstreaming the environmental dimension in corporate management processes,
 - b) Corporate responsibility.
- 7) Reception companies
- a) To ensure accommodation, socio-economic and employment opportunities for reception companies,
 - b) Social awareness-raising.

2.3 Tourism Plan 2020

The objective of the Spanish Tourism Plan for the Time-Frame 2020 is to base Spanish tourism development on a comprehensive, competitive and sustainable model, in such a way as to take up the following challenges, in the medium and long term:

- To succeed in adopting a differentiated position with regard to the offer vis-à-vis the proliferation of destinations;
- To boost the return on the sector, by amplifying the social and economic impact of tourism via a larger geographical and seasonal extension;
- To develop sustainable business models with regard to the use of the resources of the environment and its contribution to social integration (371 000 immigrants employed, that is, 17.9% of the immigrants working in Spain);
- To improve productivity;
- To reach a higher innovation level.

The implementation of the Spanish Tourism Plan for the Time-Frame 2020 is geared towards achieving the following objectives:

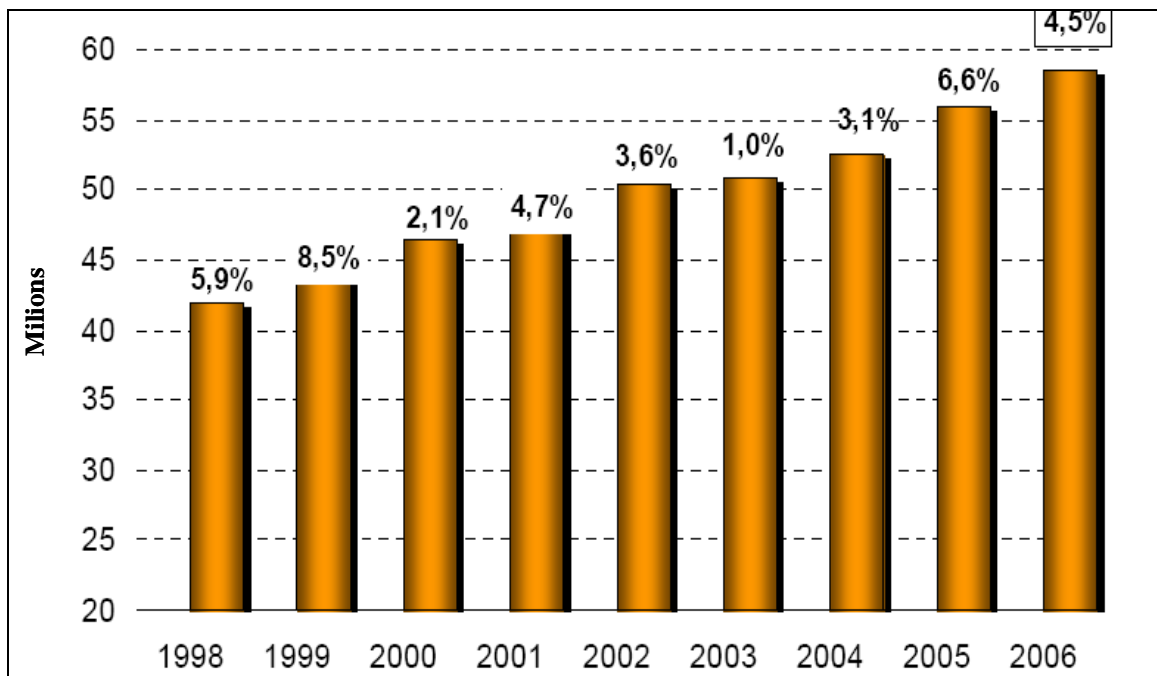
- To revalue the Spanish tourism system as a sustainability factor, enhancing quality and efficiency, taking into account the load capacity of the ambient environment;
- To improve human resources management in the sector, attracting and retaining skills in order to secure a better position vis-à-vis competitor destinations;
- To enhance the competitiveness of Spanish tourism by intensifying the efforts around a promotion and a marketing that are at once differentiated, specialized and profitable;

- To generate and disseminate a greater knowledge of better quality, such as to enlighten decision-making by the actors of Spanish tourism;
- To improve the economic return of Spanish tourism by enhancing the value of the products offered, the latter being dedicated to each type of customers and to their own personality (i.e., customer-tailored and customized);
- To provide the conditions best congenial for the development of the tourism activity (infrastructures; economic, legislative and fiscal framework; management tools and mechanisms for public/private actor relations);
- To incorporate innovation as a differential element of business, products and tourism destinations, by building a new culture of innovation as the hallmark of Spanish tourism in the world.

II. PART I TOURISM - CONTEXT AND TRENDS, POLICIES AND STRATEGIES

Spain is a major world tourism destination, ranking second in terms of international tourists received and in volume of expenditure made by tourists. This trend is a sustained trend (Cf. Table below).

Graphic 1 Arrivals of international tourists (1998-2006)



Source: IER. Movimientos Turísticas en Fronteras (FRONTUR)

This steady increase relates both to tourists and to excursionists, hence a growth of the number of visitors even stronger than that of the number of tourists.

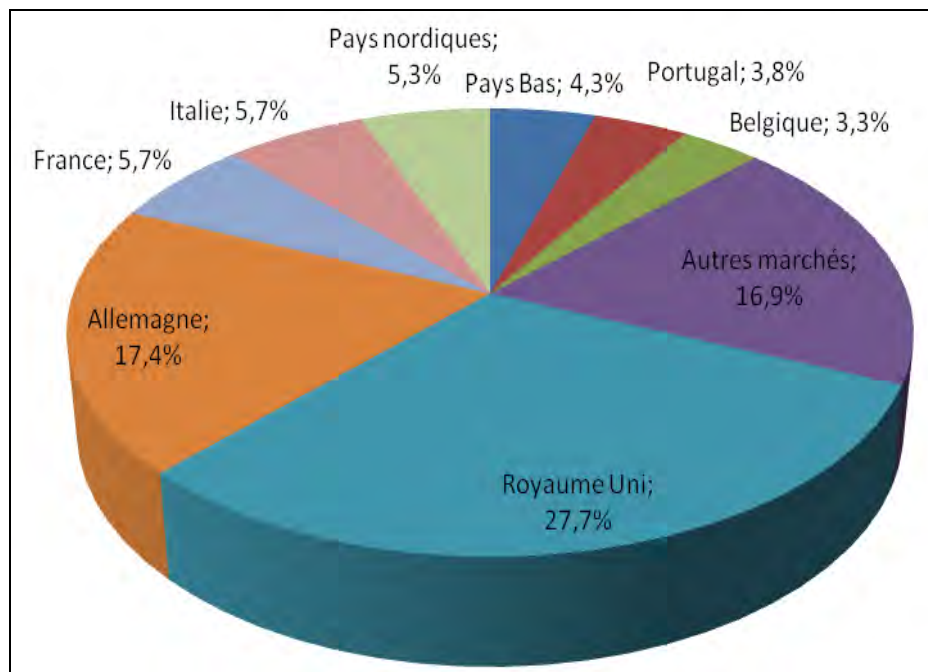
What are the assets that have made of Spain this top-ranking destination? While Spain reported, during the first half of the XXth century, modest numbers of tourists, attracted in particular by its exoticism, the country was to become this leading world tourism destination as from the 1950s, with the advent of mass tourism. It was then a “sun and beach” tourism, in view of its assets in this field: climate, beaches, prices, proximity.

As from this period, Spain was to increase its weight and had continued to develop this “sun and beach” tourism until the 1980s, as shown in the introduction. Within this decade, the country achieved maturity in this sector and it started to envision the creation of other products in order to remain an attractive destination. Rural, urban, business, fairs and conferences, cultural and nature tourism, etc, were the various formulas to be developed and encouraged by the administration.

After a slow and steady urbanization of the coastline throughout these decades, demand on a more sustainable growth was to take shape, and environmental protection and the cultural and heritage assets were to become the country's new assets.

The Graphic 2 below shows the origin of the tourists by nationality.

Graphic 2 Number of non resident tourists, according to country of residence - Year 2006



Source : IET. Movimientos Turisticos en Fronteras (FRONTUR)

For 2007, provisional data are as follows:

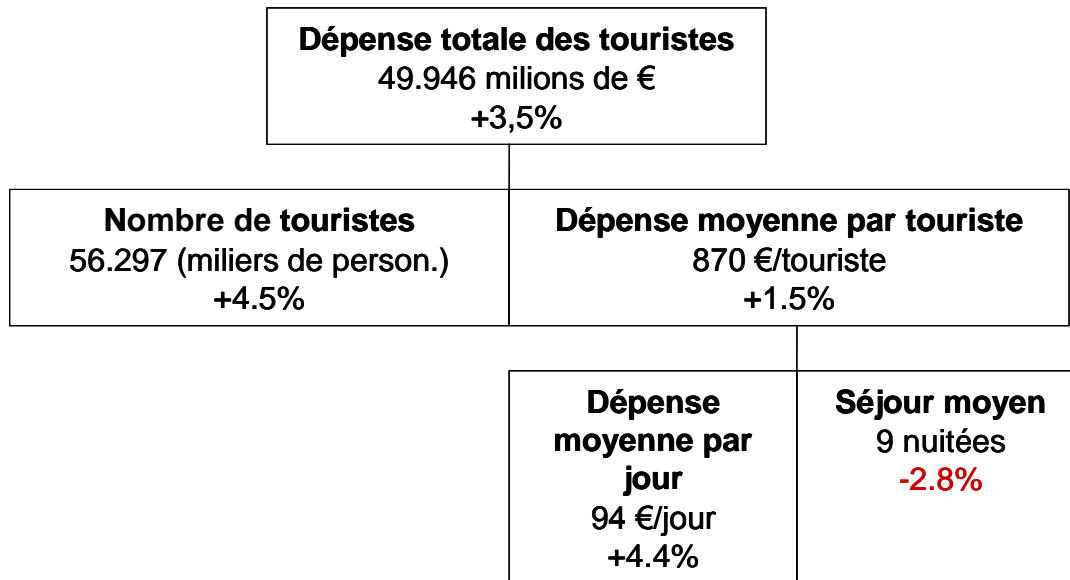
Table 3 Entries of visitors according to typology – Year 2007, provisional data

	TOTAL	% VERTICAL	TAUX DE VARIATION INTERANNUELLE
TOTAL	99.062.926	100	3.3
TOURISTES	59.193.290	59.8	1.7
EXCURSIONNISTES	39.869.639	40.2	5.6

Source : IET. Movimientos Turisticos en Fronteras (FRONTUR).

Quite as significant as the number of tourist arrivals, the expenditure made by the latter are of paramount importance, as the socio-economic spin-offs of tourism for the country and the recipient society are better seen through the expenditure made. In 2006, year for which we have the latest statistics, the data were as follows:

Figure 1 Components of the global expenses year 2007



Données respect aux arrivées par route et par aéroport uniquement.

Source: IET Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)

It may be noted that the average expenditure is not increasing in the same proportion as inflation, thus showing less expenditure in the final account, as well as a reduction in the average stay, which characteristics have prevailed for several years.

As we have seen in the introduction, the figures related to tourism expenditure are stable, which leads to planning the future of Spanish tourism based on quality and the conquering of more powerful market niches. Otherwise, the crisis would be a real one. One should not forget that, in terms of growth rate of tourist arrivals, many of the competitor countries of the Southern and Eastern Mediterranean Countries (SEMCs) have been ahead of Spain for a few years now. Spain is no longer competitive on prices; therefore, it must be competitive on quality and on new tourism products.

1. Tourism assets

Spain vaunts many tourism assets thanks to its history, its geographical position, its climate and its heritage. These assets were tapped differently according to the periods. In the XIXth century, it was culture, customs and ruins which conferred upon it that exotic outlook so much boasted by the Romantics; in the early XXth century, it was, first of all, the landscapes, then—in the second half of the century—, the art and heritage, which became its flagship assets. The XXIst century ushered in new tourism forms to be tapped: nature, heritage, cities, conferences, language. Let us now take a cursory look at these resources, both recent and ancient:

1.1 Cultural resources

Throughout the past decade, cultural and urban tourism has been boosted as second Spanish tourism product, after that of “sun and beach”. A large part of this success is due to the cultural richness of the country and to a better marketing. One should not forget that Spain ranks second worldwide as to the number of historical-artistic sites declared by UNESCO as Humanity Heritage, with a total of 39 such sites. The remarkable thriving reported by this type of tourism over the past few years translates the impact of the current trends, both social and economic, on tourism: the Internet and low-cost companies being the two key factors conducive to the popularisation of these products. In 2005, 13.2% of tourism arrivals in Spain were motivated by culture (7.4 million arrivals). At present, cultural and urban tourism accounts for 8.2% of the international arrivals in Spain.

Map 1 Humanity heritage cities, according to UNESCO

Source : La Actividad Turística Española en 2006

The key asset for cultural and urban tourism lies in the existence of two major cities, Madrid and Barcelona, vaunting a great richness in museums and architectonic heritage of world repute, as well as in the listing of 13 Humanity Heritage cities. Among these Humanity Heritage cities, four are of great fame and are the most visited: Santiago de Compostelle, Toledo, Salamanca and Cordoba.

In this regard, it is worth noting the richness in museums and collections, numbering 1343 in 2006, which received 53.17 million visitors.

The State museums received the following visitors:

	Museums and Museum collections	Visitor estimates		
		TOTAL	Per Museum	Per Open Museum
TOTAL	1.343	53.174.971	39.594	41.969
TYOLOGY				
Archaeological	168	3.870.799	23.040	24.655
Contemporary Art	106	6.383.156	60.218	60.792
Decorative Arts	27	862.304	31.937	34.492
Fine Arts	192	13.073.916	68.093	73.864
House-Museum	75	2.115.157	28.202	30.654
Science & Technology	37	5.610.207	151.627	155.839
Science & Natural History	51	1.339.008	26.255	26.780
Site	47	2.037.416	43.349	45.276
Theme	130	2.996.586	23.051	24.562
Ethnography & Anthropology	228	1.952.447	8.563	9.166
General	160	6.575.700	41.098	43.838
History	96	3.380.017	35.209	36.739
Other	26	2.978.258	114.548	114.548

Table 4 Evolution of the number of visitors to major Spanish museums (2005 - 2006)

Visitantes a los principales museos de España	2005	2006	Var % 05-06
Museo del Prado (Madrid)	1.935.770	2.165.581	11,87
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Madrid)	1.590.099	1.418.032	-10,82
Museo Picasso (Barcelona)	1.074.060	1.225.543	14,10
Teatre-Museu Dalí (Figueres-Girona)	1.019.195	1.028.280	0,89
Museo Guggenheim	965.082	1.008.744	4,52
Fundació Joan Miró (Barcelona)	529.013	579.926	9,62
Museu Nacional d'Art de Catalunya (Barcelona)	415.774	376.671	-9,40
Museo Thyssen-Bornemisza	643.784	736.713	14,43
Museo de Bellas Artes San Pío V (Valencia)	145.789	180.265	23,65
Museo de Bellas Artes de Sevilla	181.675	175.427	-3,44
Museo de Bellas Artes de Bilbao	142.067	144.085	1,42
Centro Gallego de Arte Contemporáneo (Santiago de Compostela)	72.681	57.580	-20,78
Museo Chillida- Leku (Hernani-Gipuzkoa)	83.200	83.779	0,70
Museo de Escultura de Valladolid	82.901	95.977	15,77
Fundació Antoni Tàpies (Barcelona)	62.132	58.612	-5,67
Museo de Bellas Artes de Asturias (Oviedo)	57.066	68.932	20,79
Museo de Arte Abstracto Español de Cuenca	39.542	34.464	-12,84
Museo de Bellas Artes de A Coruña	32.370	39.945	23,40
Fundación Lázaro Galdiano (Madrid)	30.000	30.608	2,03
Museo Sorolla (Madrid)	83.403	88.442	6,04
Casa Museo Greco* (Toledo)	217.601	198.009	-9,00
Museo Picasso (Málaga)	304.658	342.824	12,53
Total	9.707.862	10.138.439	4,44

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Table 5 Visitors to major Spanish monuments (2004 - 2006)

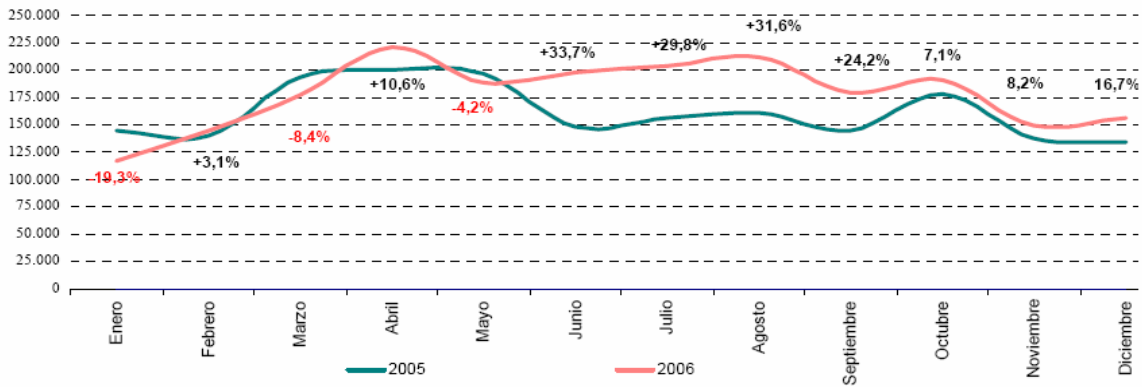
Principales hitos monumentales	2003	2004	%var. 03-04	2005	%var. 04-05	2006	%var. 05-06	%var. 03-06
Catedral de Sevilla	1.277.032	1.264.667	-0,97	1.300.883	2,86	1.435.910	10,38	12,44
Mezquita de Córdoba	1.047.383	1.040.679	-0,64	1.122.338	7,85	1.204.626	7,33	15,01
Alhambra de Granada	2.029.322	1.987.686	-2,05	2.012.596	1,25	2.153.491	7,00	6,12
Muralla de Ávila	177.350	233.591	31,71	182.073	-22,05	185.934	2,12	4,84
Alcázar de Segovia	541.825	493.758	-8,87	497.928	0,84	504.438	1,31	-6,90
Santo Tomé de Toledo	418.351	442.242	5,71	420.230	-4,98	457.992	8,99	9,48
Sagrada Familia de Barcelona	2.056.448	2.260.661	9,93	2.376.205	5,11	2.542.070	6,98	23,61
Palacio Real de Madrid	775.617	720.710	-7,08	806.775	11,94	883.324	9,49	13,89
Monasterio de El Escorial	539.278	504.238	-6,50	504.609	0,07	521.799	3,41	-3,24
Sinagoga de Córdoba	347.300	256.000	-26,29	402.000	57,03	404.375	0,59	16,43
Medina Azahara Córdoba	183.108	193.035	5,42	183.621	-4,88	193.190	5,21	5,51
Palacio Real de Aranjuez	304.616	298.779	-1,92	322.103	7,81	326.481	1,36	7,18
Casa de la Pedrera de Barcelona *	1.405.426	1.273.037	-9,42	1.229.496	-3,42	1.333.356	8,45	-5,13
Universidad de Salamanca (Edificio Histórico)	164.136	201.645	22,85	185.372	-8,07	202.904	9,46	23,62
Total	11.267.192	11.170.728	-0,86	11.546.229	3,36	12.349.890	6,96	9,61

Source : La Actividad Turística Española en 2006

The Local Governments of Madrid and Catalonia received, alone, a third of the visitors, although they concentrate only 10% of the museums and collections offer. But they have the largest and most famous institutions (Museum of Prado: 2 137 719 visitors in 2006, Reina Sofía, Thyssen-Bornemissa, Picasso, Miró).

Graphic 3 Entries of visitors to the museum of Prado, as per month and inter-annual variation rate

Llegada de visitantes al Museo del Prado según meses y tasa de variación interanual.
Enero 2005 - Diciembre 2006



Fuente: Encuesta a los visitantes del Museo del Prado. Museo del Prado - IET

With regard to the typologies of museums, two observations are worth making:

The Fine Arts museums and collections, which received ¼ of museums visits, and account for 16.3% of the total offer of these institutions;

The ethnographic and anthropological museums which, though numbering as many as the Fine Arts museums, received only 4.6% of the visits.

The customers of this type of tourism correspond to the profile of a middle-aged person travelling as part of a couple, with a high purchasing power and whose travel presents a small seasonality.

It is also worth mentioning the linguistic tourism, consisting of people who come to learn Spanish, with numbers on the increase, and whose presence is encouraged by the Instituto Cervantes. Though not quite significant as yet, the linguistic tourism rate is increasing year

by year. The areas benefiting most from it are Madrid, Castilla y León, Andalusia and, to a lesser extent, Valencia and Catalonia.

1.2 Sports resources

Among the sports activities marketed in Spain as tourism products, three are worth mentioning: golf, water activities and ski resorts.

The tourism product, golf, ranks first on European level. While, in 2005, there were 308 courses (of which 35 public properties, that is, 11.3% of the offer), a significant increase was reported in 2006 with the opening of 32 new golf courses (though the average was of 10 new courses per year). In 2007, there are 349 golf courses affiliated with Golfspain.

The Local Government which has the largest number of golf courses is Andalusia (100, on the whole) and it is this province which also presents the highest growth rate, with almost 30% of the national rate. Catalonia ranks second with 42 courses. The forecasts for this sector are extraordinary and it is expected to construct 100 new golf courses over the next ten years. This type of tourism leads to envisioning a reduction in seasonality in the regions that have developed it well, as they are currently too much focused on “sun and beach” tourism.

Water activities concentrate rather in the marinas. Spain offers a large natural potential with a coastline extending over 7 880 km of coast, which presents ample opportunity for the practice of water sports. The country is currently seeking to expand these activities. In 2006, the Spanish offer was of 323 marinas, of which 19 water resorts, with a total of 107 772 anchoring berths. Besides, one should not forget the dynamic role played by the celebration in 2007 of the America Sailing Cup in Valencia.

With regard to **ski resorts**, Spain has a limited potential and does not command the most favourable conditions. Its latitude already locates it south of the temperate zone, which makes it difficult to have abundant snow. Moreover, the highest mountains are located in the south (where the temperature is higher), and only the Pyrenees enjoy fairly favourable conditions. All these elements hamper the blooming of this type of sports installations.

Currently, there are 49 winter ski resorts, of which 39 are equipped to accommodate Alpine skiing, and 10 cross-country skiing. The accommodation capacity of these resorts is approximately 150 000 beds and the average opening duration is of 125 days, combining ski and mountain offer.

1.3 Resources for business and conference tourism

This is the product with the best prospects for growth. The forecasts reckon an increase by 59% for the year 2014, as compared to estimates envisaging a growth by 25% for the whole of Europe. It is the segment with the highest average expenditure of the whole Spanish tourism: 373.19 Euros per person per day, but reaching as high as 503.87 Euros person/day in the cities of over one million inhabitants. The cities which attract most tourists of this kind are: Madrid, Barcelona, Valencia, Seville, Bilbao and cities ranging between 200 000 and 500 000 inhabitants. There is, thus, a direct relationship between the size of the city and the attraction it represents for such tourists.

Table 6 Number of tourists according to motivations 1997-2006 (FRONTUR)

Año	Total motivos	Trabajo, negocios, ferias y congresos	% Sobre el total	Tasa Var. Interanual
1997	39.552.720	2.995.301	7,6%	
1998	43.396.083	3.479.334	8,0%	16,2%
1999	46.775.869	3.878.606	8,3%	11,5%
2000	47.897.915	4.420.149	9,2%	14,0%
2001	50.093.555	3.647.769	7,3%	-17,5%
2002	52.326.767	4.091.008	7,8%	12,2%
2003	51.829.598	4.472.109	8,6%	9,3%
2004	52.430.000	5.286.000	10,1%	18,2%
2005	55.914.000	5.940.000	10,6%	12,4%
2006	58.451.141	6.264.000	10,7%	5,5%

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Table 7 Fairs activity indicators by urban class 2006 (number of inhabitants)

	Más de 1.000.000	De 500.000 a 1.000.000	De 200.000 a 500.000	Menos de 200.000	Total
Número Ferias	147	90	97	135	469
Número Expositores	63.274	22.511	18.861	17.035	121.681
Número Visitantes	7.844.186	2.737.120	3.888.713	2.219.738	16.689.757
Superficie (m ²)	2.568.232	1.063.059	695.459	640.816	4.967.567

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Table 8 Conference tourism indicators by urban class 2006 (number of inhabitants)

	Más de 1.000.000	De 500.000 a 1.000.000	De 200.000 a 500.000	Menos de 200.000	Total
Número Reuniones	5.245	1.527	6.226	4.878	17.876
Número Delegados	1.165.823	378.438	953.183	584.298	3.081.742
Tamaño medio reunión	222,28	247,89	153,09	119,77	172,40
Entidades generadoras de la reunión de vocación privada (%)	71,89	49,82	45,40	48,93	48,56
Duración media (días)	2,68	2,88	2,52	2,25	2,41
Gasto medio por delegado y día (€)	487,47	451,18	231,80	270,06	294,61

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Lately, Spain has started to construct and develop the infrastructures allowing this type of tourism, which enabled it to rank among the most important European reception zones of the sector.

As at the end of 2006, there were, in Spain, 90 companies for the management and operation of about 50 fairs halls and 45 conference halls. The turnover of these two types of infrastructures was 600 million Euros (with 80%, for the fairs halls, and 20%, for the conference halls). In spite of the large number of companies of this type, there is a strong concentration of the market, so much so that the top five companies in terms of turnover have claimed together 60% of the whole the market (IFEMA, Barcelona Fair, Valencia Fair, Bilbao and Madrid Fair, "Spaces and Congress").

1.4 Recreation resources

Theme parks and recreation parks represent the larger portion of the offer of recreation tourism resources in Spain.

There was an offer of 114 parks in 2006, classified into three sets according to theme: animal and nature parks (61 facilities), water parks (44 facilities) and theme and amusement parks (9 facilities). The turnover, for 2005, was 548 million Euros with 3.8 million visitors. Here, as in business tourism, there is a strong concentration, as the first five parks claimed 49.4% of the total turnover of the sector.

It is possible to include casinos in this type of recreation-dedicated facilities. In 2006, Spain counted 39 casinos and 2 annexes, in addition to bingos (premises where the game is a kind of lotto). These facilities reported a high increase in the amounts staked, with stabilization in this last year:

ANNÉES	2003	VAR.	2004	VAR.	2005	VAR.	2006	VAR.
DROP	1.404,37	2,34	1.476,15	5,12	1.735,33	17,55	1.716,24	-0,10
MÁQ.C	509,75	5,90	591,31	16,00	709,50	19,98	743,38	4,78
TOTAL	1.914,12	3,27	2.067,46	8,01	2.444,83	18,25	2.459,62	0,61

Source : Memoria del juego en Espana. Ministerio del Interior

The amounts of money staked have generated a turnover of more than 550 million Euros for the casinos (exclusive of the money returned in prizes).

The number of casino visitors is also stable, in spite of its relative importance.

Table 9 Visitors of Spanish casinos

ANNÉE	VISITEURS	VARIATION	VARIATION INTERANNUALLE %	% SUR 1990
1990	3.253.559
1991	3.099.615	-153.944	-4,73	-4,73
1992	2.951.443	-148.172	-4,78	-9,29
1993	2.807.129	-144.314	-4,89	-13,72
1994	2.839.072	31.943	1,14	-12,74
1995	2.822.260	-16.812	-0,59	-13,26
1996	2.836.059	13.799	0,49	-12,83
1997	2.922.756	86.697	3,06	-10,17
1998	2.920.745	-2.011	-0,07	-10,23
1999	3.139.040	218.295	7,47	-3,52
2000	3.292.614	153.574	4,89	1,20
2001	3.262.856	-29.758	-0,90	0,28
2002	3.081.071	-181.785	-5,57	-5,30
2003	2.966.164	-114.907	-3,73	-8,83
2004	3.049.984	83.820	3,83	-6,25
2005	3.479.373	429.389	14,07	6,94
2006	3.634.006	154.633	4,44	10,36

Source : Memoria del juego en Espana. Ministerio del Interior

As most of the casinos are located in hotels (64%), they are part of the recreation offer complementary to tourism. It is also worth pointing out that 80% of them are located close to

the coast and, in most cases, in the vicinity of major tourism activity centres, which shows a strong connection between tourism and gambling.

1.5 The major resource: sun and beach

This is the chief Spanish tourism product which accounts for 82% of the country's hotel offer. It is concentrated on the two archipelagos and the Mediterranean coast, especially in the Balearic Islands, the Canaries, Andalusia, Catalonia and Valencia. These destinations attract, above all, family tourism, individual tourists and the elderly, but these customers are gradually changing behaviour upon scheduling their holidays, shifting from package tourism to direct booking via the Internet.

In this field, Spain has to contend with competition on the part of other Mediterranean countries, mainly Bulgaria, Croatia, Egypt, Greece, Morocco, Tunisia and Turkey. Among all these countries, the strongest competition is likely to come, in the medium and long term, from Turkey, and less from Greece.

1.6 Rural and nature tourism

Rural tourism has increasingly claimed a substantial part in Spanish tourism, with a very significant economic impact in certain areas, but its increasing weight is due to its results relating more to domestic tourism than to international tourism. Its popularity lies in the interest it represents as a mechanism of economic growth of rural areas, which explains why it is encouraged by local authorities.

This tourism is based on the marketing of activities conducted in the wild, which offer tourists unique experiences derived from the enjoyment of natural resources. These tourists are characterized by their preference for natural sites, the peace and the remoteness from urban environments.

Table 10 Rural tourism: Number of beds (average annual estimates)

	2006	2005
RURAL HOTEL	8,869	7,675
RURAL APARTMENT	6,056	4,612
RURAL HOUSE	65,845	57,945
RURAL INN	2,02	2,021
ACTIVE TOURISM	9,215	7,879
LARGE BUILDINGS	3,89	3,486
NON GROUPED PREMISES	0	118

Source : Instituto Nacional de Estadística

Table 11 Rural tourism: Number of beds estimates (average annual)

	2006	2005	2004	2003	2002	2001
RURAL TOURISM	95.906	83.916	71.488	59.884	51.010	42.925

Source : Instituto Nacional de Estadística

The ground gained by rural tourism is confirmed by the large number of beds which the sector offers, although these figures also comprise the beds of active tourism. As this is an activity more difficult to quantify than the other accommodation formulas, we will always speak of estimates in this regard.

Table 12 Survey of occupancy of the accommodation facilities of rural tourism: Number of travellers according to accommodation type (2007, provisional data)

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
TOTAL	2.661.359	2.425.429	1.982.902	1.754.361	1.467.543	1.370.371	1.210.890
ESPAGNE	2.395.970	2.180.235	1.770.400	1.588.294	1.322.709	1.229.849	1.086.761
ÉTRANGER	265.389	245.194	212.502	166.067	144.834	140.522	124.129

Source : Instituto Nacional de Estadística

Table 13 Survey of occupancy of the accommodation facilities of rural tourism: Number of overnight stays according to accommodation type (2007, provisional data)

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
TOTAL	7.969.361	7.438.386	6.306.321	5.492.321	4.476.142	4.104.674	3.660.812
ESPAGNE	6.658.467	6.134.582	5.088.606	4.542.606	3.725.378	3.423.807	3.067.790
ÉTRANGER	1.310.894	1.303.804	1.217.804	949.890	750.764	680.867	593.022

Source : Instituto Nacional de Estadística

It is surprising to see the high annual growth reported by the sector, as revealed by the number of tourists who use this type of accommodation, as well as to see the weight it is starting to represent in the whole tourism activity, although this is mainly a case of domestic tourism. Another aspect worth pointing out relates to the low occupancy rate of the accommodation facilities as is revealed by the data provided, but this is an activity where checking the data is rather difficult. Admittedly, the rate is low, because mainly based on the weekends and holidays, but it seems to be too low in view of the interest in opening new accommodation facilities, which would not be really interesting if the rate were as weak as the statistics indicate.

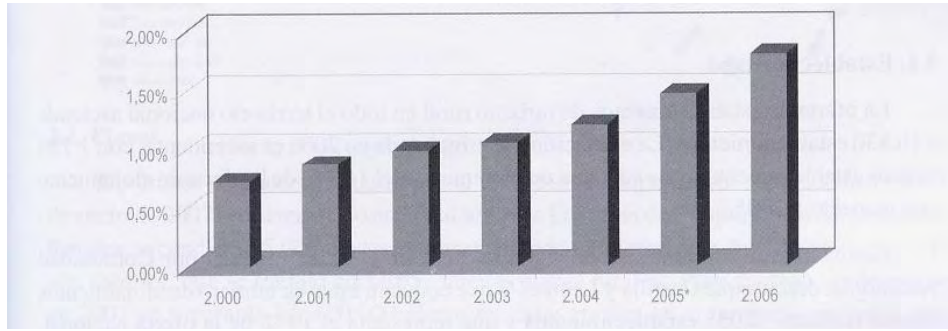
Table 14 Trips made to rural houses

AÑO	VIAJES A CASA RURAL (VCR)	VIAJES (V)	UCUOTA VCR/V
2.000	892.421	123.400.691	0,72%
2.001	1.111.642	127.966.815	0,87%
2.002	1.223.369	124.347.532	0,98%
2.003	1.361.396	129.180.823	1,05%
2.004	1.604.897	132.936.300	1,21%
2005*	2.371.020	161.112.545	1,47%
2.006	2.802.453	155.691.826	1,80%

* Cambio Metodológico del IET (Fam)

Source : La Actividad Turística Española en 2006

Graphic 4 Percentage of trips made to rural houses out of the total trips



Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Map 2 National and foreign travellers in rural tourism



Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Table 15 Active tourism companies by local government (September 2007)

Comunidad Autónoma	Número de Empresas
Andalucía	295
Aragón	86
Asturias	19
Baleares	107
Canarias	53
Cantabria	80
Castilla La Mancha	36
Castilla León	52
Cataluña	125
Comunidad Valenciana	432
Extremadura	27
Galicia	15
Madrid	116
Murcia	112
Navarra	31
País Vasco	138
La Rioja	10
Ceuta	Sin datos
Melilla	Sin datos
TOTAL	1734

Source : La Actividad Turistica Espanola en 2006

Nature tourism reports, just like rural tourism, a major growth in the country. Natural sites are much prized and each area protects part of its territory to show its interest for the environment. Protection instruments have multiplied, according to the scope and type of the natural richness which is to be safeguarded.

The reflection of this interest on the part of tourists for nature is visible in the statistics in relation to the visits to the national parks in Spain. It is worth noting that the accessibility of and proximity to the to

Tourism areas increase the visits considerably.

Table 16 Visitors to National Parks (2002 – 2007)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aigüestortes	362.822	356.411	341.759	337.484	355.633	322.555
Cabrera	66.302	66.535	73.540	71.987	74.532	76.541
Cabañeros	63.277	63.739	70.782	66.935	73.926	72.688
C. Taburiente	375.753	395.264	367.938	380.399	371.558	389.024
Doñana	407.693	361.984	391.536	381.964	376.287	384.638
Garajonay	507.000	641.754	859.860	854.824	842.467	884.858
I. Atlánticas *	---	171.999	182.394	213.897	220.240	238.939
Monfragüe ¹	---	---	---	---	---	83.819
Ordesa	622.014	619.700	582.800	598.950	616.700	617.950
Picos	1.596.825	1.990.255	2.221.761	1.939.803	1.863.847	1.774.955
S. Nevada	302.520	315.000	558.489	645.738	728.137	
T. Daimiel	100.099	107.437	128.640	123.413	100.666	122.955
Teide	3.488.622	3.364.873	3.540.195	3.349.204	3.567.701	3.142.418
Timanfaya	1.768.566	1.841.431	1.815.186	1.778.882	1.787.776	
Total	9.661.493	10.296.382	11.134.880	10.743.480	10.979.470	

Source : Parques Nacionales. Ministerio de Medio Ambiente

1.7 Cruising tourism

Owing to its geographical location in the far west of the Mediterranean, Spain is somewhat removed from the major traditional cruising routes, which often take place in the Aegean Sea and in the Adriatic. However, in the past few years, the Western Mediterranean has reported significant growth in this sector and the port of Barcelona has completely readjusted to accommodate these routes and become a cruising departure port.

Barcelona and the Balearic Islands have become the traditional destinations of all the routes on this western side of the Mediterranean, as shown by the statistics below.

Table 17 Cruises and cruising passengers by port of the state ports network

Puerto	Cruceros 2006	Pasajeros 2006	Variación nº Pasajeros 2002-2006	Variación % Pasajeros 2002-2006
A Coruña	65	39.988	+ 14.741	+ 58,39%
Alicante	51	51.527	+ 25.528	+ 98,19
Almería	45	29.801	+ 8.6641	+ 40,84
Bahía de Algeciras	3	78	0	0
Bahía de Cádiz	272	171.309	+ 56.641	+ 49,40
Baleares	652	1.026.895	+ 252.472	+ 32,70
Barcelona	706	1.405.192	+ 587.407	+ 71,83
Bilbao	21	16.645	+ 8.556	+ 105,77
Cartagena	39	29.337	+ 14.657	+ 99,84
Ceuta	6	1.840	- 2.876	- 60,98
Ferrol-San Cibrao	5	2.984	+ 2.984	s.d.
Gijón	3	1.391	+ 1.391	s.d.
Las Palmas	352	336.099	+ 61.525	+ 22,41
Málaga	231	222.133	+ 59.330	+ 36,44
Melilla	2	960	+ 600	+ 166,67
Motril	21	2.542	+ 2.542	s.d.
Santa Cruz de Tenerife	350	446.355	+ 105.209	+ 30,84
Santander	12	6.031	+ 4.277	+ 243,84
Sevilla	56	14.558	+ 13.291	+ 1.049,01
Tarragona	3	1.273	- 4.457	- 77,78
Valencia	82	88.170	39.766	+ 82,15
Vigo	99	129.268	+ 55.952	+ 76,32
Vilagarcía	18	6.803	+ 884	+ 14,93
TOTAL	3.094	4.031.179	+ 1.308.792	+ 48,07

Source : La Actividad Turística Española en 2006

III. PART II – IN DEPTH ASSESSMENT OF THE PROGRESS MADE

Following the issuing of the Recommendations on Tourism and Sustainable Development adopted in 1999 upon proposal by the MCSD, the Spanish Government produced four publications on planning the country's future tourism. These works translate faithfully the vision and the planning which the Government intends to apply to tourism in the future. These works are as follows:

- The Total Quality of Spanish Tourism Plan 2000-2006 (PICTE),
- Initiatives for a Sustainable Tourism for the period of the plan 2007-2013,
- The Spanish Tourism Plan 2008-2012,
- The Spanish Tourism Plan for the Time-Frame 2020.

We now propose to assess the extent to which the MCSD Recommendations are mainstreamed in these Plans. For so doing, we intend to summarize the three major chapters provided in the recommendations, then analyse the four plans, while specifying which recommendations have been taken on board. However, one must emphasize how difficult it is to specify the relations clearly: the difficulty arises mainly from the general and cross-cutting character both of the Recommendations and of the Plans, hence the fuzzy nature of many aspects. Yet, we have sought to specify the aspects which are reflected in a more precise way.

1. Recommendations OF THE MCSD

Three main lines or axes:

- 1) Control over impacts on the environment,
- 2) Promotion of a tourism in line with sustainable development,
- 3) Development of a Mediterranean cooperation.

The whole range of these axes is reflected in the 34 priority indicators for monitoring the MSSD.

1.1 Control over impacts on the environment

Directives:

- 1) Prevent and mitigate the negative impacts of development, urbanisation and tourism coastal infrastructures.

Recommendations:

- a) Acquisition of the means necessary to assess the environmental impacts of tourism programmes and long-term plans.
 - b) Conduct evaluations of the load capacity of the destinations and take steps to ensure that the offer remains within the identified load capacity.
 - c) Strengthen or establish the necessary tools, of a legislative or regulatory type, for control over tourism urbanization and the protection of natural areas.
 - d) Initiate programmes allowing the rehabilitation of mature destinations, favourable to the environment.
 - e) Incept mechanisms allowing a financial contribution by the tourism sector towards the protection and management of natural and cultural sites.
- 2) Reduce the consumption of natural resources and the pollution generated by tourism accommodation facilities and activities.

Recommendations:

- a) Ensure a sound environmental management of tourism installations and destinations.
 - b) Promote the procedures of environmental quality with a possible financial support.
 - c) Deploy all means possible in an attempt to extend the tourism season, if possible, throughout the year.
 - d) Promote in the tourism sector:
 - i) The action of curbing wastage of water and energy, as well as the production of waste.
 - ii) The action of promoting clean and innovative technology.
 - iii) The action of incepting certification processes (EMAS, ISO 14000, etc.) of tourism installations and destinations.
- 3) Control over the development of tourism activities in relation to the marine or coastal environment.

Recommendations:

- a) Sailing boats not to be allowed to discharge wastewater in berths or in ports.
- b) The ports to have the facilities necessary for the discharge of solid or liquid wastes.
- c) New recreational formulas with environmental impact, in particular on protected species, will be authorized only after assessment of their impacts and their compliance with the relevant tourism strategies.
- d) Access to and use of beaches by the public and by professionals will be regulated and managed in line with the environmental factors.

1.2 Promote a tourism in line with sustainable development

Directives:

- 1) Develop strategies on local and national level which reconcile between tourism, environment and sustainable development.

Recommendations:

- a) Develop and reinforce methods of negotiation between the authorities of tourism and of the environment, as well as the tourism stakeholders, in order to define the tourism strategies.
- b) Develop these strategies in such a way as to observe the tourism impacts on the economy, society and the environment.

- c) Encourage the mobilization of the local population, NGOs and the relevant professionals towards the implementation of Local Agenda 21.
- 2) Promote the diversification of tourism and regional development balance.

Recommendations:

- a) Promote the development of cultural, ecological and rural tourism; it being noted that the archaeological, architectural and historical landscape, as well as the natural heritage, can contribute to tourism development.
- b) Observe the complementarity and synergies with the other economic sectors (agriculture, fishery, handicrafts . . .).
- c) Foster synergies between coastal and inland tourism.
- d) Initiate dedicated action plans geared towards the sustainable development of particularly vulnerable sectors, in particular islands and marshlands.
- e) Design the proper instruments conducive to achieving these objectives (examples: Biosphere reserves, natural parks, etc).

1.3 Develop a Mediterranean cooperation

Recommendations:

- a) Step up awareness raising activities and instruments on a regional level.
- b) Develop training programmes.
- c) Promote Mediterranean networking between professionals, areas (islands) or types of tourism (cultural).
- d) Promote the implementation of Mediterranean eco-labels.
- e) Encourage regional cooperation.

2. The total quality of Spanish tourism Plan 2000-2006 (PICTE)

Most of the actions of the ten PICTE programmes observe the recommendations of the MCSD. We now propose to consider each of the programmes and highlight the linkages between the actions that they propose and the recommendations of the MCSD.

2.1 Quality of tourism destinations

This programme rests on two principles:

- Leadership of the local government and its necessary driving role.
- The concept of sustainable development: the concern is to continue to obtain economic return through the safeguarding of the environment and of the local culture.

Actions:

- 1) Designing models of integrated management of tourism destinations (1.2.A)
- 2) Tourism Excellence Plans: recovery and regeneration of mature destinations (1.1.A.4)
- 3) Tourism Activation Plans: economic activation and support to emerging tourism destinations. (1.2.B)

2.2 Quality of tourism products

Based on demand, it seems crucial to focus on the structure of the offer of tourism products, as well as on their creation and their development in order to move ahead towards the objective of diversification of Spanish tourism.

Actions:

- 1) Creation of golf courses open to the public (1.2.A.1)
- 2) Stepping up the marinas programme (1.1.C)
- 3) Basic strengthening of the entrepreneurship of active and adventure tourism, and regulation of its operation to ensure quality and consumer safety (1.2.A)
- 4) Re-targeting the programmes of aid to the development of rural tourism and coordination (types and quality) (1.2.B.1)
- 5) Development of cultural tourism products (1.2.B.1)

6) Spa tourism (1.2.B.1).

2.3 Quality of the entrepreneurship sector

The principles of this programme rest on the key role of entrepreneurship and the existence of a single label based on an Institute, for the whole sector, official and enjoying international recognition.

Actions (1.2.A.1):

- 1) Design and set up of systems in the various tourism sectors.
- 2) Assistance to companies in establishment and certification.
- 3) Creation of the Institute for Spanish Tourism Quality (ICTE).
- 4) Promotion of the quality label.

2.4 Training in quality (1.3.2)

Training is a cross-cutting programme, with repercussions on all the other initiatives. It involves vocational, basic and continuous training, as well as the training of trainers.

Actions:

- 1) Design of training models and coordination on the level of universities, associations and the entrepreneurship sector: the Tourism Observatory.
- 2) Monitoring and coordination with the bodies that conduct the actions of vocational and continuous training. Training of trainers.
- 3) Training in improvement of the quality of the destinations (municipal officers) and the sectors (management and staff).
- 4) Support to post-Bachelor degree training, specialization and research on tourism.

2.5 Innovation and technological development (1.2.A.1)

Technological innovation, under its various applications (information, environment, new products and new development models), constitutes the vanguard of the evolution of Spanish tourism.

Actions:

- 1) Information technologies: information and booking systems (Turinter, Turcentral, SIT), management and e-mail (Editravel, Edihotel).
- 2) Quality technology: support for establishment, operation and measurement of indicators.
- 3) Environmental technology (conservation of resources, promotion of alternative clean energies and processes).
- 4) Development of new products with a high technological content (recreation parks, interpretation centres).
- 5) Definition of architecture, civil engineering and town planning models applicable to the destinations and the tourism products.

2.6 Internationalisation of tourism entrepreneurship (1.3)

As regards the internationalisation of tourism entrepreneurship, one must take into account the fact that tourism is in itself an export. This consists in a set of services integrated under the form of tourism products, intended for a consumer who travels away from his/her usual residence, from the outbound market (destination of the exportation), to the tourism destination (origin of the exportation) to access it.

Actions:

- 1) Information to companies: Investor's guide and tourism knowledge guide.
- 2) Meetings between companies: Internationalisation forums on Tourism Entrepreneurship: Funding.
- 3) Market viability studies.
- 4) Subsidies towards financing part of the establishment expenses.
- 5) Assistance and counsel by OET (Spanish Tourism Offices), which are also in charge of project monitoring.

6) Grants for senior officers from third countries.

2.7 International cooperation (1.3)

The tourism Administration must make available its knowledge of the tourism industry and the international tourism market, as well as its analysis capacity of the potential of the tourism resources, to those countries which request its co-operation. The tourism Administration must extend its expertise and its technical assistance to all the sectors of the tourism activity, thus facilitating the tourism development of the requesting country.

Actions:

- 1) Strengthen Spanish visibility in international organizations.
- 2) Endeavour to obtain community financing for the tourism sector by attracting funds, programmes and initiatives.
- 3) Improve the quality of tourism cooperation engaged via the Spanish International Cooperation Agency (AECI) based on a greater coordination.
- 4) Support to projects of international cooperation with a tourism content: transfer of technology and tools.

2.8 Statistical information and economic analysis (1.2.B.2)

In order to design any tourism policy, it is necessary to start from a scientific knowledge of reality, the evolution of the supply and demand, a prospective approach and access to documentation.

Actions:

- 1) Knowledge of tourism economics
- 2) National system of indicators. Refining and harmonization of the tourism offer and demand indicators
- 3) Satellite accounts.
- 4) Market research
- 5) Publication of tourism market and product studies
- 6) Quarterly circulation of the economic outlook report
- 7) Regional improvement of current statistics
- 8) *Familitur* (domestic tourism). Quarterly dissemination of data on regional level
- 9) *Frontur* (foreign tourism). Report on entries of foreign tourists as per Local Government.
- 10) Creation of regional satellite accounts.
- 11) Information system of statistical and documentary data.

2.9 Promotion (1.2.A.1)

The need for the promotion of Spanish tourism as a quality destination is underscored, with the dissemination of a brand name that makes the difference with the other competitors. It is necessary to sustain—under the umbrella of this brand name—the marketing of various products and sub-brands which have a capacity of market penetration.

Actions:

- 1) Advertising campaigns
- 2) Joint actions with the Local Governments and the Chambers of Commerce.
- 3) Campaigns dedicated to quality and support to internationalisation.
- 4) Tourism information.
- 5) Development of the Internet portal.
- 6) Setting up a unified telephone information centre.
- 7) Publication plan.

2.10 Support to marketing (1.2.B.3)

The marketing support strategy aims at ensuring a match between supply and demand, and serves to sustain—still via maintaining the same brand name—the marketing of the various products and sub-brands with market penetration potential.

Actions:

- 1) Participation in fairs of a professional and specialized character. Incentives to the visibility of entrepreneurship and business contacts.
- 2) Stepping up Spanish presence in congresses, meetings and conferences of a professional character. Penetration in the promotion market.
- 3) Design of professional days, both reverse (buyers come to the Spanish destination offer) and direct (the Spanish offer goes to the outbound market).
- 4) Familiarisation trips for tour operators and travel agents.
- 5) Seminars for agents on actual destinations or concrete products.

3. Initiatives for a sustainable tourism during the period of the plan 2007-2013

Most of these initiatives are, too, in line with the recommendations of the MSSD.

3.1 New sustainable tourism initiatives

The courses of action present two aspects:

- Tourism products,
- Tourism destinations.

3.1.1 Tourism products

- 1) Restoration and enhancement of already existing products
 - a) Achieving a successful sustainable and quality tourism requires continuous improvement, which implies the implementation of such initiatives as:
 - b) Restoration of the cultural heritage (restoration of cinemas, theatres, façades . . .) (1.2.B.2)
 - c) Improvement of translation, customized information and promotion of environmental values (1.2.A.3)
 - d) Improvement of accessibility of tourism services (including arrangements facilitating access by disabled tourists) (1.2.A.1)
 - e) Improvement of the environmental quality of the installations and the environment based on (1.1.B):
 - i) Energy saving and efficiency measures,
 - ii) Pollution reduction measures,
 - iii) Waste management and recycling.
- 2) New technologies in tourism products

In the tourism sector, there is a wide range of technological possibilities allowing an enhancement of the quality and efficiency of services, when they are mainstreamed in companies and among economic operators.

The introduction of new technologies always represents an innovation for tourism companies. In order to encourage sustainable tourism, the Spanish companies and public entities must focus on Information and Communication Technologies (ICTs), as well as on new environment-friendly technologies. ICTs help improve the quality of the services provided, as well as communication and marketing, which fosters the competitiveness of the sector (main priority of the European Union for the plan 2007-2013).

Environment-friendly technologies bring competitive advantages in costs and services, by mainstreaming environmental dimensions that are increasingly in demand by the customers of the sector. Some of initiatives in this regard are as follows:

- Technologies applied to the tourism booking and distribution systems,
- New information technologies,
- Data bases with quality indicators,
- Development of tools for the management of environmental indicators (1.1.B).

- 3) New tourism products (1.2.A)

In an increasingly competitive sector such as the tourism sector, constant eco-innovation of concepts and an updating of initiatives are needed. Eco-innovation is not limited solely to research or new technologies, but may also consist in developing new eco-innovative products based on the structure of the existing products, the enhancement of service quality, the improvement of the offer of the products, etc. It may not be always necessary to develop a completely new product.

In this regard, here are some initiatives where the tourism sector could develop its own innovative actions:

- Bio-climatic buildings,
- Research and development in civil engineering, construction and installations usable by the tourism sector,
- Tourism offer dedicated to certain population groups,
- Development of differentiated, and truly authentic, tourism products brought about by technological innovation, with greater possibilities for the visitor—including respect for the environment—, as well as of non traditional tourism packages,
- Creation of new tourism products.

4) Brands of eco-innovative tourism products (1.3.4)

The establishment of brand names and product certification fosters innovative and environment-friendly activities, while promoting—in addition to that—the information and communication pertaining in the product.

Certification, label and brand name guarantee compliance by companies or products with a series of criteria which help their promotion abroad. Each brand name can set the specific requirements it deems mandatory, according to the market to which the certified products are intended.

In the tourism sector, information and communication are key aspects. The offer of tourism destinations is important, which requires specialization of the products and their promotion via a perfect communication network. Certification systems and the brand names of tourism products are additional means of information for those who seek a specific offer; besides, this encourages the economic operators of the sector to develop best practices. The bodies delivering certifications must be in control of the latest communication technologies, as well as of criteria of certification of innovation.

Public and private entities can develop labels dedicated to the tourism sector, with environmental quality, accessibility, development, cultural interest criteria, etc. The certification of tourism services will assure total quality vis-à-vis the customer, as well as information and communication advantages. A possible initiative would be to draw up a dedicated plan and put in place quality assurance systems.

5) Regional coordination for the development of innovative tourism activities (1.2.B):

Each area has resources, a culture and traditions of its own and, sometimes even, unique ones. The tourism sector must promote the competitive advantages of each area, by preserving the area's specificities and resources, and by encouraging the creation of new advantages based on innovation and the design of new tourism products.

On the whole, there are multiple tourism initiatives related to products which could be tapped by all areas; but there are also certain specific activities which could be developed exclusively in the areas which hold this competitive advantage. The development of eco-innovative tourism activities will depend on the coordination of the new initiatives regarding area-specific products and potential, which will require, at the same time, the coordination of the various operators of the areas and the establishment of eco-innovative tourism activities more suitable to their area.

For the development of tailor-made new initiatives, collaboration between public and private entities will have to be encouraged in order to foster research and development programmes for the promotion of tourism and the safeguarding of the environment, as well as to enhance

communication and training by the relevant public and professional entities. Some initiatives could be:

- Cooperation between operators,
- Work in networks,
- Qualification and optimisation of tourism destinations,
- Consultation centres and data bases,
- Unification of the services of the various tourism sectors.

6) Environmental communication (1.1 and 1.2)

Innovation may not always be associated with new technologies or with research and development. Often, innovation would simply obtain by a change of format of the products such as to allow for an additional benefit, either via improvement of the availability or, simply, via the innovation that the change represents.

The prevailing trend today is raising awareness among the populations about the environment. There are, currently, many training courses on the subject, most of which are subsidized by the European Social Fund, as well as public awareness campaigns, information days, etc.

Public and private entities should develop new awareness raising strategies in such a way that the consumers could see the improvement of the situation by the acts which they can undertake. So that awareness raising be efficient, particular attention must be granted to the aspects reflected in the following initiatives:

- Strategic location of the awareness raising action, both on temporal level and on space level, in order to achieve greatest effectiveness,
- Awareness raising focused on dedicated, new topics, which attract the attention of tourists,
- Unification of information on recreational activities,
- Passing on the benefit in order to encourage the tourist to maintain his/her environmental behaviour,
- Training related to best environmental practices.

3.1.2 Tourism destinations (1.2.A)

The tourist chooses his/her holidays according to the destination. This requires us to work on this aspect, because it is this very aspect which determines the quality of the tourism experience. In order to improve the sustainability of tourism, maintaining competitiveness and improvement of the destinations are key elements. This improvement in destinations comprises, as a cross-cutting measure, their dedicating to specific population groups which see sometimes their choices of tourism destinations limited by the lack of accessibility which they present. Such is the case of disabled tourists in particular.

The perception that the tourist has of a destination depends on many elements which are in a more or less direct relation to the tourism activity. This requires the combination on the same site of many interests. In this regard, it would be advisable to set out a consistent and well coordinated strategy allowing the participation of all the social stakeholders concerned in the decision making process, as responsibility to achieve the whole set of objectives will depend on everybody.

From a sustainability perspective, the rehabilitation of a mature destination, the development of a new destination, or tourism planning in a historical city cannot obtain unless all sectors in direct or indirect relationship to the tourism activity take part—especially trade, catering and the support offer.

1) Contribution of tourism to enhancing the cultural and natural heritage (1.2.B.1)

These activities will contribute to the sustainable development of the area. They are to be especially recommended for rural areas and localities, as well as for the cities with a lower per capita income, and will serve as a measure of activation and promotion of the area.

Public entities and private companies can develop recreation, cultural, gastronomical activities, etc, in relation to the resources of each area. Some initiatives in regard could be:

- Promotion of traditions in relation to the environment,
- Creation of new tourism offices,
- Installation and improvement of tourist signposting,
- Conservation and recovery of the historical and artistic heritage,
- Optimisation of the natural heritage.

2) Actions to enhance the sustainability of tourism destinations (1.1.A)

From a historical point of view, the overriding type of tourism in Spain was the “sun and beach” tourism, based on which other tourism services have developed, such as cultural tourism, mountain tourism, or recreation tourism. The offer of traditional tourism services has been steadily on the increase, thus inducing a strong competition between tourism destinations and products on national and international level. The more there is a broader offer, the more consumers ask for targeted products, tuned to their tastes, which requires increasing specialization of the products and a greater dedicated offer.

The innovation of the tourism destinations must encourage the economic, social and cultural development of the areas, while always preserving environmental values. However, the maintaining or increase of these environmental values is, in itself, a specific product required by the consumers, which helps develop tourism destinations where the product to be sold is, precisely, the conservation of environmental values. In this regard, it is worth noting the plans of activation of the tourism product, which are a tool enlisting the cooperation of the central, autonomous and local administrations in financing the improvements of a tourism destination towards the creation of a product, thus making of it a more sustainable destination.

The development of destinations where the environment represents a value in its own right is one of the eco-innovative initiatives in the tourism sector. Such projects, already initiated and likely to serve as reference for other entities, are as follows:

- New measures for the embellishment and enhancement of tourism roundabout areas,
- Easing urban sprawl and limitation of the offer,
- Increasing the diversity of destinations,
- New plans and tourism activation campaigns and tourism promotion,
- Impact mitigation measures, saving opportunities, etc.

3) Environmental certifications of tourism destinations (1.3 and 1.4)

Similarly to tourism products, destinations, too, can be certified based on quality, environmental and sustainability criteria, etc, in such a way as to serve as information systems for the consumers. In the hotel sector, for instance, there are multiple eco-label systems. The most prestigious and global quality labels refer to the certification of "ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEMS", among which, the most common are: ISO 14001 and EMAS (1.1.B.4).

The eco-innovation of these certifications is focused on environmental values, just like the new established criteria and the technological systems used, making up the promotion of the sustainable tourism proposed by the destination. A possible initiative would be:

- The creation and adoption of quality labels,
- The creation and adoption of sustainability labels.

For instance:

- The European ecological label

The European Union has created the European ecological label which makes it possible to differentiate the most environment-friendly products and services, via a simple logo in the shape of a flower surrounded by the twelve stars of the European Union.

- The Q of tourism quality

The Q label, the most visible icon of the whole system, whose generic appellation is "Spanish Tourism Quality", is common to any activity pertaining in the tourism services or products. The Spanish Tourism Quality brand name, with over 2 000 facilities certified by the corresponding stamp, is gaining recognition on national and international level.

4. The Spanish Tourism Plan 2008-2012

This Plan, like all legislation and planning, is perfectly in line with all the recommendations of the MSSD.

4.1 "New Tourism Economics" axis

4.1.1 "Knowledge" programme (1.1.A)

Develop a reference intelligence system for the Spanish tourism sector, and maximise its accessibility and its dissemination.

Lines of action:

CO1: Tourism intelligence and innovation network

To structure a network-based tourism intelligence and innovation system in order to facilitate as much as possible access to and dissemination of the generated knowledge in the various public administrations, companies, entrepreneurship associations, research centres and universities, by establishing a knowledge transmission network via the creation of a tourism intelligence management window and a cooperation environment.

CO2: New knowledge contents for the year 2020

To make progress, via the knowledge network, in the fields identified by the various circles in the Tourism 2020 project. Set intelligence as a basic tool for decision-making in the sector and allow for its incorporation in the products and in the service provision processes.

CO3: Priority of information needs as issuing from participation.

To develop a public-private participation system which grants priority order to research needs, as well as to the detection of new needs and improvements, by establishing efficient mechanisms of coordination, cooperation, exchange and continuous dissemination between knowledge generators and end users.

CO4: Information and documentation system of the State tourism administration

To put in place a system of dissemination of the information generated by the tourism administration, as a tourism documentation and information system, disseminated via the Internet based on various editorial lines.

CO5: International outreach of Spanish tourism knowledge

To integrate the knowledge system in international forums, and promote, at the same time, participation in the research networks that facilitate the outreach of Spanish tourism intelligence.

4.1.2 "Innovation" programme (1.1.B)

Promote a new horizontal innovation model for the entire Spanish tourism system, improve its scientific and technological capacity, and enhance the effectiveness and efficiency of the management systems.

Lines of action:

IN1: Awareness raising and innovation programme

Conduct an awareness raising programme targeted at the whole Spanish tourism system on the impact of innovation on competitiveness.

IN2: Innovative tourism clusters

To promote the creation of innovative tourism clusters as platforms of collaboration between the companies of the tourism sector, suppliers, research and training centres, and tourism destination managers, in order to identify the technological needs, to develop technical solutions and joint organization and to use shared advanced services. This will all take place based on the participation of tourism companies in the support lines provided in the National Research and Development Plan for innovation and scientific and technological development.

IN3: Development of technical tools for the sector (ICTs Tourism)

To conduct, in collaboration with the technological institutes and entrepreneurship of the sector, an investment plan for the development of new technologies, above all in the field of NICTs, in order to facilitate service provision and the development of tourism activities.

IN4: Support for innovation of entrepreneurship

To foster the implementation of entrepreneurship projects dedicated to the creation and generalization of new models of tourism products, management and marketing processes, likely to enhance the value offered to the customer and to increase effectiveness and efficiency.

IN5: Innovation for sustainability

To encourage the implementation, by tourism destinations and companies, of innovative projects in the field of social, cultural and environmental sustainability.

4.1.3 “Skill attraction” programme (1.2.A.1)

Attract, develop and retain skill in the tourism sector, with appreciation of professional career and enhancement of human resources management practices.

Lines of action:

AT1: Training and employment in the sector

To set up within the Spanish Tourism Council a monitoring system based on collaboration between the public-private operators and the social actors of the fields of employment, education and training in the sector, in order to identify and define the needs for training and employment programmes and resources, in line with the requirements of the new tourism economics.

AT2: Human resources management models

To adapt the model of staff management, generally applied in the sector, to the new context of competition, the new requirements and exigencies of the sector and of its future projection.

AT3: Capacity of business operators and training in the new tourism economics

To develop a programme dedicated to the attraction of business operators and to building the capacity of human resources in skills and in knowledge of the values of the new tourism economics for innovation, not only in companies but also in destinations.

AT4: Reinforcement of methods of active intermediation methods in work

To encourage, in collaboration with the administration and the sectors, methods of active intermediation in work with a view to facilitating coverage of the professional needs of the sector.

AT5: Attraction of skills

To develop awareness raising campaigns highlighting the attractive dimensions of the sector as an opportunity for career development.

4.2 “Customer Value” axis

4.2.1 “Experiential Spain” programme (1.1.B.3)

Develop “Experiential Spain”, with the promotion of high value tourism products, for the customer, and with reference to the identity and peculiarity of the destinations.

Lines of action:

EE1: “Experiential Spain” products brochure

To create the “Experiential Spain” products brochure. Group the products into high value emotional experiences to serve as reference for the Spanish tourism system and as support to a repositioning of the Spain destination.

EE2: Re-optimize traditional products (product, destination, market)

To increase the competitiveness of existing products, enhance the value of the experiences offered to the customer and harness the demand trends towards reducing seasonality.

EE3 : High potential products: product clubs

To boost, via co-financing, the development and creation of high potential products dedicated to buoyant market segments seeking the differential attributes of the Spain destination.

EE4: Demand niches: special interest products

To boost the creation of special products, dedicated to a market target, which—based on their distinctive features—positively influence the perception of the destination on the part of the remaining tourism demand.

EE5: New products for Premium segments: "Privilegespain"

To create innovative product lines via associated brands, dedicated to high-income segments, to purchase practices that do away with seasonality and which seek unique experiences, different from standardized tourism products.

4.2.2 “Positioning” programme 2020 (1.1 and 1.2)Lines of action:

PO1: Definition of the positioning offer

To identify, based on an in-depth analysis of the current image and positioning, the common and differential attributes of the tourism destinations and products which must publicise and promote Spain as destination, by refining the knowledge of new markets and within the framework of the new social networks on the Internet.

PO2: Image and communication plan

To define and develop a positioning offer, based on the motivations and segments differentiated for each market, in order to allow the integration of differential attributes within the various products and destinations.

PO3: Impact actions in new target tourism segments and markets

To develop a line of work, related to dedicated communication projects, intended to have a major impact, to ensure visibility on target segments and markets, and likely to strengthen and further develop brand name attributes.

PO4: Design plan of brands and labels

To define and develop a brand name design likely to ensure differentiation of the various products and destinations, and which can draw the main benefit of this tourism positioning of the Spain brand name.

PO5: Spain on the Internet: brand name and reputation

To define and develop an action dedicated to enhancing the reputation of the Spain tourism brand name on the Internet.

4.2.3 “Sale Support” programme (1.1.A)

Boost the change of marketing processes, via strengthening customer relation and permanent adaptation to new contexts and relationship spaces created by technologies, distribution channels and trends.

Lines of action:

AV1: High level training in tourism marketing

To design a programme dedicated to building tourism marketing of the destinations and companies.

AV2: Segmented marketing: segments/products/destinations and tools

To design and develop a marketing strategy for each market and customer profile, based on knowledge of the demand, while integrating in the specific market environment the marketing plans defined by product within the public-private cooperation framework.

AV3: Customer relations management tools (CRM)

To introduce, in the destinations and the companies, the aspect of customer relations management.

AV4: Marketing and online marketing

To strengthen the presence of Spanish tourism destinations and products on the new online channels, establishing a new collaboration framework likely to optimise the efforts and the impact of the actions.

AV5: Penetration of new markets and conquering new niches

To develop a targeted action for the opening of new tourism markets and to conquer new segments in consolidated markets allowing diversification of the demand by bringing the product closer to the market.

AV6: Collaboration and efficiency in international action

To boost collaboration between promotion entities, destination managers and companies on international markets.

4.2.4 “Perceived Quality” programme (1.1 and 1.2)

Sustain the enhancement of quality of tourism enterprises and destinations with a view to meeting customer expectations and needs, by promoting a culture of detail and customer care, before, during and after the trip, which enhances the perceived quality.

Lines of action:

CA1: Customer tourism quality service

To design a quality information service and customer relations management (CRM), by establishing formulas of capturing the interest of the tourist at the time of effecting their choice so as to influence their purchase decision, as well as to enhance their level of satisfaction upon arrival at destination, and establish mechanisms of feedback on the lived experience.

CA2: Tourist satisfaction index

To observe, in a continuous way, the extent of satisfaction of the tourists, as a basis for future actions, by developing a systematic model for measuring the satisfaction of customers who choose Spain as a tourism destination (tourist satisfaction index).

CA3: Culture that cares for detail

To develop a strategy of customer service and care to be shared by the largest number possible of service providers, in order to enrich the experience of the tourist who visits Spain, and this, by promoting a culture that pays attention to detail (courteousness), hospitality and a work well done.

CA4: Embellishment of destinations

To foster the adoption of practices of embellishment of tourism destinations, drawing on their character and their peculiarity.

CA5: Upgrading the SCTE model to “experiential quality”

To step up the SCTE model towards the concept of “experiential quality”, by ensuring continuous adaptation of its methodological corpus. The model is the mechanism which leads to a balance of rigour, reliability and service quality.

CA6: Promotion and communication of Spanish tourism quality

To present the tourism offer in such a way that it effectively attracts the attention of markets, thanks to specialization. The tourist wishing to visit Spain can then set his/her consumption route by selecting the companies that guarantee a recognized quality service. Also encourage recognition of the effort for quality made by companies, products and certified destinations.

CA7: International transfer of the Spanish tourism quality system

It is necessary to support international recognition of the Spanish model based on the transfer of the Spanish experience to third countries and to encourage the internationalisation of the model. Gear standardization procedures to international level and ensure visibility of the Spanish companies of the sector.

4.3 “Model Sustainability” axis

The objective of this axis is to enhance the sustainability of the Spanish tourism model. It seeks to optimise the benefits as per load unit, ensuring quality of the natural and cultural environment of each site, social integration and well being, as well as socio-territorial balance.

4.3.1 “Tourism, Environment and Society” programme (1.1 and 1.2)

This programme seeks to bring on board an arrangement on sustainability and to develop comprehensive reference prototypes with an international thrust of entrepreneurship activities and coastal, cultural, heritage and nature destinations.

Lines of action:

TU1: Knowledge and identification of foundations for tourism sustainability

To study in-depth the various impacts generated by the tourism activity, in order to establish the foundations and criteria of sustainability and, at the same time, to identify and analyse the main reasons for these impacts.

TU2: Tourism and sustainability observatory

To define and develop, via an observatory, a model of continuous evaluation of the results generated by the tourism activity for the economy, the environment and society, by establishing an information system, as well as the mechanisms necessary for monitoring.

TU3: Awareness raising and training in sustainability

To promote an outreach and training programme targeted at tourism leaders, executives and managers in order to facilitate and encourage a gradual adaptation of the sector to the major sustainability challenges, by observing the efficiency, productivity, adaptation to demand and to environmental values of the tourism destinations.

TU4: Network-based show-case tourism and environment projects

To boost experiences with a major sustainability component which are comprehensive, of high quality and largely recognized as entrepreneurship activities, these being key elements in the value chain of coastal, heritage and nature destinations.

TU5: Sustainability codes and arrangements

To act in such a way that the Spanish tourism sector would take ownership of the codes and arrangements of the sustainability of the tourism activity. These arrangements must yield tangible results allowing for their dissemination to society and the market.

TU6: Corporate responsibility recognition model

To work out a plan of mainstreaming responsible practices in the sector and design a model of recognition of these behaviours.

4.3.2 “Tourism Destinations Planning and Management” programme (1.1.A.B. and C)

The Programme seeks to encourage the application of new methodologies and new criteria of planning and management of tourism destinations based on joint public-private responsibility, likely to integrate and develop a strategic vision of the tourism model which, taking into account market focus, endeavours to mainstream territorial development, environmental quality, as well as the quality and professional character of tourism services and social well being.

Lines of action:

PA1: Competitiveness-sustainability evaluation tools

To develop a tool for the evaluation of the competitiveness-sustainability of tourism destinations, in accordance with the phase of evolution in which they are. To take as a reference starting point an increasingly exacting demand, an increasingly informed society and an increasingly vulnerable environment. To step up the economic and social contribution of the tourism activity.

PA2: Methodologies for the planning and management of tourism destinations

To develop technical methodologies and tools allowing a definition and reinforcement of strategic processes of planning and management of the tourism destinations according to their development level. These methodologies and tools must facilitate an integration of the contributions of the various disciplines, considering the multidisciplinary and multi-skill character of the tourism activity. The methodology thus defined must include, as a fundamental stage, the strategic revision of the tourism destinations, conducted according to the product-market matrix trade and the positioning offer, while taking—as reference principles—the specialization and differentiation of the destinations.

PA3 : Boosting strategic planning

To promote the implementation of a strategic planning process in the destinations which helps define, in accordance with the methodologies and technical tools designed, a tourism model based on the principles of differentiation and specialization. At the same time, it must integrate and reconcile the various operators and areas of authority. It must also consider, within the market and the new demand trends perspective, a selection of the tourism products to offer and add the sustainability and best practices criteria for its application by all stakeholders.

PA4: Management of destinations: building capacity and knowledge

To reinforce the entities of management of tourism destinations with regard to directing—based on strategic planning—their progress towards principles of public-private collaboration, professional enhancement of the management and decision-making, as well as efficient management.

4.3.3 “Mature Tourism Destinations Upgrading” programme (1.1.A.4)

This Programme seeks to promote the upgrading of mature tourism destinations towards their alignment with the new requirements of the demand, as well as towards the generation of greater economic, social and environmental return.

Lines of action:

RE1: Exceptional “mature destinations upgrading” projects

To support, in a technical and financial way, the development of exceptional projects of restructuring and comprehensive modernization of the mature tourism destinations which will have an international repercussion. These projects will be developed and co-financed by the respective administrations and the entrepreneurship sector, with a view to establishing a tourism model for the future.

RE2: Rehabilitation of the equipment and urban and natural environments

To sustain the special projects of renovation or rehabilitation of the tourism equipments, and urban or natural environments of the tourism destinations, with a view to their adapting to current and constantly changing requirements of the demand. It is necessary to enhance the competitiveness-sustainability of the destination, with special attention to the investments earmarked for the recovery of the environmental and landscape quality of the destinations and tourism areas.

RE3: Modernization of the tourism offer

To step up a programme of renovation and rehabilitation of the tourism offer, accommodation, catering and support offer, which would adopt the principles of specialization and differentiation, thus allowing enhancement of its adaptation to the requirements of the demand.

4.3.4 “Reduction of Seasonality and Socio-territorial Balance Restoration” programme (1.1.B.3, 1.2.B.3)

This Programme seeks to restore value to the whole range of resources which used to foster a reduction of seasonality and promote the socio-territorial balance of tourism, and this, via the creation of new product classes likely to be operational throughout the year, based on differentiation and specialisation of tourism destinations.

Lines of action:**DE1: Identification of opportunities: Resources map to reduce seasonality**

To identify various opportunities and resources with high tourism potential, which would be geared towards reducing seasonality and promoting restoration of socio-territorial balance

DE2: Destination plans focused on products, routes and thematic excursions

To develop public-private action programmes co-financed by the various administrations and the entrepreneurship sector, in tourism areas, based on routes and experiential thematic products, which match, on the area, the high potential cultural and natural resources with the offer of tourism services.

DE3 : Seasonality reduction plans

To step up competitiveness plans for international outbound destinations in view of their specialisation in tourism products with a high seasonality reduction potential.

DE4: Network-based cooperation model for participating destinations

To develop a model of network-based collaboration and cooperation between the various participants under the programme for a comprehensive reinforcement of the various products on national level.

4.4 “Competitive Environment” axis (1.1 and 1.2)

This axis is based on the creation of an optimal framework for the set up and development of competitive and innovative tourism businesses.

4.4.1 “Regulatory and Simplifying Framework” programme

This programme seeks to promote a regulatory framework which optimises the competitiveness of the Spanish tourism system, promotes entrepreneurship and innovation initiatives and simplifies the administrative processes that impact corporate decision making.

Lines of action:**SIM1: Tourism legislation work plan**

To conduct a work plan, based on public-private consensus and collaboration, focused on analysing and evaluating the effectiveness of the legislation on tourism, especially in relation to reducing seasonality.

SIM2: Online consultation of regulatory system

To create an online system for consultation of regulations, fed in by the respective administrations, which would facilitate information on regulatory issues, tax, employment, and all aspects affecting tourism, including aid requests, consultations and other assistance initiatives.

SIM3 : Working groups of the Interdepartmental Commission

To incorporate, in the corresponding working groups of the Interdepartmental Tourism Commission, initiatives for matching standards with tourism reality.

SIM4: Simplification of the administrative context: Mainstreaming tourism in the National Entrepreneurship Promotion Plan

To integrate the tourism sector in the National Entrepreneurship Promotion Plan geared towards a simplification of the administrative apparatus, based on increasing telematic (data communications) approaches to operations with the tourism administrations, one-stop shop for procedures and information, and all administrative manuals of procedure.

4.4.2 “Cooperative Culture” programme

The objective is to enhance the directive function of tourism, cooperation between administrations and private sector participation in the design and implementation of public policies in relation to the sector.

Lines of action:

CC1: Annual interdepartmental action plans in favour of tourism

CC2: Cooperation with the Local Governments: regulatory legislation, areas and sustainability, sector-based competitiveness plans, research on tourism.

CC3: Network of inter-administrative and administration/sector coordination

CC4: International cooperation for leadership of Spanish tourism technology.

4.4.3 “Sector-based Competitiveness Plans” programme

Promote sector-based competitiveness plans towards enhancing business effectiveness, via alliances, collaborations and entrepreneurship management platforms.

Lines of action:

PS1: Design, methodology and identification of sub-sectors

Development of a methodology dedicated to the design of sector-based competitiveness plans, while relying on the diagnostic conducted by the Spanish Tourism Plan for the Time-Frame 2020.

PS2: Sector-based competitiveness plans

To promote meetings and the set up of technical groups among the main activity sub-sectors, which, with the support of public administrations, allow for the study and development of the measures necessary for the improvement of competitiveness.

4.4.4 “Tourism Accessibility” programme

Facilitate customer access, mobility and communications, and this, based on tourism upgrading of transport infrastructures, technologies and services.

Lines of action:

AM1: Actions related to tourism transport and mobility

To mainstream cooperative actions, related to tourism transport and mobility, in the Interdepartmental Annual Action Plans, with the objective of integrating the needs of the tourism sector in the Infrastructures and Transport Strategic Plan.

AM2: Promote the participation of the tourism sector in the Avanza Plan

To mainstream the tourism sector in the initiatives of the Avanza Plan for the development of the information society and convergence with Europe.

AM3: Accessible tourism – Tourism for all

To promote the actions that the General Secretariat for Tourism develops, in collaboration with business and NGOs, with a view to improving accessibility for disabled or reduced mobility tourists, in all Spanish destinations and tourism facilities.

AM4: Authorised tourism signposting system

To promote the authorized tourism signposting system on all State trunk roads, with the revision and monitoring of relevant standards. This will allow adaptation to innovations in matter of visual and aesthetic perception.

AM5: Tourist visas and security

To mainstream cooperative actions on the procedures of tourist visas and security on the borders in the Interdepartmental Annual Action Plans which would help analyse the potential markets for Spanish tourism.

4.5 “Shared Leadership” axis (1.2.A, 1.1)

Sustain a new shared leadership of the Spanish tourism system which would help increase awareness, by the sector and by society, about the socio-economic benefits of the tourism activity, based on principles of arrangements, efficiency and co-responsibility in developing joint actions.

IV. PART III - BEST PRACTICES

Following all the examples of best practices conducted in the 1990s in Spain (exhaustion of coastline areas, refurbished old hotels, Balearic Islands laws, green Spain, Humanity Heritage cities . . .), the beginning of the 21st century is characterized by a strong growth of real estate on the coastline and the launch of new products in inland areas, thus attesting to a search for new markets and adaptation to new demand.

During the early years of the 21st century, there are not many concrete examples of innovative experiments in the quest for a sustainable tourism that would effect change in the areas, as most experiments were conducted during the preceding decade. In the wake of the 1988-1993 crisis and the environmental awakening in the tourism sector, many actions were conducted to change the image of the destinations. Society became aware that the destination had come to maturity, that demand was changing and that sustainability was a new value to apply in order to effect change.

The advent of the 21st century brought about a change in trends. Traditionally, the tourism evolution of Spain was characterized by a lack of planning. The arrival of mass tourism was evolving as demand increased, in a type of free market policy. Rare were the municipalities that had their Land Use Plans, and legislation on State level did not take tourism into account. The 1980s were to witness, with the establishment of the Local Governments, the emergence of the first tourism laws and regulations, while the early tourism plans were to emerge in the early 1990s.

But, it is at the dawn of the new millennium that planning becomes the obsession of all the administrations. We have already seen, in Part II, how national officials have started, in the past few years, to promulgate a whole battery of laws and planning programmes, taking into account the recommendations on sustainability, before taking decisions. At the same time, cooperation between Local Governments and private sector was sought out, as a system of comprehensive and participatory planning.

This is why we can find two models of best practices in the field of planning. On the one hand, there is Andalusia, which has developed a General Sustainable Tourism Plan 2008-2011, a well structured plan whose recommendations for a sustainable tourism are properly taken into account as we shall notice further down. On the other hand, there is the General Rehabilitation Plan of Playa de Palma, in the Balearic Islands, which is a case of good cooperation between various administrations, and constitutes the most ambitious project of

renovation of a mature tourism destination, standing as yet as a unique example in the Mediterranean.

These two Plans have not had, for the moment, any visible results, as it is necessary to await the end of their implementation to see them as a whole and proceed to their assessment. But, it is already extraordinary to see that the new Spanish trends are grounded in the planning field and are quite closely in line with the recommendations of sustainable tourism. This attests to a drastic change on the part of public and private entities, which were not used until then to planning and joint work. A new way of acting is born. A new phase of Spanish tourism is starting.

1. General sustainable tourism plan for Andalusia (2008-2011)

This Plan, currently in force, has just started to be implemented. It was prepared according to the Directives of the revised Lisbon Strategy (applied by the European Commission in April 2005) and the works of the Spanish National Strategic Framework 2007-2013. From this Spanish plan, it derives the following eight strategies:

- Research, technological development and innovation,
- Information society,
- Promote access to the labour market and employment sustainability,
- Improve the quality of adaptation of workers and companies,
- Encourage the human capital via better training and expertise,
- Sustainable transport,
- Renewable energies and energy efficiency,
- Environment and sustainable development.

The Plan bases the Andalusian tourism activity on four CHALLENGES:

- To adjust the growth rate of the reception capacity of the tourism area to that of the overnight stays, to improve its occupancy level,
- To maintain and strengthen the tourism attraction of the destinations,
- To differentiate the Andalusian destinations and products in order to disconnect their competitiveness from the prices downward race,
- To maintain and professionalise steady and quality labour.

Decree 279/2005, which establishes the General Sustainable Tourism Plan for Andalusia has set itself the following BASIC OBJECTIVES:

- To structure a tourism policy in the various aspects of both supply and demand, territorial and environmental dimensions, with integration of the heritage and in response to market demand;
- To develop tourism strategies and policies with a view to ensuring a sustainable tourism model as far as the social, environmental and economic aspects are concerned, and this, based concretely on differentiation;
- To develop a competitive tourism model based on total quality, innovation and training;
- To strengthen the tourism entrepreneurship sector and job creation;
- To establish a process of integration between planning and management.

To meet the challenges, the Plan envisages the following GENERAL OBJECTIVES:

- Redefinition of the competitive positioning,
- Adjusting the productive structure to the new needs,
- Improvement of consistency and effectiveness in mixed projects.

Strategic orientations

Objective A. Redefinition of the competitive positioning

- A.1. Promote development based on difference, via consolidation of the identity of the tourism area, and taking into consideration the natural, cultural and landscape heritage.
- A.2. Upgrade a market analysis tool to direct brands and products.

- A.3. Promote an enhancement of the relationship between the outbound market and Andalusian companies.

Objective B. Adjusting the productive structure to the new needs

- B.1 Updating and adapting the destinations to current quality requirements
- B.2 Mainstreaming general accessibility criteria.
- B.3. Support to specificities that strengthen identity and help reduce seasonality.
- B.4. Provide a structure of priority destinations for each specific segment, in order to serve as reference point for the various operators.
- B.5. Formulation of differential policies for each area of the tourism space.
- B.6. Facilitate a corporate and active integration of the social actors in the orientations proposed for each destination.
- B.7. Modernise and promote innovation in Andalusian entrepreneurship.
- B.8 Internationalise Andalusian tourism enterprises
- B.9- Facilitate an increase in employment stability and quality.
- B.10 Staff capacity building by promoting training policies
- B.11. Promote a culture of innovation in the products and procedures, within a climate of integration.

Zoning of tourism types in Andalusia

The Plan has provided the development of the various types of tourism in Andalusia according to the areas offering the best assets for the development of each type. The classification conducted is as follows:

- Beach and sun: Costa del Sol, Costa de Almería, Costa de la Luz and Costa Tropical.
- Cultural : Granada, Seville, Cordoba, Málaga, Jerez de la Frontera, Ronda, Úbeda, Baeza, Antequera and the medium sized cities network.
- Conferences and meetings: Costa del Sol, Seville, Málaga, Granada, Cordoba and Jerez de la Frontera.
- Rural-Nature : Sierra Morena, Doñana, Alpujarras-Sierra Nevada, Cazorla-Segura, Cabo de Gata, Grazalema-Serranía de Ronda and Subbética.
- Golf : Costa del Sol, Sotogrande, Novo Sancti Petri.
- Health and beauty: scattered in many areas
- Water sports: Costa del Sol, Bahía de Cádiz, Tarifa.
- Linguistic: Seville, Málaga and Granada.
- Horse riding: Jerez, Doñana, Department of Seville.
- Crusing: Málaga, Cadix, Campo de Gibraltar, Seville.

Comments

This Plan is innovative not only as regards the topics, but also as regards the way it gives precedence to the topics as compared with traditional planning. The most noteworthy aspects are:

- Emphasis on the need to have a professionalized, well qualified labour that ensures good service, which would help assure employment itself.
- Great concern for environmental quality and promotion of renewable energies to replace the strong dependence on conventional energies.
- Diversification of the products to attract a more segmented customer population and endeavour to ensure that each destination would diversify and offer a different product on the market, thus avoiding competition effects.
- The need to create a strong brand name in all markets.
- Seeking out a specialization for each area in new products, or else readjustment of existing products.

This is, then, a completely different planning whose interests are focused on social aspects (employment), on brand name, and on the renovation of the products with a specialization of each area according to its strengths.

2. Strategic plan for the enhancement and embellishment of Palma beach

Palma Beach (“Playa de Palma”) is the largest “sun and beach” tourism resort of the Balearic Islands. It stretches over an area of 257.55 ha, 4 km of beach, within 7 km of Palma, a city of 65 000 inhabitants and a density of 210 inh./ha. Although with an embryonic tourism in the first half of the XXth century, it was to report its veritable growth with the arrival of mass tourism in the 1950s. Its development was fast and very significant, thanks to its closeness to the capital city, Palma, as well as to the airport and port. Its accessibility was remarkable in all directions and this explains the extent and scope of its growth.

However, the resort—which had witnessed its growth in the 1950s and 1960s—was, fifty years later, experiencing a maturity crisis. The degradation of certain districts, the ageing of many constructions and the absence of quality tourism had caused Palma Beach to sink into a crisis which required large investments and a comprehensive treatment to restore to it its past splendour.

It is this requirement of a total renovation and the large investments required that revealed the need for a joint action by all administrations: State, Local Government and municipalities, which was not easy, given the various political colours of each administration.

At last, on 20 March 2007, an agreement was signed between the three administrations to implement this Plan, with an economic cooperation by the three administrative authority tiers. The objective was to henceforth make of this Plan the model to be followed for the restructuring of other mature tourism resorts of the Spanish Mediterranean.

Action plan

The Action Plan is very thoroughly planned, but we will highlight here only the broad features:

Line 1 - Enhancement of the image and quality of the area (1.1.A.1, 1.1.A.2, 1.1.A.3, 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.3, 1.2.A of the recommendations of the MCSD)

Main actions: development of the second line, fitting out certain streets into pedestrianised streets, construction of boulevards, increasing green spaces, development of the seafront, stepping up beach services, hotel restoration, creation of trade and cultural routes, enhancing the attention granted to the tourist.

Line 2 - Improvement of streets, traffic and urban mobility (1.1.A.2, 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.3, 1.1.C.4, 1.2.B.1)

Main actions: Improvement of access, creation of exclusively pedestrian and cyclist lanes, maritime passenger transport, railway line, construction of car parks.

Line 3 - Development of environmental equipment and infrastructures (1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.2 and 1.1.B.4)

Main actions: Dumping of collected waste, burying of public utility network cables—electricity, telephone, television . . .—, creation of underground treated wastewater reuse network, improvement of the storm water discharge network, annual prize for on-site recycling in companies, increase of selective waste collection points (green points), stepping up the use of renewable energies.

Line 4 - Development of cultural, sports and play equipment and infrastructures (1.1.A.4, 1.1.B.3, 1.1.C.1, 1.1.C.3, 1.1.C.4, 1.2.B.1)

Main actions: construction of play activity premises, thalassotherapy centres, sports infrastructures, exercise routes in green spaces, large parks for free sports activities, strategic plan for sports tourism, creation of play activity sectors (country lanes, mills route, visits to villages in the vicinity, green routes), recovery and restructuring of abandoned quarries.

Line 5 - Development of social, health and education equipment and infrastructures

Main actions: Construction of a new health care centre, social facilities, social trainers.

Line 6 - Regulation of urban environment aesthetics (1.1.A.1 and 1.1.A.3, 1.1.B.1 and 1.1.B.3)

Main actions: regulation of the use of public highway, management and use of advertising, rehabilitation and illumination of façades, accessibility of buildings, uses of antennas, modernization of trade and the support offer, creation of prizes for modernization and innovation.

Line 7 - Promotion of urban environment quality (1.1.A.4, 1.1.B.1 and 1.1.B.2)

Main actions: planting of trees, improvement of urban and tourism signposting, renovation of street furniture, management of goods loading and unloading activities.

Line 8 - Urbanisation actions (1.1.A.3 and 1.1.A.4, 1.1.B.1 and 1.1.B.2)

Main actions: land management for exchange programmes, conversion of abandoned property into open and public spaces, elimination of obsolete buildings, design of a new urbanization model to meet environmental, social and urban needs, re-conversion of tourism accommodation facilities.

Line 9 - Strategies of activation and optimisation of the sector (1.1.A.2, 1.1.A.3 and 1.1.A.4, 1.1.B.1, 1.1.B.2, 1.1.B.3 and 1.1.B.4)

Main actions: annual plan of beach activities, Film Commission, water sports school, stimulation of the gastronomic offer, continuous control of the coastal area, sustainable protection, beach rescue and first aid equipment.

Table 18 Strengths and weaknesses of the resort:

STRENGTHS	WEAKNESSES
Natural resources and attractive environment Visibility of destination on international level Experience and acquaintance with the tourism sector Accessibility (city and airport) Offer of mostly modern tourism accommodation facilities Municipal initiatives (Local Agenda 21)	Concentration on “sun and beach” tourism Insufficient infrastructures and equipment Buildings and grounds in poor conservation condition Absence of aesthetic harmonisation in the tourism offer Little attractive commercial and catering offer, rather average and little innovative quality

Comments

The contribution of this Plan in terms of innovation in the field of rehabilitation of mature resorts, with possibility of replication in other projects, is as follows:

the fact that the rehabilitation programme is comprehensive, changing completely the outlook of the destination, since—in a mature tourism resort—this represents a total change and at a very high cost, with all action involving infrastructures already in place;

the need to coordinate the actions and the funding between all administrations, as well as the private sector;

difficulties of structuring and need for coordination over time of the physical, external changes involving the infrastructures and creation of new products, in order to shape a new image of the resort that is completely different from the current one.

Herein lies an adventure, a risk and a far-reaching change required by the maturity and size of the resort. However, were the expected results to obtain, this would help incept similar programmes in other Mediterranean tourism destinations. It is a risk, indeed, but one that has been well planned for the time being. The process remains slow in its implementation, given the various stakeholders involved.

V. PART IV - PROPOSALS

Putting forward proposals based on the analysis of the current state of tourism in Spain is not an easy task. As we have seen in the Introduction, Spain has gone through several very significant phases since the arrival of mass tourism, with rather major problems arising from the oil crises (the 1970s), the destination's reaching maturity (late 1980s) and September 11. Spain has overcome them thanks, respectively, to the construction of apart-hotels, the development of family tourism, the concern for the environment and the sustainable tourism philosophy.

However, with the advent of the new millennium, Spain seemed to check and slow down its innovation capacity. It had also reached saturation of the development of autonomy. Henceforth, the stakeholders started to gather awareness as to the need to coordinate their efforts and mitigate the quite strong differences between the Local Governments. While the 1990s were marked by the emergence of new products on the market (golf and rural tourism, mainly) and a concern for diversification of the destinations with the promotion of urban and inland tourism, the beginning of the 21st century was marked by a slackening of growth rates and a stabilization of tourism expenditure. It was enough to see the various promotions that the Spain brand was offering on outbound markets to realize the loss of direction and innovation taking place.

The first years of the millennium seemed to freeze initiatives, and the Spanish tourism companies worried more about launching into international growth (the Caribbean, especially, in "sun and beach" tourism, and Europe and North America, in urban hotel trade), given the stagnation of the traditional "sun and beach" tourism, while the Spanish coastline was given up for real estate speculation and the immense growth of second homes. Over those few years, urban development was more optimised than tourism growth, for the return derived from this type of growth was interesting for all: real estate companies, job opportunities in construction, increase of State revenue due to taxes and, more still, municipality revenue, etc.

No innovation was conducted in the past decade in Spanish tourism, and one cannot present examples of best practices, fully-fledged and with tangible results; all was in continuation of the programmes of establishing recreation-resorts, seaside esplanades, central and commercial pedestrian spaces, festivals and theme weeks. The 1990s reported the last actions in market diversification (inland, rural, nature, golf and cultural tourism) and the environment and protection of space became the hallmarks of any action in tourism. The implementation in all the tourism municipalities of Local Agenda 21 was a common action, and the optimisation of the natural and artistic heritage the new objective for the tourism officials (Humanity Heritage cities, Saint Jacques Route, "Las Edades del Hombre" exhibitions, new National Parks, multiplication of natural reserves and protected areas): that seemed to be the last wave in matter of tourism innovation.

The characteristic feature of this period was single-handed work, with a lack of harmonization of policies and absence of common standards. Each Local Government, and even each municipality, had its plan, conducted its promotion, which ended up being pitted against one another in competition. While—initially—this competition was positive because it fostered innovation, things were to change over time. The standards and laws grew so different from one place to another, the models, typologies and appellations multiplied so much, that the whole thing defied understanding. The most outstanding example is that of the multitude appellations which the rural accommodation facilities received, so much so that it was impossible for the customer to know the product he/she was in for under this or that appellation.

It was only in the past few years that all the administrations came round to the need to put an end to this chaos and to harmonize the system. The central Ministry, in Madrid, has started to plan in a joint way and it managed to persuade each and everyone to sit down and talk together, as attested by the Tourism Plan 2020, something which was unthinkable only five years before. The tourism professionals and developers actually took part in it and one can

observe a whole movement of harmonization and joint planning. It is precisely this change, this meeting of administrations that has made possible all this process of new plans allowing full mainstreaming of all the proposals made by the European Union.

Were the central Administration to focus only on crosscutting plans, such as quality (PCTE) or the *Futures Plan*, it is this change of vision which would allow the development of a Plan 2007-2013 or, still, a longer-term planning, such as attested by the Tourism Plan 2020. As one must have noticed, all the recommendations of the European bodies and the Mediterranean have been mainstreamed (we have pointed out under each plan the items corresponding to the recommendations of the MCSD).

This overarching philosophy is also applied to smaller scope area plans, as attested by the two examples of best practices of part III of this report: the Plan General de Turismo Sostenible in Andalucía (General Sustainable Tourism Plan in Andalusia) 2008-2011, and the Plan for the Enhancement and Embellishment of Palma Beach. It is for this reason that these two examples of best practices can be presented only as intentions, as they have just been set up, without us being able as yet to analyse the results thereof; nevertheless, they show perfectly that the new philosophy is very respectful of all the recommendations and that a new phase of collaboration between administrations has been launched with a concern for the sustainability of tourism. This amounts to saying that the future of Spanish tourism is set to change and that the administrations and developers have gathered awareness as to the need to work jointly, to plan things properly and to take good stock of the current problems in their seeking out a proper solution that ensures continuity of tourism growth within a spirit of sustainability.

It may be said that Spanish tourism, since 1950, has evolved according to the following stages:

1950-1988. Growth of mass tourism, typically of "sun and beach" The chief concern was a steady increase in the number of tourists;

1989-2000. This corresponds to an awakening to environmental problems, to a strong intervention by the Local Governments (with a vast legislation in all fields of tourism), to application of the standards of post-Fordism, to the rehabilitation of hotels and urban environments and the creation of protected areas. Another highly significant aspect was to emerge during this period: the growth of second homes and the substitution of tourism growth by real estate growth (though still in relation to tourism);

2000 – to date. Taking into account the need for coordination. A phase of significant planning. Implementation of the standards, recommendations and proposals of all international bodies on sustainable tourism. Spain seeks to stand as a model of planning, harmonious growth, as well as "know how" in tourism. Quality supersedes quantity.

Spain has a new challenge ahead: sustainability. Competition on tourism markets via prices is over, and real estate growth is frozen; there remains only the diversification of markets and products, serious planning, promotion of research and thrust towards internationalisation as strengths for the future.

VI. ACRONYMS AND ABBREVIATIONS

ATE - Public entity entrusted, during Francoism, with the management of State-owned tourism accommodation facilities, basis of the future PARADORES.

ATESA - Public entity entrusted, during Francoism, with public land transport of tourists and car rent for this purpose.

EGATUR - Entity under the oversight of the Ministry of Tourism in charge of the Spanish statistical system for computing all data related to tourism expenditure.

ENTURSA - Identical to ATE, but for luxury (top-of-the-range) facilities.

ESPAÑA VERDE - Label serving for the promotion of tourism to destinations in northern Spain, especially of domestic tourism, as these are destinations which are less prized by

international tourism, based on optimizing nature and large green spaces so as to ease the urban and tourism pressure on this region.

EXPOTUR - Entity in charge of promoting domestic tourism during Francoism.

FAMILITUR - Entity under the oversight of the Ministry of Tourism in charge of the Spanish statistical system for computing all data related to domestic tourism: number of tourists, tourism expenditure, transport mode used, etc.

FRONTUR - Entity under the oversight of the Ministry of Tourism in charge of the Spanish statistical system for computing all data related to international tourism: number of tourists, tourism expenditure, transport mode used, etc.

I+D+i (R&D&I) - Spanish acronym meaning: Research, Development, Innovation.

IET - Tourism Studies Institute, belonging under the oversight of the Tourism General Secretariat, in charge of research on factors impacting tourism, as well as of production, collection and optimisation of statistics, information and data on tourism in Spain. It consists of three entities: FRONTUR, for international, tourism, FAMILITUR, for domestic tourism, and EGATUR, for tourism expenditure.

IFEMA - Public independent entity, belonging under the oversight of the Local Government of Madrid, as well as the Chamber of Commerce and Caja Madrid, in charge of the fairs held in the city.

INSERSO - Public programme for the development of off-season Spanish tourism for the elderly

PICTE - This designates the Total Quality Plan for Spanish tourism, supplanting the *Futures* Plan in 2000, and envisaged for the period 2000-2006. It consists of ten programmes corresponding to ten areas of upgrading: destinations, products, employers' organisation/companies, internationalisation, international cooperation, training, innovation, statistical information and economic analysis, promotion and support to marketing.

PLAN FUTURES - This is a Tourism Competitiveness Plan, implemented between 1992 and 1999 jointly by the Central Administration and Local Government. It served as the economic arm for implementing comprehensive plans in mature tourism destinations with the participation of the various social and economic stakeholders. In 2000, it was replaced by PICTE.

RUTA DE LA PLATA - Example of the new programmes intended for promoting tourism routes, such as the Saint Jacques Route, allowing a journey through various regions around a given topic and optimising the natural and cultural heritage of less tourism-prone regions.

SWOT (Spanish: DAFO) - Matrix meaning (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), used for conducting a strategic review of a firm, destination, etc.

TURESPAÑA - Current State entity in charge of the promotion of Spanish tourism abroad, especially via the 31 Spanish foreign tourism offices

VII. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Beaches certified by the Spanish tourism quality system, as per local government	884
Table 2 Coastal destinations subscribed to the tourism total quality system, as per type (SICTED)	885
Table 3 Entries of visitors according to typology – Year 2007, provisional data	890
Table 4 Evolution of the number of visitors to major Spanish museums (2005 - 2006)	893
Table 5 Visitors to major Spanish monuments (2004 - 2006)	894
Table 6 Number of tourists according to motivations 1997-2006 (FRONTUR)	896
Table 7 Fairs activity indicators by urban class 2006 (number of inhabitants)	896
Table 8 Conference tourism indicators by urban class 2006 (number of inhabitants)	896
Table 9 Visitors of Spanish casinos	897
Table 10 Rural tourism: Number of beds (average annual estimates)	898
Table 11 Rural tourism: Number of beds estimates (average annual)	898
Table 12 Survey of occupancy of the accommodation facilities of rural tourism: Number of travellers according to accommodation type (2007, provisional data)	899
Table 13 Survey of occupancy of the accommodation facilities of rural tourism: Number of overnight stays according to accommodation type (2007, provisional data)	899
Table 14 Trips made to rural houses	899
Table 15 Active tourism companies by local government (September 2007)	900
Table 16 Visitors to National Parks (2002 – 2007)	901
Table 17 Cruises and cruising passengers by port of the state ports network	902
Table 18 Strengths and weaknesses of the resort:	923
Graphic 1 Arrivals of international tourists (1998-2006)	889
Graphic 2 Number of non resident tourists, according to country of residence - Year 2006	890
Graphic 3 Entries of visitors to the museum of Prado, as per month and inter-annual variation rate	894
Graphic 4 Percentage of trips made to rural houses out of the total trips	900
Figure 1 Components of the global expenses year 2007	891
Map 1 Humanity heritage cities, according to UNESCO	892
Map 2 National and foreign travellers in rural tourism	900

TUNISIA

M. Jean Mehdi Chapoutot, Expert Tourisme

TABLE OF CONTENTS

Summary	931
I. Part 1 - Context and trends – tourism policies and strategies	932
1. Tourism: Development opportunity (1960 - 1970)	932
2. Tourism: An economic growth option (1970 - 1987)	933
3. Tourism: development strategy (1987 – 2007)	934
II. Part 2 - In-depth assessment of the projects implemented	940
1. Control over land and environmental impacts of tourism	940
2. Promote tourism as a factor of sustainable social, cultural and economic development	947
3. Develop Mediterranean cooperation	951
III. Part 3 – Best Practices	952
1. Hotel Sector upgrading programme (PMNH)	952
2. Treated wastewater	954
3. Brackish water desalination stations	955
4. Seawater desalination stations	956
IV. Part 4 - Proposals	958
1. Territorialisation (Area-focus) and diversification	958
2. Total quality management (TQM)	958
3. Innovations	958
4. Training	959
V. Bibliographie	959
VI. Table of illustrations	960

SUMMARY

- Tunisia

Tunisia, a country located at the crossroads of the western and eastern Mediterranean, covers an area of 164 000 km². It counts 10 126 300 inhabitants (Population Census of 2006); the annual demographic growth rate is of 1.1% and the urbanisation rate is in the order of 65%.

Tunisia is a country that is largely open to tourism. It vaunts many natural, cultural and historical assets; it is within a 2 to 3-hour hop from Europe, and its accessibility has been facilitated by a reduction of the air transport burden in the all-in price.

- Tourism in Tunisia ¹

Today, Tunisia is a must as a destination in the Mediterranean, and the number of tourists accounts for 2.5% of the tourist flows of Mediterranean destinations. Tunisia has a capacity of 232 000 hotel beds, of which 208 883 for facilities classified in the range of 1 to 5 stars, 10 105 for holiday villages, 1 623 for household accommodation (bed and breakfast), and 11 227 for non classified hotels. In 2007, 6.7 million foreign tourists, that is +3.2% with respect to 2006, visited Tunisia, generating 37.4 million overnight stays. The tourism earnings amount to 3 billion Tunisian dinars (TND) which cover 60% of the deficit of the trade balance. Besides, tourism offers employment for 12% of the country's working population.

Tunisia has many tourism resorts, of which 10 are located on the coastline, namely those of Tabarka, Bizerte, Tunis, Hammamet-Nabeul, Yasmine-Hammamet, Sousse, Monastir, Mahdia, Kerkennah, Jerba-Zarzis.

- Assessment of the tourism activity

Tourism reports different development stages according to the countries. The MCSD identifies "three major types of areas": mature destinations, more recent and highly developing destinations, and little tapped or untapped destinations as yet. ²

Tourism also reports different development patterns. The latter present the advantage of highlighting in a significant way the linkages between tourism and the environment. That is why a brief overview of the stages of tourism development in Tunisia is worthwhile, all the more so as the context in which tourism evolves has changed in a drastic way.

The seaside offer has evolved over the past twenty years. It has helped develop a tourism-heritage mobility connected with enriching the seaside product. Yet, has it contributed in diversifying the products of the destination?

Promoting sustainable development also requires a consideration of market dynamics. This aspect of the issue, related to the market, is crucial since it is connected with the aspect related to the spending of international tourists.

This is why it seems quite relevant to focus the proposals, such as provided, on four items: "territorialisation" (homeland based offer), integrated quality management, innovations and training.

¹ The tourism statistics are derived from the annual review, « Le Tourisme en Chiffres/ Tourism in Figures », published by Office National du Tourisme Tunisien/ Tunisian National Tourism Authority (ONTT).

² However, this ranking of destinations rests on statistics which are scarcely practicable as they differ from one country to another.

I. PART 1 - CONTEXT AND TRENDS – TOURISM POLICIES AND STRATEGIES

Tunisia vaunts many natural assets, with marvellous beaches bordering the coastline, offering 575 km of sand along 1300 km of coast; cultural assets, with many archaeological sites, of which that of Carthage, and museums, of which the most beautiful is unquestionably that of Bardo; historical assets, with many medina, of which the ancient medina of Tunis, and unique sites, of which Sidi Bou Saïd; exotic assets, with the oases of Tozeur and Nefta, and the Sahara.

Thanks to these assets, but also to exogenous factors³, the tourism results have proven equal to the expectations of the officials, and Tunisia has reported, since the 1960s, a seaside product enriched over the years. Nevertheless, and in order to better understand the tourism policy put in place by the public authorities, it is necessary to overview the three stages of tourism development.

1. Tourism: Development opportunity (1960 - 1970)

1.1 Will of public authorities to develop tourism

As far back as the late 1950s, the State—via the preparation of “Decennial Outlook Studies”, which envisioned the construction of 9 000 beds for the time frame 1970, and the establishment of the Hotel and Tourism Company of Tunisia (SHTT)⁴—set the pace for the development of the tourism activity.

Besides, the requirement of a “freedom in security” of international demand strongly contributed in the spectacular development of tourism in Tunisia. Tunisia’s coastlines catered, indeed, for this freedom in security: freedom over clear coasts, 41 m² of beach per bed in Hammamet and 55 m² in Jerba; security, thanks to accommodation facilities that met perfectly the expectations of the demand.

1.2 Uncontrolled development

As from 1965, the collectivisation policy conducted at the time gave impetus to tourism investment which found in the sector a retreat base for private capital. Besides, Decree n° 66-339, dated 2 September 1966, bearing State incentive for hotel and tourism construction, also had the same effect.

The investor, who had a capital base amounting to 40% of the cost of the project, could obtain credit dedicated to complement the financing of his project. He was also entitled to a subsidy to cover the studies costs, a rebate on customs duties related to the importation of the necessary equipment and subsidization of the interest rates related to the contracted loans. Thus, from 1966 to 1971, the accommodation offer reported an additional capacity of 26 000 beds, that is, over 5000 beds per year. For the period from 1962 to 1972, the capacity passed from 4 000 beds to 46 300 beds, that is a rate of implementation 4.5 higher than the forecasts.

1.3 Negative environmental impacts

The development of the hotel trade led to exacerbating the disadvantages of tourism, especially large space-consuming tourism, with:

- Under-occupation of space and a particularly low average occupation density, being often less than 25 beds/ha;
- Privatisation of the sea front. The village “Jerba la Fidèle” of Club Med occupies a sea front of 500 metres, and the “Tanit” hotel in Hammamet, 850 metres;
- Expensive financing: the cost of civil engineering and roads and other networks servicing claimed up to 50% of the investment;

³ Lower air transport prices, saturation of the Mediterranean northern coastline and pressure of international demand.

⁴ The objective set for the SHTT was to develop an economical hotel fleet and put in place a “luxury hotels tourism”.

- Thinning down of the recreation support.

2. Tourism: An economic growth option (1970 - 1987)

2.1 A development strategy

The increasing awareness as to the under-utilization of space with its corollary of cost of infrastructures, a more exacting demand concerning the quality of tourism development and the role of tourism operators have had an influence on the decisions of the public authorities to put in place a tourism development strategy within the framework of an environmental policy. It led to:

- Creation by decree of tourism zones: first, in Northern Tunis, Southern Tunis, Hammamet-Nabeul, Sousse and Jerba-Zarzis (Decree n°73-162, dated 5 April 1973); then, in Monastir (Decree n°75-202, dated 10 April 1975), Mahdia (Decree n°76-336, dated 7 April 1976), Kerkennah (Decree n°81-1216, dated 21 September 1981), Tabarka and Aïn Draham (Decree n°81-1217, dated 21 September 1981);
- Design of land use plans, with the related urbanization plans. The infrastructures inside the land use plans were calibrated for the needs of tourists and those of the resident populations. **The population is entirely connected to the drinking water network (TOU_C15 indicator)**, as well as with all other equipment;
- The Tourism Investment Incentives Code which provided, in particular, State coverage of the costs of the infrastructures up to the plot on which a project is planned, as well as the various forms of State aid granted to the developer;
- Creation of the Tourism Land Property Agency—by law n°73-21, dated 14 April 1973—whose mission is to organize the legal framework dedicated to control over the site coverage, the keystone of any land use planning policy. Inside the tourism zones, the Agency may purchase, develop and transfer plots intended for the construction of tourism facilities. It is, therefore, entrusted with making available to developers land plots at prices compatible with project profitability, that is, a land property charge ranging from 6 to 10% of the investment.

This is all to show the extent to which the regulations in matter of organization and occupancy of the space dedicated to the tourism activity have helped develop an activity in direct relationship with environment protection.⁵

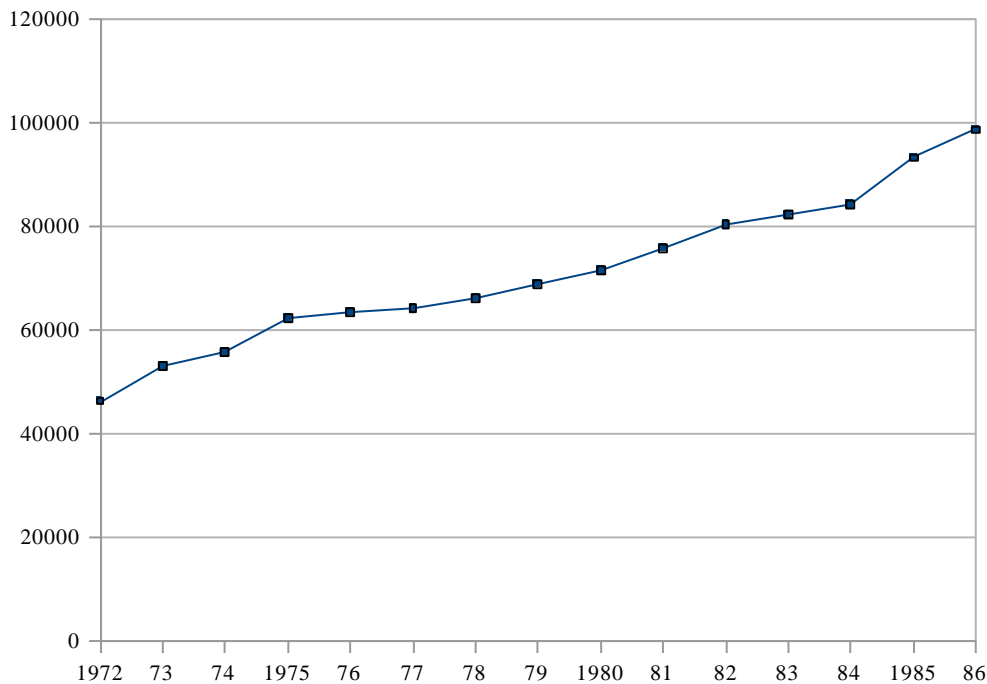
From 1972 to 1986, the tourist accommodation offer passed from over 46 000 beds to about 99 000 beds (Graph 1). This is a quite rapid growth, indeed, but which, unlike that of the 1960s, was conducted in a highly regulated framework.

Nevertheless, during this period, one cannot fail to observe that:

- The average number of beds per tourism entity has strongly increased, and this, due to a marketing by tour operators who impose increasingly significant hotel capacities. Within 20 years, from 1966 to 1986, this number passed from 123 beds/hotel to 228 beds/hotel;
- The holiday beds are mostly located on the coastline in tourism zones;

The tourism zones are characterized by a standardized accommodation.

⁵ In particular, thanks to the dedicated studies on river floods, marine erosion, pollution, sailing harbours (marinas) and golf courses.

Graphic 1 Evolution of holiday bed capacity (1972 – 1986)

2.2 Enrichment of the seaside product

In view of Mediterranean competition, the hotel product had to offer a range of activities likely to meet the expectations of the customers. It was at that time that the first structuring equipment was constructed: the golf course of El Kantaoui tourist resort (near Sousse), as well as the marina, in 1979.

- Yachting

Tunisia counts six marinas: Tabarka, 99 berths; Bizerte, 120 berths; Sidi Bou Saïd, 386 berths; Yasmine Hammamet, 718 berths; El Kantaoui, 285 berths; Cap Monastir, 290 berths, to which there may be added 20 berthing sites at the harbour of Sousse and 150 berthing sites at the harbour of La Goulette, that is, 2 068 harbour berthing sites, or 1.6 berthing sites per km of coast (**TOU_C04 indicator**). This capacity accounts for 0.7% of the reception capacity Mediterranean-wide.

Tunisian harbours receive about 1350 residents in the winter season, of whom 700 nationals and 650 foreign, as well as over 2000 passing ships whose stay period is over one week. The national sailing fleet is limited; the equipment ratio is 0.25 ship/1000 inhabitants.

The Sidi Bou Saïd harbour has obtained the “Blue Flag” label; it is the only one to have obtained the label in Tunisia (TOU_C07 indicator).

- Golf

Tunisia counts 9 golf courses: one in Tabarka, one in Tunis, 2 in Hammamet, one in El Kantaoui, 2 in Monastir, one in Jerba and one in Tozeur.

3. Tourism: development strategy (1987 – 2007)

Until the late 1980s, the tourism policies had aimed, via infrastructures and equipment, not only to develop an economic activity but also to fit out the space, and this, within a legal framework.

But as from the 1990s, Tunisia engaged in a new economic strategy characterized by espousing the concepts of sustainable development and partnership, two notions that derive from the Rio Conference (1992) and the Barcelona Declaration (1995⁶).

It is on this same basis that Tunisia signed the Treaty of Marrakech in 1994 bearing on the agreements of the World Trade Organisation (WTO). For Tunisia, new economic and financial realities induced by the free-trade policies are to be taken into account.

3.1 An environmental policy

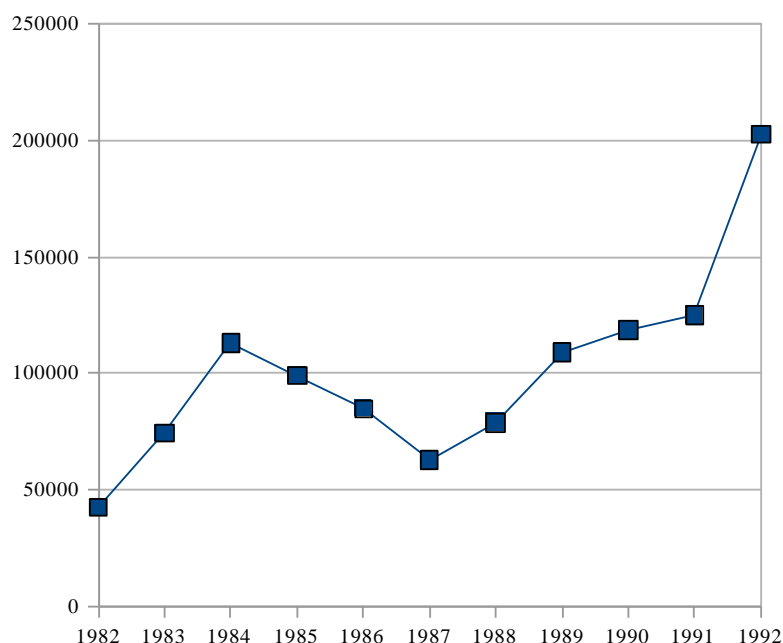
In this context, new institutions were created: a Ministry of the Environment in 1992; a National Environment Protection Agency (ANPE) in 1988; a Coastline Protection and Planning Agency (APAL) in 1995.

These institutions, entrusted with environment protection and safeguard, thus give concrete expression, by the actors, to the importance which the Tunisian public authorities attach to the concept of sustainable development within the framework of the development of the tourism activity.

3.2 Results

Since the late 1980s, Tunisia has benefited from another image. Indeed, owing to the devaluation of the Dinar in August 1986 and the drift of this same currency during 1987 and 1988, decided within the framework of the Structural Adjustment Programme (SAP), Tunisia profited from a favourable economic situation. At the same time, the advent of 7 November 1987 (change of country President), which improved the political image of Tunisia abroad, restored confidence to foreign visitors and, especially, to tourism developers.

Graphic 2 Evolution of tourism investments (1982 – 1992)

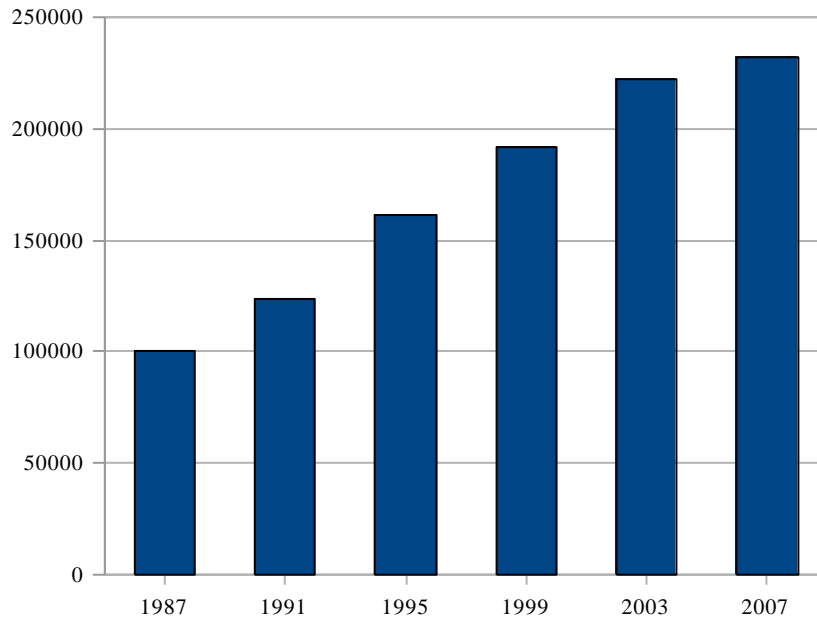


It is worth noting the drop in investments from 1985⁷ to 1988: -12.5% in 1985 with respect to 1984; -14% in 1986 with respect to 1985; -26% in 1987 with respect to 1986. As from 1988, a recovery could be felt, +25% with respect to 1987.

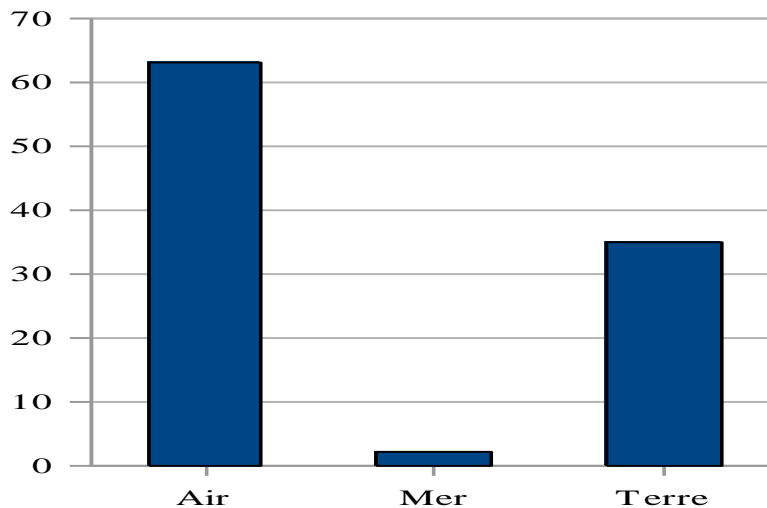
⁶ Tunisia adhered to the Barcelona Declaration in 1995. After 12 years of upgrading, Tunisia has integrated, since 1 January 2008 and in a fully fledged way, the Euro-Mediterranean space.

⁷ The last years of the presidency of Habib Bourguiba were marked by unrest and a mistrust with regard to Tunisia's domestic situation.

Graphic 3 Evolution of the number of holiday beds



Graphic 4 Entries per transport mode 2006



Tunisia reported an increase in the number of foreign visitors from 320 000 in 1990 to 6 550 000 in 2006.

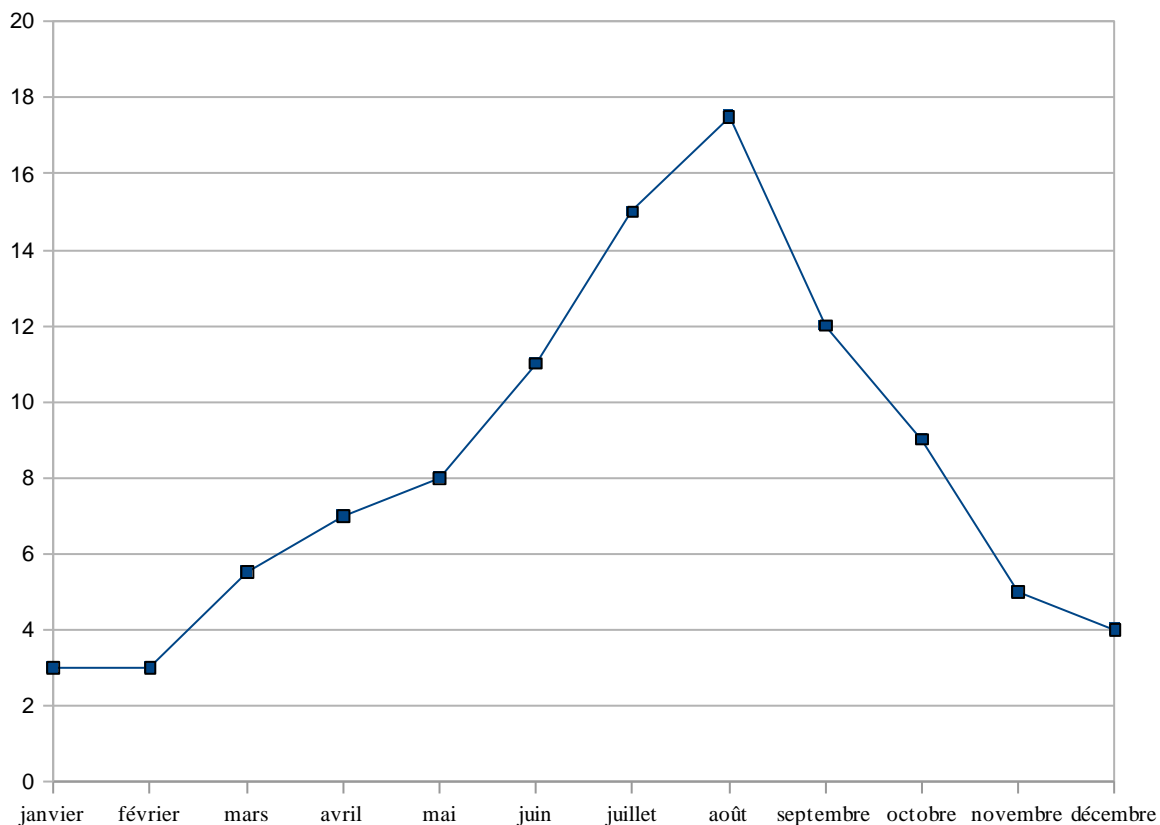
The European, American, Asian and Middle Eastern markets account for 62.5% of border entries; the Maghrebi markets account for 37.5%.

The position of the Libyan market, with about 1 500 000 entries and which is in leading position, and of the French market, with over 1 200 000 entries, explains to a great extent the **arrivals by transport mode (Graphic 4): 63% by air, 35% by land and 2% by sea (TOU_C01 indicator).**

In spite of all the efforts invested in terms of diversification and enrichment of the tourism product, seasonality remains a highly marked feature. Thus, in 1985, the months of June, July, August and September accounted for 51% of the total overnight stays; in 1999, they accounted for 49%, and, in 2006, for 55.5%.

Seasonality (Graphic 5) remains strong, even—as the trend obtains—when comparing the high and middle seasons, 80%, and the off season, 20% (TOU_C05 indicator).

Graphic 5 Total monthly overnight stays - 2006



The European market represents about 4 000 000 visitors, and it accounted for 60% of the arrivals of non-residents in 2006. **It is justified to think that 85 to 90% of the tourists come according to the package formula, i.e. via tour operators (TOU_C12 indicator);** all the more so as over 400 tour operators market the Tunisian destination.

- Seaside tourism

In 2006, seaside tourism accounted for 92% of the total overnight stays.

The main tourism areas that are 75% of the hotel beds are located on the coastline which receives the largest number of overnight stays.

Table 1 Regional distribution of capacity and overnight stays - 2006

TOURISM AREAS	CAPACITY (%)	OVERNIGHT STAYS (%)
Hammamet - Nabeul	20	18
Yasmine Hammamet	6,5	8,5
Sousse	16	21
Monastir - Skanès	11	11
Jerba - Zarzis	21	25

- Saharan tourism

Throughout history, the Sahara has constituted for the Maghreb the gateway to the Orient as well as a passageway to sub-Saharan Africa. Accordingly, the Southern part of the country is not only marked by an immensely rich cultural heritage, attesting to a succession of several civilizations, but also by a diversity of the landscapes, with the mountain oases of Chébika, Midès or Tamerza offering islands of greenery that contrast with the surrounding bare mountains; the oases of Jérid: Tozeur, Nefta, Douz or Kébili offering to the tourist their palm-tree groves; Chott el Jérid, with its salted grounds shimmering under the sunshine.

The architectural assets are quite as many, of which the *ksours*⁸: ksar Hadada, ksar Mourabidine, ksar Ouled Debbab, ksar Tazeghdanet and ksar Ghilane; Matmata and its moon-like landscape, with the troglodytes, representing a strong attraction; here, most of the housing is buried underground, cut into soft rock; Tozeur, with its typical architecture made up of overlapping decorative patterns, is remarkable.

In the South of Tunisia, a proactive policy was incepted in matter of area management, with the development of tourism land use plans, integrated in the urban development plans for the cities of Tozeur, Decree n° 78-1034, dated 27 November 1978⁹ and of Nefta, Decree n°79-416, dated 7 May 1979. It was also in 1979 that the Tozeur international airport was commissioned. In order to confer international visibility upon this region, cultural and leisure events were instated: the international festival of the Sahara in Douz; the festival of the ksours of Tataouine; the festival of the oases in Tozeur, and the National Saharan Tourism Day.

However, for a long time, the region had remained outside of tourism flows, and this, due to the little accommodation capacity limited to 3 000 beds.

Taking into account the beds dedicated to Saharan tourism, as well as those located in inland areas, in 2006, the share of non seaside holiday beds in the total number of holiday beds stood at 13% (TOU_PO1 indicator).

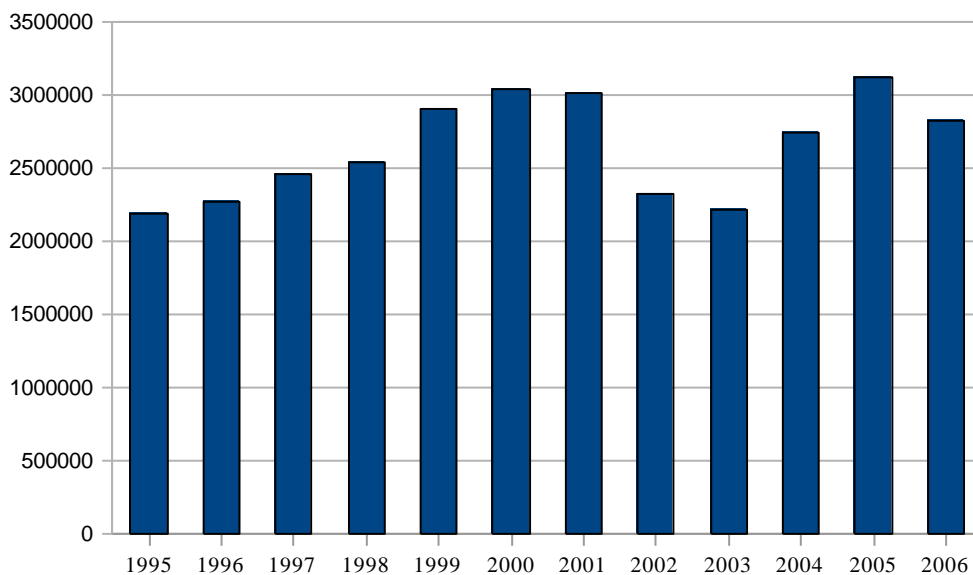
- Cultural tourism

Located at the heart of the Southern rim of the Mediterranean, Tunisia has been marked by quite varied cultural influences: Berber civilization in Matmata and in the many ksours; Phoenician-Punic heritage in Carthage, Kerkouane, Utique; Roman and Byzantine heritage in El Jem, Dougga, Sbeitla, Bulla Regia; Arab-Islamic heritage in Tunis, Kairouan, Sousse, Mahdia, Sfax, and Turkish (Ottoman) heritage in the large cities; as well as French colonial heritage in Tunis and in the main cities.

The sites, vaunting a great diversity and a great richness, are thus numerous; and so are museums: 55 are indexed by the Heritage Development and Cultural Promotion Agency (AMVPPC), and this, according to visitor entries.

Since 1995, entries in sites and museums have increased, passing from 2 200 000 to over 3 000 000 (in 2005) (TOU_C09 indicator). The events of 11 September 2001 caused this trend to slacken in 2002 and 2003 (Graphic 6).

Graphic 6 Evolution of entries in sites and museums



⁸ Plural of ksar: common attic-like dwelling or set of individual dwellings cut into soft rock. There are over 150 ksours in the South of Tunisia of which about a forty may be visited.

⁹ Plan revised in 1990.

- Other routes

The absence of statistics on tourism, other than “sedentary”, does not allow for a correct appreciation. By “sedentary”, we mean the tourist who spends a stay in a seaside hotel or in a facility located in the South of Tunisia. **According to ONTT statistics (Tunisian National Tourism Authority), overnight stays whose motivation was urban or route-related¹⁰ accounted for 8% of the total overnight stays (TOU_C02 indicator).**

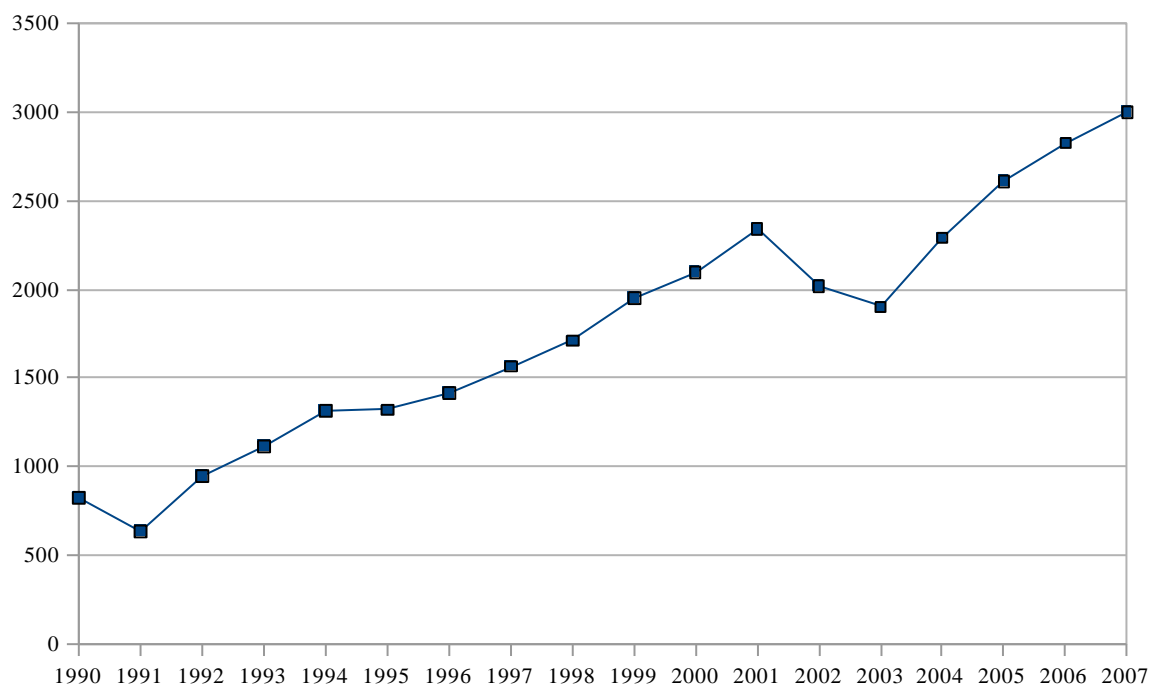
The absence of statistics regarding visits to protected areas does not allow for working out a table and conducting a study.

Conclusion

The total tourism activities of Tunisia generate enough tourism earnings to cover over 60% of the deficit of Tunisia’s trade balance.

The tourism earnings extracted from the balance of payments correspond to the whole sales in foreign currency in Tunisia in authorized banks or cash-desks and to the payments of travel and sub-delegate agencies.¹¹ They have grown more than threefold, passing from 827 million TND in 1990 to over 3000 million TND in 2007 (**TOU_P02 indicator**). They depend on the context (Graphic 7): 1991, 1st Iraq war; 2002 and 2003, Jerba attack, affecting more particularly German tourists. In 2006, they accounted for 14% of the total exports.

Graphic 7 Evolution of foreign currency earnings (million TND)



Tourism is a job creator. During the year 2006, 800 direct jobs and 2400 indirect jobs were generated by the tourism activity. **Total direct jobs amount to 92 735 and indirect jobs amount to 278 206, that is a total of 370 941 jobs (TOU_C10 indicator)**, i.e. 12% of the working population.

Investment in Tunisian tourism has most often been a national investment, and this, owing to the mode of operation of the sector. Indeed, for hotel projects, the Investments Code provides the following financing scheme: capital base, 40% of the investment, and loan funds, 60%. It was, therefore, the investment banks which, initially, financed the sector and, currently, the universal banks. Nevertheless, foreign investments have never been missing, according to the periods. While Foreign Direct Investments (FDIs) in the whole sectors tend

¹⁰“Route” remains a rather vaguely defined concept!

¹¹ The earnings of air and maritime carriers are not included in this total, nor are those corresponding to purchases made by tourists but paid against refunding.

to increase, passing from 800 million TND in 2003 to 4 402.9 million TND in 2006, they are on the decrease in the tourism and real estate sector, passing from 18.5 million TND to 18 million TND. The share of tourism FDIs is a mere 0.4% of the total FDIs (**TOU_C13 indicator**).

In view of Mediterranean competition, more and more hotel entities are seeking certification of one or more departments of the hotel. About thirty entities are certified, most of which of the type “Certification department: Reception”.

As regards the **HACCP system, it is mandatory according to the legislation governing hotel classification¹² (TOU_C06 indicator)**. It is the National Institute of Standardization and Industrial Property (INNORPI) which organizes assistance towards the training of consultant trainers and auditors of the HACCP system.

In view of the professional needs, there is a hotel school in all tourism zones of Tunisia.

II. PART 2 - IN-DEPTH ASSESSMENT OF THE PROJECTS IMPLEMENTED

1. Control over land and environmental impacts of tourism

1.1 Prevent and mitigate the negative impacts of developments, urbanisation and infrastructures on the coastline strip

1.1.1 Concept of “Tourism Zones”¹³:

The concept of “Tourism Zones” comprises two aspects: a legal aspect, as tourism zone established by decree, and a territorial aspect, since—in order to be eligible for State aid—, any tourism project must necessarily belong in that space.

- Implementation

The reflection¹⁴ on the strategy of tourism development focused on the location of tourism sites, the evaluation of the potential of these sites, their integration in the environment and the possibility of bringing the infrastructure networks to the vicinity of the sites. This reflection led to the option of a priority development in the territorial areas declared “Tourism Zones” within which land use plans have been developed.

The land use plans are adopted by decree and opposable to third parties, and the infrastructures envisaged are declared as being of public utility. Land use plans aim at matching tourism supply with foreseeable levels of demand. The land use plans of these zones have provided for hotel islets (H) and leisure islets (A), islets dedicated to permanent or secondary homes (U), complementary equipment, structuring equipment, equipped green spaces and *not aedificandi* (non constructible) areas.

Town planning regulations have accompanied these plans. They comprise provisions on land use in particular, the number of beds to the hectare (100 beds/ha), the land cover coefficient (COS), the height of the constructions and the land use factor (CUF).

- Achievements

All classified hotel facilities — that is over 90% of the accommodation offer — have been constructed within this framework. It is worth recalling that tourism in Tunisia is, above all, seaside hotel tourism.

However, as from 1985 and in response to demand by tourism developers, land use plans have been made more dense, and this, in order to step up return on the existing

¹² Ordinance of Minister of Tourism, dated 1 December 2005, setting the minimum standards of classification of tourism hotels.

¹³ To those already mentioned, it is worth adding that of Southern Hammamet (Decree n°89-1492, dated 20 September 1989), subsequently becoming Yasmine Hammamet resort.

¹⁴ Reflection conducted in the early 1970s, and this, in order to avoid saturation of tourism zones, wastage of physical resources and degradation of the environment.

infrastructures and bring together a tourist population sufficient enough to make viable the recreation and leisure equipment.

- Obstacles

Tourism accommodation in Tunisia is today dominantly of a monotype nature, and hotels account for 90 % of the accommodation offer. The latter is quite concentrated in seaside tourism zones with **tourism resorts in want of an identity**.¹⁵

Besides, in view of the pressure exerted by the developers and the shortage of land—of tourism interest—, **the land use plans have become more “parcelling out” plans** than veritable “land use” projects. The task, therefore, is to better integrate these projects in overall land use planning of the region in which they are envisioned.

1.1.2 Institutional framework

In order to allow for a better monitoring of the objectives set for sustainable development, institutions were set up, of which ANPE (National Environment Protection Agency) and APAL (Coastline Protection and Planning Agency).

- Implementation

- A National Environment Protection Agency (ANPE) in charge of impact assessment studies, a preliminary requirement for development studies, Decree n°91-362, dated 13 March 1993;
- A Coastline Protection and Planning Agency (APAL)¹⁶ created for the safeguard of the coastal environment. It is in charge, inter alia, of the management of coastline areas and monitoring land use planning operations, as well as monitoring the rules and standards stipulated by the laws¹⁷ and regulations in force relating to the development of these areas, their use and their occupancy;
- The Observatory of the Coastline, set up in 1997, whose missions range from collection and updating of information on the coastline to establishing a monitoring system, a data base and a Geographical Information System (GIS);
- The Tunis International Centre for Environmental Technologies, CITET.¹⁸
- The National Agency for Energy Conservation, ANME.¹⁹

- Achievements

The actions conducted by APAL relate to:

- Rehabilitation of the beach of Aghir in Jerba over a length of 1 000 metres;
- Stabilisation and protection of bordering dunes in El Asfouria in Mahdia over a linear length of 650 metres;
- Management of the beach of Korba, consisting in development works of sand stabilization over a distance of 1 000 metres, which helped stop sand advance and reduce marine erosion.

Other actions were conducted in areas that are not part of the commercial tourism space.

- Obstacles

N.T.R.²⁰

¹⁵ Herein lies all the problem posed to Tunisian tourism which seeks, for the coming years, to identify zones, hence the relevance of territorialisation (area – tourism).

¹⁶ Law n°95-72, dated 24 July 1995.

¹⁷ In particular, Law n°95-73, dated 24 July 1995, relating to the Maritime Public Domain (DPM), which stipulates that it is prohibited to build within a distance of less than one hundred metres from the Maritime Public Domain (DPM).

¹⁸ CITET organizes the establishment of eco-labels.

¹⁹ A coaching policy has been put in place to accompany the hotels in their efforts to reduce energy expenditure; to date, 80 hotel entities have formed the subject of energy audits.

²⁰ Nothing to report.

1.1.3 Instruments

The Maritime Public Domain (DPM)

- Implementation

Law n°94-122, dated 28 November 1994 (Art. 25) which prescribes a setback of 100 m²¹ with respect to the Maritime Public Domain (DPM) and Law n°95-73, dated 24 July 1995, bearing demarcation of the DPM.

- Achievements

The whole coastline of Tunisia has been “market out” by a new demarcation of the DPM, thus: DPM of Hammamet-Nabeul, Decree n°93-1195, dated 24 May 1995; DPM of Zarzis, Decree n°94-440, dated 15 February 1994; DPM of Kerkennah, Decree n°95-1049, dated 12 June 1995; DPM of Jerba-Midoun, Decree n°95-2298, dated 13 November 1995.

- Obstacles

N.T.R.

1.1.4 Funds

This policy of control over land impacts has been accompanied by financing mechanisms, such as funds and budget lines.

- Implementation

- The Tourism Zones Protection Fund (FPZT) was established by Law n°92-122, bearing Financial Law for the fiscal year 1993 and, in particular, Articles 38, 39 and 40 related to the creation of a dedicated fund for: paving and fitting out scenic routes, street lighting, **environmental enhancement and sanitation**. It is managed by the Ministry of Finance, the Ministry of Tourism and the Hotel Federation of Tunisia;

- Creation of municipal tourism zones²² which enable tourism cities to access budget lines towards the **improvement of the living environment**. They are managed by the Ministry of the Interior, the State Secretariat for Regional Affairs and Local Communities, and the Ministry of Tourism.

- Achievements

Several municipalities are benefiting from these budgets.

- Obstacles

As regards the Tourism Zones Protection Fund (FPZT), the latter is supplied at 50% by hotel owners; it serves towards the financing of all actions conducted in the whole tourism areas. Hotel owners would prefer to see the Fund staggered according to the capacity of the tourism zones.

1.2 Reduce the consumption of natural resources and the pollution generated by tourism accommodation and activities

1.2.1 Spreading out the tourism season

The seaside product is by definition a seasonal activity which lasts 2 to 3 months in Tabarka and 5 to 6 months in Jerba. The tourism development policies have always endeavoured to spread out the tourism season. The equipment of 3* hotels with an indoors heated swimming pool—which equipment is not prescribed by the regulations and, hence, not mandatory—belongs in this logic. Subsequently, the activities of thalassotherapy²³, balneotherapy and, to a lesser extent, golf and cultural discovery excursions fit in this same framework.

- Golf

- Implementation

²¹ In the zones already covered by a land use plan, the set back is of 25 m with respect to the DPM.

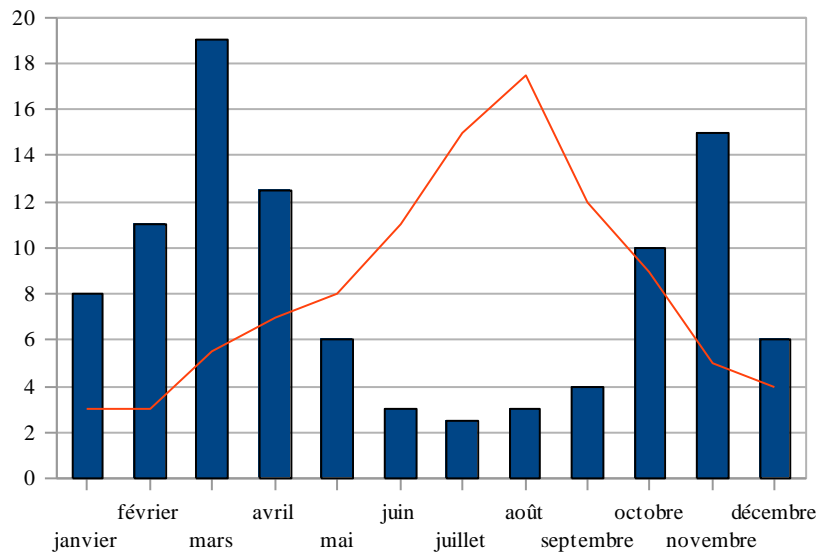
²² Decree n°922-94, dated 10 April 1994; Decree n°1474-96, dated 25 August 1996; Decree n°1989-97, dated 6 October 1997; Decree n° 659-99, dated 22 March 1999; Decree n°2810-99, dated 21 December 1999.

²³ Tunisia, which counts some forty thalassotherapy, centers, ranks a close second after France which is the 1st destination in the field.

The possibility to practise golf in winter and in spring is a decisive reason to travel abroad. Accordingly, "Tunisia" has incepted a golf-oriented policy whose objective is to drain a well-to-do clientele in off-season.

– Achievements

Graphic 8 Overnight stays and green fees per month - 2006



The columns present the tourists' monthly green fees; the curve presents the tourists' monthly overnight stays.

The high golf season extends from October through to April.

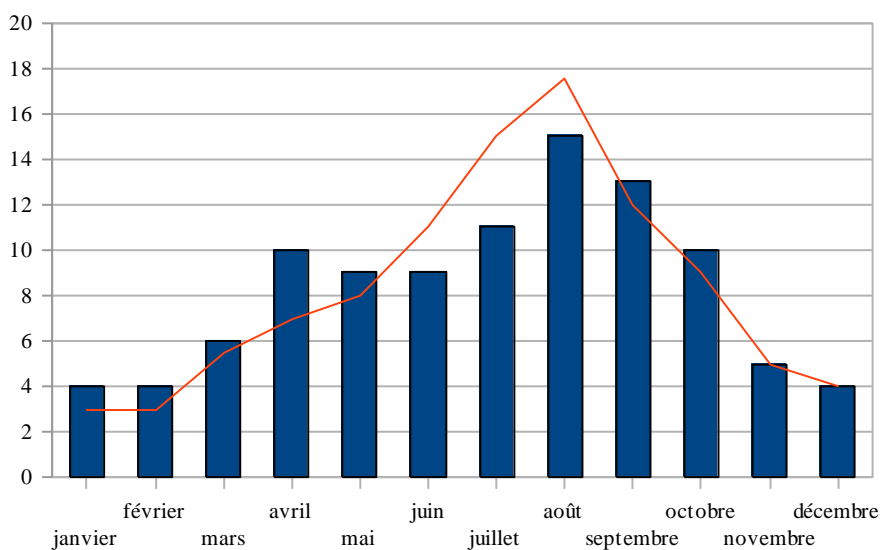
– Obstacles

The marketing of green fees is conducted at 60% by tour operators, at 23% by hotels and at 14% by travel agencies. This is an activity that has enriched the seaside product, not one that is a golf product per se.

• Cultural discovery

– Achievements

Graphic 9 Overnight stays and entries in museums and sites per month – 2006



The columns present the monthly entries by visitors in museums and sites; the curve presents the tourists' monthly overnight stays.

Fifty per cent (50%) of the visits to sites and museums take place from July to October; however, it is worth noting an extension of entries into the off-season.

– Obstacles

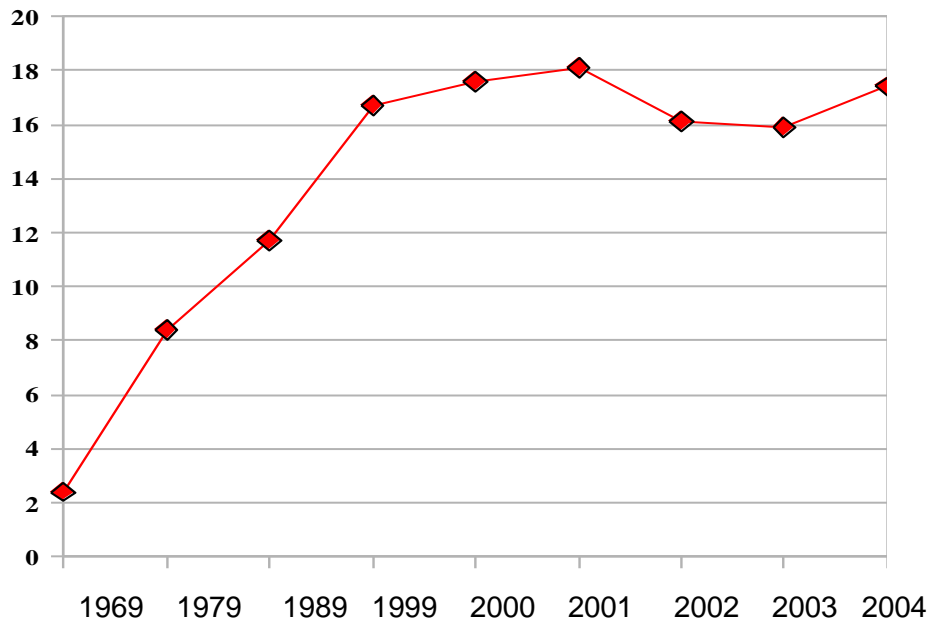
While the statistics are reassuring, the indicators are more realistic. The calculation of the “sites and museums entries/ tourism entries” ratio reveals a 20 point loss since 1993, passing from 63.25% to 43% in 2006.

1.2.2 Control over water consumption²⁴

Annual water consumption in million m³ is that reckoned by the National Water Distribution Utility (SONEDE)²⁵; it does not comprise the consumption generated by groundwater aquifers or non conventional water.

• Implementation

Graphic 10 Water volume consumed by the tourism sector (Million m³)



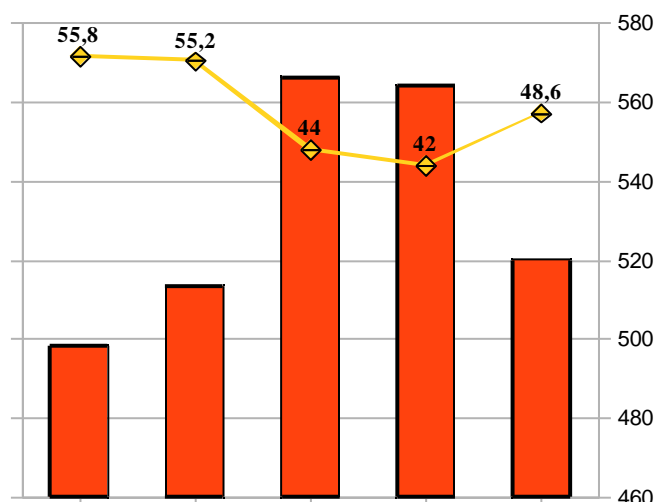
Water consumption comprises two parts: a fixed part, namely watering of lawns, irrigation of green spaces and cleaning, and this, irrespective of the hotel occupancy rate; and a variable part, namely the consumption of the residents which, naturally, is a function of the hotel occupancy rate.

• Achievements

The objective set by the public authorities is to reduce the water consumption of accommodation entities to 300 litres/day/bed.

²⁴ Water and Tourism, MEDSTAT II programme – 2008.

²⁵ Establishment: Law n°68-22, dated 2 July 1968. SONEDE belongs under the authority of the Ministry of Agriculture and Water Resources (MAERH).

Graphic 11 Specific consumption (litre/day/bed) and Occupancy rate (%)

Indeed, as shown in Graphic 11, the specific consumption, calculated in litres per day and per bed (columns), has increased, and this, in spite of the fall in the hotel occupancy rate, calculated in percentage (yellow line), in the aftermath of the events of 11 September 2001.

This increase in specific consumption is due to the fact that it is composed of two consumptions:

A fixed consumption, involving the watering of lawns, irrigation of green spaces and various cleaning operations, and this, irrespective of the hotel occupancy rate, accounting—according to SONEDE calculations—for 45%, on average, of the consumption of a tourism entity;

A variable consumption, which corresponds to that of the residents of the hotel and, hence, depends on the occupancy rate.

As from 2004, owing to the separation of these two types of consumption—with the former being provided by the distribution of non conventional water—in particular treated wastewater,—and with the latter being provided by SONEDE—, i.e. drinking water distribution, the reduction in specific consumption was spectacular, passing from over 562 to 520 litres/day/bed.

Nevertheless, to achieve the set objective of 300 litres/day/bed, control over water consumption also requires the modernization of the networks in the hotels—the losses (unaccounted for water – UFW) due to outdated installations, are actually in the range of 30 to 40% of the consumption volumes; the promotion of technical innovations with regard to the existing sanitary facilities via automatic stop taps, low flow showers with water saving equipment; introduction of training courses in order to enhance the conduct of staff assigned to the maintenance of water distribution equipment.

Besides, large capacity hotels are often large water consumers. A mandatory audit of the water systems inside these hotels is provided (Decree n°2002-335, dated 14 February 2002), setting the threshold of 2000 m³, above which water consumption is subject to a periodic technical diagnosis.

The audit operation consists in examining the various data related to functioning and operation of the systems. The objective is to identify and evaluate the losses, assess the performance of the systems and draw up a programme of reduction of water losses. The frequency of these audits is once every 5 years.

The State has provided financial incentives for hotel entities that conduct these audit operations: a subsidy related to effecting the audit operation, to the amount of 50% with a maximum of 2 500 TND; a subsidy related to the investments outlaid subsequent to the audit operations, to the amount of 20% with a maximum of 15 000 TND.

- Obstacles

To date, only two hotel entities have conducted such audit operations. This policy is not easily applicable, all the more so as the SONEDE water consumption rate for hotel entities, being of 0.840 TND/m³, that is a rate higher than that of the water production cost, is particularly high.²⁶ While the consumption of the tourism sector accounts for a mere 1% of the total consumption, tourism earnings account for 11% of the total SONEDE income. On the other hand, the number of autonomous water resources (wells, drillings) in hotels passed from 14 in 1999 to 26 in 2004.

1.3 Control over the evolution of tourism leisure activities affecting the marine and costal environment²⁷

1.3.1 Sailing harbours (*marinas*)

- Achievements

Tunisian coasts are most often sandy and rectilinear, which is more conducive to seaside than yachting activities. Nevertheless, development potential is immense:

- The Bizerte harbour (120 berths) is set for extension works;
- The former port of Tunis is due to be developed into a marina;
- The Sidi Bou Saïd harbour (386 berths) is completely saturated. This port obtained the "Blue Flag" label in 2006, but since then, and in view of the arising problems—in particular, sanding up of the pass connected with a coastline North-South transit—, the harbour authorities have no longer applied for the "Blue Flag" label.

The other harbours are veritable marinas: Tabarka, Yasmine Hammamet, El Kantaoui and Cap Monastir.

On the whole, it may be said that yachting in Tunisia is hardly developed: Tunisia accounts for scarcely 0.7% of the Mediterranean reception capacity; the harbours are mostly full; the national sailing fleet is limited, the equipment rate (0.25 boats/1 000 inhabitants) is one of the lowest in the Mediterranean; Tunisia receives but a small part of the European fleet relocating in new countries (< 1%); lease and charter are not tapped in view of the legislation.

- Obstacles

On the whole, the level of harbour equipment and the number of the fleets received remain low. Indeed, in view of the significant investments, the financing of marinas would be impossible if it were to be based exclusively on financial return due to the hiring of berth places, even if one were to add the sale of part of the berths. It is thus necessary to add to this a contribution obtaining from the constructed property areas.

On the other hand, the commercial areas and the hotels seldom participate in financing the harbour investments, in view of their low return.

1.3.2 Beach access and use

- Implementation

Two types of beaches need to be considered, those in tourism zones and those off tourism zones. In tourism zones, APAL is in charge of the planning of the land which is given in concession to hotel owners; for the other zones, there was established, in 2002, a Tourism Leisure Company (SLT) whose mission is the development of public beaches throughout the Governorates (Regional Departments) of Tunisia.

²⁶ To this rate, there must be added the ONAS (National Sanitation Utility) rate levied on the same invoice that is 0,979 TND per m³.

²⁷ In 1996, Tunisia ratified the Annex to the 1995 Barcelona Convention, related to specially protected areas and Mediterranean biological diversity.

- Achievements

For proximity tourism, intended for the use of resident holidaymakers, coastline areas have been set, according to the following formula:

Beach Occupancy Plans (POP) have been designed for a management of the coastline space based on providing it with the equipment and the utilities necessary for the well-being of the holidaymakers. Since 2002, more than 50 beaches have thus been equipped in the vicinity of major urban centres;

Besides, areas have also been developed in Chaffar, near Sfax, Sidi Raïs, in the southern part of Greater Tunis, and in Kalaat Andalous, between Tunis and Bizerte, and this, for proximity tourism purposes.

- Obstacles

N.T.R.

2. Promote tourism as a factor of sustainable social, cultural and economic development

2.1 Design national and local strategies aimed at better reconciling tourism, environment and sustainable development

2.1.1 Method of trade-offs between tourism, the environment and land use planning

- Implementation

A national land use plan has been adopted, pursuant to Law n°94-122, dated 28 November 1994, bearing promulgation of the Land Use and Planning and Urbanisation Code. Its objective is to ensure rational exploitation of the resources; protect areas, natural and cultural sites; ensure public health safety; guarantee a rational distribution between urban and rural areas. It is extended by regional area development plans.

The Ministry of the Environment, whose role is to formulate a more rational management of land use and to provide the conditions conducive to the achievement of a sustainable development,²⁸ is tasked with the design of land use master plans, and this, in consultation with the departments, services and bodies concerned, of which ONTT (Tunisian National Tourism Authority) and AFT (Tourism Land Property Agency)—the master development plans of the territory.

The National Environment Protection Agency (ANPE), established by Law n°88-91, dated 2 August 1988,²⁹ also serves throughout the country, particularly in maritime zone (Article 4). Within this framework, holiday villages and hotels of a capacity higher than 250 beds, as well as yachting harbours (marinas), are subject to impact assessment studies, Decree n°93-362, dated 13 March 1993 and Law n°94-122, dated 28 November 1994 (Article 11), a prerequisite for any authorization to construct tourism facilities.

- Obstacles

N.T.R.

2.1.2 Master plans

- Implementation

All Tunisian regions are covered by a master plan. This applies, for instance, to the region of Menzel Temime in Cap Bon (north-eastern Tunisia) which has, at the same time, been subject to a tourism development study whose plan had been approved by the Municipal Council.

²⁸ Article 4 of Decree n°93-303, dated 1 February 1993, setting the mandate of the Ministry of the Environment and Land Use Planning (MEAT).

²⁹ Law amended by Law n°92-115, dated 30 November 1992.

The authorities then decided to shelve the tourism development plan, and this, in order to preserve the wetland—with its many lagoons—which characterizes the zone. This illustrates the positive result of negotiations between the various departments and bodies involved in the management of the zone.

2.1.3 Agenda 21

- Implementation

Pursuant to the recommendations of the Rio Conference, a National Sustainable Development Commission (CNDD) was established (Decree n°93-2061, dated 11 October 1993). A workshop (Agenda 21, 1994) drafted a document which, as far as tourism is concerned, recommends the following: “to develop and promote a diversified, integrated and environment-friendly tourism by improving the location and quality of tourism facilities and by developing and promoting a diversified tourism system, decongesting the tourism of seaside areas based on opening it up onto inland areas and ensuring that it be environment observant.”

Consequently, all measures taken uphold the concerns of harmonization between economic development and environment protection which, in terms of tourism marketing, is a selling point.

The Tunisian coastline comprises some 50 wetlands, together with coastline forests, sensitive areas and other remarkable coastline sites from an ecological and heritage point of view.

2.2 Promote a diversification of tourism and a balanced regional development

2.2.1 Cultural, ecological and discovery tourism

- Implementation

- Saharan tourism

Since 1987, the South has been at the forefront of the concerns of the public authorities. The first restricted Cabinet Meeting, held on 12 November 1987, addressed—as a main item on its agenda—ways of giving a fresh impetus to the Saharan tourism activity.

Legal texts were drawn up to encourage developers to invest in the Southern regions:

- ♦ Law n°93-120, dated 27 December 1993, relating to the Investment Incentives Code which comprises incentives dedicated to encouraging tourism investments for Saharan development in the Governorates of the South, of which that of Tozeur;
- ♦ Decree n°94-822, dated 11 April 1994: the cities of Tozeur and Nefta were upgraded to the status of municipal tourism zones;
- ♦ Ordinance of the Minister of Tourism and Handicrafts, dated 18 July 1994, bearing approval of the Private Investor’s and Developer’s Guide on the Tourism Sector, which also provides specific advantages in regional development areas for accommodation and leisure projects.

In addition, facilities were constructed in Tozeur:

- ♦ A hotel school to train professional technicians in the sector;
- ♦ A wastewater treatment plant;
- ♦ A golf course, extending over 150 hectares and irrigated by the treated wastewater generated by the plant, was commissioned in 2006;
- ♦ Public structures, namely the Regional Tourism Commissionerships (CRT), which existed already in Tozeur, were set up in Kébili and Tataouine.

- Achievements

Graphic 12 Evolution of hotel bed capacity (Gafsa – Tozeur)

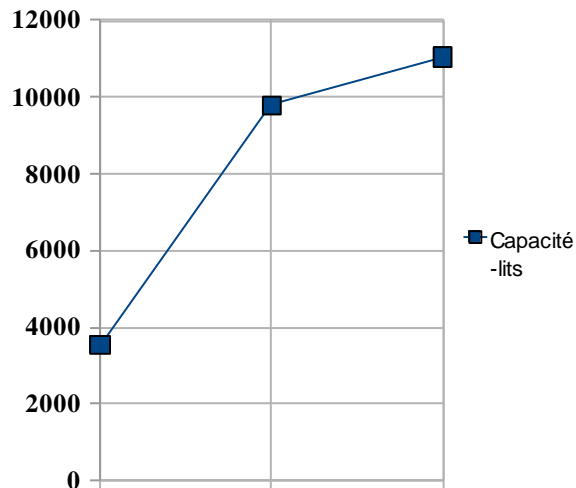


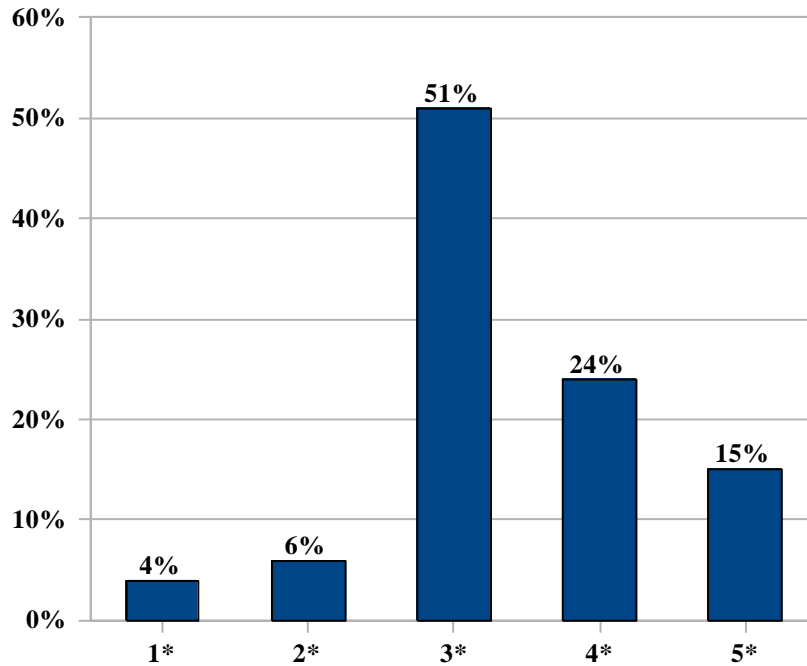
Table 2 Accommodation offer and tourism performance - 2006

AREAS	HOTEL BED CAPACITY (NUMBER)	ARRIVALS (NUMBER)	OVERNIGHT STAYS (NUMBER)	OCCUPANCY RATE (%)
TOZEUR	3 800	295 163	488 700	35,1
NEFTA	790	39 875	57 298	20,0
TAMERZA	300	11 932	15 253	14,1
KEBILI	330	57 769	60 354	50,0
DOUZ	2 200	363 430	398 378	49,5
KSAR GHILANE	550			
ZAAFRANE	180			

In Table 2 above, the capacity of camp-sites³⁰ has not been specified, it being hardly fixed, except in Zaafrane—located 24 km away from Douz—which can accommodate 180 persons.

While in 1982, the region counted only 3 000 beds, 22 entities have been constructed over the past ten years, thus involving a far-reaching class change, with the introduction of luxury facilities (six 4* and 5* hotels) which are prized by tourist customers. The occupancy rates of the 5* and 4* hotels, being of 43.8 and 45% respectively, are appreciably higher than the regional average (34.6%).

³⁰ The camp-sites of Nouaïl and Aïn Essabat offer each 120 beds.

Graphic 13 Breakdown of hotel bed capacity as per class (Gafsa – Tozeur 2006)

– Cultural tourism

In spite of the richness of the heritage, four interest centres – Carthage, Bardo, El Jem and Kairouan – alone account for 72% of the entries in sites and museums.

The Carthage fleet, with 764 000 visitors, accounts for 27% of the entries in the sites and museums of Tunisia. This eloquently attests to key role played by repute: Bardo museum, with 584 000 visitors, accounts for 21% of the entries in the sites and museums of Tunisia. Just like Carthage, it draws upon its repute. Except for that of Carthage (135 000 visitors) and that of Sousse (41 000 visitors), the nine other museums, inventoried by the Heritage Development and Cultural Promotion Agency (AMVPPC), receive only a few thousand visitors; the site of El Jem, (530 000 visitors, accounting for 18% of the entries in the sites and museums of Tunisia), an imposing site located near the tourism zones of Sousse, Monastir and Mahdia,³¹ does not benefit from the same influence; Kairouan (212 000 visitors, 4th Holy City of Islam³²), accounts for as little as 8% of the entries, and this, in spite of the optimisation efforts undertaken since the 1970s and recently with the establishment of the Interpretation Centre.

– National parks

The forestry domain of Tunisia extends over an area of 970 000 hectares, that is 12% of the country's total area, exclusive of the Saharan zone. The national parks as a whole cover an area of 197 048 hectares. The relationship between tourism and the national parks seems obvious. Indeed, Tunisia counts eight national parks characterized by landscapes and ecosystems that are specific to each region. Each park is provided with a eco-museum designed as an educational tool. Currently, these parks are being further equipped: Reception Office marked out tracks and descriptive signposting likely to meet the visitor's needs. Their management would have to be entrusted to the private sector.

³¹ These three areas, whose capacity is of 75 000 beds and which report 14 million overnight stays, are a mere fifty kilometers away from El Jem.

³² After Mecca, Medina and Jerusalem.

Table 3 National parks

NATIONAL PARK	AREA (HA)	ESTABLISHMENT
Zembra	391	1977
Bou Hemda	16 448	1980
Chaambi	6 723	1980
Ichkeul	12 600	1980
Bou Kornine	1 939	1987
El Feidja	2 632	1990
Djebil	150 000	1994
Sidi Toui	6 315	2006

- **Obstacles**

The richness of Tunisia lies in its homelands, and yet tourism—which is a major tool for their qualification—remains an underestimated economic, social and cultural reality, both quantitatively and qualitatively.

Discovery tourism, whether Saharan or cultural—such as presented above—, is an activity complementary to the seaside product. It is characterized by tourism-heritage mobility. It does not contribute at all in spreading out the tourism season. It is not a product in its own right and does not, above all, help towards development and regional balance.

The national parks need to be opened onto inland, national and resident tourism; however, problems of management and concession do not seem to have been resolved. It is thus difficult, in the current state of affairs, to “speak” about discovery tourism in this field.

3. Develop Mediterranean cooperation

3.1 Five + Five

- **Implementation**

This has involved a series of meetings, the first of which was held on 5 May 2006 in Hammamet, bringing together the five member countries of the Union of the Arab Maghreb (UMA: Mauritania, Morocco, Algeria, Tunisia and Libya) and five countries from the European Union (Portugal, Spain, France, Italy and Malta).

- **Achievements**

Meetings take place once a year. They bring together experts for purposes of an exchange of experience in the fields of quality, statistics and training.

The objective is to move towards adopting a working framework that would be common to the whole countries.

- **Obstacles**

These meetings are most often high political level meetings. A rather frequent change of officials does not always allow for a monitoring of the work done.

Besides, an international cooperation is being engaged between public and private actors:

- A digital modelling system of the Tunisian coastline was developed within the framework of Tunisian-Spanish cooperation. This system has been adopted for conducting future studies related to the national programme for protection of the coastline against marine erosion, as well as for assessment of the impact of tourist projects, such as yachting harbours (marinas);
- The project of sanitation of the tourism-real estate site of Taparura (in Sfax) has been granted a soft-terms loan by the French State towards the construction of a waste containment enclosure;

- Agreement between the Tunisian Hotel Federation (FTH) and the German Industry and Trade Chamber related to conducting energy conservation and environment protection actions in the hotel sector;
- The regional project of the United Nations Development Programme (UNDP) co-financed by the Global Environment Facility (GEF) and the French Global Environment Facility (FFEM). Incepted in 1999, this project seeks to contribute in the conservation of the biodiversity of the wetlands and coastal areas in Tunisia (Dar Chichou/Korba,³³ Kelibia/El Haouaria, Zembra/Zembretta). These areas are all located in the region of Cap Bon, a region of paramount importance for migrant avifauna on the mid-Mediterranean route (Tunisia - strait of Sicily). The implementation of this project is entrusted to the Coastline Protection and Planning Agency (APAL) with a view to conducting the urgent actions of conservation of biodiversity via the protection and management of pilot sites.

III. PART 3 – BEST PRACTICES

In Tunisia, 1.2% of GDP is devoted to the promotion of the environment. For about twenty years now, an institutional and legislative framework as well as a strategy has been in place. The latter has helped to improve such environmental indicators as the increase in the number of land and marine natural reserves, forestation and urban plantation, combating pollution, promotion of renewable energies and transfer of clean technologies.

Alongside with the legal context, **a normative context**, where best practices are increasingly gaining in importance, has asserted itself. In the field of tourism, it is worth highlighting the following best practices: the Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH); the use of treated wastewater; the use of brackish water; the use of salted water.

1. Hotel Sector upgrading programme (PMNH)

Tunisia has to grapple with a social and commercial equation whose resolution requires accelerated growth and the emergence of high value added activities. Tourism could be one such activity. But, while the results in terms of entries and overnight stays indicate a growth of the sector, in micro-economic terms, the difficulties encountered by hotel owners are numerous.

The conclusions of the studies conducted³⁴ over the past few years highlight issues of return on investment in hotel entities and of competitiveness of the destination.

The gap between hotel investment and marketing is widening. Accordingly, the Tunisian hotel sector reports a particularly high banking indebtedness.

For hotel services, and in view of the new context in which tourism develops, an obligation of optimal consistency in terms of quality of tourism services is necessary. This is why a Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH) has been set up. It must be looked upon as a policy of strengthening the competitiveness of hotel companies.

This programme relates to control over water and energy saving, human resources management, as well as all aspects related to new ICTs.

A credit facility of 50 million euros was entered between the French Development Agency (AFD) and the government of the Republic of Tunisia whose objective is to sustain the financing of the national Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH). The funding of this programme, which obtains via local banks,³⁵ is granted under favourable terms with regard to interest rate, and this, over a period of up to 15 years, with a four-year grace period.

³³ It is in this region that Menzel Temime is located, a zone referred to above.

³⁴ "Development of Tourism in Tunisia for the Time Frame 2016", JICA – 2001.

- "Tourism Development Strategy in Tunisia", World Bank – 2003.

³⁵ Amen Bank.

As of now, 45 hotels have launched an upgrading programme and 128 entities have obtained an agreement in principle regarding the implementation of this programme.

Out of the 45 hotels whose programme has been approved par COPIL³⁶ that is 7% of classified hotels, all hotel classes are represented:

5*	6 hotels
4*	21 hotels
3*	14 hotels
2*	3 hotels
AH	1 hotel

Eleven percent of the beds belonging to classified entities, that is 24 192 beds, are involved in this programme.

All tourism zones are also involved in this programme. But out of the 45 entities, 44 are located on the coastline and an only one 1 inland (in Tozeur).

With regard to the age brackets, it is worth noting that, even recent hotels dating to the 1990s and 2000s that is 21 entities out of the 45, have incepted an upgrading programme. What this reveals, on the whole, is deficient management of hotel facilities.

In this case, best practice emanates from public authorities, and this, in direction of the private sector.

Table 4 Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH) - Ministry of Tourism

Title		Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH) - Ministry of Tourism			
Country		Tunisia			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		All classified hotels, throughout the country			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues³⁷ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person		Director of Upgrading			
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					

³⁶ PMNH Steering Committee.

³⁷ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

2. Treated wastewater

This relates to wastewater of domestic origin. It is provided by the National Sanitation Utility (ONAS).

Thanks to a network of wastewater treatment plants—98, of which 45 contribute in water reuse—, the treated wastewater volume has passed from 106.5 million m³, in 1994, to 135 million m³, in 2002, and to 225.5 million m³, currently.

This network has allowed a tourism development in harmony with its environment. The objective of treated wastewater reuse is, indeed, twofold:

- To protect the environment, which is a component of marketing the tourism product. All tourism zones are equipped with wastewater treatment plants;
- To develop the mobilisable potential as an additional resource for the irrigation of golf courses and hotel gardens, as well as for aquifer recharge.

Currently, 42 million m³, that is a rate of reuse of 22%, are reused in the following fields:

Nine golf courses, that is an irrigable area of 540 ha;

Table 5 Irrigation of golf courses

GOLF COURSE	AREA (HA)	IRRIGABLE AREA (HA)	TREATED WASTEWATER VOLUME (M ³ /DAY)
Carthage	30	18	600
Yasmine Hammamet	80	45	1800
Citrus Hammamet	172	90	2700
El Kantaoui – Sousse	132	110	3456
Flamingo Monastir	80	60	1900
Palm Links Monastir	80	50	2200
Jerba	92	44	1500
Tabarka	110	45	1500
Tozeur	150	75	NC

- Hotel gardens, whose irrigation would normally account for 22% of the tourism consumption, which reveals the extent of the saving made;
- Green spaces in tourism zones.

Besides, 19 irrigated areas—that is 7 447 ha in total—, as well as the industrial sector and aquifers, also benefit from this resource.

Table 6 National Sanitation Utility (ONAS)

Title		National Sanitation Utility (ONAS)			
Country		Tunisia			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		All			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues³⁸ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person					
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					

3. Brackish water desalination stations

This is part of the actions undertaken by SONEDE³⁹ and, hence, the State, with a view to meeting the water needs of the region of Jerba and Zarzis. It would have been possible to tap deep-lying groundwater and then convey it. But, in the present case, two options were preferred: not to use the fossil groundwater tables; and not to further increase the water production cost by long conveyance.

Brackish water desalination techniques have made it possible to meet the water needs of the island of Jerba and the zone of Zarzis, via the installation of stations of a unit capacity of 12 000 m³/day.

³⁸ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

³⁹ This Utility is in charge of operation, maintenance and renovation of water tapping, treatment, conveyance and distribution installations.

Table 7 National Water Distribution Utility (SONEDE)

Title		National Water Distribution Utility (SONEDE)			
Country		Tunisia			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Coastline			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues⁴⁰ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person					
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					

4. Seawater desalination stations

This is a case of best practice within the framework of a **private chain**.

As part of its water saving policy, the “El Mouradi” hotel chain, which counts 14 hotel entities totalling 12 000 beds, has undertaken desalination actions.

Initially, the chain installed equipment for the treatment of brackish water whose salinity was within 7g/litre.

Table 8 Hotels with “brackish water installation” type

HOTEL	CAPACITY (M ³ /DAY)	YEAR
El Mouradi Palace	800	1996
Selima Club	800	1996

Thereafter, the chain shifted to seawater desalination equipment.

⁴⁰ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

Table 9 Hotels with “seawater installation” type

HOTEL	CAPACITY (M ³ /DAY)	YEAR
El Mouradi Hammamet	300	2001
Skanès Beach	400	2003
Jerba Menzel	600	2004
El Mouradi Mahdia	600	2004
El Mouradi Molka	600	2005
Kantaoui Club	600	2005

In view of the progress made in terms of desalination technology, with membranes having a very large filtration area and a salt retention rate of over 99.6%, and of a reduction in costs, this is, again, a case of best practice in terms of control over water saving.

It would be advisable that several hotel owners form a group to equip themselves with a seawater desalination station to, thus, achieve an economy of scale.

Table 10 Seawater desalination

Title		Seawater desalination			
Country		Tunisia			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Hotels located on the coastline			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input type="checkbox"/> Water	<input type="checkbox"/> Waste water	<input type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues⁴¹ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalisation	<input type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input type="checkbox"/> Other:				
Contact information					
Internet site					
Publication(s)					
Contact person					
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					
.....					

⁴¹ Cf. Plan Bleu Strategic Orientations and Intervention Framework documents : http://www.planbleu.org/planBleu/orientations_strategiquesUk.html

IV. PART 4 - PROPOSALS

According to the conclusions of the international rating agency Fitch Rating, the Tunisian tourism industry is an economic model in need of renovation. Tunisian tourism is experiencing structural problems: hotel over-capacity on the coastline, little diversification of the tourism product, capacity of negotiation of sale prices unfavourable to the operators, limited scope of the marketing strategy and high indebtedness of hotel companies.

Accordingly, as the situation stands, it is difficult for hotel owners to reconcile tourism and environment. This is why it was deemed relevant to highlight four axes of development of tourism products independent of the seaside product.

1. Territorialisation (Area-focus) and diversification

The attractiveness of the “Tunisia” destination is the attractiveness of the coastline. Tunisia does not optimise its homelands. In the face of an increasingly fierce world competition, of rapidly changing behaviours, the “Tunisia” destination is slow to adapt and organize in areas characterized by “tourism routes”, as has already been analysed with respect to Saharan tourism and cultural tourism. The evolution of the context in which the tourism actors operate today calls for putting forward concrete proposals likely to improve the efficiency of area-based tourism.

The enrichment of the seaside offer has, no doubt, helped develop tourism-heritage mobility, but in this case, tourism has not contributed in regional development because it does not sufficiently put the areas to the fore.

It is incumbent upon the heritage to serve as a driving force of the development of regional tourism, and it is this that will allow a diversification of the products of the destination.

This requires putting in place a strategy of tourism differentiation via area optimisation that rests on an identity tourism approach to the areas, and this, by:

- Considering the feasibility of labelling them;
- Organizing the areas around "Destination Projects".

2. Total quality management (TQM)

This seeks to mainstream sustainable development in its three components – environment, economic efficiency, social equity – together with satisfaction of the demand. It requires:

- Strategising with the key partners, namely a consistent cooperation among all the actors, and this, at all levels—local, regional, national and international—in order to benefit from synergy effects and economies of scale;
- Best practices, namely standards, certifications and labels;
- Monitoring and evaluation tools, namely the devising of a offer development vision, right from project identification through to monitoring of its implementation;
- Incentives, with the fostering and encouragement of private initiative (taxation, aid . . .).

3. Innovations

Accordingly, the renovation of the tourism system⁴² should help further—via the so far “timid” professionals of the sector—the implementation of the environmental strategy put in place by the authorities (Cf. Part I). They must harness not only the new ICTs, but also other relevant technologies likely to contribute in the growth of tourism within the framework of sustainable development.

⁴² "Tunisian Tourism Industry: An Economic Model in Need of Renovation" – Ficht Ratings - 2007

4. Training

This requires:

Establishment of **new vocational profiles** likely to create new professional skills in the field of the heritage, tourism and the environment;

Development of a professional certification (crosscutting and multipurpose) dedicated to vocational training and management of the centres.

V. BIBLIOGRAPHIE

Banque mondiale

2003 Stratégie de développement touristique en Tunisie, Ministère du Tourisme, Tunis.

Chapoutot J. M.

2007 « Le sud tunisien. Objets, enjeux et perspectives dans le domaine touristique », colloque international de Tozeur « Tourisme saharien et développement durable. Enjeux et approches comparatives », université de Sousse et université de Versailles Saint Quentin en Yvelines (sous presse)

2007 « Village de vacances et hôtel-club en Tunisie. La confusion des genres », Les cahiers Espaces, n°94, Paris.

1999 « Jerba : espace insulaire, développement touristique et comportement humain », Université Mohamed V - Agdal, Série colloques et séminaires n°79, p. 121-135, Rabat.

1998 « L'identité de l'espace Hammamet ou l'idéal touristique », Bulletin de la société languedocienne de géographie, 1997, Espaces et territoires, fasc. 3 et 4, tome 32, p. 31-53, Montpellier.

1994 Le foncier touristique en Tunisie : de la disponibilité à la préservation, Cahiers du Tourisme, série B-74, 50 p., Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.

1990 "Tourisme, alternative à l'aménagement", Revue d'Économie Régionale et Urbaine n° 4, Publication de l'ADICUEER avec le concours du C.N.R.S, p. 511-522, Bordeaux.

FichtRatings

2007 L'industrie touristique tunisienne : un modèle économique à rénover, Tunis.

Italconsult (B. Et.)

1971 Programme d'infrastructure pour le développement du tourisme en Tunisie – Volume I : Analyse de la situation actuelle ; Volume II : Options fondamentales du programme ; Volume III : Programme d'investissement, République Tunisienne, Ministère du Tourisme et de l'aménagement du territoire.

JICA (B. Et.)

2001 Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Ministère du Tourisme, Tunis.

Port autonome de Marseille (Fr), Creocéan PACA (Fr), Somete (Tn)

2006 Schéma directeur d'aménagement du littoral tunisien pour les activités de plaisance et de croisière, FASEP n°611, ministère de l'Economie et des Finances français et Office national du tourisme tunisien, Tunis.

Smaoui (A)

2001 « Le développement du tourisme en Tunisie et le rôle des organisateurs de voyages étrangers », in Tourisimes Chances pour l'économie risque pour les sociétés ? (sous la direction de J-L Michaud), Nouvelle Encyclopédie Diderot, PUF, Paris.

Institut National de la Statistique

Compendium statistique national sur l'environnement, Programme Medstat, UE, Ministère du Développement et de la Coopération internationale, Tunis.

WWF

2002 Un paysage pour l'Homme et la Nature. Le paysage vert de la Kroumirie-Mogods, WWF Mediterranean programme office, Rome.

VI. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Regional distribution of capacity and overnight stays - 2006	937
Table 2 Accommodation offer and tourism performance - 2006	949
Table 3 National parks.....	951
Table 4 Hotel Sector Upgrading Programme (PMNH) - Ministry of Tourism	953
Table 5 Irrigation of golf courses	954
Table 6 National Sanitation Utility (ONAS)	955
Table 7 National Water Distribution Utility (SONEDE)	956
Table 8 Hotels with “brackish water installation” type	956
Table 9 Hotels with “seawater installation” type	957
Table 10 Seawater desalination	957
Graphic 1 Evolution of holiday bed capacity (1972 – 1986).....	934
Graphic 2 Evolution of tourism investments (1982 – 1992)	935
Graphic 3 Evolution of the number of holiday beds	936
Graphic 4 Entries per transport mode 2006.....	936
Graphic 5 Total monthly overnight stays - 2006	937
Graphic 6 Evolution of entries in sites and museums	938
Graphic 7 Evolution of foreign currency earnings (million TND)	939
Graphic 8 Overnight stays and green fees per month - 2006	943
Graphic 9 Overnight stays and entries in museums and sites per month – 2006.....	943
Graphic 10 Water volume consumed by the tourism sector (Million m ³)	944
Graphic 11 Specific consumption (litre/day/bed) and Occupancy rate (%)	945
Graphic 12 Evolution of hotel bed capacity (Gafsa – Tozeur)	949
Graphic 13 Breakdown of hotel bed capacity as per class (Gafsa – Tozeur 2006)	950

TURKEY

*Prof. Dr. Cevat Tosun, School of Tourism & Hospitality Management,
Mustafa Kemal University*

TABLE OF CONTENTS

Summary	963
I. Part I Tourism context and trends, policies and strategies	964
1. Main Tourism Attractions and Resources in Turkey	964
2. An Analysis of Evolution of Tourism Development, Policy and Planning in Turkey	966
3. Contribution of Tourism to the Turkish Economy	968
4. Social and Cultural Impacts of Tourism in Turkey	971
5. Impacts of Tourism on Environment in Turkey	973
6. Conclusion	976
II. Part II In-depth assessment of the progress made	977
1. Controlling Tourism's Territorial and Environmental Impact	977
2. Promoting Tourism as a Factor in Sustainable Social, Cultural and Economic Development	989
3. Develop Mediterranean Cooperation	997
III. Part III Köyceğiz – Dalyan special environmental protection areas' projects as an example for good practice	999
1. Description of the Good Practice (GP):Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Areas' Projects as an Example for GP	1000
2. Planning Activities for Achieving Environmental Sustainability	1009
IV. Part IV – Proposals for promoting a sustainable tourism development in Turkey.....	1013
1. Introduction.....	1013
2. Major Problems of Sustainable Tourism Development in Turkey	1013
V. Bibliography	1018
VI. Table of illustrations	1022

SUMMARY

Turkey, covering approximately 780,000 square kilometers, and with 8,000 kilometer coastline extending along the Black Sea, the Sea of Marmara, the Aegean Sea, and the Mediterranean Sea, has a unique position connecting Europe and Asia, geographically as well as ecologically. "The flora and fauna systems in Anatolia and the Thrace are rich in terms of biodiversity" (Adaman and Arsel, 2005:3). Apparently, geographical and geopolitical location of Turkey embedding various civilizations from Ancient Hittites; Greek; Persian; Hellenistic; Roman; Early Christianity, Early Islam; Seljuks and Ottoman to the Republic of Turkey has been serving as a attraction for tourists. Such diverse natural and man-made attractions have already taken attention of both public and private investors including multi-national companies. As a result, Turkey has experienced a rapid tourism growth in terms of value and volume since the 1980s. While tourist arrivals were measured at 200,000 in 1963, it reached to 20,000,000 in 2005. Similar growth trends have also been observed in bed capacity and tourism revenues. Tourism revenues were \$US 7.7 million in 1963. For 2006, this figure was some US\$ 16.9 billion. Bed capacity and number of lodging establishments were 28,354 and 292 respectively in 1970, a number, which reached 783,319 and 3,343 in 2006. It is foreseen that by 2010 international tourist arrivals and receipts will increase to 30m visitors and US\$30bn respectively, while bed capacity will reach one million. The tourism industry has also generated significant employment opportunities for Turkey's large number of young unemployed people. Registered employment in the tourism sector exceeds one million, or 5.5% of registered total employment. It is estimated that the Turkish tourism industry will generate around three million jobs by 2010.

Although tourism in Turkey has developed in an evolutionary manner as a reflection of changes in its political and economic system, and social and cultural structures, it has faced to various developmental problems that stand as challenges for achieving sustainable tourism development (STD). These are negative environmental, social and economic impacts, and their relevant implication for STD. In this context, it is argued that it is not tourism itself which create social-cultural, environmental and economic problems, but rather the methods adopted to develop tourism in the absence of contemporary tourism planning approaches. Based on the overall analysis made in this report, and by keeping the conceptual distinction made between "*sustainable tourism*" and "*sustainable tourism development*", several strategies are recommended for achieving sustainable tourism development by overcoming the challenges facing the tourism industry in Turkey. These strategies could be put under 7 categories. These are:

- Product and market diversification and re-locating tourism development,
- Community participation in the local tourism development process,
- Decentralization of public administration of tourism development,
- Widening environmental awareness and protection,
- Moving towards societal-oriented destination marketing philosophy,
- Adopting a more contemporary pro-active planning approach,
- Establishing cooperation and collaboration among the Mediterranean countries.

It should be noted that these recommended strategies are not alone a panacea for achieving a better sustainable tourism development in Turkey. They are just a guideline for moving towards a better tourism development. In this regard, it should also be mentioned that unless these strategies are supported and sponsored by wider interest groups including international organizations and cooperation, central governmental bodies, powerful business group and NGOs, it may not be possible to implement them.

I. PART I TOURISM CONTEXT AND TRENDS, POLICIES AND STRATEGIES

1. Main Tourism Attractions and Resources in Turkey

Turkey, covering approximately 780,000 square kilometres, and with 8,000 kilometre coastline extending along the Black Sea, the Sea of Marmara, the Aegean Sea, and the Mediterranean Sea, has a unique position connecting Europe and Asia, geographically as well as ecologically. "The flora and fauna systems in Anatolia and the Thrace are rich in terms of biodiversity" (Adaman and Arsel, 2005:3). Apparently, geographical and geopolitical location of Turkey embedding various civilizations from Ancient Hitites; Greek; Persian; Helenistic; Roman; Early Christianity, Early Islam; Seljuks and Ottoman to the Republic of Turkey has been serving as a attraction for tourists. In this context, Turkey's tourism resources and attractions from supply perspective can be classified under four main groups; these are:

- Natural Resources ,
- Living Culture,
- Historical and Cultural Heritage,
- Built Resources

1.1 Natural tourism attractions

Turkey's natural tourism attractions could be classified under four sub-headings.

Sea-sun-sand: these are the main attractions of mass-tourism demand on the coastal parts of Turkey excluding the Black Sea's coast. While the Mediterranean hot-dry climate on the western and southern coasts along with long sandy beaches has helped Turkey become one of the most popular 3s tourist destinations, it also provides opportunities for various water sports, yachting, golf, etc.

Geological formations: Turkey has two spectacular geological formations; these are Pamukkale Travertines and Fairy Chimneys of Cappadocia. While the Pamukkale Travertines are located in the Aegean region, the Fairy Chimneys are situated in the Central Anatolia. Both of these natural spectacular formations attracted large numbers of tourists and tourism investments in their locality (Tosun, 1998; Yuksel, Bramwell and Yuksel, 1999). They are already listed as World Heritage Sites by UNESCO.

Flora and fauna: Because of her geographical location, Turkey has a rich fauna and flora (Adaman and Arsel, 2005). This floral and faunal diversity appears to be suitable for developing several forms of special interest tourism including bird watching, ornithology, hunting, endemic plants picking, etc. For example, it is noted that while Turkey has 3000 endemic plants, there are only 2750 endemic plants in whole Europe (see Ministry of Culture and Tourism, 2007).

Mountains and others: Turkey has a wide range of mountains, rivers, lakes, caves and caverns, highland pastures, etc. in her different regions. Each of these natural tourism factors endowments has different potential to be utilized for different types of alternative tourism including rafting, underwater diving, mountaineering, winter sports, spelunking, etc. It is interesting to note that while tourists can enjoy water sports such underwater diving and water ski in the Mediterranean or Aegean Sea, at the same time they can take part in winter sport in the Central or Eastern Anatolia.

1.2 Cultural attractions

Anatolia in which the Republic of Turkey is established is located at the crossroads of many civilizations throughout the history. It hosted the following civilizations; civilisations before Alexander the Great including paleolithic, Neolithic, chalcolithic, bronze and dark ages; Ancient Hitites; Greek; Persian; Helenistic; Roman; Early Christianity, Early Islam; Seljuks; Ottoman and the Republic of Turkey (Yenen, 1997a). Given the existence of such diverse and rich record of civilizations, it is hard to explain these cultural heritages of a dozen of

civilizations in the context of this chapter. However, it should be noted that the historical heritages exist throughout of Turkey, rather than located in the certain regions.

Because of space limitation only a few cultural heritages that have already been widely recognized as tourist attractions will be touched in brief. Istanbul as a capital city of both Byzantine and Ottoman, and social-cultural and geographical bridge between Asia and Europe contains historically popular heritages. These are Hippodrome, various historical mosques including Blue Mosque, various churches including Hagia Sophia and spectacular places of Ottoman State. It is interesting to note that while Hagia Sophia was used as a church by Christians during the Byzantine period, it was used as a mosque during the Ottoman period. Presently, it serves as a museum. People visit it from different religious simultaneously; Christians pray for the Jesus; Muslims pray for Allah; and visitors from other religions wonder the spectacular architectural styles. While such a diverse use of this cultural heritage has helped it kept well preserved, today it also represents cultural peace among civilizations, and presents an excellent historical example of harmony between religions, rather than clashes.

As implied, all through its history as the homeland of various religions, Turkey posses monuments including ancient churches and mosques worth seeing by people having different belief. These religious heritages are well preserved as a reflection of respect and high esteem to other religions, which now presents a viable potential for development of faith tourism (Ministry of Culture and Tourism, 2005).

1.3 Living culture

The diverse living culture in different regions of the country may be interpreted as a reflection of multi-cultural societies lived together peacefully during throughout the history in the Anatolia. Through, elite oriented modernization efforts (see Keyman, 2005), impacts of technological change and globalization-industrialization, and their spill-over effect such urbanisation, tourist-host interactions (see Tosun, 2002), a significant part of traditional Turkish society has changed and moved towards a western life style. Consequently, while metropolitan cities in the country reveal western style of life, rural parts seem to preserve their unique cultural characteristics. For example, it is likely to observe different rural communities in the peripheral parts of the Aegean, Mediterranean, Central Anatolia, the Black Sea, Eastern Anatolia and South-eastern Anatolia regions from each other. While there is a hybrid rural culture reflecting a mix of Turkish, Greek and Bulgarian orientation in the Aegean region, there are authentic *Yoruk Koyleri* (Nomad Villages) representing traditional pure Turkish life styles in the inner part of the Mediterranean region. Moreover, the rural community life style in the Eastern and South-eastern Anatolia appears have a mixture of Turkish, Arabic, Persian and Kurdish cultural orientation. On the other hand, while the rural community in the Black Sea region has melted different cultural orientations such as Turkish, Caucasian, Greek and Georgian in their own way, rural life style in the Central Anatolia reflects several different cultural orientations including different versions of authentic Turkish village life (*Avsar Koyleri*, *Cerkez Koyleri*, *Kurt Koyleri*, *Macir Koyleri*, etc.).

It is interesting to note that by and large, rural life in Turkey appears to reflect a common characteristic that is religious orientation. A part from this common characteristic, almost every rural community in the different geographical regions and even in the same region has its own authentic way of life. Such a diverse authentic rural life style presents a rich potential for rural tourism development in Turkey.

1.4 Built-tourism facilities

Built tourism facilities can be examined under two main categories with their own sub-groups. These are infra-structure and super-structure.

Tourism infra-structure refers to all kind basic facilities that support or are essential for utilization of tourism super-structure. In this context, transportation, telecommunications, sewage and drainage system, security and safety related services, etc. can be considered as tourism infra-structure although they are not particularly provided for the tourism industry. Although these infra-structures are well-developed in the developed regions such as Aegean,

Mediterranean and Marmara regions, they are at the moderate level in the relatively less developed regions such as in the inner part of the Black Sea, Central Anatolia, Eastern and South-eastern Anatolia.

It should be noted that considerable amount of investment should be made so as to increase the standard of the infra-structure in the rural part of less developed regions to develop rural tourism. However, it is reported that

“... the political and social unrest ushered in by the Kurdish Workers Party’s (PKK) violence and terror activities have discouraged local, national and international investors from investing in the east and south-east regions of Turkey. ... between 1987 and 2001 the PKK destroyed partly or completely 1,884 social welfare facilities including 241 schools, 14 hospitals, 305 post offices and mosques, 500 public vehicles and construction machines, 89 law enforcement stations, 26 bridges, 624 private vehicles, and 85 train cars. In addition to the destruction of public and private properties, the PKK also killed or wounded hundreds of civil servants, including teachers, physicians, governors, and mayors” (Tosun, Timothy and Öztürk 2003:151).

Evidently, vast majority of PKK’s terror activities have taken place in East and South-East Anatolia. Thus, the security issue endangered by the Kurdish Terrorist Organization should be resolved urgently. Otherwise, it may not be possible to develop and upgrade infra-structures needed by not only rural tourism development but all the regional economy.

Tourism super-structure can be examined under four main sub-groups; accommodation, foods and beverage, entertainment and shopping facilities. Not surprisingly, these components of tourism super-structure are well-developed at the Western standards in the tourism regions whose boundaries were determined by the Tourism Encouragement Law in 1982 to support tourism investment. Most of these predetermined tourism regions are on the western and southern coasts. Due the generous fiscal, financial and bureaucratic incentives given to the tourism industry during 1980s and early 1990s the coastal part of Türkiye has experienced a rapid tourism growth in terms of supply capacity and tourism demand (Tosun, Okumuş and Fyall, 2008; Tosun 1999; Sezer and Harrison, 1994). In this regard, it is argued that “a pronounced spatial dichotomy has evolved in Turkish tourism between a privileged space along the coast and an underprivileged space in the interior of the country” (Göymen 2000: 1030). The implication of this is that although tourism development taking place in the more developed regions has made a considerable contribution to the country’s gross national product (GNP), it has also magnified the developmental problems of Turkey by inducing regional and class inequities (Tosun, Timothy and Öztürk 2003; Seckelmann 2002). This issue will be considered in further details in the coming sections.

2. An Analysis of Evolution of Tourism Development, Policy and Planning in Turkey

Tourism in Turkey has developed in an evolutionary manner as a reflection of changes in its political and economic system, and social and cultural structures. During the 1960s and 1970s the state played a pioneering role in providing the necessary physical and social infrastructure while the implementation of export-led economic growth strategies in the 1980s designated tourism as one of the new growth industries with the role of the state beginning to change. While the State’s role in the wider macro political, social, cultural and economic systems has changed, a gradual evolution from a basically state-sponsored and managed development to various degrees of public and private sector cooperation and partnership in the tourism industry has been also experienced. It is observed that the tourism policies adopted between the 1980s and 1990s by constantly interacting with wider political, social, cultural and economic factors have achieved a rapid growth in terms of volume and value

In the early 2000s the State authorities have recognized that feeding large-scale tourism establishments with generous fiscal and monetary incentives instruments has done little to contribute to achieving sustainable tourism development but accelerated negative social, economic and environmental impacts of tourism. With this recognition the State authorities

have tended to emphasize the necessities of more environmental friendly forms of tourism by the help of more participatory and integrative development and planning approaches.

Baidal noted 'The changing evolution of tourism, its different political and socioeconomic development environments, and the diverse scientific and technical contributions in the field's related disciplines (urban, regional, environmental planning, etc), shape different approaches to planning' (2004, p.316). Within this context, evolving approaches to tourism planning and development in Turkey can be examined in four stages.

2.1 Unplanned tourism development period (1960-1970)

As happened in many developing countries, during the 1960s and 1970s the planning of tourism was not recognized as a need in Turkey (Tosun 1996). Moreover, socio-political, economic and environmental impacts of tourism were not known (Tosun and Jenkins 1998). In this era, the phenomenon of tourism itself was not considered to be important since the scale of tourism development was small and its contribution to the national economy was negligible. Naturally, tourism development took place in various parts of Turkey as an unplanned and uncontrolled activity.

2.2 Production and product-oriented tourism planning period (1980-1994)

The military-led government started a strong supply-oriented tourism growth period by enacting the Tourism Encouragement Law NO. 2634 in 1982. Because of macroeconomic imperatives, political, diplomatic and social reasons, successive governments supported both private and public sector investors of tourism to increase the physical infrastructure such as hotels, restaurants, telecommunication systems, transportation, etc. via generous monetary and fiscal incentive policies (Tosun 2001). Tourism planning was seen as a simplistic process of building the super structure of the industry without considering its various impacts on the human-made and natural environments (Tosun and Timothy 2001). Consequently, these facilities have been developed haphazardly. And, as Tosun and Fyall (2005) reported, physical tourism construction has often damaged natural resources in the destinations that tourists have come to visit.

After having recognized the low quality of tourism supply produced by the push of the international tour operations industry generous State incentives, a product-oriented planning approach was adopted (Tosun et al 2005). The focus of planning moved from the quantity of tourism facilities to the quality of them. However, this has been accomplished without conducting market research to learn the real needs and wants of customers in the international tourism market. Consequently, the Turkish tourism industry exhibits a dramatic marketing myopia.

2.3 Short-term market-driven tourism and selling oriented planning period (1995-2006)

The highly production and product-oriented planning era has accumulated a non-storable excess capacity of tourism facilities as a reflection of a myopic approach to setting goals of tourism development planning. This has resulted in Turkey becoming a popular cheap alternative destination to other countries in the Mediterranean basin. Under challenging market conditions, tourism planning in Turkey has been driven by the market and international tour operators in the 1990s. Designing promotional campaigns and determining price-based competition strategies against similar destinations became a major activity. Such a planning domain appears to be a worldwide issue during the 1990s, particularly in developing countries. As Butler (1990) noted that most planning to date has been marketing rather than planning, and in such a situation capacity parameters (environmental and human) have rarely been considered. Emphasis has traditionally been on attracting tourists rather than planning for appropriate development and management of resulting effects.

The above discussion and wider facts about Turkish tourism development experience suggest that tourism planning has been reactive rather than proactive. While the private

sector aimed at profit maximization, government has enjoyed large amount of foreign currency earning.

2.4 Towards a period of contemporary tourism development planning (2007-2013)

The environmental, economic, and social impacts of careless, rigid, and myopic planning approaches to tourism development have shown that there is a need to move towards more contemporary tourism planning approaches that involve the participation of local people, sustainability of development, and integration of tourism into the broader socio-economic system. Clearly:

'...the choice of approach to planning assignments will be conditioned by many factors. Perhaps the predominant factors will be related to the stage of political and economic development in the particular country. The approach adopted will usually reflect past experience and current conditions, with budgetary considerations being a major issue (Tosun and Jenkins 1998, p.111).'

As Turkey continues to move towards becoming a more stable, democratic, and developed state—spurred also by the process of full membership in the EU—its planning approach to tourism development has evolved from a rigid and centrally planned myopic one to a more flexible, systematic, integrative, and collaborative planning paradigm (Tosun, Fyall and Fletcher, 2006). Although there are not enough cases and evidence to exemplify implementation of those contemporary tourism-planning approaches, official documents of the State Planning Organization and MCT have involved promising statements, and relevant legal back-up has been put into effect, although a long way remains for achieving sustainable forms of tourism development. In this regard, the ninth National Development Plan has been prepared for seven years covering the period between 2007 and 2013 (see SPO, 2007). This latest development plan was prepared in order to guide Turkey's integration into the European Union. Thus, it was prepared by taking into account the EU's fiscal calendar. Competitiveness of the tourism industry, environmental protection and preservation, community-based tourism development, sustainable tourism development and decentralization of public administration tourism have been underlined as long term tourism strategies in the ninth National Development Plan.

3. Contribution of Tourism to the Turkish Economy

Statistical data indicate that there has been a rapid growth in Turkish tourism in volume and value since 1982. As Table 1 shows, tourist arrivals were measured at 200,000 in 1963 and 1,341,500 in 1973, which is a 570 percent increase in a ten-year period. Between 1974 and 1984 international tourist arrivals increased 90 percent. International arrivals accelerated between 1984 and 1994 by 206 percent. The growth trend in the international tourist arrivals has continued; it is reported as 7,700,000 in 2005 and 20,000,000 in 2005. This represents a 385 percent increase in a decade. However, Turkey has experienced a slight decrease in the international tourist arrivals (18,916,000) in 2006, a decrease of 9.33 percent from the previous year.

Similar growth trends have also been observed in bed capacity and tourism revenues. Tourism revenues were \$US 7.7 million in 1963. For 2006, this figure was some US\$ 16.9 billion. Bed capacity and number of lodging establishments were 28,354 and 292 respectively in 1970, a number, which reached 783,319 and 3,343 in 2006 (see Table 1). In brief, it is clear that Turkey has experienced a rapid growth in international tourist arrivals, revenues, and the bed capacity.

Table 1 Tourist Arrivals and Receipts in Turkey, 1970-2006

YEAR	NUMBER OF ARRIVALS ('000)	RECEIPTS (MILLION USD)	YEARS	NO. OF ESTABLISHMENT	NO OF BEDS
1963	200.0	7.7	1970	292	28,354
1970	724.2	51.6	1973	337	38,528
1973	1,341.5	171.5	1974	400	40,895
1974	1,110.2	193.7	1975	421	44,957
1975	1,540.9	200.9	1982	569	62,372
1982	1,391.7	370.3	1983	611	65,934
1983	1,625.7	411.1	1984	642	68,266
1984	2,117.0	840.0	1985	689	85,995
1990	5,389.3	3,225.0	1987	834	106,214
1994	8,000.0	4,700	1989	1,102	146,086
1997	9,689.0	7,000	1990	1,260	173,227
1998	9,752.0	8,300	1991	1,404	200,678
1999	7,487.0	5,203	1992	1,498	219,940
2000	10,428.0	7,636	2000	1,824	325,168
2001	11,619.9	8,090	2001	1,998	368,819
2002	13,256.0	8,473	2002	2,124	396,148
2003	14,029.5	9,676	2003	2,240	420,697
2004	17,516.9	12,124	2004	2,357	454,290
2005	21,124.8	13,929	2005	2,412	483,330
2006	19,819.8	12,554	2006	2,475	508,632

Source: Ministry of Culture and Tourism (2007a; 2007b); TYD (Association of Turkish Tourism Investors) (2007)

It should be noted that it may not be possible to measure the full economic and developmental impacts of tourism because the various components of the industry on both the supply and demand sides are closely linked to other segments of the economy. As it is argued by some researchers, there is no reliable method to assess the economic contribution to a given economy (Fletcher, 1989; Tosun, 1999). That is to say, while it is possible to evaluate the contributions of tourism to a national economy, it is difficult to measure its contribution to overall development including eradication of poverty, inequalities among classes, and satisfying basic needs of the have-not groups. In the following sections, these issues will be examined with special reference to Turkey as a developing country.

3.1 Tourism as an Invisible Export in the Turkish Economy

The Turkish economy has a long experience of a negative balance of payments; which may be termed as a chronic macro-economic problem. This may imply that Turkey badly needs foreign currency to decrease the deficits on the current account and to finance imports, which are necessary for economic and social development, as well as to help repay the outstanding national debt. With this knowledge, a cabinet-level body (the Ministry of Culture and Tourism, later changed to the Ministry of Tourism and changed again to the Ministry of Culture and Tourism) was established to handle all tourism development issues, but few rights were afforded local governments and local communities (see Tosun, 1998a; Tosun & Timothy, 2001). For some time, foreign currency earnings from tourism have been seen as part of a panacea for some of the problems plaguing the Turkish economy. When tourism receipts were compared to export commodities, they ranked second only to manufactured goods, and were more than the value of any other exported commodities between 1994 and 2006 (Table 2).

Table 2 Exports by Commodities and Tourism Receipts (in Millions Dollars), 1994-206

	1994	1996	1997	2000	2003	2006
Agriculture and forestry	2,301.4	2,454.7	2,679.1	1 659	2,121	3,462
Fishing	22.2	26.5	33.2	-	81	130
Mining and quarrying	263.0	227.6	404.8	400	469	1,146
Manufacturing	15,517.8	20,237.1	23,115.9	25 518	44,368	80,041
Electricity, gas and water supply	1.1	15.5	11.2	-	-	-
Other Business activities	0.0	262.2	1.0	198	204	531
Social and personal activities	0.4	1.0	0.4	-	-	-
Total	18,105.9	23,224.5	26,244.7	27,775	47,243	85,310
Tourism Receipts	4,616.6	5,962	7,000	10,428	13,341	18,916,

Source: SPO (1999; 2007); and Drawn from Table 1.

Remittances from workers abroad and foreign investments are other sources of currency flow in the Turkish economy and balance of payments. Comparing international tourism receipts to these two items may indicate more clearly the importance of tourism as a source of foreign exchange. Table 3 illustrates that international tourism receipts are more important to the balance of payments and the economy than workers' remittances and foreign direct investment. In other words, the average ratio of tourism receipts to worker remittances and direct foreign investment were 6.95 and 4.23 respectively between 1990 and 2006. Thus, the importance of tourism is clear (see Table 3).

Table 3 Tourism Receipts and Capital Movements in Turkey in Millions of \$USA, 1990-2006

	1990	*1995	1998	2001	2004	2006
a-Tourism receipts	3308	4957	8300	8,090	15,888	16,853
b-Workers remittance	3325	3327	5240	2,843	804	1,121
c-Foreign investment	1784	2938	1646	3,352	1,191	16,127
a/b	0.99	1.5	1.58	2,84	19,76	15,03
a/c	1.85	1.68	5.04	2,41	13,34	1,04

Source: Derived from SPO (1994; 1996; 1999; 2002; 2007); *the Istanbul Chamber of Commerce (1997)

Tourism's share of export earnings is a viable yardstick to illustrate the place of tourism as a source of foreign currency earnings in an economy. As Table 4 illustrates, the share of tourism receipts in the export economy of Turkey has gradually increased; while it was 5.6 percent in 1984, it reached 14.7 percent in 1995 and 19.8 percent in 2006.

Table 4 Share of Tourism Receipts in the Gross Domestic Product & Export Earnings 1963-2006

YEARS	GDP (MILLION)	EXPORT EARNINGS (MILLION \$)	TOURISM RECEIPTS (TR) (MILLION \$)	% SHARE OF TR IN THE GDP	% SHARE OF TR IN THE EXPORT EARNINGS
1963	7 422.4	368.0	7.7	0.1	2.1
1965	8 525.1	464.0	13.8	0.2	3.0
1970	9 951.3	588.0	51.6	0.5	8.8
1975	37 598.0	1 401.1	200.9	0.5	14.3
1980	57 198.3	2 910.1	326.7	0.6	11.2
1985	52 597.6	7 958.0	1 482.0	2.8	18.6
1990	150 060.7	12 960.0	3 225.0	2.1	24.9
1991	147 367.5	13 593.0	2 654.0	1.8	19.5
1992	153 627.5	14 715.0	3 639.0	2.4	24.7
1995	170 081.0	21 636.0	4 957.0	2.9	22.9
2000	201 217.0	27 485.0	7 636.0	3.8	27.8
2001	145 000.0	31 300,0	8 100.0	5,6	25,9
2002	181 000.0	36 100,0	8 500.0	4,7	23,5
2003	239 000.0	47 300.0	9 700.0	4,1	20,5
2004	301 000.0	63 200.0	15 900.0*	5,3	25,2
2005	361 000.0	73 500.0	18 200.0*	5,0	24,7
2006	400 000.0	85 500.0	16 900.0*	4,2	19,8

Source: Ministry of Culture and Tourism (2007a; 2007b); TYD (Association of Turkish Tourism Investors) (2007)

Table 1, Table 2, Table 3 and Table 4 illustrate that international tourist spending is one of the few alternative sources of foreign exchange earnings in Turkey. In fact, after manufactured

goods, tourism is the second most important source of foreign currency earnings, but it still not at a satisfactory level compared to other competing Mediterranean countries such as Spain, Greece and Italy (Tosun, 1999).

3.2 The Contribution of International Tourist Receipts to the GDP

It is difficult to assess the contribution of tourism or the specific segments of tourism to GNP since the scope of the industry is not well-defined and there is a serious lack of data. In this sense, therefore, the share of tourism's goods and services in the GNP may be difficult to use to illustrate the importance of tourism in the economy. But, the share of international tourism receipts in the gross domestic product (GDP) may be used as an additional measure to illustrate the place of international tourism in an economy. The share of international tourism receipts in Turkey's GDP has gradually increased through the years. While it was 0.1 percent in 1963, it reached 2.9 percent in 1995 and 4.2 percent in 2006 (Table 4).

3.3 Employment and Tourism Development

Tourism is a labor intensive industry and therefore a major source of employment. In most OECD countries, it is among the largest sources of employment, where the sectors dependent on tourism have recorded above average growth in employment both in absolute terms and in relation to the economy as a whole. Employment creation is seen as one of the most important results of tourism in Turkey and in many other developing countries in the Mediterranean region, particularly since unemployment is a substantial socio-economic problem. Public and private interests see tourism development as a major source of jobs and have, as a result, been supportive of tourism since the 1980s.

However, there are varying figures for employment provided by the tourism industry in Turkey. According to a study undertaken jointly by the Turkish Ministry of Tourism (1994) and the International Labor Organization, 75,069 jobs were directly created by licensed accommodation establishments (58,325), restaurants (5,552) and travel agencies (11,192) in 1993. OECD (1997) statistical figures indicate that the number of jobs created by tourism was 147,435 in 1990, 160,747 in 1992 and 199,732 in 1995. The Economist Intelligence Unit (1993) provided a figure between 200,000 and 250,000 which would account for some four percent of total employment in the services sector. In this regard, it is reported that the tourism industry has generated significant employment opportunities for Turkey's large number of young unemployed people. Registered employment in the tourism sector exceeds one million, or 5.5% of registered total employment. It is estimated that the Turkish tourism industry will generate around three million jobs by 2010. The latest five-year development plan anticipates that international tourism will play an increasing role in the Turkish economy. The Minister of Culture and Tourism foresees that by 2010 international tourist arrivals and receipts will increase to 30m visitors and US\$30bn respectively, while bed capacity will reach one million (Mumcu, 2004).

4. Social and Cultural Impacts of Tourism in Turkey

Scholars argue that tourism as a factor of change can affect traditional family values (Tosun, 2002; Kousis 1989), cause cultural commercialization (Tosun, 1998; Cohen 1988), increase the crime rate (Nicholls 1976), and lead to negative elements such as prostitution (Cohen 1988) and gambling (Pizam and Pokela 1985). Further, tourism development may create social conflicts at the destination community due to the socio cultural differences, economic welfare, and purchasing power gaps between the host community and tourists. In brief, it was found that host communities' attitudes and perceptions toward development and tourists fluctuate continuously between the negative and the positive (King, Pizam and Milman 1993; Pizam 1978). In this regard, Tosun (2002) claims that most conclusions on the impacts of tourism development are that economic impacts are perceived as mostly positive while socio cultural, legal, and environmental impacts, in many cases, are viewed as negative and in some cases neutral.

Moreover, it is emphasized that tourism from developed countries has negative socio cultural impacts such as the decline in traditions, materialization, increase in crime rates, social conflicts, crowding, environmental deterioration, and dependency on the industrial countries on the part of the members of the developing world (Dogan, 1989). In other words, tourism development and presence of tourists may change the socio cultural structure and diversified previously homogenous host communities. To Reising (1994) and Tosun (2002), the consequences of social contact between tourists and hosts largely depend upon their cultural backgrounds, and the conditions under which they interact. Social contact between individuals from different cultural backgrounds might result in negative attitudes, perceptions, and experiences.

Based upon the theoretical discussion given above and participant observation of the consultant, it may be said that mass tourism growth has also created discomfort for local people. Relevant research conducted in Turkey suggests that in prime local tourist destinations, overcrowding, traffic problems and excessive noise have brought about notable disturbance for local people. There are also issues of manipulation and exploitation of local people to satisfy the needs of the tourist; more often than not aided by national policies. For example, it is argued that by unifying the Ministry of Tourism with the Ministry of Culture, cultural heritage and traditional values were manipulated and exploited for the sake of short-term economic benefits of tourism (Tosun, 1998). Local cultural values in prime local tourist destinations have become a component of the tourism product and are used as a marketing instrument to attract more tourists and increase the profit margin of tourism companies (Dogan, 1989; Tosun, 2002). For example, Tucker argues that 'Göreme Village is constructed and maintained as a tourist site ... Indeed, in Göreme the aesthetic valuing of the troglodyte dwellings and way of life shows how tourism has the power to shape landscapes and cultures to its own needs' (1997: 125). In this regard, it is reported that hoteliers and restaurant operators do not employ specially educated teams to perform folk dance and folk drama; rather they prefer cheaper, unprofessional teams at the cost of exploitation of cultural values. Traditional ceremonies such as circumcision feasts and weddings have also been utilized for purposes of superficial and 'unauthentic' touristic entertainment. It is stated that some folk dramas have been performed in forms that have caused humiliation to local communities from where the dramas and dances originated (Eroglu, 1995). Additionally, the over-commercialization and emergence of a 'get-rich-quick' mentality has induced the mass production of traditional handicrafts without paying due attention to their authenticity.

Another research results conducted in Turkey suggest that social impacts of tourism have been perceived more negatively when compared with the research conducted in Fiji and Central Florida, US. Results in the case of Urgup, Turkey may be explained by the distribution of tourism benefits among the members of the host community and policies of Turkey's political economy. For example, with special reference to Urgup, it is claimed that the government's generous incentives for tourism and biased economic development policies, which accelerated the phase of mass development, planted unsustainable roots (Tosun, 2002). The government supported large scale investments through monetary and fiscal incentives, but the local people do not have enough capital to establish proper hotels and shops to serve tourists. The capital must come from non-local sources. Thus, it is very difficult for the local people to play a leading role as entrepreneurs in tourism qualified employees have been brought from outside Urgup to work for the hotels since there are not qualified local people to work in certain positions in hotels. Not surprisingly, local people are employed for these jobs, which do not require any skills and qualifications (Tosun 1998b:601).

The discussion given above may suggest that socioeconomic alienation of local people from the tourism development process may have caused the host community to develop less than positive attitudes toward the industry in Turkey. In this regard, Tosun (Tosun, 2002) claims that the emergence of residents' negative perceptions toward tourism impacts may have been accelerated by the political economic policies of central and local governments and the ignorance of social and legal measures that should have been taken to minimize negative and maximize positive impacts of tourism development. This may suggest that local and central government with collaboration of nongovernmental organizations may have taken

social and legal measures to turn these negative perceptions of the host community into more favorable attitudes. However, in many developing countries, including Turkey, tourism policymakers still tend to hide the negative impacts of tourism from host communities and attempt to develop the industry at all costs to solve chronic macro-economic problems and maximize interests for a small number of local people. That is to say, although many scholars have mentioned the undesirable socio-cultural impacts of tourism, public authorities seem to be unaware of these facts or simply ignore them for the sake of increasing badly needed foreign currency earnings for the industrialization program. Ozkan (1992 cited in Tosun 1996) reported that one of the main persons responsible at the Ministry of Tourism stated that the industry has positive impacts on Turkish society, which is traditionally known to be tolerant and hospitable—hence they can handle the situation fairly well.

This unrealistic or biased approach to policy stems from the belief that, if the negative impacts were known, residents would not support the industry. But previous studies have shown that even its best friends are aware of its negative impacts. Thus, it would be logical for decision-makers and private sector representatives to accept that tourism can bring about both negative and positive impacts on host communities. In the light of this admission, they should collaborate with each other and local communities to establish participatory development measures to minimize negative and maximize positive impacts. In other words, deliberate measures must be carefully introduced to enable indigenous people to take advantage of the opportunities brought by tourism if the objectives are to achieve sustainable development. Without such admission and implementation of necessary measures, the industry might lose host communities' support in a gradual manner that may in turn threaten the sustainability of development in future.

It should be admitted that host perceptions of tourism impacts are shaped by various site-specific conditions under which tourists and hosts interact. In this context, residents' perceptions of impacts appear to be affected by a welfare gap between hosts and guests; the distribution of the benefits of tourism among locals and between locals and non-locals; socio-cultural similarities or differences between residents and tourists; type, phase, and scale of development; level of local community participation in the process of development; and leisure policies of local and central governments.

5. Impacts of Tourism on Environment in Turkey

Environment for tourist demand and tourism investment can be classified in different ways. According to one broad categorization, it can be analyzed under three broad categories. These are (see Hunter and Green, 1995; Tosun and Fyall, 2005):

- Physical environment (or abiotic)
- Biological environment (living)
- Socio-economic environment (including cultural environment).

One another classification of environment may be as follow (see OECD, 1981; Tosun, 1996):

- Natural environment
- Man-made environment (built environment)
- Socio-economic environment
- Cultural environment.

The later categorization seems to closely be related to the typology utilized to describe the environmental assets that attract tourist demand and tourism investment. It may be useful to look at this classification in some details.

The *natural environment* may consist of features such as air, water, flora, fauna, soil, climate, natural landscape, geological formation, etc. *The man-made environment (built environment)* includes historical built heritages (such as monuments, buildings, etc.), infrastructure, superstructure, human made parks and open spaces and other features of urban life. The socio-economic environment may encompass political and economic features of destination country such political and economic stability, taxes, financial incentives given for tourism

investment, security, etc. *The cultural environment* may involve all living features of a society including history in this context such as values, beliefs, family life, behavior, morals, art, etc.

Components of natural, man-made, socio-economic and cultural environments are input for different types of tourism development. The quality of these environmental components will determine profitability of tourism investment in the short, medium and long term. It may not be possible to say one category of environment is less important than the others or vice versa for the profitability of tourism industry. It should be kept in mind that all categories of the environment are inter-dependent and inter-related. A change in one category of environment will influence the other categories. On the other hand, once the components of environment utilized as input for tourism investment are changed or degraded, then it is not easy or possible to bring the natural quality back since it takes perhaps thousands years to evolve to a mature, self-regulating system. For example, it is not possible for Turkey, Greece, Spain and the other countries in the Mediterranean Basin to bring the flora and fauna back after accommodating tourist facilities on the fertile agricultural soils.

Evidently, while various kinds of pollution due to tourism development in many Mediterranean countries have already created an irreversible damage to various components of environment, which has badly affected the profitability of tourism establishments and investments, tourism development has also contributed to conservation and protection of various components of environment. In this regard, it may be useful to consider impacts of tourism development on the environment in brief with special references to Turkey. Although little work has been conducted in Turkey (Tosun, 2001), common with many destinations, especially in the developing world, Turkey has experienced, albeit to varying degrees, the full repertoire of tourism impacts.

5.1 Visual Pollution

Tourism development in Turkey has been superficially rapid. The generous fiscal and monetary incentives provided to tourism entrepreneurs (in the 1980s) and the vast influx of international tour operators and accommodation providers, combined with the absence of a proper tourism development plan, lack of experience and expertise, and a myopic mission of increasing supply capacity, have together contributed to a considerable number of environmental problems. For example, by neglecting construction regulation, ribbon buildings have been established along the coast of the Mediterranean, Aegean and Marmara seas. Often out of scale and style with the local surroundings, such developments in Turkey are in danger of being unsustainable in the longer term. "The failure to incorporate adequately environmental considerations in the architectural designs of hotels, restaurants, and entertainment facilities can lead to consequences, which are both environmentally and economically unprofitable" (Convery and Flanagan 1992, pp. 147-48).

Such visual and architectural pollution is not a problem restricted to hotels primarily built for international tourists. Many brightly colored caravans and tents installed haphazardly in poorly designed camping areas also destroy scenic views and prospects. Sporadic development of 'summer' or 'second homes' in or near popular tourist destinations also raise concern in that although often only in use for two to three months each year, the phenomenon of *bungalow blight* has already altered the panorama of some of Turkey's most scenic areas.

Litter is another major problem. E.g., in the Cappadocia region, 'while tourists are trekking and riding horses, they are polluting the environment by throwing cans and excess food or spoilt food away' (Tosun 1998, p. 604). The rubbish and litter left carelessly by tourists not only creates visual impairment of the quality of the natural environment, but also impacts on the agricultural industry negatively.

5.2 Impact of Tourism on Flora and Fauna

Tourism development inevitably can disrupt and even destroy the ecological balance of an area which may have taken thousands of years to evolve into a mature, self-regulating, stable system. For example, large numbers of hotels and second homes have been built in coastal areas in Turkey by destroying olive and citrus fruit gardens as well as destroyed the

livelihoods of many agricultural workers. Similarly, tourist developments on beaches coupled with lighting and noise from tourist facilities have negatively influenced the life of *Caretta caretta* and *Chelonia mydas*, species of sea turtle, along a small part of the Mediterranean Sea.

5.3 Pollution

Rapid mass tourism development has overloaded local sewage treatment and disposal infrastructure (Bywater, 1991). In coastal Turkey, 'environmental pollution has become an important problem at these popular local tourist destinations due to the lack of measures to cope with the generation of new or increased waste residues. Sewage disposal systems were installed solely according to local residents' (Tosun 2001, p. 95). The carrying capacity of sewage disposal systems has been exceeded due to the rapid increase in the number of hotels and construction of second homes across Turkey.

Although few detailed analyses exist of water pollution caused by mass tourism development and its impacts on local people and tourists beyond these simple observations in Turkey, the serious consequences of water pollution caused by rapid tourism development in different parts of the world reveal that water pollution from untreated or partially treated sewage effluent can have profound implications for local aquatic life and also for the health of tourists and locals. Sewage pollution can alter the ecological balance of an area, often resulting in a marked decline in species diversity, by reducing dissolved oxygen in water and sediments, by increasing water turbidity, by smothering sea, lake or river beds and by promoting the accelerated eutrophication (nutrient enrichment) of water bodies (Hunter and Green, 1995, p. 19).

Tourists traveling by car, ship, train, bus, or airplane, and the burning of fossil fuels to provide heating and power for tourist facilities, contribute to air pollution. It should be recognized that although various environmental impacts of tourism such as visual and water pollution are generally localized and restricted to a relatively small, well-defined area, this is not the case for air quality. In this regard, it is suggested that both the airline and the tourism industries must be seen to be concerned for the natural environment by taking measures to reduce emissions to the atmosphere (Wheatcroft, 1991).

5.4 Impacts of Tourism on Fragile Geological Formations

The Pamukkale travertine and the fairy chimneys of the Cappadocia region are examples of unique, volcanic, highly fragile geological formations that are utilized as tourism attractions in Turkey. Pamukkale, formerly known as Hierapolis and located in western Anatolia, with its unique and dramatic geological formation is recognized as a World Heritage Site by UNESCO. Due to rapid tourism development, uncontrolled urbanization of the areas has accelerated in the absence of appropriate tourism development and town planning since the 1980s.

Tourists, both foreign and domestic, also leave solid waste such as cans, bottles, and cigarette butts on the travertine. This has contributed to the deterioration of this fragile and unique natural resource. In short, the tourism-related urbanization of the Pamukkale travertine plateau has progressively impaired the attractive environment that visitors come to view.

The unique scenery and geological structure along with religious relics and historical sites are the primary attractions for tourists which distinguish the Cappadocia region from other destinations in Turkey. However, the irresponsible behaviors of some tourists, who are not sufficiently conscious or interested in these very special geological formations, have damaged these unique natural volcanic tourist attractions, possibly beyond repair.

5.5 Impacts of Tourism on Other Natural Resources

The use of hardwood tree species in the building and decoration of luxury tourist facilities and of building insulation materials made with ozone-depleting chlorofluorocarbons have global environmental implications. Another natural resource which has been over-utilized by tourism facilities is fresh water. Mass tourism development has taken place on the coastal

parts of Turkey which have relatively dry climates and where fresh-water supplies are scarce. In this regard, Hamele (1988) reports that in the Mediterranean Basin, while the hospitality industry can use 400 liters of water per customer per day, the local people may only consume a maximum of 70 liters per person per day. Moreover, some recreation facilities such as golfing can necessitate a significant amount of fresh-water for maintaining the course at the required standard (Tananone, 1991). The over-utilization of hardwood trees and water supply by tourists and tourism facilities may suggest that tourism is exerting an unsustainable drain on renewable supplies including losses of greenery.

5.6 Positive Impacts of Tourism on Environment

Despite the many negative impacts of tourism as highlighted tourism can also be an incredible catalyst for good. Tourism has reactivated under-used or abandoned heritage resources for the greater economic and social benefits of local communities and international visitors. It is a fact that in the absence of an attractive environment, there would be little tourism. Many historic sites, building, and monuments have been rehabilitated and conserved so as to make Turkey more attractive to international tourists. For example, rock churches and historic underground cities were used as storage areas for farm products by the local people in Cappadocia before the 1980s. With the emergence of tourism as an important economic sector in the mid-1980s, these rock churches and underground cities have been taken under state protection. Moreover, tourism also provides a stimulus for the conservation of natural resources in Turkey by establishing and declaring some areas as national parks. In this regard, Mathieson and Wall (1992, p. 97) argued that 'conservation and the preservation of natural areas, archaeological sites and historic monuments have emerged as important spill-over benefits of tourism. In turn, the protection of these prime tourist resources enhances and perpetuates tourism by maintaining its very foundation'

6. Conclusion

Based upon the overall discussion given in this report, relevant official documents and research conducted in relation to tourism development in Turkey, it may be possible to draw some general conclusions. First, Turkey has experienced a rapid tourism development since the mid 1980s in the absence of proper tourism development plan. The implication for the development of tourism in Turkey was that 'tourism as a primary source of foreign currency earning and employment generation is perceived as a national priority that pre-dominates over secondary objectives such as preserving cultural heritage, environment, fair distribution of economic growth, etc. all of which comprise the principles of sustainable tourism development' (Tosun, 2001, p. 292). It appears that maximizing the economic benefits of tourism may still be a higher level of objective than minimizing the negative impacts of tourism on the environment due to the prevailing macro-economic imperatives. Although Turkey has signaled in her long-term development plan to move from myopic approach towards more comprehensive and contemporary tourism development approach, such as contemporary development approach has been practiced yet.

Second, it is unacceptable to claim that all forms of tourism development are a threat to the environment. As the World Tourism Organization (WTO) (1983, p. 12) contends: it is not tourism itself which contains the virus which attacks the environment, but rather the methods adopted to develop tourism in the absence of proper assumption of responsibilities by the public authorities and where short-term considerations of economic profitability are the sole development objective.

Clearly, there are various reasons behind the ongoing environmental deterioration emerging due to tourism development. So as to understand these reasons better, it is necessary to examine the impacts of tourism on the environment from the perspective of political ecological analysis. In this regard, it is important to comprehend the ideologies that determine resource use and influence which social groups benefit from tourism development and those which do not (Tosun, 2002; Stonich, 1998).

Third, Turkey adopted tourism not only as an alternative economic growth instrument, but also as a tool for social change. In particular, tourism was seen as a means to further the Europeanization of Turkey, as an international political strategy to bring about a favorable image in the eyes of Westerners, and as an instrument to exemplify the implementation of export-led

growth strategies designed and recommended by the international agencies. Moreover, Turkey has used tourism as a political tool to ease ideological clashes among the young people in the 1980s by imposing consumerism, leisurism, and sexual emotionalism on young people via the importation of Western tourists. Succinctly, the political priorities of central government and state bureaucrats have outweighed the unexpected negative environmental and socio-cultural impacts of the rapid development of mass tourism.

Fourth, the tourism industry, through patron–client relationships between local and central government agencies and the business class, brought powerful business interests into the powerless rural local communities in different localities which were attractive for the development of mass tourism. ‘While the local people do not have acceptable houses, schools at national standard, proper irrigation systems and modern agricultural equipment, luxury hotels and leisure facilities for tourists have used the resources of the local municipality and received a major share from public funds as incentives’ (Tosun, 1998, p. 601) to ‘provide the mass tourist with a protective ecological bubble’ (Cohen, 1972, p. 171) of his/her accustomed environment. This is due to the chaotic allocation of resources in Turkey by the public authorities and preferential access to state decision-making bodies. Under such ‘unfriendly’ socio-political conditions, the achievement of environmentally sustainable tourism may not be a realistic goal.

II. PART II IN-DEPTH ASSESSMENT OF THE PROGRESS MADE

1. Controlling Tourism’s Territorial and Environmental Impact

Much of the impacts of tourism on the environment have emerged due to the concentration of mass-tourism facilities on pre-determined areas particularly on the coastal parts of Turkey, and the concentration of tourists in these areas in a short period. In this regard, the Turkish experience suggests that the development of tourism can be biased towards the uneven distribution of natural and cultural resources/attractions. Given the profile of tourism demand for Turkey, it may be concluded that sun, sea, sand and human created attractions have become dominant factors in the regional distribution of tourism development. For example, some underdeveloped areas where tourism is also relatively less developed have very high potential for cultural, winter, and rural tourism. However, the main problem is that some of these regions lack basic infrastructure and facilities to meet European standards of comfort that Western tourists require—the protective ecological bubble of their accustomed environment (see Cohen 1972). Moreover, as Turkish tourism traditionally has been driven by one particular type of tourism associated with the proverbial sun, sea and sand (3S), non-coastal parts of the country have been ignored in tourism development. On the other hand, one of the important factors in the concentration of tourist activity in relatively developed regions seems to be the use of air transport for travelling to Turkey. Airports of international standard were built only in large cities, most of which are along the coast. As Table 5 notes, on average between 2004 and 2006, 50 percent of landing and departing charter flights used airports in the Mediterranean region, 24 percent in the Aegean region and 20 percent in the Marmara region. In sum, 94 percent of landing and departing charter flights used airports in the better-off coastal cities. Lack of proper air transportation infrastructure in the underdeveloped areas restricts the mobility of tourists in Turkey. This is also the case in other developing countries such as the Bahamas, Malaysia, Morocco, and Tunisia (Oppermann, 1993). Ultimately, low mobility levels of tourists within destination countries has limited the diffusion of economic benefits and increased their concentration in primary tourist destinations where the economic and political centres of the destination countries are usually located. As a result, tourism has failed to contribute to the economies of the least affluent regions of developing countries.

In the following sections, the spatial (territorial) and environmental impact of tourism development in Turkey will be examined with reference to “the Recommendations on Tourism and Sustainable Development” adopted in 1999 upon a proposal by the MCSD. In particular, to which extent these recommendations have been taken into consideration in the process of tourism policy and planning, and what types of obstacles have been encountered in their implementation will be analyzed.

Table 5 Distribution of Landing and Departing Charter Flights in & out of Turkish Airport By Years and Regions

REGIONS	AIR PORTS	2004			2005			2006		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
MEDITERRANEAN	ADANA (ŞAKIRPAŞA)	2127	127056	131359	3035	143788	153520	3004	149499	152693
	ANTALYA (MERKEZ)	61703	5200329	549112	71286	5885269	6043180	65427	5270125	5444145
	ISPARTA (S.DEMİREL)	35	1081	2688	28	1411	2487	195	16347	14770
	Regional Total	Number %	63865 %47,5	5328466 %53,5	5383159 %53,6	74349 %48,3	6030468 %54,9	6199187 %54,2	68626 %53,0	5435971 %57,7
MARMARA	İSTANBUL (ATATÜRK H.L.)	28738	1406524	1390701	32982	1430718	1478542	21459	1126431	1154574
	TEKİRDAĞ (ÇORLU)	126	5064	4900	624	6911	7928	739	18480	17920
	ÇANAĞKALE (MERKEZ)	-	-	-	-	-	-	10	97	124
	BURSA(YENİŞEHİR)	92	4553	8006	136	9827	5196	148	7356	17537
Regional Total	Number %	28956 %21,5	1416141 %14,2	1403607 %14,0	33742 %21,9	1447456 %13,1	1491666 %13,0	22356 %17,2	1152364 %12,2	1190155 %12,3
AEGEAN	İZMİR (A.MENDERES)	8458	647937	649884	9030	662102	683519	5678	403482	402436
	MUĞLA (DALAMAN)	15292	1274592	1278842	17052	1422833	1459847	13091	1140307	1182422
	MUĞLA (DALAMAN)	9978	818721	822237	11620	957071	1110587	10295	790971	786752
	DENİZLİ(ÇARDAK)	4	119	108	4	310	282	5	289	191
Regional Total	Number %	33732 %25,1	2741369 %27,5	2751071 %27,4	37706 %24,5	3042316 %27,7	3254235 %28,4	29069 %22,4	2335049 %24,7	2371801 %24,5
BLACK SEA	TRABZON (MERKEZ)	659	27931	29033	690	30641	30610	612	32862	33166
	SAMSUN (ÇARŞAMBA)	262	16581	13116	526	16335	19840	353	23985	25518
Regional Total	Number %	921 %0,68	44512 %0,44	42149 %0,42	1216 %0,79	46976 %0,42	50450 %0,44	965 %0,74	56847 %0,60	58684 %0,60
SOUTHEAST ANATOLIA	GAZİANTEP (MERKEZ)	304	19560	19891	45	3267	2615	178	8221	10409
	DIYARBAKIR (MERKEZ)	-	-	-	172	8068	14207	106	6750	7232
Regional Total	Number %	304 %0,2	19560 %0,19	19891 %0,19	217 %0,14	11335 %0,10	16822 %0,14	284 %0,2	14971 %0,15	17641 %0,18
EASTERN ANATOLIA	VAN (MERKEZ)	16	818	1809	28	1071	1733	21	1124	1440
	ERZURUM (MERKEZ)	186	8747	10558	201	13116	12474	223	11809	12623
Regional Total	Number %	202 %0,15	9565 %0,09	12367 %0,12	229 %0,14	14187 %0,12	14207 %0,12	244 %0,18	12933 %0,13	14063 %0,14
CENTRAL ANATOLIA	KONYA(MERKEZ)	139	10662	10047	230	13574	16194	331	20335	18898
	ANKARA (ESENBOĞA)	4831	296059	312922	4620	266017	282684	5838	276066	279054
	KAYSERİ (MERKEZ)	1323	88636	84897	1347	93042	88307	1564	99230	96436
	NEVŞEHİR (KAPADOKYA)	62	4077	5149	86	7862	5616	167	16003	7567
Regional Total	Number %	6355 %4,7	399434 %4,0	413015 %4,0	6283 %4,1	380495 %3,0	392801 %3,4	7900 %6,1	411634 %4,3	401955 %4,1
	GRAND TOTAL	134335 %100	9959047 %100	10025259 %100	153742 %100	10973233 %100	11419368 %100	129444 %100	9419769 %100	9665907 %100

1: (Landing & Departing Charter Flights)

2: (Number of Passengers Arrival)

3: (Number of Passengers Departure)

Source: Derived from Ministry of Culture and Tourism (2008)

1.1 Anticipate and reduce the negative impact of developments, urbanisation and tourist infrastructures on coastlines

As noted in Part I of this report, Turkey as a developing country has experienced a rapid tourism development in relative term between the 1980s and 1990s. There seems to be several reasons for this rapid tourism development. The first one is the generous fiscal and monetary incentives provided by the military-led government to tourism entrepreneurs. The second one is the influences of the international tour operators and accommodation providers. The third one is the absence of a proper tourism development plan, lack of experience and expertise, and a myopic mission of increasing supply capacity of the national tourism industry (see Brotherton et al 1994; Tosun and Jenkins 1996; Tosun and Timothy 2001). Although there may other factors that have contributed to the rapid tourism growth in Turkey, these three factors seem to be the major ones. In this rapid and unplanned period, many catastrophic mistakes have been made in particular by neglecting construction permission so as to establish ribbon buildings along the coast of the Mediterranean, Aegean and Marmara seas (see Tosun 2000; 2001).

Consequently, large scale and unplanned rapid tourism growth have brought negative impacts on urban areas with rich cultural, heritage and other attractions. New buildings, roads, pavements and high quality street furniture have already changed the original setting of many small towns designated exclusively for tourism particularly on the coastal and some central parts of Turkey (see Tosun 1998). The Cappadocia region is a good example in that the region provided an asylum to early Christians who built a multitude of churches by hollowing into the rocks in the Valley of Göreme. The rock churches were decorated with impressive religious frescoes (Turizm Bankasi, 1986). Today, tourists who demonstrate little knowledge or interest in these religious sites have inadvertently begun to damage these attractions by behaving in an irresponsible way. It is observable in the region that some of the rock houses have been used as tea gardens and bars while some have been bought by foreigners who visit the region every year. In short, insufficient measures have been taken to prevent this environmental erosion. As a result, an era of environmentally unsustainable tourism development emerged.

In this context, several policy recommendations could be made in order to anticipate and reduce the aforementioned impacts of tourism development. Some of these policy recommendations will be considered in some details in the following sections.

1.1.1 Acquire the instruments needed to evaluate the environmental impact of tourist programmes and large-scale projects

Interviews with central bodies such as Ministry of Culture and Tourism, and Ministry of Environment and Forestry have been conducted to find out whether any instruments have been developed to evaluate the environmental impacts of tourist programmes and large-scale projects. The authorities reported that achieving sustainable tourism development has become one of the most important priorities for Turkey although there is no written official policy to reflect the Mediterranean Strategy for Sustainable Development (MSSD) adopted by the Contracting Parties to the Barcelona Convention. For example, the state authorities such as the Ministry of Culture and Tourism, the Ministry of Environment and Forestry, and the State Planning Organization through participation of various stakeholders of the tourism industry have identified three main focuses for tourism development policy: the first is to increase competitiveness of the tourism industry; the second is to provide an acceptable standard of social and cultural environment for both tourists and local people; and the third one is to protect, preserve and enhance national natural resources and man-made heritage. Although these three focuses have not been realized yet, there seems to be some efforts to implement these three policy concerns. For example, Turkey has already adopted the European Union's (EU) Environmental Impact Assessment (EIA) Directive as a part of the integration of and accession to the EU. Now, it is a requirement for tourism investment projects with over 50 room capacity to have an EIA. However, it is reported that in spite of this legislative and regulative improvement, majority of tourism investors do not fulfil the legal

requirement regarding the Environmental Act No. 2872 and the EIA Regulation 23/6/97 (see Erdogan and Baris, 2007).

There seems to be three main obstacles to implementation of the instruments to evaluate the environmental impact of tourist programmes and large-scale projects. These may be listed as follow:

- Lack of control,
- Clientelism and favoritism,
- Insufficient knowledge accumulation in the area of sustainable tourism development.

Evidently, unless Turkey takes a step to ensure implementation of existing regulation regarding environmental protection objectively by ignoring clientelistic relationship, achieving sustainable tourism development will be very difficult.

1.1.2 Carry out evaluations of destination sites' carrying capacity and taking steps necessary for ensuring that the offer be limited to the carrying capacities thus defined

In simple term, carrying capacity of a tourist destination is defined as the largest number of visitors that can be hosted within a certain geographic destination (O'Reilly, 1986). In other words, "it conjures up images of specified limit, ceiling, or threshold that tourism development should not exceed" (Williams and Gill, 2005, p.195). From environmental points of view, "it refers to the maximum number of people who can use a site without an unacceptable alteration in the physical environment and without an unacceptable decline in the quality of the experience gained by visitors" (Mathieson and Wall, 1982). From social-cultural perspective, carrying capacity is defined as 'that point in the growth of tourism where local residents perceive, on balance, an unacceptable level of social disbenefits from tourist development' (d' Amore, 1983: 144). In other words, 'communities have a certain capacity to absorb tourists. Growth beyond this capacity or threshold may result in negative social or environmental impacts and diminishing returns on tourism investments' (Allen et al, 1988: 16-17). Clearly, determining social and environmental carrying capacity of tourist destinations is important to move towards achieving sustainable tourism development. However, although carrying capacity of tourist destination has been debated by several scholars (Pearce, 1989; Inskip 1994; Tosun, 2000; 2001; Williams and Gill, 2005) non of them has developed a systematic method to establish it. This should not be surprising since determination of social carrying capacity involves subtle social variables whose complex interactions are difficult to determine or to take into account. That is to say, the establishment of carrying capacity is often not easy or precise. Its calculation largely depends on assumptions that are made. It may also alter over time. However, it remains a very useful technique in guiding planning for a sustainable level of development.

The participant observation of the consultant and interviews with key stakeholders of the tourism industry suggests that socio-cultural and environmental carrying capacities of destination sites in Turkey have not been determined. Moreover there is no initiative to establish environmental and social carrying capacity of local tourist destinations in Turkey. Although there were no comprehensive study to find out impacts of over utilization of natural, social and man-made tourism assets, several researches conducted in this regard indicate that some local tourist destinations in Turkey have had a bad experience due to exceeding carrying capacity of destination sites. In this content, it is reported that although Turkey has a rich potential for non-mass forms of tourism development such as ecotourism, cultural and rural tourism, mass coastal tourism was deliberately developed to contribute to the short-term economic objectives of successive governments during the 1980s and 1990s. Various negative impacts of this uncontrolled, unplanned and mismanaged tourism development, strongly driven by powerful business interests and international tour operators, have revealed coastal tourism destinations to be exceeding their carrying capacity, to be architecturally polluted, and to be losing their competitiveness in the international market. If Turkey wants the tourism industry to continue to contribute to her economy by generating employment for her increasing unemployed young population and foreign currency earnings desperately needed for the finance of industrialization, a balanced product diversification strategy should

be adopted (see Tosun and Jenkins, 1996; Tosun, 2001;1998; Tosun, Fletcher and Fyall, 2006).

Moreover, it is claimed that environmental pollution has become an important problem at these popular local tourist destinations due to the lack of measures to cope with the generation of new or increased waste residues. Sewage disposal systems were installed solely according to local residents' needs, without taking into account tourism development in many if not all tourist destinations in Turkey. The carrying capacity of sewage disposal systems have been exceeded due to a rapid increase in numbers of hotels and second-homes construction in addition to the migration of significant numbers of people from less-developed regions of the country to work in the construction of hotels and second homes. These people who worked in the construction industry then remained in the labour force as gardeners, dishwashers, waiters and the like (see Tosun 2001)

Evidences suggest that not only environmental and physical carrying capacity of local tourist destinations has been over-utilized, but also social carrying capacity has been ignored. For example, it is reported that overcrowding traffic jams and noise have created discomfort for local people. It can be clearly observable in prime local tourist destinations such Kusadsi, Bodrum, Marmaris, Urgup, etc. that buses carrying tourists unnecessarily use their horns. Some leave the main road, passing through the local residential streets. In particularly both early in the morning and late at night these buses have created an unacceptable disturbance for local residents whilst transporting tourists from hotels to airport or vice versa. Moreover, some bars, discos, nightclubs remain open, playing loud music late at night. This disturbs local residents who have to rise early in order to work on the farms, etc. Traffic congestion seems to have become a problem particularly in the region of Cappadocia during the peak tourist season. For example, this problem can be observed in front of the main rock churches that are on the main road. At times there are 4 or 5 buses bringing visitors to the rock churches and underground towns. The visitors stay 2 to 3 hours visiting some main attractions, and tend to leave at the same time. The traffic congestion keeps tourists and residents waiting which consequently create discomfort. However, the traffic problem appears to be due to an uncontrolled and disorganized traffic system in addition to overcrowding. If some arrangements were to be put in place, the problem could be solved, at least in the short term. On local market-days (halkpazari), overcrowding has become an unmanageable problem in the public open market areas in many local tourist destinations since these areas were designed and arranged according to local people's needs. Open public markets appear to be very attractive for foreign tourists as they create a natural shopping atmosphere in a traditional form and the shopping is relatively cheap. However, sellers seem to pay so much attention to foreign tourists that they sometimes ignore local residents' shopping needs. Local people feel humiliated by the lack of attention accorded to them. Shop owners find it more profitable to deal with foreign tourists who are likely to buy more without bargaining as local people do (see Tosun, 1998; 2001;2002).

Based upon the above discussion in regard to necessities of determining destination sites' carrying capacity, several conclusions could be drawn. First, unless Turkey assess destination site' carrying capacity, environmental pollution could become more serious problem. Second, ignorance and over-utilization of natural resources may result in irreversible consequences in terms of promoting sustainable tourism development. Third, exceeding social carrying capacity of local tourist destinations may lead to emergence of conflict between host and guest. Fourth, as an overall consequence of ignorance of environmental, physical and social carrying capacities of destination sites, Turkey may lose her competitiveness as a tourist destination in the international tourism market.

1.1.3 Strengthen or establish legislative tools, regulations and property management leading to controlling tourist urbanization and protecting the most precious natural sites

As noted in the previous sections of this report, mal-urbanization in popular local tourist destinations, over-utilization of natural resources and environmental pollution have become noticeable problems. Lack of legislative tools, regulations, control and improper property management mechanism seem to be major reasons for those problems. So as to overcome

or limit negative implications of those problems, several policy recommendations could be considered. Some of these policy recommendations will be elaborated here in some details.

Providing coastal zones subjected to strong tourist developmental pressure with plans for development and land management that take environmental questions into account: Official documents show that the strong tourist developmental pressures have already urged the government to put into effect the Coastal Application Law No 3621 on 4th of April 1990. Two years later this Law was reconsidered and some additional regulations were added; a more up-to-date Coastal Application Law No. 3830 was legislated on 1st of July 1992. These coastal regulations aimed at planning and controlling coastal development and coastal land management. Accordingly, some relevant concepts such as 'coastal line' (kıyı çizgisi), 'coastal edge line' (kıyı kenar çizgisi) and 'coastal band' (sahil şeridi) are defined by the Coastal Application Law so as to avoid haphazard coastal urbanization and larger development. While **coastal line** refers to the points where sea, river or lake water reaches under normal weather and atmospheric conditions, **coastal edge line** is established as the edge of beaches or other natural formations of water such sandy places, pebbly places, rocky places, marshy places, swamp places, etc. By taking in to account the definition of coastal line and coastal edge line, **coastal band** is determined as the points 100 meters away (towards land) from the coastal edge line.

The coastal band is divided into the two parts. The first part is defined as 50 meters away (towards land) from the coastal edge line and the second part is determined as 50 meters away (towards land) from the edge of first part of the coastal band. Within the first part of the coastal band, only open places such as green places, children garden, walking paths, resting facilities and other recreational facilities are allowed to build. It is important to note that no concrete constructions are permitted within in the first part of coastal band. In the border of second part of coastal band, daily tourist facilities opened to utilization of public without any limitation and discrimination, and roads, opened car parks and purification establishments are permitted to be built. It should be noted that no constructions such accommodation buildings are not allowed to be built in this part of the coastal band.

Although the Coastal Application Laws No 3621 and 3830 appear to be good news, these regulations have not been able to stop architectural pollution along the coastal bands of the Mediterranean and Aegean Sea. There are various reasons behind this undesirable outcome:

First, the coastal mass tourism development commenced to take place in the mid 1980s under the political and economic crisis. The government in 1982 enacted the Tourism Encouragement Law No. 2634 to accelerate mass tourism development. This Law has induced many private and public entrepreneurs to undertake large amounts of fixed investment in tourism by building hotels, yacht ports, swimming pools, etc. It provided a wide range of fiscal and monetary incentives. It also appropriated State-owned land for tourism development, reduced bureaucratic formalities for tourism investors, relaxed restrictions on the employment of foreigners in the tourism sector, introduced vocational education and training development projects, and gave precedence in telephone, telegram and postal services. These incentives were given to tourism investments that took place in *tourism regions, tourism zones and tourism centers* as determined by the Tourism Incentive Act No.2634. It should be noted that the coastal strip of Mediterranean and Aegean Seas were declared priority for the concentration of both public and private investment (see Duzgunoglu and Karabulut 1999; Tosun 1999). This ushered in spatial concentration at the expense of various environmental, economic and social costs. That is to say, it was already so late when the Coastal Application Laws No 3621 and 3830 were legislated in 1990 and 1992 respectively. As implied, by the 1990s the coastal areas were occupied by ribbon tourist facilities without any proper development and land management plans.

Second, the Coastal Application Laws were ignored or violated due to the patron-client relationship that widely existed between the 1950s and 1990s and lack of control. In this regard, tourism scholars argued that tourism facility developments in the prime Aegean and Mediterranean coastal regions took place to a large extent in a haphazard way although physical land-use planning and development guidelines were prepared for these regions

(Southwest Turkey Touristic Investment Areas) by the Ministry of Tourism (Brotherton and Himmetoglu 1997; Tosun 2001; 2006). Moreover, it is stated that “Even if they are operating in the official economy, Turkish businessmen specialise in getting round the rules” (The Economist, 1996, p. 13). This implies that unless there is a strong control mechanism, implementation of the land-use planning regulations will be ignored easily by private entrepreneurs. As a result, Aegean and Mediterranean coastal strip development has taken place, which may reflect the absence of comprehensive and integrative planning approaches to tourism development and existence of lack of control of implementation of land use planning. The construction of hotels and other facilities has not been integrated into traditional or dominant architectural styles. This haphazard building and polluting of resources has endangered sustainable tourism development. Thus, the final output is architectural pollution and an example of construction site syndrome.

Avoiding generalized urbanization too close to coasts and the building of roads parallel and close to coastlines that promote this kind of urbanization and generate traffic that alters the quality of the destination: Evidently, in the absence of proper urban and land management planning many coastal towns has attracted attentions of tourism investors and second home owners. In particular, ribbon buildings along coastal band and roads built parallel and too close to coastlines have taken place, which may represent bad land management and mal-urbanization. Towns such as Kusadasi and Bodrum can be given as an example in this regard.

Identifying the most remarkable coastal sites (such as wetlands, sand dunes, and so forth) and implementing measures that ensure their protection, e.g. creating natural reserves or land agencies for procurement wherever possible: In Turkey, remarkable natural areas which have national and international peculiarities are determined, protected, enriched and managed by National Park Law No. 2873 enacted in 1983. General Directory of Nature Protection and National Parks under the management of Ministry of Environment and Forestry is the official body responsible for operationalisation of National Park Law No. 2873. General Directory of Nature Protection and National Parks has declared 39 places around the country as national parks which cover 878.801 hectares. Dilek Yarımadası National Park is one of the most remarkable coastal sites, which has 11 km sandy beach and covers 10995 hectares. It was established in 1966. According to National Park Law No. 2873, it is forbidden to construct any facilities on Dilek Yarımadası National Park. Human activities are under strict control of the park management. Therefore, this natural park has been preserved without any deterioration since 1966 (see Table 6)

It should be noted that identifying and developing a site as a remarkable natural area (national park) requires long procedures. Thus, only 39 places have been identified and declared as national parks by today. While 44 percent of these parks in terms of hectares are located on the coastal regions, 46 percent are in the non-coastal regions (see Table 6)

1.1.4 Implement programmes enabling the rehabilitation of mature destination areas favouring the environment

There appears to be two major examples for implementing programmes enabling the rehabilitation of mature destination areas favouring the environment. One of them is a coastal local tourist destination called Dalyan which is very popular with sea turtles (see Figure 1). Kaska et al (2001) content that alteration of beach areas to cater to holidaymaker tastes heralds an array of detrimental repercussions for sea turtles. An activity as benign as relaxing on a towel or beachmat alters sand temperatures. Likewise with sunloungers, but when left on the beach overnight they also present obstacles for turtles to make their way to the most desirable spots for egg-laying. Beach umbrellas not only cool sand temperatures, but when the end is plunged into a nest will eventually decimate all the eggs. Caging is hence a necessity on all nesting beaches with touristic activity.

Table 6 Regional Distribution of National Parks

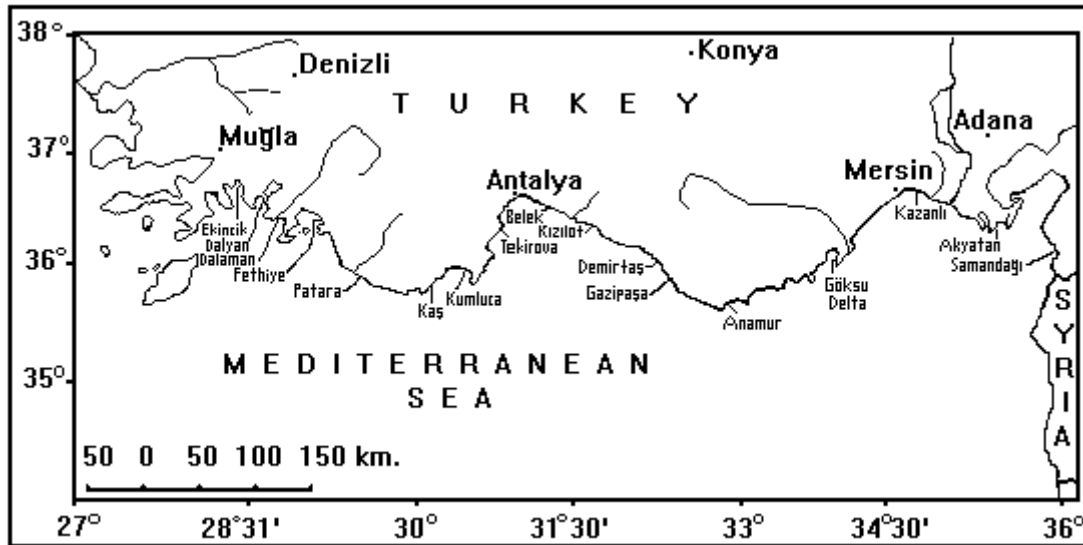
REGIONS	NAME	CITY	AREA (HA)	%
MARMARA	Kuşçenneti	Balıkesir	24047	2,73
	Uludağ	Bursa	12732	1,44
	Gelibolu Yarımadası T.M.P	Çanakkale	33000	3,75
	Kazdağı	Balıkesir	21300	2,42
	Troya T.M.P	Çanakkale	13350	1,51
	Gala Gölü	Edirne	6090	0,69
	İğne ada Longoz Ormanları	Kırklareli	3155	0,35
Regional Total	113674			12,93
BLACK SEA	İlgaz Dağı	Kastamonu-Çankırı	1118	0,12
	Altındere Vadisi	Trabzon	4800	0,54
	Boğazköy – Alacahöyü	Çorum	2634	0,29
	Kaçkar Dağları	Rize	51550	5,86
	Hatila Vadisi	Artvin	17138	1,95
	Karagöl – Sahara	Artvin	3766	0,42
	Yedigöller	Bolu	2019	0,22
	Kastamonu – Bartın Küre Dağ.	Kastamonu, Bartın	37172	4,22
Regional Total	120197			13,67
AEGEAN SEA	Dilek Y. – B.Menderes D.	Aydın	27675	3,14
	Spil Dağı	Manisa	6694	0,76
	Başkomutan T.M.P	Afyon	40742	4,63
	Honaz Dağı	Denizli	9616	1,09
	Marmaris	Muğla	33350	3,79
	Saklıkent	Muğla	12390	1,40
Regional Total	130467			14,84
CENTRAL ANATOLIA	Yozgat çamlığı	Yozgat	1264	0,14
	Soğuksu	Ankara	1195	0,13
	Beyşehir Gölü	Konya	88750	10,09
	Aladağlar	Niğ., Adana, Kayseri	54524	6,20
	Göreme T.M.P	Nevşehir	9572	1,08
	Sultan Sazlığı	Kayseri	24523	2,79
Regional Total	179828			20,46
EASTERN ANATOLIA	Munzur Vadisi	Tunceli	42000	4,77
	Sarıkamış-Allahuekber Dağları	Kars, Erzurum	22980	2,61
	Ağrı Dağı	Ağrı, Iğdır	87380	9,94
	Regional Total	152360		
MEDITERRANEAN	Karatepe – Aslantaş	Adana	7715	0,87
	Kızıldağ	Isparta	59400	6,75
	Güllük Dağı – Termessos	Antalya	6702	0,76
	Kovada Gölü	Isparta	6534	0,74
	Beydağları Sahil M.P.	Antalya	30969	3,52
	Köprülü Kanyon	Antalya	36614	4,16
	Altınbeşik Mağarası	Antalya	1156	0,13
Regional Total	149090			16,96
SOUTHEAST ANATOLIA	Nemrut Dağı	Adıyaman	13850	1,57
	Tek Tek Dağları	Urfa	19335	2,20
Regional Total			33185	3,77
GRAND TOTAL			878801	100

Derived from Information obtained from Ministry of Environment and Forestry (2008) by personal contact.

Tourists are broadly aware of sea turtles' endangered status, but the vast majority do not realise that their participation in such simple pleasures causes such devastating effects. Although the negative impacts cannot be totally overcome, strict controls on placement of sun-beds and umbrellas can ease the situation, and their removal at night makes for a clear pathway to superior nesting sites. Such arrangements have been successful on the beaches of Dalyan (see Figure 1). In brief, it is an excellent example in this area of how tourism can co-exist with sea turtles, as well as other flora and fauna. Dalyan sets the optimum balance as it imposes very stringent and rigidly enforced controls on its 4 km İtuzu Beach, including total restrictions on night-time access, and limitations on the placement of sun loungers and umbrellas. As a result, it is recorded as the highest density nesting beach in Turkey. Yet

despite such comprehensive restrictions, international tourism has still rapidly flourished in the nearby riverfront tourism centre. Surveys have demonstrated that tourists are quite content with the beach being partly accessible only during the daytime, and there is over-all a high degree of destination satisfaction (Kaska, 2001; Tosun 2001).

Figure 1 the Nesting Grounds of the Sea Turtles in Turkey



Source: Kaska et al (2001)

Patara Beach is another example whereby publicity helped to secure official and rigorous protective measures along this long and very beautiful beach. Although not as zealously guarded as in Dalyan, evening access is still restricted and development along the shoreline tightly controlled (see Kaska, 1993). It should be noted that these excellent examples in the area of rehabilitation of mature destination areas favouring the environment and bio-diversities has been achieved through efforts of national and international NGOs collaborating with the local travel industry and government authorities. These cooperation and pressures led to implementation of strict controls and revision of development plans.

Pamukkale is another example in this regard. Pamukkale, formerly known as Hierapolis and located in western Turkey, with its unique and dramatic geological formation is recognized as a World Heritage site by UNESCO. Due to rapid tourism development, uncontrolled urbanization of the areas has accelerated in the absence of appropriate tourism development and town planning since the 1980s. Consequently, two main problems have emerged. First, hotels and motels have been extracting subsurface thermal waters to supply private swimming pools and baths which has led to a fall in the water table and is beginning to exhaust some of the natural hot springs. Second, some open fissures are being filled by domestic waste from adjacent municipalities, hotels and motels. Surface waters collecting in these fissures will wash pollutants into the main thermal-water reservoir. This will bring two further problems. Firstly, the polluted thermal waters will precipitate unclean travertine of unsightly appearance. Second, the polluted thermal waters will pose a threat to human health where they continue to be used supplying baths, swimming pools and even medicinal drinking waters (Altunel & Hancock, 1994: 129). Tourists, both foreign and domestic, appear also to have carelessly left solid waste such as cans, bottles and cigarette butts on the travertine. This has contributed to the deterioration of this fragile, unique natural resource. In short, the tourist urbanization of the Pamukkale travertine plateau has progressively impaired the attractive environment that visitors come to view.

After observing negative environmental impact of heavy constructions of the tourist facilities and large number of visitors, local governments with collaboration of relevant central bodies have taken several measures to preserve and enrich the environment in Pamukkale. Some of these measures are:

- Vehicles access are forbidden,
- Visitors are required to take off their shoes while walking on the travertine,

- Use of the thermal waters by hotels and motels are taken under strict control,
- Environmental pollution due to solid waste produced by visitors is reduced by warning visitors by sign boards and effective solid waste collection system.

Although the above given examples in the context of rehabilitation of mature destination areas favoring the environment are limited in terms of numbers, they may reveal that there is sign of emergence of consciousness about preserving and enriching environmental quality.

Implement mechanisms enabling (whenever possible) a financial contribution from the tourist sector for protecting and managing natural and cultural sites: Historically private sector is not willing to protect its own resources in Turkey. In this regard, the tourism industry may be presented as a bad example. Although the government has provided generous fiscal and monetary incentives by the Tourism Incentive Law No. 2634, there is no example that shows a financial contribution from the tourist sector for protecting and managing natural and cultural sites. Unfortunately, private sector has an established culture of urging public bodies by creating political pressures and patron-client relationship to have things done for them. It is believed that the public sector is responsible for finance of environmental protection and managing the environment for sustainable development. Although there are a few NGOs that are dedicated to protect and preserve environment, their financial capacity is very limited.

1.2 Reducing consumption of natural resources and the pollution caused by tourist accommodation and activities

As noted in the previous sections in this report, tourism development in many developing countries destroys its own foundation by consuming natural resources in irreversible manner and producing waste. In this regard, soil, water and hardwood tree species consumption can be given as an example. Although there are no reliable research results, it is reported that fertile agricultural lands including circuit gardens alongside Mediterranean and Aegean coasts have been destroyed to build various tourism facilities such as hotel, restaurants, etc. In this context, it is noted that the increasing imports of agricultural products (SPO 1996; Tosun 1999) and the deterioration in welfare of the rural class in Turkey (Yeldan 1988; Boratav 1990; Hansen 1991; Tosun 2001) may suggest that tourism development has taken place on agriculturally valuable lands and reduced financial resources allocated to the agricultural sector. As Allcock (1986: 575) argued, 'the issue is not only a narrowly economic one, however, but is also of great political and sociological interest'. This may reflect the political indifference of governments of developing nations to questions of rural development, and the generally haphazard resource allocation system.

Over utilization of certain resources such as hardwood tree species used in the building and decoration of luxury tourist facilities, fresh water needed for some recreational facilities, etc. have global environmental implications. It is reported that while a customer can use around six times more water per day than a local person can (see Hamele 1988), some recreational facilities such as golfing necessitates significant amount of water to maintain the golf course at the required standard (see Tananone 1991). On the other hand, one of the key informant stated that since there was not strict control and regulation that would have prevented hoteliers from polluting the environment, particularly at the initial stage of tourism development, it is possible that non-solid waste finds its way into natural water supplies and so causes the pollution of underground and surface water.

The statement given above regarding water pollution in these prime local tourist destinations is in line with Kocasoy's (1989) health surveys conducted in the coastal resorts of Bodrum and Cesme, two principal destinations in Turkey. This survey found that foreign tourists and children were particularly prone to sewage-related diseases contracted by bathing during the high season. Further pollution of the sea has been caused by the discharge of dirty water such as the release, dumping or spillage of oil, petrol, inorganic and organic waste, into the sea without any pre-treatment. Solid waste is also often thrown into the sea from yachts. Although few detailed analyses exist of water pollution caused by mass tourism development and its impacts on local people and tourists beyond these simple observations in Turkey, serious consequences of water pollution caused by rapid tourism development in different parts of the world reveal that 'water pollution from untreated or partially treated sewage

effluent can have profound implications for local aquatic life and also for the health of tourists and locals'.

To date, no studies have been conducted which explore the relationship between air pollution and tourism in Turkey. Relevant studies in the tourism literature suggest that tourists traveling by car, ship, train, bus or airplane, and the burning of fossil fuels to provide heating and power for tourist facilities contribute to air pollution. It should be recognized that although various environmental impacts of tourism such as visual and water pollution are generally localized and restricted to a relatively small, well-defined area, this is not the case for air quality. The increased burning of fossil fuels and the release of pollutants such as carbon dioxide and oxides of sulphur and nitrogen due to increased tourist demand will contribute to air pollution at a wider and even global level (Wheatcroft, 1991). Moreover, Copeland (1992) reports that 2% of global carbon dioxide emissions from fossil fuels are from aviation alone.

Several recommendations can be made in order to overcome the above problems. First, seasonality problem of tourism industry must be solved. Much of the impacts of tourism on the environment have emerged due to the concentration of mass-tourism facilities on pre-determined areas particularly on the coastal parts of Turkey, and the concentration of tourists in these areas in a short period. Spreading tourism demand to time and space is necessary so as to cope with the environmental impacts of tourism that have been ushered in by the concentration of tourists in confined space and time. Statistical figures in this regard suggest that on average between 2000 and 2006 54 percent of international tourist arrivals occur between June and September in Turkey (see Table 7). The development and promotion of alternative forms of tourism such as eco-tourism, special interest tourism and farm tourism are necessary to cope with the spatial and seasonal concentration of tourism development. The Association of Turkish Travel Agencies (TURSAB) and the Turkish Tourism Investors Association (TYD) support alternative forms of tourism particularly in non-coastal parts (Kuleli, 1999; Seckelmann, 2002). However, Tosun and Fyall (2005) claim that it should be recognized that although there are various initiatives in different parts of the world to develop alternative forms of tourism to avoid environmental impacts of coastal mass tourism, there appears to be no destination where this has been achieved efficiently.

Second, good environmental management of tourist facilities and destination sites should be promoted. In this regard, various certification programs may be promoted such blue flag and ISO 1400, etc. In Turkey, the numbers of beaches and marinas with blue flag have increased from 25 and 6 in 1997 to 235 and 14 in 2007 respectively. With these figures Turkey has been listed in the 5th rank among 41 countries. This may suggest that Turkey is moving towards a better practice of environmental management (Mavi Bayrak (Blue Flag) 2008, <http://www.ntvmsnbc.com/news/407038.asp>: last accessed February 3, 2008). However, only 35 tourism establishments have obtained international standardization certificates such as ISO 9001, ISO 14001, etc. (TSE 2008; obtained through personal contact).

Third, utilization of alternative sources of energy should be promoted. Although Turkey has rich alternative energy sources such as wind, geothermal and solar energies, they have not been utilized at a satisfactory level by the tourism industry in Turkey. Solar energy has been utilizing for just heating water rather than as one of the main sources of energy in the area of cooking, lighting, heating, etc. There seems to be no reliable sources of data about utilization of alternative sources of energy by the tourism facilities.

Table 7 monthly Distribution of Tourist Arrivals to Turkey, 2000-2006

MONTH	2000 %	2001 %	2002 %	2003 %	2004%	2005%	2006%	AVERAGE %
JAN	333915 3,20	359320 3,09	306597 2,31	363983 2,59	533694 3,04	700469 3,31	667337 3,36	384758.8 2.98
FEB	354487 3,39	404653 3,48	426405 3,21	481252 3,43	607854 3,47	696 643 3,29	626565 3,16	437257.6 3.34
MARCH	435158 4,17	547365 4,71	675 687 5,09	499 663 3,56	784 107 4,47	107348 5,24	921892 4,65	454432.7 4.55
APRIL	721128 6,91	884805 7,61	852 930 6,43	669 288 4,77	1104270 6,30	1348264 6,38	1372 922 6,92	825259.5 6.47
MAY	986 376 9,45	1231562 10,59	1325752 10,00	1146309 8,17	1799130 10,27	2302389 10,89	1918809 9,68	1259090.4 9.86
JUNE	1079 148 10,34	1387 955 11,94	1457615 10,99	1510 951 10,76	1898435 10,83	2402912 11,37	2368 628 11,95	1439341.6 11.7
JULY	1525 718 14,63	1776821 15,29	1897112 14,31	2130949 15,18	2 591140 14,79	3180802 15,15	3109 727 15,68	1935255.5 15.0
AUG.	1419 244 13,60	1601331 13,78	1900120 14,33	2 275055 16,21	2 492794 14,23	2861141 13,54	2905817 14,66	1852114.5 14.34
SEPT.	1368 538 13,12	1440365 12,39	1770566 13,35	1874329 13,35	2 125025 12,13	2502123 11,84	2267146 11,43	1629260.5 12.51
OCT.	1178 481 11,30	1065825 9,17	1420386 10,71	1657726 11,81	1842277 10,51	2108398 9,98	1713916 8,64	1359054.4 10.30
NOV.	602 396 5,77	520962 4,48	662985 5,00	776 181 5,53	948 815 5,41	1052561 4,98	1020106 5,14	672804.2 5.18
DEC.	423564 4,06	398005 3,42	559873 4,22	643872 4,58	789367 4,50	861836 4,07	926968 4,67	544134.4 4.21
TOTAL %	10428153 100	11618969 100	13256028 100	1402958 100	1751698 100	2112486 100	1981983 100	

Sources: Derived from Ministry of Tourism (2000, 2003, 2007).

1.3 Controlling the development of tourist leisure activities affecting the sea and coastal environment

Apparently, beaches and seas have been used for various purposes in the context of leisure activities. In particular, boating, yachting, and water sport such jet skis scuba-diving, etc. may seriously affect the environment including bio-diversity underwater. Moreover, jet skis could be dangerous for people who swim in the sea. For example, several jet skis accidents happened in the sea in Turkey and several people including children were killed in those jet skis accidents.

While there are 21 yacht harbours that obtained tourism operation license from Ministry of Culture and Tourism, there are 10 out of 21 yacht harbours that obtained tourism investment license from Ministry of Culture and Tourism (MCT 2007, obtained through personal contact). Fourteen of 21 yacht harbours have blue flag. This may suggest that around 70 percent of yacht harbours have environmental friendly water management standard. However, around 30 % of them seem not to have environmental friendly management system. In this regard it is reported that "Yacht tourism has also created considerable water pollution at some local tourist destinations on the coastal areas. For example, yachts have polluted seawater around the yacht port in Kusadasi by discharging dirty water into the sea without any pre-treatment. Solid wastes such as cans and bottle, etc. are thrown into the sea from yachts in the area" (Tosun 2001:295).

By taking into account the problems explained above due to the tourist leisure activities, several policy recommendations could be recommended. First, more strict control should be established; official bodies should make regular control whether yacht harbours maintain their standards or not. Second, in particular during peak seasons security personal must control jet skis traffics. There should be strict control and heavy fine for jet skis that violate regulations. Ignorance of these policy recommendations may lead to more deadly accidents on the coast of public beaches. Third, certain standards should be established for tourists'

yachts and boats in order to avoid sea pollution. And, strict control mechanism must be established and followed. Fourth, environmental awareness programs should be activated. For example, seminars and workshops for increasing environmental conscious could be organized by targeting captains of yachts and boats.

2. Promoting Tourism as a Factor in Sustainable Social, Cultural and Economic Development

There is no doubt that the tourism industry can be utilized as an important tool in the way of achieving sustainable development because of its various peculiarities when compared with other industries such as automobiles, textiles and other heavy industries. This is particularly true for the countries in the Mediterranean Basin due to the factor endowment of the region for the tourism industry. That is to say, the Mediterranean Basin appears to have comparative advantages for various types of tourism product owing to its own characters, resource endowments, and potential for tourism development. In brief, in order to use tourism as an effective instrument and a powerful vector for sustainable development in the Mediterranean region, the tourism industry must be well planned, guided, controlled in strict way along side sharing its benefits and costs fairly amongst its stakeholders by respecting local culture, preserving and protecting natural and cultural heritage. Several strategies could be recommended for attaining the aims given above. Some of these strategies are:

- Developing national and local strategies aimed at better reconciling tourism, the environment and sustainable development
- Promoting the diversification of tourism and balanced regional development.

These strategies will be considered in details in the following sections with special references to Turkey as a developing country in the Mediterranean region.

2.1 Developing National and Local Strategies Aimed at Better Reconciling Tourism, the Environment and Sustainable Development

The negative socio-cultural and environmental impacts of tourism development along with over dependency on the international tour operators and few tourist generating countries suggest that Turkey desperately need more consciousness national, regional and local strategies aiming at better reconciling tourism and the environment within in the guidance of principles of sustainable tourism development. In this context, a research conducted about challenges of sustainable tourism development in Turkey has determined several factors as principles of sustainable tourism development (STD) (see Tosun, 2001). These are:

- STD should contribute to the satisfaction of basic and felt needs of those hitherto excluded in local tourist destinations.
- STD should reduce inequality and absolute poverty in local tourist destinations.
- STD should contribute to the emergence of necessary conditions in tourist destinations which will lead local people to gain self-esteem and to feel free from the evils of want, ignorance and squalor. That is to say, STD should help host communities be free or emancipated from alienating material conditions of life and from social servitude to nature, ignorance, other people, misery, institution, and dogmatic beliefs.
- STD should accelerate not only national economic growth, but also regional and local economic growth. This growth must be shared fairly across the social spectrum.
- STD should achieve the above objectives or principles in an indefinite period of time without compromising the ability of future generations to meet their own need.

As the above principles suggest, sustainable tourism development appears to be beneficial. If applied, most of the negative effects of mass tourism may be eradicated and many alternative forms of tourism might be induced. However, there seems to be several limitations to moving towards a sustainable tourism development in a developing country such as Turkey (see Tosun 2000). These are:

- The priorities of a national economy,

- A lack of a contemporary tourism development approach,
- The structure of the public administration system,
- The emergence of environmental matters and overcommercialization,
- The structure of the international tourism system.

These factors as obstacles in front of sustainable tourism development are termed as challenges of sustainable tourism development' in the context of Turkey as a developing country. It should be noted that some of these challenges are inter-related, and, thus, are not completely exclusive. In order to implement the principles of sustainable tourism development and to overcome the challenges various political, educational, financial and administrative strategies may be needed. Some of these strategies are:

- Decentralization of public administration system of tourism,
- Developing and implementing participatory tourism development approach,
- Educating both supply and demand sides of the stakeholders of the tourism industry about necessities of implementing the principles of sustainable tourism development,
- Sharing the cost and benefits of the industry in a fair way.

It should be accepted that it may not be easy to operationalize the above policy recommendation aiming at achieving sustainable tourism development. However, local governments, central bodies, NGOs and private sector representatives should come together to negotiate what can be done so as to implement the above strategies and similar ones in the way of arriving sustainable development. For example, roles of the stakeholders could be reconsidered. In this regard, while private sector could be urged to spend more budgets for implementation of principles of sustainable tourism development, NGOs may play more effective role in increasing consciousness and sensitivity about environmental matter by educating various interest groups including tourists through brochures, educational activities, etc.

2.2 Promote the Diversification of Tourism and Balanced Regional Development

Developing tourism in rural or relatively poor regions of a country may mitigate imbalances between developed and underdeveloped areas. When the tourism sector expands, new revenues flow into the economy of the destination region. As a result, jobs are created and income grows. The level of regional development through tourism generally depends on the degree of integration of the industry into the regional economy and upon the degree to which economic leakage occurs. Tourism growth may decrease the gap between developed and underdeveloped regions in a country, so that tourism may be used as a tool to promote more balanced regional development.

However, it appears that the more developed regions of Turkey have been targeted as growth machines to accelerate the rate of national economic expansion, to maximize the interests of powerful business elites and to achieve the central government's short-term objectives. Tourism is one of the most important components of this growth machine, which has contributed to widening the gaps between regions and classes (Tosun, 2002). With the 1982 Tourism Incentives Act No. 2634, the government determined tourism regions, tourism zones, and tourism centres. Tourism regions refer to geographic areas that are defined and declared by the Committee of Ministers with the recommendation of the Ministry of Tourism for the purpose of tourism development. Tourism zones refer to specific physical areas in the tourism regions to which a higher priority is given for tourism investments and whose location and borders are drawn by the Committee of Ministers upon the recommendation of the Ministry of Tourism. Tourism centres refer to geographical areas in the tourist regions or out of the tourism regions whose location and borders are determined by the Committee of Ministers with the recommendation of the Ministry of Tourism, and which have high potential for tourism development (Resmi Gazete, 1982:3).

Tourism investments outside the pre-determined regions, zones and centres were not allowed to benefit from the Encouragement of Tourism Law No. 2634, which provided several generous incentives, including:

- Allocation of public lands to investors on a long-term basis;
- Provision of main infrastructure by the state;
- Long, medium and short-term credit lines for construction, furnishings and operations;
- Preferential rates for electricity, water, and gas consumption, in priority areas and centres;
- Priorities for communication installation
- Foreign personnel employment in compliance law up to 20 percent of total;
- Some exemptions from customs duties;
- Encouragement premiums;
- Investment allowances;
- Resource utilization support fund premiums;
- Exemption of tax, duties and fees for long and medium-term investment credits;
- Exemption from building construction duties;
- Postponement of value added taxes (Duzgunoglu and Karabulut, 1999: 12)

According to the Encouragement of Tourism Law No. 2634, “the criteria for establishing tourism regions, tourism zones and tourism centres are natural, historical, archaeological and socio-cultural attractiveness of geographical locations for tourists, and their potential for winter and water sports and hunting” (Resmi Gazete, 1982: 4). The logic behind the criteria for determining tourism regions, zones and centres was the ability of these locations to attract maximum numbers of tourists, who would bring in maximum foreign currency earnings—the most critical need for an economy in crisis. The central government gave priority to large-scale tourism investment projects, which targeted mass tourism, in allocating generous monetary and other incentives to meet its short-term policy objectives. Given the economic crisis and socio-political unrest emerging from the leftist-rightist clashes which resulted in the 1980 military coup, the government had few alternatives but to follow its short-term policy objectives to handle the economic crisis and socio-political conflicts before it was too late.

However, most of the pre-determined tourism regions, centres and zones were in already relatively developed coastal regions. As the Association of Turkish Travel Agencies (TURSAB) noted,

a coastal strip from Balikesir provincial border, up to the end of Antalya province which included Izmir, Kusadasi, Bodrum, Marmaris and the other popular destinations of today was declared priority region to concentrate both public and private investments, then tourism oriented physical planning works were initiated by the Ministry of Tourism, in co-ordination with the Ministry of Reconstruction and Resettlement, to fill the gap between development plans which had no spatial dimension and the implementation projects (Duzgunoglu and Karabulut, 1999:12).

As can be seen from Table 8, the developed regions (e.g. Marmara and the Aegean and Mediterranean coasts) received the largest share of tourism credits given by the central government. The less-developed regions (east and southeast Anatolia) received the smallest number of tourism credits, and the smallest number of tourism investment projects (Turkiye Kalkinma Bankasi, 1990). In other words, while the Aegean, Marmara and Mediterranean regions as relatively developed areas received on average 83 percent of the tourism investment credits and 53 percent of the operation credits given as tourism development incentives between 2001 and 2007, the Black Sea and Central, Southeast and East Anatolia regions, as less-developed areas obtained only 17 percent of the tourism investment credits and attracted 47 percent of the operation credits in the same period.

That is to say, although the central government has been successful in reaching the desired level of bed capacity, it failed to attract tourism investment to the less-developed regions, particularly in east and southeast Turkey (see Table 8). The relevant figures about Turkish tourism further support the above contention and show that tourism development has taken place in the more developed regions and has functioned as a valuable instrument in achieving objectives of industrialization set by the central government and its clients. Table 9 indicates that on average between 1996 and 2006, 90 percent of international tourists in Turkey visited the most developed regions and spent around 94 percent of the country's total

visitor nights in these regions. The average length of stay was also relatively larger in these developed regions when compared to the average length of stay in relatively less developed regions (i.e. central Anatolia, eastern Anatolia and southeast Anatolia) (see Table 9). As can also be seen from Table 10, between 2000 and 2006 on average around 88 percent of tourism operations and 87 percent of investment in providing beds in licensed establishments are in the Marmara, Aegean and Mediterranean regions—the most developed parts of Turkey. Moreover, Table 11 shows that around 83 percent of travel agencies and tour operators are located in the same three relatively developed regions mentioned above. On the other hand, the concentration of tourist activity in relatively developed regions seems to be affected by regional distribution of airports at international standards. Evidently, vast majority of airports at international standards were established in large cities of relatively developed coastal regions (see Table 5). Consequently, this directs, to a large extent, the mobility of tourists visiting Turkey towards the relatively developed coastal regions.

Following logically, most tourism employment opportunities are located in the most developed regions (Tosun 1999). The spatial concentration of tourism in the relatively developed western regions has stimulated a labour migration from the less-developed, non-coastal areas to work during the summer in the tourism sector and return to their homes after the tourism season. As Seckelmann (2002: 88) notes, “employment in tourism causes a special form of labour migration with job-seeking people moving to the coast during the summer months and returning to their homes in other parts of the country or to the bigger towns in search for a job during the rest of the year”.

Based upon the overall discussion and figures given above in regard to tourism and regional balanced development, it may be said that development and investment in the Turkish tourism sector have intensified, rather than diversified, economic disparities. This may support the adage that *“tourism does not bring development but development may bring tourism”!*

The above discussion may suggest that the role of tourism in balanced regional development is not a straight forward outcome. If tourism is desired and required to contribute to mitigate developmental gaps between and amongst regions in a country, a consciousness, comprehensive, integrative and responsible developmental approach should be adapted for tourism plans and policy making process. That is to say, unless such a planning and development approach become a reality, it may be difficult for the tourism industry to play its expected role in reducing developmental gaps between and amongst the region. In this regard, several strategies could be recommended. These are:

- Diversification of tourism product by promoting the development of cultural, ecological and rural tourism compatible with the environment. Highlighting archaeological, historical, and architectural, landscape and natural heritage can be a strong contributor and should be developed.
- Look into the complementary and synergy with other economic sectors, especially agriculture, fishing and craftsmanship,
- Develop the synergies between coastal tourism and inland tourism.

Some of these policy recommendations will be discussed in further details in the following sections.

Table 8 Incentives Given as Credit to Tourism Investments and Operations by Regions (000 NTL) 2001 - 2007

REGIONS	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		TOTAL		AVERAGE	
	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %	a %	b %
AEGEAN	11864 0.16		12484 0.16	26 0.31	10839 0.11	11 0.08	7653 0.07	58 0.08	19429 0.13	29 0.07	40278 0.21		38034 0.18		140581 0.15	124 0.08	20083 0.15	18 0.08
BLACK SEA	1683 0.02		1243 0.01	28 0.34	1057 0.01	21 0.16	910 0.008	9 0.01	1441 0.01	13 0.03	3693 0.02	35 0.21	5321 0.02	11 0.20	15618 0.01	117 0.07	2231 0.01	16 0.07
CENTRAL A.	2338 0.03	42 0.80	1855 0.02	13 0.15	1580 0.01		1840 0.01	71 0.10	4154 0.02	52 0.14	3873 0.02	13 0.08	3807 0.01		19447 0.02	191 0.12	2778 0.02	27 0.12
EAST ANATOLIA	3343 0.04	6 0.11	3990 0.05	13 0.15	3673 0.04	24 0.19	3857 0.03	6 0.009	2635 0.01		1580 0.008		1429 0.006		20507 0.02	49 0.03	2929 0.02	7 0.03
MEDITERRANEAN	46791 0.61		47307 0.61		64560 0.71	10 0.08	86815 0.79	428 0.66	109662 0.76	257 0.70	124081 0.67	89 0.55	125650 0.61		604866 0.68	784 0.52	86409 0.68	112 0.52
MARMARA	7413 0.09		6090 0.07		4999 0.05		4505 0.04	6 0.009	3194 0.02	2 0.005	3919 0.02		8320 0.04		38440 0.04	8 0.005	5491 0.04	1 0.004
SOUTH-EAST A.	2813 0.03	4 0.07	3811 0.04	2 0.02	4061 0.04	58 0.46	3186 0.02	69 0.10	2143 0.01	14 0.03	5971 0.03	24 0.14	23257 0.11	43 0.79	45242 0.05	214 0.14	6463 0.05	30 0.14
TOTAL	76245	52	76780	82	90769	124	108766	647	142658	367	183395	161	205818	54	884431	1487	126347	212

Keys: a= amount of given investment credit; b= amount of given operation credit;

Source: compiled from Türkiye Kalkınma Bankası (TKB) (Development Bank of Turkey) (1990; 2002;2008).

Table 9 Number of International Tourist Arrivals and Nights Spent by Regions, 1996-06

R	1996			1997			2003			2005			2006			OVERAL AVERAGE		
	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS	Arrivals %	Nights spent %	ALS
A	2530900 0.27	11077200 0.31	4.38	3258179 0.25	13355408 0.23	4.1	2301633 0.19	10097751 0.21	4.4	1677896 0.26	6997243 0.28	4.17	2219118 0.24	10097751 0.21	4.4	2397545.2 0.24	10325070.6 0.24	4.2
M	3332782 0.36	7175868 0.20	2.15	3361636 0.25	7211413 0.12	2.1	3078329 0.25	6621802 0.14	2.2	2351840 0.37	5445825 0.21	2.32	2038173 0.22	6621802 0.14	2.2	2832552 0.29	6615342 0.16	2.1
Md	2649613 0.28	16233604 0.45	6.13	5423837 0.41	33787441 0.60	6.2	5751154 0.48	28463452 0.61	4.9	1759055 0.27	11872274 0.46	6.75	4129834 0.45	28463452 0.61	4.9	3942698.6 0.37	23764044.6 0.54	5.7
CA	735440 0.08	1404036 0.04	1.91	703976 0.05	1383107 0.02	2.0	595518 0.05	2964300 0.06	1.9	515957 0.08	1008981 0.04	1.96	471757 0.05	2964300 0.06	1.9	604529.6 0.062	1944944.8 0.044	1.9
Bs	114206 0.01	160708 0.004	1.41	85470 0.006	146314 0.002	1.7	81893 0.006	141431 0.003	1.7	71721 0.01	102489 0.005	1.43	66150 0.007	141431 0.003	1.7	83888 0.007	138474.6 0.003	1.5
EA	63360 0.007	88379 0.002	1.39	65607 0.005	140777 0.002	2.1	43688 0.003	88786 0.001	2.0	56895 0.008	87169 0.003	1.53	37214 0.004	88786 0.001	2.0	53352.8 0.005	98779.4 0.001	1.8
SE	16898 0.002	27401 0.0008	1.62	53911 0.004	83993 0.001	1.6	44356 0.003	70235 0.001	1.6	15569 0.002	34507 0.002	2.22	29210 0.003	70235 0.001	1.6	31988.8 0.002	57274.2 0.001	1.7
Gt	9443199 100	36167196 100	2.71	12952616 100	56108453 100	2.82	11896571 100	46640460 100	2.67	6448933 100	25548488 100	2.91	8991456 100	46640460 100	2.67	9946555 100	42221011.4 100	2.75

R= Regions; A=Aegean Region; M=Marmara Region; Md=Mediterranean Region; Ca=Central Anatolia; Bs=Black Sea; Ea=Eastern Anatolia; Se=South-east Anatolia; Gt=General Total; ALS=Average Length of Stay
Sources: Derived from Ministry of Culture and Tourism (1996 - 2007)

Table 10 Number of Tourism Licensed Accommodation Establishments by Geographic Regions (2000-2006)

R	2000				2003						2005						2006											
	Tourism Investment Licensed		Tourism Operation Licensed		Tourism Investment Licensed			Tourism Operation Licensed			Tourism Investment Licensed			Tourism Operation Licensed			Tourism Investment Licensed Average			Tourism Operation Licensed Average								
	Estb	Bed	Estb	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed	Estb	Room	Bed			
M	178 13,6	43172 17,7	422 23,1	62380 19,1	134 15,42	15375 12,47	32778 11,93	556 22,46	39490 16,34	80775 15,88	145 13,96	16661 13,02	35541 12,27	532 22,06	37882 16,39	77279 15,99	134 15,42	15375 12,47	32778 11,93	556 22,4	39490 16,34	80775 15,88	147,7 14,6	15803,6 12,65	36067,2 13,45	516,5 22,50	38954 16,35	75302,2 16,71
Ae	501 38,5	89419 36,6	554 30,3	96139 29,5	253 29,11	34467 27,95	79480 28,93	682 27,56	64875 26,84	138045 27,14	320 30,80	36205 28,28	79134 28,44	686 28,44	63067 27,29	132962 27,51	253 29,11	34467 27,95	79480 28,93	682 27,5	64875 26,84	138045 27,14	331,7 31,88	35046,3 28,06	81878,2 30,72	651 28,45	64272,33 26,99	126297,8 27,82
Md	364 28	78350 32,1	499 27,3	123627 38,01	298 34,29	58812 47,69	129771 47,24	717 28,97	106936 44,24	228150 44,86	336 32,34	58525 45,72	128104 46,04	698 28,94	100856 43,64	213853 44,25	298 34,29	58812 47,69	129771 47,24	717 28,9	106936 44,24	228150 44,86	324 32,23	58716,3 47,03	116499 43,15	657,7 28,52	104909,3 44,04	198445 42,99
Ca	84 6,46	12349 5,06	162 8,81	23979 7,37	53 6,10	5264 4,27	11777 4,29	246 9,94	16539 6,84	33253 6,54	71 6,83	5786 4,52	12741 4,58	232 9,62	15877 6,87	31875 6,59	53 6,10	5264 4,27	11777 4,29	246 9,94	16539 6,84	33253 6,54	65,2 6,37	5438 4,35	12161 4,55	221,5 9,57	16318,3 6,85	30590 6,76
Bs	83 6,38	9390 3,85	96 5,26	9542 2,93	72 8,29	4862 3,94	11023 4,01	154 6,22	6838 2,83	14106 2,77	89 8,57	5351 4,18	11145 4,01	143 5,93	6537 2,83	13388 2,77	72 8,29	4862 3,94	11023 4,01	154 6,22	6838 2,83	14106 2,77	79 7,88	5025 4,02	10645,2 3,97	136,7 5,90	6737,6 2,83	12785,5 2,81

Turkey

Ea	52 4	6577 2,69	45 2,46	4826 1,48	35 4,03	2728 2,21	5935 2,16	59 2,38	3663 1,52	7466 1,47	49 4,72	3536 2,76	7527 2,71	61 2,53	3543 1,53	7123 1,47	35 4,03	2728 2,21	5935 2,16	59 2,38	3663 1,52	7466 1,47	42,7 4,19	2997,3 2,39	6493,5 2,43	56 2,43	3623 1,52	6720,2 1,47
Se	38 2,92	4537 1,86	46 2,52	4675 1,43	24 2,76	1818 1,47	3923 1,43	61 2,46	3361 1,39	6837 1,34	29 2,79	1941 1,52	4063 1,46	60 2,49	3361 1,45	6850 1,42	24 2,76	1818 1,47	3923 1,43	61 2,46	3361 1,39	6837 1,34	28,7 2,80	1859 1,48	4111,5 1,54	57 2,48	3361 1,41	6299,7 1,38
T	1300 100	243794 100	1824 100	325168 100	869 100	123326 100	274687 100	2475 100	241702 100	508632 100	1039 100	128005 100	278255 100	2412 100	231123 100	483330 100	869 100	123326 100	274687 100	2475 100	241702 100	508632 100	1019,2 100	124885,7 100	267855,8 100	2296,5 100	238175,7 100	456440,5 100

R= Regions; A=Aegean Region; M=Marmara Region; Md=Mediterranean Region; Ca=Central Anatolia; Bs=Black Sea; Ea=Eastern Anatolia; Se=South-east Anatolia; T= Total;
Sources: Derived from Ministry of Culture and Tourism (1996 - 2007)

Table 11 Regional Distribution of Travel Agencies and Tour Operators in 2007

REGIONS	A CLASS	B CLASS	C CLASS	TOTAL	%
Marmara	1776	109	226	2111	39.4
Aegean	1123	17	70	1210	23
Mediterranean	1049	19	31	1099	20
Central Anatolia	575	30	17	622	12
Black Sea	105	6	21	132	2.2
South-east Anatolia	99	12	1	112	2.1
Eastern Anatolia	62	13	1	76	1.3
Total	4789	206	367	5362	100

Source: Derived from TURSAB (2008)

<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/sorgu/index1.asp> (last accessed 30 March, 2008)

2.2.1 Diversification of tourism product by promoting the development of cultural, ecological and rural tourism compatible with the environment

The above discussion and figures regarding the relationship between tourism development and balanced regional development suggest that Turkey must diversify her tourism product so as to shift tourism development from coastal relatively developed regions to inland rural regions which are relatively less developed. While diversifying tourism products special attention should be given to archaeological, historical, architectural, landscape and natural heritage that could be utilized as attractive parts of new tourism product.

The Ministry of Tourism prepared a regional tourism development plan called the GAP Tourism Development Plan in 1998. Its two main objectives were to handle tourism investment effectively in the less developed region and to develop forms of tourism that will be compatible with local values and create jobs for the local people. The plan states that participation of local people will be supported to achieve sustainable tourism development. To achieve these objectives, the following strategies were determined:

- Forms and sources of tourism will be differentiated;
- Factors that allow long-stay holidays in the region will be improved and developed;
- Concentrated tourism development will be shifted from the western regions to the east and southeast regions;
- Foreign arrivals to the southeast region will be increased (GAP Southeast Anatolia Project, 2002).

The plan also states that alternative forms of tourism, including ecotourism, religious tourism, business travel, health-related activities, and trekking, will be particularly encouraged. It is also noted that bed capacity will be increased from 7,040 to 12,820 by 2020 (GAP Southeast Anatolia Project, 2002). Obviously, both the GAP and the GAP Tourism Development Plan have a great potential to reduce or eradicate regional disparities in Turkey. It is believed that the development level stimulated by the GAP will attract more tourism investments and tourists to the region. However, it should be kept in mind that these developmental efforts may reduce regional disparities, but they may not be able to decrease the gaps among social classes in the region if deliberate policies and measurements are not taken. Widespread patron-client relationships may continue to operate and the have-not groups may not benefit from the GAP and get poorer in relative terms. On the other hand, it should also be noted that PKK's terror activities are the biggest obstacles to actualize regional developmental potential. Therefore, unless the terror activities of PKK are stopped Southeast Anatolian Project (GAP) and GAP Tourism Development Plan may not be as effective and efficient as it is expected.

As noted, cultural and heritage tourism, ecotourism, faith tourism, event tourism, rural tourism, spa and health tourism, sport tourism and winter tourism are among the range of activities and attractions for which Turkey has considerable supply potential, which may be utilised as resources to attract tourism development from the relatively developed costal regions to the relatively less developed inland regions so as to contribute to a more balanced regional development. As an example, cultural tourism will be considered here both because

it appears to have the greatest potential in terms of supply and demand, and because cultural tourism can be seen to be a more complex phenomenon than other potential forms of tourism development (see Tosun, Fletcher and Fyall 2006).

Cultural tourism: It is argued that with its historic and cultural heritage, diverse lifestyle, food and people, Turkey demonstrates enormous potential for cultural tourism. Given the considerable cultural differences with its main competitors in the Mediterranean basin, Turkey has a unique opportunity to meet cultural and coastal oriented tourism demand simultaneously, through balanced, integrated destination marketing strategies and regional collaboration. Accession to the EU may activate a large potential demand for cultural tourism, and thus Turkey needs to prepare itself for this. Cultural heritage can be employed to assist the move towards sustainable tourism development in a number of ways (see Tosun, Fletcher and Fyall, 2006):

- A comprehensive inventory of cultural heritage resources should be made.
- Strict measures should be taken to protect cultural heritage.
- Human resource planning should be in place to develop and manage cultural heritage as a tourism product. A comprehensive training programme should be designed and implemented for those working in such areas of cultural heritage as museums, historic buildings and historic sites.
- With local community participation, the scope and context of cultural events and values should be determined for promoting cultural tourism products. There should be no compromising of cultural authenticity for the sake of short-term economic benefits.
- Tour guides should be trained to present cultural heritage, but given the diverse range of civilizations and their cultural heritages found in Turkey, a careful specialization programme for tour guides may be necessary. In this regard, it may be argued that tour guides should be encouraged to specialize in the cultural heritage of certain regions in the country. This may lead tour guides to be more knowledgeable and experienced in a few regions of the country where certain cultural and historical heritage exist. Eventually, such specialization of tour guides will result in a higher level of tourist satisfaction from guided tours.
- Facility and environmental planning for cultural tourism should be pursued. Changing demographic structures and lifestyles suggest that the value of non-traditional forms of tourism, particularly related to natural and cultural heritage, will increase gradually (Klein, 2001, p. 1; CEC, 2003).

2.2.2 Look into the complementary and synergy with other economic sectors, especially agriculture, fishing and craftsmanship

As known, spill-over and multiplier effects of tourism appear to be larger in relative terms due to the fact that around 39 different sectors of an economy supply input to the tourism industry. Thus, there is no doubt that tourism could be utilized as a complimentary sector to rural areas where agriculture, fishing and craftsmanship are major economic activities. Using tourism as a complementary industry in these areas may create synergy among these economic activities since tourists visiting rural areas can increase demand for agricultural products, fishes, handicrafts and other local products. Shifting tourism from coastal regions to the inland regions may lead to develop the synergies between coastal tourism and inland tourism as well.

3. Develop Mediterranean Cooperation

The rapid globalization has pushed many countries to come together for cooperation and collaboration in various issues including economic, social, political and environmental matters. As Ohmae (1992) argues, this has already made economies of many countries a part of an interdependent system. That is to say, it may not be any more possible for countries to solve their political, social, economic and environmental problems without efficiently and effectively cooperating and collaborating with each other. This may be more valid for the countries where global warming and climate change have a greater impacts and implications for biological diversity, fauna and flora. In this context, it may be argued that the

tourism industry of those countries located in the Mediterranean Basin may not be able to individually cope with opportunities and threats ushered in by rapid globalization, climate change and global warming. This fact may suggest that those countries situated in the Mediterranean Basin must come together to deal with opportunities and threats brought about by changing conditions in the world in collaboration and cooperation with each other for achieving a better sustainable development. Tosun et al (2005:p. 5-6) state that "In many tourist destinations, the institutions, public administration systems, and social mindset are often ill-prepared for the rapid changes taking place. ... Thus, in the process of globalization, cooperation and collaboration between countries are essential in achieving sustainable development including sustainable development in tourism".

In brief, collaboration and cooperation among countries in the Mediterranean Basin for achieving and promoting a better sustainable tourism development can take in the followings areas:

- Cross-border destination marketing,
- Environmental protection and conservation,
- Dealing with terrorism that spells the greatest threat to promoting sustainable tourism development,
- Establishing political stability,
- Protecting consumer right.

It is reported that there seems to be a low level of awareness about problems of sustainable development in the Mediterranean region. The relevant stakeholders in the region must realize that "having poor environmental infrastructure (illegal dumps, faulty sewage treatment) is like digging their own graves" (Tosun et al 2005, p.21). In this context, it may be argued that the natural environment, political stability, high level of security, free from war and terrorism and other encouraging conditions that are necessary for achieving sustainable development are common interest upon which the Mediterranean countries' futures depend. Thus, they need to develop joint programs and strategies to establish political stability and security, and protect and enhance their shared environment based on sustaining and protecting their natural resources, "while preserving development efforts in industry, tourism, and agriculture. Working together in this way would demonstrate the benefits of cooperation and create a spirit of cooperation which might be applied to more sensitive areas" (Niles, 1998, p.9).

Obviously, while cooperation among countries in the Mediterranean region can create better opportunities to protect and market unique natural, historical and cultural resources, it may also promote political stability and peace in the region.

III. PART III KÖYCEĞİZ – DALYAN SPECIAL ENVIRONMENTAL PROTECTION AREAS' PROJECTS AS AN EXAMPLE FOR GOOD PRACTICE

Title		Köyceğiz – Dalyan Special Environmental Protection Areas' Projects as an Example for Good Practice			
Country		Turkey			
Destination (indicate if coastal, urban, rural one)		Coastal and urban			
Per-field and per-type classification (tick among the following fields and types of activities those to which the GP is directly linked)					
Field of activity					
<input type="checkbox"/> Transportation	<input type="checkbox"/> Energy	<input checked="" type="checkbox"/> Water	<input checked="" type="checkbox"/> Waste water	<input checked="" type="checkbox"/> Waste	<input type="checkbox"/> Construction
<input checked="" type="checkbox"/> Ecosystems	<input type="checkbox"/> Cultural heritage	<input type="checkbox"/> Local economy	<input checked="" type="checkbox"/> Education	<input checked="" type="checkbox"/> Land planning	
Other (specify) :				
Type of activity					
<input checked="" type="checkbox"/> Training	<input type="checkbox"/> Policy	<input checked="" type="checkbox"/> Action plan	<input type="checkbox"/> Partnership	<input type="checkbox"/> Other	
Classification according to sustainable development issues ¹ (tick the box to which the GP is linked)					
<input type="checkbox"/> Climate change	<input checked="" type="checkbox"/> Biodiversity	<input type="checkbox"/> Protection of seas and oceans	<input type="checkbox"/> Growth and growth distribution		
<input type="checkbox"/> Employment	<input type="checkbox"/> Regulation of globalization	<input checked="" type="checkbox"/> Access to basic services for all	<input type="checkbox"/> Strengthening health and education systems		
<input type="checkbox"/> Combating discriminations	<input checked="" type="checkbox"/> Other: Creating Environmental Awareness				
Contact information					
Internet site		http://www.ockkb.gov.tr/TR			
Publication(s)		There is special publication.			
Contact person		Mr. Mesut AVCI ; Director of Muğla Special Environmental Protection Area 48800 Köyceğiz, MUĞLA Tel. : 0 (252) 262 29 30 ; Fax : 0 (252) 262 25 62 ; E-Posta: ockmuglamd@ockkb.gov.tr			
Participants (Name, type of local/regional/national authority, organization, company or other stakeholder involved)					
Ministry of Environment and Forestry (national authority), Ministry of Agriculture (national authority) various universities (e.g. Hacettepe University, Middle-east Technical University, Istanbul Technical University, Ankara University, etc.), local governments (municipalities), employees working for Environmental Protection Authority for Special Areas (EPASA; both central and local offices), teachers and students in the Köyceğiz – Dalyan Special Environmental Protection Areas					

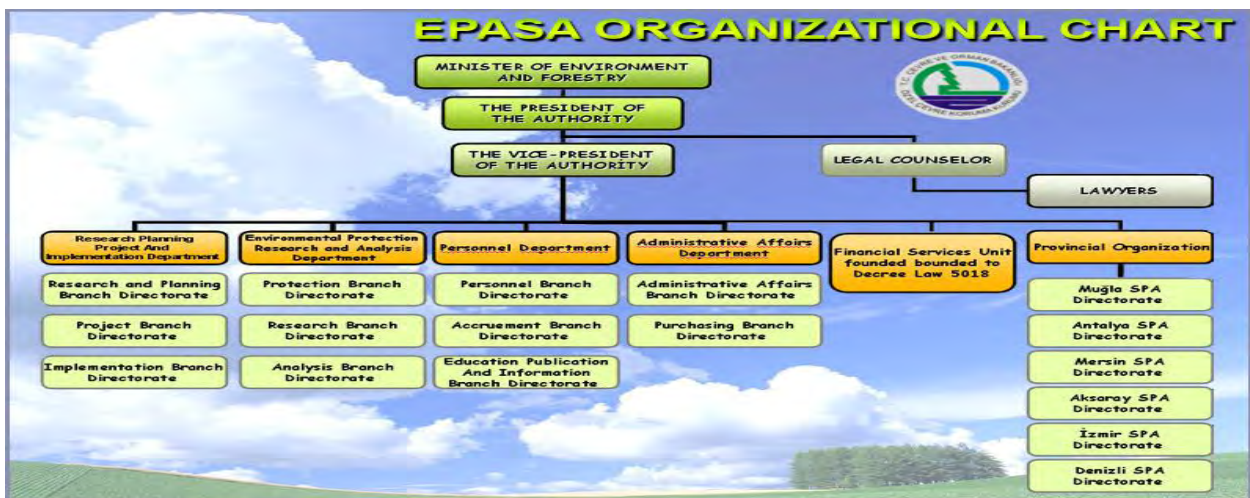
1. Description of the Good Practice (GP):Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Areas' Projects as an Example for GP

1.1 Introduction

The Article 90 of the Constitution of the Republic of Turkey states that on international agreements which Turkey has a signature must be put into effect and function as the force of law. Thus, the legal force of the agreements and protocols to which Turkey is a party equals to that of Turkish Law of Environment in the interior legal system (see <http://www.ockkb.gov.tr>). With the purpose of putting into practice the Convention for Protecting Mediterranean Against Pollution (Barcelona) and addendum Protocols, the governments of the Mediterranean countries, together with European Community, have been carrying on a common operation called the Mediterranean Action Plan (MAP) since 1975. Following the Rio Summit, organized in 1992, which gave birth to new concepts and new developments, a necessity for modifying MAP and its legal framework had come on the scene. The operations which focus on the protection of biological diversity in the Mediterranean have been carried on within the framework of "The Protocol Concerning Specially Protected Areas and Biological Diversity in the Mediterranean", which is one of the addendum protocols to Barcelona Convention. The initial version of the protocol is called "The Protocol Concerning Specially Protected Areas in the Mediterranean". In 1995 it was revised and its title was changed as "The Protocol Concerning Specially Protected Areas and Biological Diversity in the Mediterranean". All of the Parties, coming together in Barcelona, accepted the revised documents. As a result of this revision, instead of being a document only for the protection of the Mediterranean Sea against pollution, MAP has become an instrument aiming at "sustainable development" in the Mediterranean region

After being party to the protocol, Turkish Government established Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) as an authority responsible for the implementations about the subject in 1989 (see Figure 2). From that time on, 14 Special Environmental Protection Areas (SEPA) have been declared. In the scope of the Protocol Concerning Specially Protected Areas and Biological Diversity in the Mediterranean, 12 areas have been selected for the list of specially protected areas with cooperation of the United Nations Environmental Program (UNEP). Nine of the twelve SEPAs are Special Environment Protection Regions, and three of them are National Parks. These are Köyceğiz-Dalyan, Foça, Fethiye-Göcek, Datça, Gökova, Göksu, Patara, Kekova, Belek, National Park of Dilek Yarımadası, National Park of Gelibolu, and National Park of Beydağları. On the other hand, the studies concerning the protection of the Mediterranean Seals, sea turtles, sea mammals and endangered species belong to the sea vegetation have been carried on within the framework of the Protocol (see <http://www.ockkb.gov.tr>).

Figure 2 Organization Chart of Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA)



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/en/tsema.jpg>

As mentioned, Dalyan – Köyceğiz is determined as one of the Special Environmental Protection Areas by the Turkish Environmental Protection Agency (EPASA) in collaboration with UNEP. Details analysis of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Areas (see Figure 3 and Figure 4) as an example for good practice will be made in the following sections.

1.2 What Makes Köyceğiz - Dalyan Special Environmental Protection Area Particularly Interesting?

An Overview of the Köyceğiz–Dalyan Special Environmental Protection Areas: The region covers around 461 km square areas and includes 17 different settlements. It has been announced as “Köyceğiz–Dalyan Special Environmental Protection Areas” by the Council of Ministries on 12 June 1988, sentence number 88/13019. Coverage of the region has been enlarged and re-coordinated by the Council of Ministries on 18 January 1990, sentence number: 90/77.

This area reflects all peculiarities of hydrobiological and aquatic ecosystem. That is to say, almost all of types of hydrobiological habitat live in the area. Dalyan Beach is located in Muğla province and in the borders of Ortaca-Dalyan region. The Lake of Köyceğiz is also located within the border of this Special Environmental Protection Area. The lake covers about 55km² areas with a 10km long channel functioning as a bridge between the lake and the sea. Naturally, a delta site is formed where the channel approaches the sea and a beach in front of this. Noticeable forests on the mountain chains on the east and the west side of this system present fantastic scenery. The length of the beach is 4,2km and water depth is very low in sites facing the sea. The Small Beach is located in the west part of Dalyan Gullet and is about 400 meters. Water depth is about 4m in sites facing the lake. Width of the sand zone varies between 75m and 200m, with an average width of 125 meters. Moreover, within the borders of Köyceğiz, ancient city of Caunos and thermal springs are also present (see Yale et al 2005; <http://www.ockkb.gov.tr>)

Köyceğiz-Dalyan has a Mediterranean climate, thus it presents the typical flora characteristics of this climate type. The region is very rich in plant cover. Presence of 924 taxons (on species and subspecies level) has been determined in floristic studies of Güner et al. (1996 cited in www.strt.hacettepe.edu.tr). 19 Pisces species (Yerli, 1989 cited in www.strt.hacettepe.edu.tr) are present in the region, living in Lake Köyceğiz and related water springs or entering the system via several causes. Extensive researches in Special Protection Area have identified 5 turtle, 11 lizard, 13 snake and 18 mammalian species in the region (Baran et al., 1994 cited in www.strt.hacettepe.edu.tr).

Köyceğiz and Dalyan were somnolent framing towns by the late 1980s. However, it has started to become a popular tourist destination since the 1980s. They were included in the Tourism Investment Zone declared in the context of the Tourism Encouragement Law NO. 2634 in 1982 by the military-led government. It has invaluable natural and cultural heritage such as beaches, the endangered Loggerhead Turtle nested here for hundreds of years to lay its eggs, ancient ruins (Caunos), the **mud baths**, hot springs reputed to be good for skin and general health, etc. Because of inclusion in the Tourism Encouragement Law, Dalyan has attracted attention of various local, national and international investors. Population in Dalyan and Köyceğiz may reach several times of its original level during a tourism season. A considerable amount of tourists also come to the region via daily tours from Marmaris, Fethiye and Bodrum. Consequently, it has been turned from a traditional farming town into a package tour colony (see Tosun 2001; Yale et al 2005; <http://www.turkuaz-guide.net/dalyan.html>). Apart from agriculture in rural centers, fishing and bee farming is also developed in the region.

After experiencing rapid mass tourism development and its negative impacts and through the urge of international protocol and agreement such MAP, Köyceğiz - Dalyan was determined as one of the “Special Environmental Protection Areas in 1990 so as to protect and enrich bio-diversity, avoid environmental pollution, and protect water resources in the given locality. Various projects have been developed and implemented in order to achieve the pre-determined objectives guided by the MAP. Some of these projects are given in Figure 2,

which summarizes the characteristics, those projects by noting their scope, development period, components and role of the stakeholders. Some of them will be explained in some details in the coming sections.

Figure 3 Map of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Areas

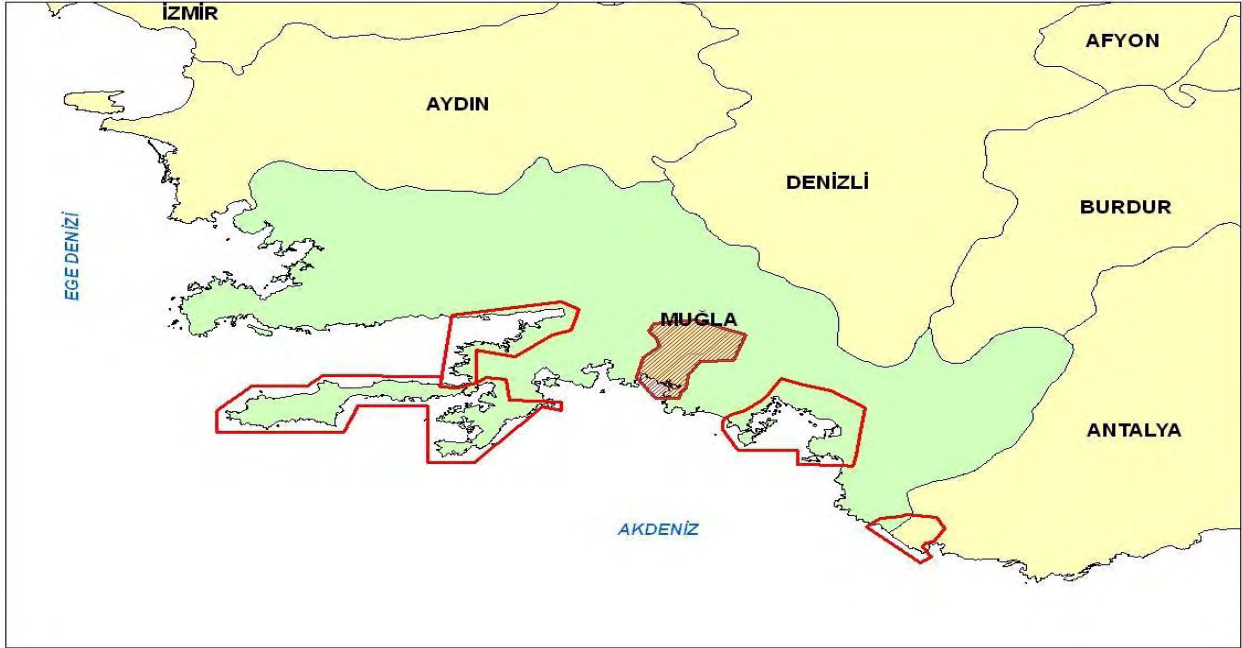
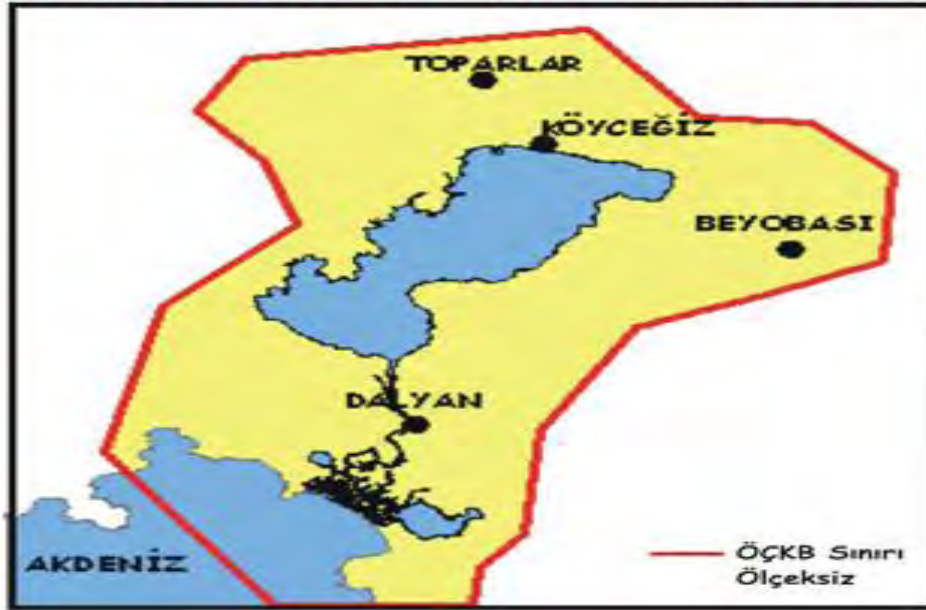


Figure 4 Map of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Areas

KÖYCEĞİZ-DALYAN ÖZEL ÇEVRE KORUMA BÖLGESİ



Source: www.cevreorman.gov.tr/durum_rapor/ockkb/

Table 12 Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Areas' Projects

Project Title (Components of the Project)	Starting & Finishing Date (Development Period)		Conducting Institution
Investigation of boat organizing tour & watercraft traffic	1990	1992	İTÜ
The Hydrobiological Examination of Köyceğiz-Dalyan SPA Aquatic Ecosystem	1991	1992	Hacettepe University Biology Department
Environment Education	1991	Continuous	The Agency
Turtle Observation and Protection	1991	Continuous	Universities
The Bryophyte Flora Research in Köyceğiz-Dalyan SPA	1991	1991	Ankara University Biology Department
The research on Amphibian, Reptile and Mammal Fauna in Köyceğiz Dalyan Complex	1991	1991	Dokuz Eylül University
Köyceğiz-Dalyan SPA (Muğla) Flora Project	1991	1992	Hacettepe University
Solid Waste Recycling	1991	Continuous	The Authority, Çevko, Local Administration
Sociological Observation on Environmental and Ecological Tourism	1991	1992	GTZ (German Agency for Technical Cooperation owned by German government)
Köyceğiz-Dalyan SPA Ornithology Project	1992	1992	GTZ
Köyceğiz-Dalyan SPA Fishing Project	1992	1993	Ministry of Agriculture Bodrum Water Products Research Institute
The hydrogeological Examination of the Surroundings of Köyceğiz Sultaniye Thermal Spring	1993	1993	MTA
Integrated Mosquito Control	1993	1994	Hacettepe University
Pollution Observation	1993	Continuous	Project of the Agency
Yunus Emre Arboretum Project	1993	1994	İstanbul University
Foundation of a Bilge Refinery	1997	1998	External Resources
Determination of Otter Protection Strategies in Köyceğiz-Dalyan SPA	1997	1998	Muğla University
Gaugeing the Water Level Changes in Köyceğiz Lake and Doing Analyses Project	1998	2000	İTU
Preparation of an Action Plan for Sustainable Use of Yuvarlakçay (Köyceğiz-Dalyan) Project	2001	2002	Ege University Marine Products Faculty
Environment Protection Studies	1996	Continuous	The Agency
The Identification of Biological diversity in Köyceğiz-Dalyan SPA Project	2005	On Progress	Çınar Engineering
Water Quality Observation Project	2006	Continuous	Private Institutions
Computer Based Coastal Information System for the Turkish Mediterranean Coasts: Integrating Satellite and Ground Data (International Mediterranean Project –IMP)	1995	No information	Istanbul Technical Uni. Sponsored by European Space Agency (ESA) Istanbul Technical Uni. SPOT Image
Dalyan and Köyceğiz Fresh Water System2	2003	2003	Village association; KfW (German Credit Bank for Reconstruction - ;Kreditanstalt fuer Wiederaufbau)
Köyceğiz Sewerage & Waste Water Recycling System	2003	2003	Municipality, KfW & Village Association

Source: Derived from <http://www.ockkb.gov.tr/TR/>; <http://www.strt.hacettepe.edu.tr/>;

1.3 How and Why Were the Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Area' Projects initiated?

As discussed earlier in the "Introduction's" section, it is a constitutional requirement for Turkey to implement international agreements which are signed by the relevant authorities of the country. Thus, the legal force of the agreements and protocols to which Turkey is a party equals to that of Turkish Law of Environment in the interior legal system. Based upon this legal ground, Turkey has commenced to put into practice the principle of some of the international agreements and protocols for which she is a party. That is to say, as a natural consequences of national and international legal enforcement, increase in the environmental

consciousness of the society, positive progress in developmental matters, Turkey has become a more environmental friendly country.

As a concrete of outcome of “The Protocol Concerning Specially Protected Areas and Biological Diversity in the Mediterranean”, Turkish Government established Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) as an authority responsible for the implementations of the subject in 1989. The EPASA (see Figure 2) has determined 14 Special Environmental Protection Areas (SEPA). In the scope of The Protocol Concerning Specially Protected Areas and Biological Diversity in the Mediterranean, 12 areas out of 14 have been selected for the list of specially protected areas in collaboration with the United Nations Environmental Program (UNEP). Nine of the twelve SEPAs are Special Environment Protection Regions, and three of them are National Parks. These are Köyceğiz-Dalyan, Foça, Fethiye-Göcek, Datça, Gökova, Göksu, Patara, Kekova, Belek, National Park of Dilek Yarımadası, National Park of Gelibolu, and National Park of Beydağları (see <http://www.ockkb.gov.tr>).

Clearly, Köyceğiz-Dalyan is determined as one of the Special Environmental Protection Areas by the Turkish Environmental Protection Agency in collaboration with UNEP. Following this international initiative, various projects have been prepared and put into practice by various governmental, non-governmental and universities (see Figure 3 Figure 4 and Table 12).

1.4 Environmental Sustainability Projects for Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Area

The Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) (see Figure 2) has taken several measures to ensure environmental sustainability of the 14 special areas including Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Area. In this respect, the projects on the following titles to be applied in the areas are prioritized:

- Research on biological diversity,
- Protection and development of environment,
- Determining socio-economic and socio-cultural status and development perspective,
- The developments in agriculture, industry and tourism and their relation with environment,
- Projects that are of specific importance and priority for a particular area,
- The exploration and protection of ground and above ground water sources.

In brief, various projects have been prepared and implemented in collaboration with local, national and international institutions and association to achieve environmental sustainability of the Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Area. Table 12 includes some of these projects. Because of space limitations and lack of data, only some of these projects will be explained in details. These are:

- Training about environmental issues
- Protection of bio-diversity.
- Building infrastructure

1.4.1 Training Activities Organized for Achieving Environmental Sustainability

Education and training are the two most important words to form or change human behavior. While some kinds of education and training can be given at schools, some others could be given out of formal education system and schools. Public education in terms of environmental consciousness could be considered in the scope of the later form of education. The main aim of environment education is to form an environmental awareness and sensitiveness permanently in the mind of individuals and community, and change their behaviors and attitudes positively towards, and consumption habits in terms of environmental protection including natural, historical and cultural heritages and values. The Constitution of the Republic of Turkey states that “Everybody has the right to live in a healthy and balanced environment; to develop environment, to protect environmental health and to prevent environmental pollution is an obligation for the state and citizens”. The Constitution and the

Environment Law requires that environmental matters must be handled through a contemporary approach. In this context, education for environment is of great importance.

It is argued that one of the major reasons for the environmental problem in Turkey is that public does not have enough knowledge of and awareness about environment. Therefore, the Environmental Protection Agency for Special Areas has been implementing environment protection training activities in 14 Special Environmental Protection Areas within the scope of "The Environmental Protection Agency for Special Areas Environment Protection training Regulations", which was put into practice after being published in the Official Gazette number 21205 on 20.04.1992 (see <http://www.ockkb.gov.tr>). The principle that these environment protection activities are based on is the rational use and protection of natural values by raising the awareness levels of target groups such as local people teachers, students, fishermen, farmers, government officials, people working in tourism sector, sailors and so on.

It is stated that "raising an environmental consciousness is an important factor in protection and development of environmental values. The protection and well- balanced use of environment by local people is a more efficient and permanent approach in terms of environmentalism. This approach is also the basic motto of the environment protection training activities of the Agency. The Agency has been carrying out environmental protection training activities in The Special Environmental Protection Areas since 1991, considering that various target groups such as tradesmen, government officials, teachers, students, hunters, fishermen, farmers, people working in tourism sector, housewives, sailors, boat and yacht owners and so on would be effective in terms of raising environment protection consciousness and succeeding in environmental protection training activities. By adjusting "The Protocol for Cooperation in Environment Protection Activities", signed between the Agency and Local Governments and Voluntary Organizations on 29.06.1994, environment protection training studies are localized. The environment protection training activities intended for target groups are conducted in cooperation with various voluntary organizations local governments, universities, and other governmental institutions and foundations" (see <http://www.ockkb.gov.tr>). The training activities carried out by the Agency in this respect given in Figure 3 in chronological order (see Figure 3).

Table 13 Training Activities Given for Achieving Environmental Sustainability

YEAR	TRAINING SUBJECT	PARTICIPANTS	ADDITIONAL ACTIVITIES
1991	Environment Protection	Government officials, teachers, students and people working in tourism sector in the Special Environmental Protection Areas.	
1993	Environment Protection	Government officials, teachers, students, hunters, village headmen, farmers, local people and people working in tourism sector in the Special Environmental Protection Areas.	Environmental art, poetry and essay contests were conducted in these areas.
1994	Environment Protection	Teachers and local people in the Special Environmental Protection Areas.	
1995	Environment Protection	Government officials, teachers, students, hunters, village headmen, farmers, local people, sailors, fishermen and people working in tourism sector in the Special Environmental Protection Areas.	Environmental art, poetry and essay contests were conducted in these areas.
1996	Environment Protection	Teachers and students in the Special Environmental Protection Areas.	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
1997	Environment Protection; An Art Contest about nature and environment	Students in the Special Environmental Protection Areas.	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
1998	Environment Protection; an environmental quiz contest was conducted	Students and teachers in the Special Environmental Protection Areas,	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
1999	Environment Protection; An environmental Art Contest was conducted	Students in the Special Environmental Protection Areas	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions
2000	Environment Protection;	Farmers in the Environmental Protection	Solid waste recycling training

YEAR	TRAINING SUBJECT	PARTICIPANTS	ADDITIONAL ACTIVITIES
	An environmental Art Contest and quiz contest were conducted	Areas	workshops were organized throughout the regions.
2001	Environment Protection; An Art Contest about nature and environment was conducted	Students in the Special Environmental Protection Areas.	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions
2002	Environment Protection; An Art Contest about nature and environment was conducted	Students in the Special Environmental Protection Areas.	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
2003	General Environment Protection Ornithology and Orientation training	Security employees (police officers, gendarmes and municipal police officers, 168 people) working in 13 Special Environmental Protection Areas People working for the Agency (15 people).	Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
2004	General Environment Protection	Mayors working in 14 Special Environmental Protection Areas (55 people).	Training for technical personnel working in government and private waste water refineries (39 people) in the Special Environmental Protection Areas.
2004	Environment Protection An in-service training workshop	village headmen (44 people) working in 14 Special Environmental Protection Areas The employees of Environmental Protection Agency for Special Areas. 80 people from public	A Bird Watching Festival Held Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions
2005	Environment Protection; Education of Educators	Working in 14 Special Environmental Protection Areas	
2005	Environment Protection; "Birds and Ecology" Environment Protection;	The employees of the Agency (27 people) in the Special Environmental Protection Areas Students in Patara, Fethiye-Göcek, Gökova and Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Areas.	An Art Contest about nature and environment conducted for students Solid waste recycling training workshops were organized throughout the regions.
2006	Environment Protection; Rural Area Planning and Building up Planning Standards Seminar	Government officials working in 14 Special Environmental Protection Areas (70 people).	

Source: Derived from <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

1.4.2 Infrastructure Projects for Achieving Environmental Sustainability

Various projects regarding environmental infrastructure constructions have been prepared and implemented by the Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) within its budgetary capacities. Some of these projects are fresh water, waste water refineries, planned sewerage implementations, infrastructure works of local administrations, coastal band and environmental design. Moreover, EPASA have also contributed financially and by other means to long-term infrastructure investments by the local administrations in the SEPA's. It is reported that these projects regarding long-term infrastructure investments have been done based on the protocols signed between The Agency and Local Administrations. Some of the infrastructural projects for a better environment conducted by the Agency are noted below in Köyceğiz-Dalyan SEPA.

1) Köyceğiz-Dalyan Environment Protection Project:

It is reported that for achieving environmental sustainability a proper sewerage and waste water refineries, and fresh water system were badly needed in the mentioned locality. Therefore, the Environmental Protection Agency for Special Areas by the financial grant contribution of German Credit Bank for Reconstruction (Kreditanstalt fuer Wiederaufbau; KfW) built sewerage and waste water refineries, fresh water system (see Pictures 1-5) and Ortaca Solid Waste Regular Storage constructions. Operation and

control of these investment handed over to Köyceğiz-Dalyan Environment Protection Association. In brief, the following tasks were completed within the scope of the Project:

- a) The rehabilitation of Köyceğiz fresh water
- b) The restoration of Dalyan fresh water suppliace system (one deep water well, a 1500 m³- water depository and a 34 km water system ductile pipe laying),
- c) Köyceğiz urban area 41 km sewerage system,
- d) In Köyceğiz one pump station,
- e) Dalyan urban area 28 km sewerage system,
- f) In Dalyan 2 pump stations,
- g) In Köyceğiz and Dalyan, construction of two central waste water refineries with a third degree refining capacity, (The equivalent population of these foundations, in accordance with 2010 prescribed population, is measured to be 16000 and the flow rate is measured to be 120 lt/s).

For further information please see <http://www.ockkb.gov.tr/TR>.

Picture 1 Köyceğiz Waste Water Refinery



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Picture 2 Köyceğiz Fresh Water Depository



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Picture 3 Dalyan Waste Water Refinery



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

Picture 4 Dalyan Fresh Water Depository



Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

It is noted that Ortaca solid waste regular storage Plant was planned to have a 225.000 m³ capacity. The solid wastes produced in the surrounding area are disposed in this storage Plant. The equipments needed for operation of the Plant are financed by the grant obtained from KfW in 2006.

Picture 5 Ortaca Garbage Storage Plant

Source: <http://www.ockkb.gov.tr/TR>

2) Projects Completed with the Contribution of The Agency (EPASA):

In total the Agency contributed 6560,000YTL to works in the border of Köyceğiz and Dalyan Special protection Area in 2004 and 2005. In particular, the sewerage system and the environmental design projects have benefited from this financial contribution.

1.4.3 Activities for Protecting and Enhancing Biological Diversity as a Tool for Achieving Environmental Sustainability

Tourism development inevitably can disrupt and even destroy the ecological balance of an area which may have taken thousands of years to evolve into a mature, self-regulating, stable system. For example, large numbers of hotels and second homes have been built in coastal areas in Turkey by destroying olive and citrus fruit gardens as well as destroyed the livelihoods of many agricultural workers. Similarly, tourist developments on beaches coupled with lighting and noise from tourist facilities have negatively influenced the life of *Caretta caretta* and *Chelonia mydas*, species of sea turtle, along a small part of the Mediterranean Sea. Successive governments in Turkey have taken measures to protect and enhance biological diversity. Dalyan Project appears to be one of the best examples in this regard. In the following section this project will be analyzed to exemplify activities taken to protect and enhance biological diversity on the coast of Mediterranean Sea.

Dalyan Project to Protect Sea Turtles as Biological Diversity: It is reported that “Dalyan Beach is recognized as the most important nesting beach of *Caretta caretta* in Turkey when nesting density (nests/km) is regarded. Annual nesting number in the region is about 250”. Dalyan Project was started to protect the *Caretta caretta* on the beach of Dalyan. The first initiative for the conservation of sea turtles in Turkey was witnessed when an international company commenced to implement its plan to build a five star hotel in İztuzu part of Dalyan Beach. Various national and international Non-governmental organizations with the support local people have protested against construction of the hotel to save the sea turtles. Consequently, the hotel project was ceased. This environmental-friendly and sensitive action put the sea turtles on Turkey’s agenda as an endangered species.

Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) has supported various projects and taken several measures to protect the sea turtles. For example, the Sea Turtles Research Team (STRT) was established by Hacettepe University and EPASA sponsored various projects of STRT. It is found that alteration of beach areas to cater to holidaymaker tastes heralds an array of detrimental repercussions for sea turtles. An activity as benign as relaxing on a towel or beachmat alters sand temperatures. Likewise with sunloungers, but when left on the beach overnight they also present obstacles for turtles to make their way to the most desirable spots for egg-laying. Beach umbrellas not only cool sand temperatures, but when the end is plunged into a nest will eventually decimate all the eggs (see Kaska et al 2001). In brief, the following measures are taken to protect the sea turtles:

- 1) Caging is seen as a necessity on all nesting beaches with touristic activity.
- 2) Tourists are made aware of the dangers that they create for the sea turtles via various leaflet and sign-board.
- 3) A strict control mechanism has been established for placement of sun-beds and umbrellas, which are removed at night. This simple action has helped the sea turtles make a clear pathway to superior nesting sites. It is observed that such arrangements have been successful on the beaches of Dalyan.
- 4) EPASA sets the optimum balance as it imposes very stringent and rigidly enforced controls on its 4 km Itzuzu Beach, including total restrictions on night-time access, and limitations on the placement of sunloungers and umbrellas. As a result, it is recorded as the highest density nesting beach in Turkey.

As noted in Part II of this study, this seems to be a good example that may indicate how tourism can co-exist with sea turtles, as well as other flora and fauna. In this context, it is reported that although comprehensive restrictions have been exercised, international tourism has still rapidly flourished in the nearby riverfront tourism centre. Surveys have demonstrated that tourists are quite content with the beach being partly accessible only during the daytime, and there is over-all a high degree of destination satisfaction (Kaska, 2001; Tosun 2001)

2. Planning Activities for Achieving Environmental Sustainability

Various plans at various scales have been prepared by the Environmental Protection Agency for Special Areas. Most of these plans are related with environmental orders, settlements including construction, architectural issues, urbanization, rule and regulations about settlements plans, etc. In this context, the Environmental Protection Agency for Special Areas has prepared main city plan and operational settlement plan to achieve environmental sustainability in various settlements areas of Köyceğiz and Dalyan Special Protection Area (see Table 12). These plans have been explained in some details below.

Main City Plan is the plan which is constituted if there is processed condition of cadastral or if there is the plan of area and environment regulation which prepared suitably on approved map in the present-day. Main City Plan includes the following issues: the overall use of land, parcels of the land, type of essential region, population density of region for the future, building density in case of necessity, type, size, principles and directions of future and present settlement areas, main principles and system of transportation, solution of main transportation problems, etc. It constitutes the basis for plan for building scheme implementation. It regulates the above mentioned issues with an implementation based on a scale of 1/2000 or 1/5000. It is explained with detailed report.

Operational Settlement Plan: It is a settlement plan which explains conditions of cadastral and is prepared in accordance with main city plan. It indicates various regions of settlements, their density and order, roads and implementation stages which are necessary for building up programs. This plan is supported with a 1/1000 scale map and includes a report in detail.

Table 14 Prepared Plans for Achieving Environmental Sustainability

Destination/Area	Scale of plan (map)	Type of Plan	Date of Approval
Köyceğiz-Dalyan	1/25000	Main City Plan	29.03.1989
Köyceğiz	1/5000	Main City Plan	26.12.2003
Dalyan	1/5000	Main City Plan	23.12.2003
Toparlar	1/5000	Main City Plan	04.11.1993
Beyobası	1/5000	Main City Plan	27.04.2001
Çandır	1/5000	Main City Plan	18.03.1994
Köyceğiz	1/1000	Operational Settlement Plan	28.08.1991
Dalyan	1/1000	Operational Settlement Plan	31.03.1989
Toparlar	1/1000	Operational Settlement Plan	04.11.1993
Beyobası	1/1000	Operational Settlement Plan	27.04.2001
Çandır	1/1000	Operational Settlement Plan	18.03.1994
Ekincik	1/1000		

Source: Derived from <http://www.ockkb.gov.tr/TR/>

The local office of Köyceğiz and Dalyan Special Protection Area reported that planning activities particularly the main city plans and operational settlement plans have contributed to environmental protection in the aforementioned special protection area.

2.1 Private Sector Initiative for Environmental Sustainability

One of the private companies, Kardak Tourism, has initiated to produce and use Boat operated with solar energy. The boat titled “New Solar Power Boat for Dalyan and Turkey”. The company notes on its website that “As part of our commitment to protecting the environment around Dalyan, we are now working hard to create the first solar powered boat for Dalyan and Turkey. Using one of our normal river boats we are exchanging the diesel engine for an electric engine powered by solar panels. With the help of experts from Germany in the solar power field we plan to have our first solar powered boat ready for the 2005 summer season”. It is stated that the main objective of the project is to reduce water pollution that emerge due to the operation of diesel motors. It is argued that this will contribute not only to keeping the waterways cleaner, it will also give the Caretta Caretta turtles, the Trionyx triunguis fresh water turtles, birds, fish and the flora a healthy and safe living environment. For further information please visit http://www.kardaktourism.com/site_index.htm.

2.2 Initiatives or Projects for Social Sustainability

It is argued that community involvement in planning, development and management of operations is a sine qua non for achieving sustainable development in general and sustainable tourism development in particular. Community participation in the tourism development process can take in various forms and levels. For example, creating employment and career opportunities for locals, building capacity and organizing training programmes for local peoples in tourist destination could be seen some forms of community involvement in tourism development process (see Tosun 2006;2002). In fact, these kinds of community involvement may constitute social aspect of sustainable tourism development.

The projects of “Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area” have been analyzed in details. Although the Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA) has taken several measures to ensure environmental sustainability, it is hard to say the same things for social and economic sustainability. It is reported that establishing large scale tourism establishments require large capital which is not available at the local level. Thus, big hotel companies are not owned by the local people. A majority of the small scale tourist establishments belong to the local people, but they have serious problems. Some of them have already closed. Moreover, in many local tourist destinations qualified employees have been brought from outside to work for the tourism industry in certain positions. Not surprisingly, local people are employed for these jobs which do not require any skills and qualifications (see Tosun 1998).

Clearly, there is no evidence that community involvement in planning, development and management of tourist destination has taken place. In fact, participatory tourism development approach as strategy has not been implemented in Turkey. In this context, it is argued that within the developing world, there is a lack of political will to implement a participatory tourism development approach because of its implications for the distribution of power and resources (Tosun and Timothy 2001). Often, governments in power are indifferent toward indigenous development practices, which exist in many traditional social forms. Moreover, the government is not only disinterested in development, it also “[r]igorously suppresses the effort of progressive elements to bring about meaningful changes” (Midgley, 1987, p. 11). As noted previously, tourism development in Turkey reflects the concerns of the central government and its clients. Government departments are unwilling to accept participatory development approaches since their role or public representation may be questioned through moves toward citizen empowerment. Since the main goal of tourism development is to increase foreign receipts, many other dimensions of tourism are not taken into consideration. Therefore, tourism continues to be driven by upper levels of government rather than community interests.

This is due to the fact that tourism is developed, planned and managed by the central government, which is directed by patron client relations, in collaboration with international

tour operators, who shaped tourism development for their own interests rather than for the common good of the whole society. The above argument may suggest that although the participatory tourism development approach has been popularized as an instrument for achieving more sustainable tourism development in the developed world, this pro-active approach has not been recognized in Turkey and elsewhere in the developing world (see Timothy, 1998, 1999). However, without the operation of a participatory tourism planning approach, tourism growth may make little contribution to the objectives of development.

In brief, it may not be to claim that tourism growth does not create acceptable opportunities for local people to build capacity for social sustainable development.

2.3 Initiatives or Projects for Economic Sustainability

Obviously, for an effective and efficient sustainable tourism development it is important to consider all aspects of sustainable development including marketing and promotional activities, methods and channels, type of information, marketing efficiency, cooperation with local goods and service providers including agriculture, building and civil engineering works, etc. (see Tosun 1999). However, the content analysis of relevant documents such as National Development Plans prepared by State Planning Organizations, reports prepared by Association of Turkish Travel Agencies, NGOs, etc suggest that economic sustainability of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area has not been considered. It is found that there are no measures taken for marketing and promotional activities, marketing efficiency assessment, cooperation with local goods and service providers, etc.

2.4 Regulation of Tourism Activities

Without proper laws affecting tourism operations in the forms of incentives and restrictions it will be impossible to promote sustainable tourism development. In the good practice, various measures are taken for strict control and/or restriction for urbanization and building scheme to ensure environmental sustainability of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area. In particular, more strict restrictions are put in effect for enriching and protecting biological diversity. As noted, night access to the beach in Dalyan and Köyceğiz are totally forbidden for healthy nesting and fertilizing.

2.5 Economic and Financial Aspects of Projects in the Good Practice Area

Almost all coasts of the projects of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area are financed by the Ministry of Environment and Forestry with financial contribution of German financial institution KfW, GTZ and local governments.

Dalyan – Köyceğiz as a local tourist destination has become popular. The unspoiled natural resources are main attractions for visitors. Both international and domestic tourists visit the locality. The number of tourists visiting the area is increasing at an increasing rate.

Viability: Presently, Dalyan and Köyceğiz seem to have a good economic viability and profitability in terms of the tourism industry. Although there is no data about rate of returning visitors, in general, occupancy rate of the accommodation facilities is higher than the occupancy rate of accommodation facilities in non-coastal areas. While 1.768.777 tourists visited the area in 1998, 2.658.398 tourists visited the area in 2007 (see Ministry of Culture and Tourism 2007). This is an almost 67 percent increase in a nine year period. However, as it is valid for many tourist destinations the tourism industry is very sensitive to fluctuation of the market, political instability, and economic crisis and terror activities of PKK.

2.6 Monitoring Activities in the Good Practice Area

It is logical to organize follow-up activities to assess environmental, social and economic performance and impact – indicators. Without these activities it would be almost impossible to know what is happening in terms of sustainable tourism development. The content analysis of relevant documents such as National Development Plans prepared by State Planning Organizations, reports prepared by Association of Turkish Travel Agencies, NGOs, etc suggest that monitoring activities seems to be very limited in the good practice area. Only

the sea turtles population has been observed by various researchers from different universities. Thus, in terms of biodiversity it may be said that there is a good system of assessing the performance of measures taken to protect the sea turtles population. Other than this monitoring activity, there are no monitoring activities.

Accountability: It should be accepted that reporting and feedback mechanisms created, involvement and information of employees, local community and other partners involved – transparency are the basic issues for accountability of any projects.

Although research results of the sea turtles are released by the researchers through publishing in international journals, local and national newspapers, there are no reports about involvement and information of employees, local community and other partners involved.

2.7 Positive and Negative Results / Lessons Learnt

When we examine “Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area” carefully several lessons could be drawn. Some of these lessons could be positive and some of them could be negative.

Positive Lessons: The first positive lesson is that the case of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Area shows that how tourism can co-exist with sea turtles, as well as other flora and fauna. Dalyan sets the optimum balance as it imposes very stringent and rigidly enforced controls on its 4 km Itzuzu Beach, including total restrictions on night-time access, and limitations on the placement of sunloungers and umbrellas. As a result, it is recorded as the highest density nesting beach in Turkey. Yet despite such comprehensive restrictions, international tourism has still rapidly flourished in the nearby riverfront tourism centre. Surveys have demonstrated that tourists are quite content with the beach being partly accessible only during the daytime, and there is over-all a high degree of destination satisfaction (Kaska, 2001).

The second positive lesson is related to resource management or environmental management. Through the exercise of special environmental protection areas Turkey has learned how to achieve environmental sustainability of tourist destination to some degree. Because of the announcement of special environmental protection zones, around 14 environmentally sensitive and fragile areas have been taken under protection and strict restriction in terms of urbanization and any development including tourism related constructions.

Finally, those activities in the context of Köyceğiz – Dalyan Special Environmental Protection Areas has created and promoted environmental awareness and sensitiveness. That is to say, those kinds of projects have helped the relevant society and tourists to establish a better behavior and attitudes towards environment and bio-diversity.

Negative Lessons: The first negative lesson may that private sector is not yet willing to finance initiative beyond their immediate benefits. They do not consider environmental resources as a valuable one for the future of their business. It is believed that the public bodies must take all necessary measures for sustainable development and fully finance any initiative in this regard without asking contribution of private sector (see Tosun 2001).

The second negative lesson is that official bodies have failed to achieve participation of interest groups in the relevant projects. However, without sincere cooperation of private sector, local community and NGOs it would be very difficult to achieve a comprehensive sustainable tourism development. That is to say, for efficient and effective sustainable tourism development all members of shareholders should cooperate and collaborate with each others. Although a participatory approach have adopted in operation and activities of EPASA, it has not been practiced as it is stated in the latest long-term development plan prepared by State Planning Organization.

2.8 Replication Possibilities

It should be accepted that projects in relation to “Köyceğiz – Dalyan Special Environmental Protection Areas” are mostly related to environmental sustainability. There is almost no project or initiative to achieve economic and socio-cultural dimension of sustainable development. That is to say, this GP could be replicated when resources are available for

financing projects, and official bodies are willing to implement projects for promoting sustainable tourism development

IV. PART IV – PROPOSALS FOR PROMOTING A SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN TURKEY

1. Introduction

Turkey with her 8000 kilometer coastline extending along the Black Sea, the Sea of Marmara, the Aegean Sea, and the Mediterranean Sea has a unique position connecting Europe and Asia, geographically, socially, culturally as well as ecologically. That is to say she has rich natural, cultural and living culture along with high quality built tourist facilities and low price level in relative terms as attractions for international tourists. These positive and strong supply sides of the tourism industry has attracted attention of both Turkish government, international organizations such as World Bank and International Monetary Fund and multinational companies including international tour operators. To cut the long story short, in the 1980s the civilian government after the military coupe with the urge of these international financial organizations and multinational companies has given the highest priority to the tourism industry as a tool to achieve the export-led economic growth strategy recommended by World Bank and International Monetary Fund. While the government and international donor agencies have targeted to solve macro-economic problems such badly needed foreign currency earnings for the finance of industrialization and high numbers of youth unemployment through the development of the tourism industry, the international tour operators have aimed at maximizing their profit by opening just another country as a cheap tourist destination in the Mediterranean Basin that is believed to create a fierce price competition among destination countries.

In brief, tourism growth initiatives in Turkey have been started under a socio-economic and political crisis in the 1980s. The Tourism Encouragement Law N0. 2634 in 1982 was enacted to accelerate the tourism growth process by giving generous fiscal, monetary and bureaucratic incentives in particular to the large scale tourism investments taken place on the coastal parts of the country. In a relatively short period, Turkey has been very successful in her tourism growth strategy in terms of volume (international tourist arrivals and bed capacity) and value (international tourist receipts). However, such a growth strategy has taken place without a contemporary tourism development planning approach compatible with principles of sustainable development. Consequently, various socio-economic and environmental problems have emerged due to the rapid and unplanned tourism growth.

2. Major Problems of Sustainable Tourism Development in Turkey

As mentioned above, and noted in Part I, II and III of this report promoting a sustainable tourism development has several problems. These problems could be summarized under three main categories.

2.1 Environmental Problems

- Concentration of mass tourism development in certain spaces on the coastal areas
- Visual pollution
- Impact of tourism on floral and fauna
- Pollution
- Impacts of tourism on fragile geological formations
- Impacts of tourism on other natural resources

2.2 Economic Problems

- Over-dependency on international tour operators
- Market dependency
- Seasonality – under capacity utilization

2.3 Socio-cultural Problems

- Isolation of local people from development taking place in their locality,
- Over-commercialization,
- Demonstration effect of tourism on local people consumption

2.4 Proposals for Promoting Sustainable Tourism Development in Turkey

Before discussing the issues related to strategies for achieving sustainable tourism development, it would be better to clarify the concept of “*sustainable tourism*” and “*sustainable tourism development*”. Sustainable tourism development can be defined as “all kinds of tourism developments that make a notable contribution to or, at least, do not contradict the maintenance of the principles of development in an indefinite time without compromising the ability of future generations to satisfy their own needs and desires” (Tosun, 1998, p. 596). This definition explains clearly what does sustainable tourism development means, but it does not distinguish “*sustainable tourism*” from “*sustainable tourism development*”. Such a distinction was made in Butler's definition. Although this distinction seems not to be widely recognized, it is important. Butler stated that:

sustainable development in the context of tourism could be taken as: tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and well-being of other activities and processes. That is not the same as sustainable tourism, which may be thought of as tourism which is in a form which can maintain its viability in an area for an indefinite period of time (1993, p.29).

Based on the overall analysis made in Part I, II and III of this report, and by keeping the conceptual distinction made between “*sustainable tourism*” and “*sustainable tourism development*”, several strategies could be recommended for achieving sustainable tourism development. These strategies could be put under 6 categories. These are:

- Product and market diversification and re-locating tourism development
- Community participation in the local tourism development process
- Decentralization of public administration of tourism development
- Widening environmental awareness and protection
- Moving towards societal-oriented destination marketing philosophy
- Adopting a more contemporary pro-active planning approach

It may be helpful to discuss these strategies in some details.

2.5 Product and market diversification and re-locating tourism development

When analyzed, it is clear that for long time Turkey as a tourist destination has followed market penetration by offering her current tourism products to her current tourist markets. Lowering the price level and increasing advertising have been used widely as market penetration tactics. This has brought the problem of concentration of tourism demand in time and space, which seems to be the root of many setbacks in front of sustainable tourism development. Thus, product and market diversification should be adopted as a destination growth strategy for achieving a better sustainable tourism development (STD). That is to say, Turkey should identify new tourism products and promote and sell them in new market segments. Possible new tourism products and markets that Turkey could develop may be categorized as given in Table 15

Table 15 Product - Market Diversification & Re-Locating Tourism Development

NEW TOURISM PRODUCT	LOCATION OF THE NEW PRODUCT	NEW TOURISM MARKET
Cultural and heritage tourism	Selected areas in all over of Turkey	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Ecotourism	Selected areas in non-coastal regions	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Faith tourism	Places where heritage of different religion exist	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Rural tourism	Selected areas in non-coastal regions	Upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Spa tourism	Locations where spa exist	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Health tourism (medical treatment at hospital)	Selected big cities in non-coastal region	Upper middle income groups in the international market
Sport tourism	Selected areas in all over of Turkey	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Winter tourism	Mountain areas	Up & upper middle income groups in the international & domestic tourist market
Developing different type of special interest tourism	Selected areas in all over of Turkey	Up - international market
Promoting peace celebration activities on the border of Greece & Syria by establishing multi-functional parks, free-trade centers, shopping centers, natural parks, & peace monuments in the border lands	On the border of Greece and Syria (Aegean and Mediterranean Region)	Up - international market & upper middle income group in the international tourism market
Hosting international events	Selected non-coastal big cities	Up - international market - Specific tourist market
High-lands (Yayla) tourism	Black Sea, Central Anatolia & East Anatolia	Up – and upper middle income group in the Middle-East

As noted in the previous parts of this report, Turkey has hitherto targeted Western European low- and middle-income groups, largely through the direction provided by international tour operators. The product differentiation strategies will naturally lead Turkey to re-locate her tourism investment in the regions where potential for alternative tourism products exist. Moreover, this will require Turkey as a tourist destination to target different market segments in the international tourism market. Consequently, while product and market diversification strategies will decrease dependency of the country on international tour operators and limited number of tourist generating countries, it will also limit the concentration of tourism demand and development in time and space.

2.6 Community participation in the local tourism development process

Many students of tourism have supported that community participation in the tourism development process is prerequisite to sustainable tourism development (see Tosun and Timothy 2003; Timothy and Tosun 2003; Tosun 2000; 2001; 2006; Woodley 1993). In this regard, it has also been argued that

An important aspect of sustainable development is emphasizing community-based tourism. This approach to tourism focuses on community involvement in the planning and development process, and developing the types of tourism, which generate benefits to local communities. It accrues to local residents and not to outsiders. Maximizing benefits to local residents typically results in tourism being better accepted by them and their actively supporting conservation of local resources (Inskeep, 1994, p. 8).

Adopting community-based tourism development in Turkey and elsewhere in many tourist destinations may generate the following positive outcomes:

- It will lead to better distribution of benefits and cost of tourism development among the stakeholder of the tourist destinations.
- Since the more that community residents benefit from tourism, the more likely they will volunteer for protecting the area's natural and cultural heritage and support tourism activities (McIntyre *et al.*, 1993; Timothy, 1999).
- It will help establish desirable conditions for growth management in tourist destinations (Williams & Gill, 1994, p. 184) and could be utilized as a technique for limiting negative social impacts (Pearce (1994) by educating communities about the benefits of tourism (Ryan and Montgomery 1994, p. 369). In brief, a reasonable degree of consensus, which might be reached via public participation, is requisite for sustainable tourism development
- The limits of local tolerance to tourism can be increased through resident participation, thereby potentially increasing social carrying capacity as well (D'Amore, 1983; Tosun, 2005; 2002). As Murphy (1985, p. 153) puts it, "tourism relies on the goodwill and cooperation of local people because they are part of its product. Where development and planning do not fit in with local aspirations and capacity, resistance and hostility can ... destroy the industry's potential altogether".
- Community participation may help the industry contribute to national development better in the long term if local people have a voice in decision-making (Tosun, 2005; 1998). In this way, the participatory approach can be an instrument for economic growth and sustainable development at both local and national levels. Additionally, the participatory development strategy can be used as a tool to improve a community's capacity for making decisions within the democratic process. This is badly needed, particularly in the developing world.

As the above discussion highlights that community involvement has become an indispensable part of sustainable tourism development since it has the potential to help protect and preserve socio-cultural, historical and natural resources essential for tourist experiences, achieve a more equitable distribution of tourism costs and benefits among stakeholders, and increase the mutual benefits among tourists and destination residents by building a better understanding between them.

2.7 Decentralization of public administration of tourism development

It is very clear stated in the previous section of this report that one of the major reasons behind the roots of unsustainable tourism development is the over-centralization of public administration system of tourism. It is argued that the organizational structure of local government is a formed by the bureaucratic and fiscal concerns of central bodies rather by taking into account the need of local people. Several studies found that historically, Turkey has a strong central government that has practiced administrative tutelage on the local bodies, which has brought the dangers of concentration of power in too few hands. Such a centralized administrative practice of the central government has functioned as an obstacle for emergence of responsive, effective and autonomous institutions at the local level. That is to say, local governments in Turkey lack power and financial resources to respond to public and tourists needs effectively (Tosun and Jenkins 1996; Tosun, 1998; 2001; Tosun, Fletcher and Fyall 2006).

In this regard, based upon the consultant personal experience and overall findings of this report it may be said that without re-structuring the public administration system in Turkey, it would be very difficult to promote and manage tourism development within the principles of sustainable tourism development. Although the current government has recognized the need for restructuring public administration systems and has prepared new legislation to give them more power, the enactment of this law has been delayed by strong political opposition. Without empowering local governments in an appropriate manner, it may not be possible for local authorities to deal effectively with environmental, social and economic impacts of tourism. Municipalities have difficulty in serving foreign tourists, second-home owners and

their permanent residents simultaneously because their budgets are based on the number of permanent residents, excluding second-home owners and tourists. When large numbers of tourists and second-home owners come and visit popular local tourist destinations during peak season, the service demands on these local municipalities goes beyond their capacities. Consequently, undesirable environmental, social, cultural and economic impacts result. This may suggest that any approach to sustainable tourism development in the absence of strong local planning authority and involvement of local communities in the planning process to some degree seems to be very difficult.

2.8 Widening environmental awareness and protection

It is widely known that natural and cultural resources are the main attractions for tourism investments and tourist demand. However, it has also become a common knowledge that tourism destroys its own resources due to the unplanned tourism growth and lack of awareness about environmental matters. In the words of Beeton (2006) "Tourism is like fire. It can cook your meals or burn your house down". If Turkey wishes to use tourism as fire for cooking her meals, there is an urgent need for a greater environmental awareness and protection. This could be achieved by providing more training and education about environmental issues and putting in effect more strict environmental regulation and code.

Creating environmental awareness: In order to give priority to environmental concerns in tourism development, the design and implementation of training programmes for environmental awareness is vital. These should target appropriate local authority employees, private sector representatives and members of NGOs. Appropriate information and interpretation should be published and provided for tourists to inform them about the fragile nature of the country's historic and natural assets (see Tosun, Fletcher and Fyall 2006).

Putting in effect more strict environmental regulation and code: The overall analysis of tourism development matters in Turkey suggests that more strict environmental regulations and rule should be developed and enforced to protect unique and fragile natural resources, and cultural heritage. These measures should be strict and free of misinterpretation and misuse. It is argued that if necessary, international agencies should be approached to collaborate to protect these non-renewable resources. Additionally, signboards should be put in place to advise tourists of restrictions. Through booklets and newsletters tourists can be informed how these fragile resources can be easily damaged. Tourist guides should be educated about environmental issues. Tourist guides should be responsible to introduce to tourists relevant environmental codes and give, free of charge, relevant booklets and newsletters, to tourists in their groups. Most importantly, there should be control to implement these environmental codes via empowering local government, nongovernmental organizations and local communities (see Tosun and Fyall 2005; Tosun, Fletcher and Fyall 2006).

2.9 Moving towards societal-oriented destination marketing philosophy

As stated previously, many developing countries including Turkey have followed production, product, selling and market oriented destination marketing management approach by ignoring a delicate balance among environment, society and destination profitability. However, for achieving and promoting a better sustainable tourism development, it is sine qua non to move towards societal oriented destination marketing management approach that seeks to establish a delicate balance among environmental protection, enhanced societal well-being, and long-term customer satisfaction and destination profitability (see Tosun, Okumus and Fyall 2008; Tosun, Fletcher and Fyall 2006; Fyall, Garrod and Tosun 2006).

2.10 Adopting a more contemporary pro-active planning approach

Evidently one of the major obstacles to promoting sustainable tourism development in Turkey is "onceover" and rigid national master tourism planning approach which has failed to tackle problems of local tourist destinations in the country. It is sincerely believed that the old approach to planning should be replaced with a new approach to planning, which should

involve flexible, continuous, comprehensive, integrative, participatory and system planning models. To Tosun and Jenkins (1998), these planning approaches are not necessarily exclusive; rather they overlap each other. There are differences among them; however, sometimes some of them can replace one another to some extent. At other times they may embody a more alternative stance towards empirical reality, but at no time can one of these planning approaches alone be sufficient to function as contemporary tourism development planning. Thus, it recommended that countries in the Mediterranean Basin should develop an appropriate method of planning by using the right mix and proportion of components of the contemporary approach, taking into consideration their own social, cultural, political, economic and environmental conditions.

V. BIBLIOGRAPHY

- Adaman, F. and Arsel, M. (2005). Introduction. In: Adaman, F. and Arsel, M. (eds) *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot, UK: Ashgate, pp. 1–11.
- Allen, R.L.; Long, T.P.; Perdue, R.R. & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Altunel, E. and Hancock, P.L. (1994). Pollution of the Pamukkale travertine as a consequence of urbanisation: what future for a unique natural Turkish Monument?. In *47 Türkiye Jeoloji Kurultayı*, Bildiri Özetleri; Çevre Jeolojisi Oturumu. İzmir/ Türkiye: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Arsel, M. (eds). *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot (UK): Ashgate, pp. 249–262.
- Baidal, J. A. I. (2004). Tourism Planning in Spain. *Annals of Tourism Research*, vol. 31(2), pp. 313-333.
- Beeton, S.(2006). *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.
- Boratav, K. (1990). Inter-class and intra-class relations of distribution under 'Structural Adjustment': Turkey during the 1980s. In Aricanli, T. and Rodnik, D. (eds). *The Political Economy of Turkey: Debt Adjustment and Sustainability*. London: MacMillan, pp. 199-229.
- Brotherton, B., Woolfenden, G. and Himmetoglu, B. (1994). Developing human resources for Turkey's tourism industry in the 1990s. *Tourism Management*, Vol. 15 No. 2, pp. 109-16.
- Butler, R. W. (1993). Tourism: An evolutionary perspective. In J. G. Nelson, R. Butler, & G. Wall, *Tourism and sustainable development: monitoring, planning, managing* (pp. 26}43). Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.
- Butler, R.W. (1990). Tourism-historical and conceptual context. In Nelson, J.G. and O'Neil, P.C. (Eds), *A Workshop on a Strategy for Tourism and Sustainable Development*, Heritage Resources Centre, University of Waterloo, Waterloo, pp. 15-19.
- Bywater, M. (1991). Prospects for Mediterranean Beach Resorts: an Italian case Study. *Travel and Tourism Analyst*, Vol.5, pp.75-89.
- CEC (Commission of the European Communities) (2003). *Basic orientations for the sustainability of European tourism*. Brussels: CEC . <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/consultation/> (last accessed 21 November 2003).
- Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164}182.
- Cohen, E. (1988). Tourism and Aids in Thailand. *Annals of Tourism Research* 15:467–486.
- Convery, F.J. and Flanagan, S. (1992). Tourism and the Environment-Impacts and Solutions. In Briassoulis, H. and van der Straaten, J. (eds), *Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues*. Boston: Kluwer Academic Publishers, pp. 145-153.
- Copeland, E. (1992). The Role of Airlines in the Tourism and Environment Debate. *Tourism Management*, March, pp.112-114.
- D'Amore, L. (1983). Guidelines to planning in harmony with the host community. In P.E. Murphy, (Ed.), *Tourism in Canada: Selected issues and options*. Victoria, BC: University of Victoria, Department of Geography. pp. 135-159
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment, Social Cultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.16, pp.216-236.
- Duzgunoglu, E. and Karabulut, E. (1999). *Development of Turkish Tourism: Past and Present*. Istanbul: TURSAB, Association of Turkish Travel Agencies.
- Erdogan, N. and E. Baris (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28 (2): 604-614.

- Eroglu, T. (1995). Yüksek Okul adına yapılan konusmalar. In *Kapadokya Toplantıları II: Turizm Endüstrisi- Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu İşbirliği İmkanları* (pp. 30-33).
- Fletcher, J.E. (1989). Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research* 16, 514-29.
- Fyall, A., Garrod, B. and Tosun, C. (2006). Destination marketing: A framework for future research. In Kozak, M., and Andreu, L. (eds.) *Perspective in Tourism Marketing*, pp 75-86, Elsevier Publishing.
- GAP Southeast Anatolian Project (2002). *Bolgesel Kalkınma İdaresi Başkanlığı*, Ankara, <http://www.gap.gov.tr> or <http://www.dpt.gov.tr>.
- Göymen, K. (2000). Tourism and governance in Turkey. *Annals of Tourism Research* 22,1025-48.
- Hamele, H. (1988). Leisure in Nature. *Naturoopa*, Vol.59, pp30-32
- Hansen, B. (1991). *The Political Economy of Poverty, Equity, and Growth: Egypt and Turkey*. Published for the World Bank. Washington: Oxford University Press.
- Hunter, C. and Green, H. (1995). *Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship?*. Routledge, London.
- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning*. London: Routledge.
- Kaska, Y. (1993). *Investigation of Caretta caretta population in Patara and Kizilot*. M. Sc. Thesis. Dokuz Eylül University, Izmir.
- Kaska, Y. (2001). *The need for sea turtle rescue center in Turkey; a preliminary work*. Proceedings of the 21th International Sea Turtle Symposium. Philadelphia-USA.
- Kaska, Y., Baran, İ., İlğaz, Ç.,Turkozcan, O., Öz, M., Erdogan, A. (2001). *An estimation of the total nesting activity of sea turtles in Turkey*. Proceedings of the 21th International Sea Turtle Symposium. Philadelphia-USA.
- Keyman, E.F. (2005). Modernity, democracy, and civil society. In: Adaman, F. and Arsel, M. (eds) *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*. Aldershot, UK: Ashgate, pp. 35-52.
- King, B., A. Pizam, and A. Milman (1993). Social Impacts of Tourism: Host Perceptions. *Annals of Tourism Research* 20:650-665.
- Klein, R. (2001) Public policies and cultural tourism. In *The 1st Conference on Cultural Tourism-EU Activities. Fira de Barcelona, Spain, 29-31 March*. <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/tourism-publications/documents/barcelona30-03-2001.pdf> (last accessed March 2005).
- Kocasoy, G. (1989). The relationship between coastal tourism, sea pollution and public health: a case study from Turkey. *Environmentalist*, Vol.9(4), pp.245-251
- Kousis, M. (1989). Tourism and the Family in a Rural Cretan Community. *Annals of Tourism Research*,16:318-332.
- Kuleli, E. (1999). *Erzincan, Türkiye'nin Doğa Sporları Merkezi Oluyor*. TÜRSAB (The Association of Turkish Travel Agencies) Aylık Dergi, Vol.185, pp.28-30
- Mathieson, Alister and Wall, Geoffrey (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Essex: Longman Group Ltd.
- Mavi Bayrak (Blue Flag) (2008). <http://www.ntvmsnbc.com/news/407038.asp>: last accessed February 3, 2008.
- McIntyre, G., Hetherington, A. & Inskeep, E. (1993). *Sustainable tourism development: A guide for local planners*. Madrid: World Tourism Organisation.
- Midgley, J. (1987). Popular participation, statism and development. *Journal of Social Development in Africa*, Vol. 2 No. 1, pp. 5-15.
- Ministry of Culture and Tourism (2000, 2003, 2007, 2008). *Bulletin of Tourism Statistics*. Ankara: Ministry of Culture and Tourism.
- Ministry of Culture and Tourism (2005) *Tourism Activities*. Ankara: Ministry of Tourism. Available at: www.turizm.gov.tr/EN/BelgeGoster.aspx?17A16AE30572D3136407999D5EC
- Ministry of Environment and Forestry (2008). *Documents about National Parks*. Obtained by personal contact, Ankara: Ministry of Environment and Forestry.
- Mumcu, E. (2004) *Türkiye'nin 2010 Turizm Vizyonu ve II. Hamle Dönemi Konulu Basın Toplantısı* (press meeting on the 2010 Tourism Vision of Turkey and the Second Initiation Period). Available at: http://www.kultur.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?BELGENO=49979
- Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Methuen.
- Nicholls, L. L. (1976). Crime Detection and Law Stabilization in Tourist-recreation Regions. *Journal of Travel Research* 15(1):18-20.
- Niles, T. (1998). Greek-Turkish cooperation. *Christian Science Monitor*, 90(141): 19-20.

- O'Reilly, A. M. (1986) Tourism Carrying Capacity. *Tourism management*, 7(4):254-258.
- OECD (1981, 1997). *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*. Paris: OECD.
- Ohmae, K. (1992). *The borderless world: Power and strategy in the global marketplace*. London: Harper Collins.
- Oppermann, M. (1993). Tourism space in developing countries. *Annals of Tourism Research* 20: 535-556.
- Pearce, D. G. (1978). Form and function in French resorts. *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, pp.142-156.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. Essex: Longman.
- Pearce, P.L. (1994). Tourism-resident impacts: Examples, explanations and emerging solutions. In W.F. Theobald, (Ed.), *Global Tourism* (pp. 104-123). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Pizam, A. (1978). Tourism Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents. *Journal of Travel Research* 16(3):8-12.
- Pizam, A., and J. Pokela (1985). The Perceived Impact of Casino Gambling on a Community. *Annals of Tourism Research* 12:147-165
- Reising, Y. (1994). Social Contact between Tourists and Hosts of Different Cultural Backgrounds. In *Tourism the State of the Art*, A. V. Seaton, ed., pp. 743-753. Chichester: Wiley.
- Resmi Gazete (1982) *Turizm Tesvik Kanunu, Sayı: 2634; Kabul Tarihi: 12/3/1982* (Tourism Encouragement Law no. 2634; Date of Acceptance: 12/3/1982). Ankara: Resmi Gazete.
- Ryan, C. & Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15, 358-369.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism: A Chance for Regional Development in Turkey?'. *Tourism Management*, Vol.23, pp.85-92.
- Sezer, H., & Harrison, A. (1994). Tourism in Greece and Turkey: An economic view for planners. In A. V. Seaton, *Tourism the state of the art* (pp. 74}83). Chichester: Wiley
- State Planning Organization (1994, 1996, 1999, 2002, 2007) *Main Economic Indicators*. Ankara (Turkey): State Planning Organization.
- Stonich, S.C. (1998). Political ecology of tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.25 (1), pp.25 55.
- Tananone, B. (1991). International tourism in Thailand: environment and community development. *Contours*, Vol.5(2), pp.7-9.
- The Economist (1996). *A Survey of Turkey*. 8th June, 1996.
- The Istanbul Chamber of Commerce (1997). *Monthly Economic Figures, June-1997*. Istanbul: ITO (ICOC).
- Timothy, D. (1998). Cooperative tourism planning in a developing destination. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 6 No. 1, pp. 52-68.
- Timothy, D.J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, n°2, 371-391.
- Timothy, D.J. and Tosun, C. (2003). Appropriate planning for tourism in destination communities? Participation, incremental growth and collaboration. In S. Singh, D.J. Timothy and R.K. Dowling (eds). *Tourism in Destination Communities*, pp. 181-204. Cambridge: CABI Publishing.
- Tosun A., Okumus F. And Fyall A. (2008). Marketing Philosophies Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 35(1):127-147.
- Tosun, C. (1996). *Approaches to tourism development planning at sub-national level: A case study of Cappadocia in Turkey*. Unpublished MPhil thesis, Strathclyde University, The Scottish Hotel School, Glasgow, UK.
- Tosun, C. (1998). Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey. *Tourism Management*, Vol.19 (6), pp.595-610.
- Tosun, C. (1999). An analysis of contributions of international inbound tourism to the Turkish economy. *Tourism Economics* 5(3), 217-250.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6):613-633.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3):285-299.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of tourism impacts: A comparative study. *Annals of Tourism Research*, 28(4): 231-253.
- Tosun, C. (2005). Stages in emergence of participatory tourism development process in developing countries. *Geoforum*, 36(3):333-352.
- Tosun, C. (2006). Expected level of community participation in the tourism development process. *Tourism Management*, 27(1):493-504.

- Tosun, C. and Fyall, A. (2005). Making tourism sustainable: prospects and pitfalls. In Adaman, F and Arsel, M. (Eds.). *Environmentalism in Turkey: Between Democracy and Development*, pp.249-262, Ashgate Publishing.
- Tosun, C. and Jenkins, C.L. (1996). The need for regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7):519-531.
- Tosun, C. and Jenkins, C.L. (1998). The evolution of tourism planning in Third World countries: a critique. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2):101-114.
- Tosun, C. and Timothy D.J. (2003). Arguments for community participation in the tourism development process. *Journal of Tourism Studies*, 14(2):2-14.
- Tosun, C. and Timothy, D.J. (2001). Defects in planning approaches to tourism development developing countries: the case of Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13(7), 352–359
- Tosun, C., Fletcher, J. and Fyall, A. (2006). Turkish tourism development pattern in the New Europe: Implication of EU enlargement. In Hall, D., Marciszewska, B. and Smith, M. (Eds.). *Tourism in the New Europe: The Challenges and Opportunities of EU Enlargement*, pp.279-287, CABI Publishing.
- Tosun, C., Okumus, F. and Fyall, A. (2008). Marketing Management Philosophies in a Developing Country Context. *Annals of Tourism Research*, 35(1):127-147.
- Tosun, C., Timothy, D.J. and Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism* 11(2-3), 133–161.
- Tosun, C., Timothy, D.J., Parpairis, A. and MacDonald, D. (2005). Cross-border co-operation in tourism marketing for sustainable tourism development: The case of Greece and Turkey. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(1):5-23.
- TSE (Turkish Standard Institution) (2008). *Standard Belgesi Alan İşletmeler* (Establishment Obtained Some Kinds of Standards), obtained through personal contact.
- Tucker, H. (1997). The Ideal Village: Interactions through Tourism in Central Anatolia. In S. Abram, J. Waldren and D.V.L. Macleod (eds), *Tourists and Tourism*, Berg, Oxford, pp.107-128
- Turizm Bankasi (1986). *Cappadocia Touristic Development Areas*. Ankara (Turkey): Turizm Bankasi A.S.
- Turizm Yatirimcilar Dernegi (TYD) (Association of Turkish Tourism Investors) (2007). *Turizm İstatistikleri* (Tourism Statistics). Istanbul (Turkey): TYD.
- Türkiye Kalkınma Bankası (TKB) (Development Bank of Turkey) (1990; 2002;2008). *Turizm kredilerinin Yöresel Dağılımı* (Regional Distribution of Tourism Credit), Obtained by Written Personal Contact on January 25, 2008.
- Türkiye Kalkınma Bankasi (1990). *Turizm El Kitabı* (Tourism Handbook). Ankara(Türkiye) Kalınma Bankasi.
- TURSAB (2008). *Seyahat Acentaları Bilgileri* (Information about Travel Agencies), <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/sorgu/index1.asp> (last accessed on 30 March, 2008).
- Wheatcroft, S. (1991). Airlines, Tourism and the Environment'. *Tourism Management*, Vol.12 (2), pp.119-124.
- Williams, P.W. & Gill, A. (1994). Tourism carrying capacity management issues. In W.F. Theobald, (Ed.), *Global Tourism* (pp. 174-187). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Williams, P.W. and Gill, A. (2005). Addressing Carrying Capacity Issues in Tourism Destinations through Growth Management, pp.194-212. In Theobald, W.F. (ed.), *Global Tourism*. London: Elsevier.
- Woodley, A. (1993). Tourism and sustainable development: The community perspective. In J.G. Nelson, R.W. Butler & G. Wall, (Eds.), *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing* (pp. 135-146). Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.
- WTO (1983). *Study of tourism's Contribution to Protecting the Environment*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yale, P., Carillet, J.B., Maxwell, V. and Raphael, M. (2005). *Turkey*. London: Lonely Planet.
- Yeldan, E.A. (1988). Structural adjustment and trade in Turkey: investigating the alternatives 'beyond export-led growth. *Journal of Policy Modeling*, 11 (2) 273-296.
- Yenen, S. (1997). *Turkish Odyssey*. Istanbul: Serif Yenen. Available at: <http://www.turkishodyssey.com/turkey/history/history.htm>
- Yuksel, F., Bramwell, B. and Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management* 20, 351–360.

Websites :

www.cevreorman.gov.tr/durum_rapor/ockkb/
www.ockkb.gov.tr
www.strt.hacettepe.edu.tr

VI. TABLE OF ILLUSTRATIONS

Table 1 Tourist Arrivals and Receipts in Turkey, 1970-2006	969
Table 2 Exports by Commodities and Tourism Receipts (in Millions Dollars), 1994-2006.....	970
Table 3 Tourism Receipts and Capital Movements in Turkey in Millions of \$USA, 1990-2006	970
Table 4 Share of Tourism Receipts in the Gross Domestic Product & Export Earnings 1963-2006.....	970
Table 5 Distribution of Landing and Departing Charter Flights in & out of Turkish Airport By Years and Regions	978
Table 6 Regional Distribution of National Parks	984
Table 7 monthly Distribution of Tourist Arrivals to Turkey, 2000-2006	988
Table 8 Incentives Given as Credit to Tourism Investments and Operations by Regions (000 NTL) 2001 - 2007	993
Table 9 Number of International Tourist Arrivals and Nights Spent by Regions, 1996-06.....	994
Table 10 Number of Tourism Licensed Accommodation Establishments by Geographic Regions (2000-2006)	994
Table 11 Regional Distribution of Travel Agencies and Tour Operators in 2007	996
Table 12 Köyceğiz-Dalyan Special Environmental Protection Areas' Projects	1003
Table 13 Training Activities Given for Achieving Environmental Sustainability.....	1005
Table 14 Prepared Plans for Achieving Environmental Sustainability	1009
Table 15 Product - Market Diversification & Re-Locating Tourism Development	1015
Figure 1 the Nesting Grounds of the Sea Turtles in Turkey.....	985
Figure 2 Organization Chart of Environmental Protection Agency for Special Areas (EPASA)	1000
Figure 3 Map of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Areas	1002
Figure 4 Map of Dalyan – Köyceğiz Special Environmental Protection Areas	1002
Picture 1 Köyceğiz Waste Water Refinery	1007
Picture 2 Köyceğiz Fresh Water Depository	1007
Picture 3 Dalyan Waste Water Refinery	1007
Picture 4 Dalyan Fresh Water Depository	1007
Picture 5 Ortaca Garbage Storage Plant	1008

LIST OF MAP TECHNICAL SERIES REPORTS (MTS)

LISTE DES RAPPORTS TECHNIQUES DU PAM

MTS Reports are available from the Documents & Publications section of our web site at www.unepmap.org

MTS 173. UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Promoting sustainable tourism in the Mediterranean: Proceedings of the Regional Workshop: Sophia Antipolis, France, July 2-3, 2008.** MAP Technical Reports Series No. 173. UNEP/MAP, Athens, 2009.
Promouvoir un tourisme durable en Méditerranée : Actes de l'atelier régional: Sophia Antipolis, France, 2-3 juillet 2008

MTS 172. UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Rethinking rural development in the Mediterranean: Proceedings of the Regional Workshop on Sustainable Agriculture and Rural Development: Bari, Italy, May 8-11, 2008.** MAP Technical Reports Series No. 172. UNEP/MAP, Athens, 2009.
Repenser le développement rural en Méditerranée : Actes de l'atelier régional sur l'agriculture et le développement rural durables: Bari, Italie, 8-11 mai 2008

MTS 171. UNEP/MAP/PAP RAC : **MAP Coastal Area Management Programme (CAMP) Slovenia: Final Integrated Report.** MAP Technical Series No. 171, UNEP/MAP, Athens, 2008.

MTS 170. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Assessment of the state of microbial pollution in the Mediterranean Sea.** MAP Technical Reports Series No. 170, UNEP/MAP, Athens, 2008.

MTS 169. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Municipal wastewater treatment plants in Mediterranean coastal cities – Inventory of treatment plants in cities of between 2,000 and 10,000 inhabitants.** MAP Technical Reports Series No. 169, UNEP/MAP, Athens, 2008.

MTS 168. UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Water demand management, progress and policies: Proceedings of the 3rd Regional Workshop on Water and Sustainable Development in the Mediterranean.** Zaragoza, Spain, 19 - 21 March 2007. MAP Technical Reports Series No. 168. UNEP/MAP, Athens, 2007.

Gestion de la demande en eau, progrès et politiques : Actes du 3e atelier régional sur l'eau et le développement durable en Méditerranée.

MTS 167. UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Energy and Sustainable Development in the Mediterranean: Proceedings of the Regional Workshop, Monaco, 29 - 30 March 2007.** MAP Technical Reports Series No. 167. UNEP/MAP, Athens, 2007.
Energie et développement durable en Méditerranée: actes de l'atelier régional, Monaco, 29 - 30 mars 2007

MTS 166. UNEP/MAP/MED POL: **Proceedings of the Workshop on the MED POL Biological Effects Programme: Achievements and Future Orientations (Alessandria, Italy, 20 -21 December 2006).** MAP Technical Reports Series No. 166, UNEP/MAP, Athens, 2007. (English).

MTS 165. UNEP/MAP/CP RAC: **State of the art of sustainable production in the Mediterranean.** MAP Technical Reports Series No. 165, UNEP/MAP, Athens, 2006. (English, French, Spanish).
État de la production durable en Méditerranée.
Estado de la producción sostenible en el Mediterráneo.

MTS 164. PNUE/PAM: **Programme d'Aménagement Côtier (PAC) de la "Zone côtière algéroise": Rapport final intégré.** No. 164 de la Série des rapports techniques du PAM, PNUE/PAM, Athènes, 2006. (French only)

MTS 163. UNEP/MAP/MED POL: **Sampling And Analysis Techniques for the Eutrophication Monitoring Strategy of MED POL.** MAP Technical Reports Series No. 163. UNEP/MAP, Athens, 2005. (English)

MTS 162. UNEP/MAP: **Review And Assessment Of National Strategies For Sustainable Development In The Mediterranean Region.** MAP Technical Reports Series No. 162, UNEP/MAP, Athens, 2005. (English, French)
Bilan et évaluation des stratégies nationales de développement durable en méditerranée.

MTS 161. UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Financing And Cooperation For Sustainable Development In The Mediterranean, Sophia Antipolis, France, 3 – 4 June 2004. Vols. I & II.** UNEP/MAP, Athens, 2005.
Financement et Coopération pour le développement durable en méditerranée : Sophia Antipolis, France, 3-4 Juin 2004 : Tomes I & II.

MTS 160. UNEP/MAP: **MAP CAMP Project "Lebanon": Final Integrated Project Document.** UNEP/MAP, Athens, 2005. (English).

MTS 159. UNEP/MAP/Blue Plan: **Dossier on Tourism and Sustainable Development in the Mediterranean.** UNEP/MAP, Athens, 2005. (English, French).
Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée.

MTS 158. PNUE/PAM/PLANBLEU: **L'eau des Méditerranéens : situation et perspectives.** PNUE/PAM, Athènes, 2004. (French).

MTS 157. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Municipal wastewater treatment plants in Mediterranean coastal cities (II)**
UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).

Stations d'épuration des eaux usées municipales dans les villes côtières de la Méditerranée (II)

MTS 156. UNEP/MAP/MED POL: **Inventories of PCBs and nine pesticides.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French)
Inventaire des PCB et de neuf pesticides.

MTS 155. UNEP/MAP/MED POL: **Plan for the management PCBs waste and nine pesticides for the Mediterranean Region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Plan de gestion des déchets dangereux, y compris un inventaire des déchets dangereux dans la région méditerranéenne.

MTS 154. UNEP/MAP/MED POL: **Guidelines for the development of ecological status and stress reduction indicators for the Mediterranean Region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices pour l'élaboration d'indicateurs d'état écologique et de réduction du stress.

MTS 153. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Guidelines for the management of industrial wastewater for the Mediterranean Region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices pour la gestion des eaux usées industrielles dans la région méditerranéenne.

MTS 152. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Guidelines on sewage treatment and disposals for the Mediterranean Region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices sur le traitement et l'élimination des eaux usées dans la région méditerranéenne.

MTS 151. UNEP/MAP/MED POL: **Guidelines for river (including estuaries) pollution monitoring programme for the Mediterranean Region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices pour un programme de surveillance continue de la pollution fluviale (estuarienne y comprise) dans la région méditerranéenne.

MTS 150. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Reference handbook on environmental compliance and enforcement in the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Manuel de référence sur le respect et l'application effective des dispositions environnementales dans la région méditerranéenne.

MTS 149. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Guidelines on environmental inspection systems for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices sur les systèmes d'inspection environnementale pour la région méditerranéenne.

MTS 148. UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Guidelines on management of coastal litter for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices sur la gestion des débris côtiers pour la région méditerranéenne.

MTS 147. UNEP/MAP/MED POL: **Plan for the management of hazardous waste, including inventory of hazardous waste in the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Plan de gestion des déchets dangereux, y compris un inventaire des déchets dangereux dans la région méditerranéenne.

MTS 146. UNEP/MAP/RAC/CP: **Guidelines for the application of Best Available Techniques (BATs), Best Environmental Practices (BEPs) and Cleaner Technologies (CTs) in industries of the Mediterranean countries.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices sur l'application des meilleures techniques disponibles (MTD), des meilleures pratiques environnementales (MPE) et des technologies plus propres dans les industries des pays méditerranéens.

MTS 145. UNEP/MAP/RAC/CP: **Plan for the reduction by 20% by 2010 of the generation of hazardous wastes from industrial installations for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Plan de réduction de 20%, d'ici à 2010, de la génération de déchets dangereux provenant des installations industrielles dans la région méditerranéenne.

MTS 144. UNEP/MAP/MED POL: **Plan on reduction of input of BOD by 50% by 2010 from industrial sources for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French, Arabic).
Plan de réduction de 50%, d'ici à 2010, des apports de DBO d'origine industrielle dans la région méditerranéenne.

MTS 143. UNEP/MAP/RAC/CP: **Guidelines for the application of Best Environmental Practices (BEPs) for the rational use of fertilisers and the reduction of nutrient loss from agriculture for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French, Arabic).
Lignes directrices sur l'application des meilleures pratiques environnementales (MPE) pour l'utilisation des engrais et la réduction des pertes d'éléments nutritifs dans l'agriculture en région méditerranéenne.

- MTS 142.** UNEP/MAP/RAC/CP: **Guidelines for the application of Best Available Techniques (BATs) and Best Available Practices (BEPs) in industrial sources of BOD, nutrients and suspended solids for the Mediterranean region.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English, French).
Lignes directrices sur l'application des meilleures techniques disponibles (MTD) et des meilleures pratiques environnementales (MPE) aux sources industrielles de DBO, d'éléments nutritifs et de matières en suspension pour la région méditerranéenne.
- MTS 141.** UNEP/MAP/MED POL: **Riverine transport of water, sediments and pollutants to the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 2003. (English).
- MTS 140.** UNEP/MAP/MED POL: **Mariculture in the Mediterranean.** UNEP/MAP: Athens, 2004. (English).
- MTS 139.** UNEP/MAP/MED POL: **Sea Water Desalination in the Mediterranean: Assessment and Guidelines.** UNEP/MAP: Athens, 2003. (English, French)
Dessalement de l'eau de mer en méditerranée: évaluation et lignes directrices.
- MTS 138.** UNEP/MAP/PAP: **MAP CAMP Project "Malta": Final Integrated Project Document and Selected Thematic Documents.** UNEP/MAP: Athens, 2003. (English).
- MTS 137.** UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Free Trade and the Environment in the Euro-Mediterranean Context, Montpellier/Mèze, France, 5 – 8 October 2000:** Volume I: Technical Report of the Workshop; Volume II: Regional and International Studies; Volume III: National Studies; Volume IV: Environmental Aspects of Association Agreements (4 Vols), UNEP/MAP: Athens, 2002. **Libre-échange et environnement dans le contexte euro-méditerranéen : Montpellier/Mèze, France, 5 – 8 octobre 2000** (Parts in English & French).
- MTS 136.** UNEP/MAP/MED POL: **Guidelines for the management of fish waste or organic materials resulting from the processing of fish and other marine organisms.** UNEP/MAP: Athens, 2002. (English, French, Spanish & Arabic).
- MTS 135.** PNUE/PAM: **PAC DU PAM "Zone côtière de Sfax": Synthèse des études du projet, rapport de la réunion de clôture et autres documents choisis.** PNUE/PAM, Athènes, 2001. (French).
- MTS 134.** UNEP/MAP/PAP: **MAP CAMP Project "Israel": Final Integrated Report and Selected Documents.** UNEP/MAP: Athens, 2001. (English).
- MTS 133.** UNEP/MAP: **Atmospheric Transport and Deposition of Pollutants into the Mediterranean Sea: Final Reports on Research Projects.** UNEP/MAP: Athens, 2001. (English).
- MTS 132.** UNEP/MAP/WHO: **Remedial Actions for Pollution Mitigation and Rehabilitation in Cases of Non-compliance with Established Criteria.** UNEP/MAP: Athens, 2001. (English).
- MTS 131.** UNEP/MAP: **MAP CAMP Project "Fuka-Matrouh", Egypt: Final Integrated Report and Selected Documents.** (2 Vols.), UNEP/MAP: Athens, 2001. (English).
- MTS 130.** UNEP/MAP/WMO: **Atmospheric Input of Persistent Organic Pollutants to the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 2001. (English).
- MTS 129.** UNEP/MAP/MED POL: **Guidelines for the Management of Dredged Material.** UNEP/MAP: Athens, 2000. (English, French, Spanish and Arabic).
Lignes Directrices pour la gestion des matériaux de dragage.
Directices para el manejo de los materiales de dragado.
- MTS 128.** UNEP/MAP/MED POL/WHO: **Municipal Wastewater Treatment Plants in Mediterranean Coastal Cities.** UNEP/MAP: Athens, 2000 (English, French).
Les Stations d'épuration des eaux usées municipales dans les villes cotiers de la Méditerranée.
- MTS 127.** UNEP/MAP/BLUE PLAN: **Minutes of the Seminar, Territorial Prospective in the Mediterranean and the Approach by Actors, Sophia Antipolis, France, 7-9 November 1996.** UNEP/MAP: Athens, 2000. In French with English introduction and 1 paper).
Actes du séminaire, La prospective territoriale en Méditerranée et l'approche par acteurs.
- MTS 126.** UNEP/MAP/MCSD/Blue Plan: **Report of the Workshop on Tourism and Sustainable Development in the Mediterranean, Antalya, Turkey, 17-19 September 1998.** UNEP/MAP: Athens, 1999. (English, French).
Rapport de l'atelier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée, Antalya, Turquie, 17-19 septembre 1998.
- MTS 125.** UNEP/MAP: **Proceedings of the Workshop on Invasive *Caulerpa* Species in the Mediterranean, Heraklion, Crete, Greece, 18-20 March 1998.** UNEP/MAP: Athens, 1999. (English, French). **Actes de l'atelier sur les especes *Caulerpa* invasives en Méditerranée, Heraklion, Crète, Grèce, 18-20 mars 1998.**

MTS 124. UNEP/MAP/WHO: **Identification of Priority Hot Spots and Sensitive Areas in the Mediterranean.** UNEP/MAP: Athens, 1999. (English, French).
Identification des “Points Chauds” et “Zones Sensibles” de pollution prioritaire en Méditerranée.

MTS 123. UNEP/MAP/WMO: **MED POL Manual on Sampling and Analysis of Aerosols and Precipitation for Major Ions and Trace Elements.** UNEP/MAP: Athens, 1998. (English).

MTS 122. UNEP/MAP/WMO: **Atmospheric Input of Mercury to the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1998. (English).

MTS 121. PNUE: **MED POL Phase III. Programme d'évaluation et de maîtrise de la pollution dans la région Méditerranéenne (1996-2005).** UNEP/MAP: Athens, 1998. (In publication)

MTS 120. UNEP/MAP: **MED POL Phase III. Programme for the Assessment and Control of Pollution in the Mediterranean Region (1996-2005).** UNEP/MAP: Athens, 1998.

MTS 119. UNEP/MAP: **Strategic Action Programme to Address Pollution from Land-Based Activities.** UNEP/MAP: Athens, 1998. (English, French)
Programme d'Actions Stratégiques visant à combattre la pollution due à des activités menées à terre.

MTS 118. UNEP/MAP/WMO: **The Input of Anthropogenic Airborne Nitrogen to the Mediterranean Sea through its Watershed.** UNEP/MAP: Athens, 1997 (English).

MTS 117. UNEP/MAP: **La Convention de Barcelone pour la protection de la mer Méditerranée contre la pollution et le développement durable.** UNEP/MAP: Athens, 1997 (Français seulement).

MTS 116. UNEP/MAP/IAEA: **Data Quality Review for MED POL (1994-1995), Evaluation of the analytical performance of MED POL laboratories during 1994-1995 in IAEA/UNEP laboratory performance studies for the determination of trace elements and trace organic contaminants in marine biological and sediment samples.** UNEP/MAP: Athens, 1997 (English).

MTS 115. UNEP/MAP/BP **Methodes et outils pour les études systémiques et prospectives en Méditerranée, PB/RAC, Sophia Antipolis, 1996.** UNEP/MAP/BP: Athens, 1996 (français seulement).

MTS 114. UNEP/MAP: **Workshop on policies for sustainable development of Mediterranean coastal areas, Santorini Island, 26-27 April 1996. Presentation by a group of experts.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (Parts in English or French only).
 PNUE: **Journées d'étude sur les politiques de développement durable des zones côtières méditerranéennes, Ile de Santorin, 26-27 avril 1996. Communications par un groupe d'experts.** (Parties en anglais ou français seulement).

MTS 113. UNEP/MAP/IOC: **Final reports of research projects on transport and dispersion (Research Area II) - Modelling of eutrophication and algal blooms in the Thermaikos Gulf (Greece) and along the Emilia Romagna Coast (Italy).** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English).

MTS 112. UNEP/MAP/WHO: **Guidelines for submarine outfall structures for Mediterranean small and medium-sized coastal communities.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Lignes directrices pour les émissaires de collectivités côtières de petite et moyenne taille en Méditerranée.

MTS 111. UNEP/MAP/WHO: **Guidelines for treatment of effluents prior to discharge into the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English).

MTS 110. UNEP/MAP/WHO: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by anionic detergents.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French). PNUE/OMS: **Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par les détergents anioniques.**

MTS 109. UNEP/MAP/WHO: **Survey of pollutants from land-based sources in the Mediterranean.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Evaluation de l'enquête sur les polluants d'origine tellurique en Méditerranée (MED X BIS).

MTS 108. UNEP/MAP/WHO: **Assessment of the state of microbiological pollution of the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (270 pgs.) (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution microbiologique de la mer Méditerranée.

MTS 107. UNEP/MAP/WHO: **Guidelines for authorization for the discharge of liquid wastes into the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Lignes directrices concernant les autorisations de rejet de déchets liquides en mer Méditerranée.

MTS 106. UNEP/MAP/FAO/WHO: **Assessment of the state of eutrophication in the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Evaluation de l'état de l'eutrophisation en mer Méditerranée.

MTS 105. UNEP/MAP/FAO/WHO: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by zinc, copper and their compounds.** UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).

Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par le zinc, le cuivre et leurs composés.

MTS 104. UNEP/MAP/FAO: Final reports on research projects dealing with eutrophication and heavy metal accumulation. UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Rapports finaux sur les projets de recherche relatifs à l'eutrophication et à l'accumulation des métaux lourds.

MTS 103. UNEP/MAP/FAO: Final reports on research projects dealing with biological effects (Research Area III). UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Rapports finaux sur les projets de recherche relatifs aux effets biologiques (Domaine de Recherche III).

MTS 102. UNEP/MAP: Implications of Climate Change for the Coastal Area of Fuka-Matrouh (Egypt). UNEP/MAP: Athens, 1996. (English).

MTS 101. PNUE: État du milieu marin et du littoral de la région méditerranéenne. UNEP/MAP: Athens, 1996 (français seulement).

MTS 100. UNEP/MAP: State of the Marine and Coastal Environment in the Mediterranean Region. UNEP/MAP: Athens, 1996 (English).

MTS 99. UNEP/MAP: Implications of Climate Change for the Sfax Coastal Area (Tunisia). UNEP/MAP: Athens, 1996. (English, French).
Implications des changements climatiques sur la zone côtière de Sfax.

MTS 98. UNEP/MAP: Implications of Climate Change for the Albanian Coast. UNEP/MAP: Athens, 1996 (English).

MTS 97. UNEP/MAP/FAO: Final reports of research projects on effects (Research Area III) - Pollution effects on marine communities. UNEP/MAP: Athens, 1996 (English, French).
Rapports finaux des projets de recherche sur les effets (Domaine de recherche III) -Effets de la pollution sur les communautés marines.

MTS 96. UNEP/MAP/FAO: Final reports of research projects on effects (Research Area III) - Pollution effects on plankton composition and spatial distribution, near the sewage outfall of Athens (Saronikos Gulf, Greece). UNEP/MAP: Athens, 1996 (English).

MTS 95. UNEP/MAP: Common measures for the control of pollution adopted by the Contracting Parties to the Convention for the Protection of the Mediterranean Sea against Pollution. No MTS 9. UNEP/MAP: Athens, 1995 (English, French).
Mesures communes de lutte contre la pollution adoptées par les Parties contractantes à la Convention pour la protection de la mer Méditerranée contre la pollution.

MTS 94. UNEP/MAP: Proceedings of the Workshop on Application of Integrated Approach to Development, Management and Use of Water Resources. UNEP/MAP: Athens, 1995. (Parts in English or French only).
Actes de l'Atelier sur l'application d'une approche intégrée au développement, à la gestion et à l'utilisation des ressources en eau. (parties en anglais ou français seulement).

MTS 93. UNEP/MAP/WHO: Epidemiological studies related to the environmental quality criteria for bathing waters, shellfish-growing waters and edible marine organisms. UNEP/MAP: Athens, 1995. (English).

MTS 92. UNEP/MAP/WHO: Assessment of the State of Pollution in the Mediterranean Sea by Carcinogenic, Mutagenic and Teratogenic Substances. UNEP/MAP: Athens, 1995. (English).

MTS 91. PNUE: Une contribution de l'écologie à la prospective. Problèmes et acquis. Sophia Antipolis, 1994 (français seulement).

MTS 90. UNEP/MAP: Iskenderun Bay Project. Volume II. Systemic and Prospective Analysis. Sophia Antipolis, 1994 (Parts in English or French only).
Projet de la Baie d'Iskenderun. Volume II. Analyse systémique et prospective. (parties en anglais ou français seulement).

MTS 89. UNEP/MAP: Iskenderun Bay Project. Volume I. Environmental Management within the Context of Environment-Development. Blue Plan Regional Activity Centre, Sophia Antipolis, 1994. (English).

MTS 88. UNEP/MAP: Proceedings of the Seminar on Mediterranean Prospective. Blue Plan Regional Activity Centre, Sophia Antipolis, 1994 (Parts in English or French only).
Actes du Séminaire débat sur la prospective méditerranéenne. (parties en anglais ou français seulement).

MTS 87. UNEP/MAP/WHO: Identification of microbiological components and measurement development and testing of methodologies of specified contaminants (Area I) - Final reports on selected microbiological projects. UNEP/MAP: Athens, 1994 (English).

MTS 86. UNEP/MAP: Monitoring Programme of the Eastern Adriatic Coastal Area - Report for 1983 -1991. UNEP/MAP: Athens, 1994. (English).

- MTS 85.** UNEP/MAP/WMO: **Assessment of Airborne Pollution of the Mediterranean Sea by Sulphur and Nitrogen Compounds and Heavy Metals in 1991.** UNEP/MAP: Athens, 1994. (English).
- MTS 84.** UNEP/MAP: **Integrated Management Study for the Area of Izmir.** Regional Activity Centre for Priority Actions Programme, Split, 1994. (English).
- MTS 83.** PNUE/UICN: **Les aires protégées en Méditerranée. Essai d'étude analytique de la législation pertinente.** Centre d'activités régionales pour les aires spécialement protégées, Tunis, 1994. (français seulement).
- MTS 82.** UNEP/MAP/IUCN: **Technical report on the State of Cetaceans in the Mediterranean.** Regional Activity Centre for Specially Protected Areas, Tunis, 1994. (English).
- MTS 81.** UNEP/MAP/IAEA: **Data quality review for MED POL: Nineteen years of progress.** UNEP/MAP: Athens, 1994. (English).
- MTS 80.** UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects dealing with the effects of pollutants on marine organisms and communities.** UNEP/MAP: Athens, 1994. (English).
- MTS 79.** UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects dealing with toxicity of pollutants on marine organisms.** UNEP/MAP: Athens, 1994 (Parts in English or French only).
Rapports finaux sur les projets de recherche traitant de la toxicité des polluants sur les organismes marins.
- MTS 78.** UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects dealing with eutrophication problems.** UNEP/MAP: Athens, 1994 (English).
- MTS 77.** UNEP/MAP/FAO/IAEA: **Designing of monitoring programmes and management of data concerning chemical contaminants in marine organisms.** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English).
- MTS 76.** UNEP/MAP/WHO: **Biogeochemical Cycles of Specific Pollutants (Activity K): Survival of Pathogens.** UNEP/MAP: Athens, 1993(English, French). **Cycles biogéochimiques de polluants spécifiques (Activité K): Survie des pathogènes.**
- MTS 75.** UNEP/MAP/WHO: **Development and Testing of Sampling and Analytical Techniques for Monitoring of Marine Pollutants (Activity A).** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English).
- MTS 74.** UNEP/MAP/FIS: **Report of the Training Workshop on Aspects of Marine Documentation in the Mediterranean.** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English).
- MTS 73.** UNEP/MAP/FAO: **Final Reports on Research Projects Dealing with the Effects of Pollutants on Marine Communities and Organisms.** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English, French).
Rapports finaux sur les projets de recherche traitant des effets de polluants sur les communautés et les organismes marins.
- MTS 72.** UNEP/MAP: **Costs and Benefits of Measures for the Reduction of Degradation of the Environment from Land-based Sources of Pollution in Coastal Areas. A - Case Study of the Bay of Izmir. B - Case Study of the Island of Rhodes.** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English).
- MTS 71.** UNEP/MAP/FAO/IOC: **Selected techniques for monitoring biological effects of pollutants in marine organisms.** UNEP/MAP: Athens, 1993 (English).
- MTS 70.** UNEP/MAP/IAEA/IOC/FAO: **Organohalogen Compounds in the Marine Environment: A Review.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).
- MTS 69.** UNEP/MAP/FAO/IOC: **Proceedings of the FAO/UNEP/IOC Workshop on the Biological Effects of Pollutants on Marine Organisms (Malta, 10-14 September 1991), edited by G.P. Gabrielides.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).
- MTS 68.** UNEP/MAP/FAO/IOC: **Evaluation of the Training Workshops on the Statistical Treatment and Interpretation of Marine Community Data.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).
- MTS 67.** UNEP/MAP/IOC: **Applicability of Remote Sensing for Survey of Water Quality Parameters in the Mediterranean. Final Report of the Research Project.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).
- MTS 66.** UNEP/MAP/CRU: **Regional Changes in Climate in the Mediterranean Basin Due to Global Greenhouse Gas Warming.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).
- MTS 65.** UNEP/MAP: **Directory of Mediterranean Marine Environmental Centres.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English, French).
Répertoire des centres relatifs au milieu marin en Méditerranée.

MTS 64. UNEP/MAP/WMO: **Airborne Pollution of the Mediterranean Sea. Report and Proceedings of the Second WMO/UNEP Workshop.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English).

MTS 63. PNUE/OMS: **Cycles biogéochimiques de polluants spécifiques (Activité K) - Survie des pathogènes - Rapports finaux sur les projets de recherche (1989-1991).** UNEP/MAP: Athens, 1992 (français seulement).

MTS 62. UNEP/MAP/IAEA: **Assessment of the State of Pollution of the Mediterranean Sea by Radioactive Substances.** UNEP/MAP: Athens, 1992 (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par les substances radioactives.

MTS 61. UNEP/MAP **Integrated Planning and Management of the Mediterranean Coastal Zones. Documents produced in the first and second stage of the Priority Action (1985-1986).**, Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1991 (Parts in English or French only).
Planification intégrée et gestion des zones côtières méditerranéennes. Textes rédigés au cours de la première et de la deuxième phase de l'action prioritaire (1985-1986).

MTS 60. UNEP/MAP/WHO: **Development and testing of sampling and analytical techniques for monitoring of marine pollutants (Activity A): Final reports on selected microbiological projects (1987-1990).** UNEP/MAP: Athens, 1991. (Parts in English or French only).
Mise au point et essai des techniques d'échantillonnage et d'analyse pour la surveillance continue des polluants marins (Activité A): Rapports finaux sur certains projets de nature microbiologique (1987-1990).

MTS 59. UNEP/MAP/FAO/IAEA: **Proceedings of the FAO/UNEP/IAEA Consultation Meeting on the Accumulation and Transformation of Chemical contaminants by Biotic and Abiotic Processes in the Marine Environment (La Spezia, Italy, 24-28 September 1990),** edited by G.P. Gabrielides. UNEP/MAP: Athens, 1991. (English).

MTS 58. UNEP/MAP/FAO/WHO/IAEA: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by organophosphorus compounds.** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par les composés organophosphorés.

MTS 57. UNEP/MAP/WHO: **Research on the toxicity, persistence, bioaccumulation, carcinogenicity and mutagenicity of selected substances (Activity G): Final reports on projects dealing with carcinogenicity and mutagenicity.** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English).

MTS 56. UNEP/MAP/IOC/FAO: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by persistent synthetic materials, which may float, sink or remain in suspension.** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par les matières synthétiques persistantes qui peuvent flotter, couler ou rester en suspension.

MTS 55. UNEP/MAP/WHO: **Biogeochemical cycles of specific pollutants (Activity K): Final report on project on survival of pathogenic organisms in seawater.** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English).

MTS 54. UNEP/MAP/WHO: **Development and testing of sampling and analytical techniques for monitoring of marine pollutants (Activity A): Final reports on selected microbiological projects.** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English).

MTS 53. UNEP/MAP/WHO: **Epidemiological studies related to environmental quality criteria for bathing waters, shellfish-growing waters and edible marine organisms (Activity D). Final report on epidemiological study on bathers from selected beaches in Malaga, Spain (1988-1989).** UNEP/MAP: Athens, 1991. (English).

MTS 52. UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects dealing with bioaccumulation and toxicity of chemical pollutants.** UNEP/MAP: Athens, 1991 (Parts in English or French only).
Rapports finaux sur les projets de recherche traitant de la bioaccumulation et de la toxicité des polluants chimiques. (parties en anglais ou français seulement).

MTS 51. UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects dealing with mercury, toxicity and analytical techniques.** UNEP/MAP: Athens, 1991 (Parts in English or French only).
Rapports finaux sur les projets de recherche traitant du mercure, de la toxicité et des techniques analytiques.

MTS 50. UNEP/MAP: **Bibliography on marine litter.** UNEP/MAP: Athens, 1991 (English).

MTS 49. UNEP/MAP/WHO: **Biogeochemical cycles of specific pollutants. Survival of pathogens. Final reports on research projects (Activity K).** UNEP/MAP: Athens, 1991 (Parts in English or French only).
Cycles biogéochimiques de polluants spécifiques. Survie des Pathogènes. Rapports finaux sur les projets de recherche (activité K).

MTS 48. UNEP/MAP/FAO: **Final reports on research projects (Activity G).** UNEP/MAP: Athens, 1991 (Parts in English or French only).
Rapports finaux sur les projets de recherche (Activité G).

MTS 47. UNEP/MAP: **Jellyfish blooms in the Mediterranean. Proceedings of the II workshop on jellyfish in the Mediterranean Sea.** UNEP/MAP: Athens, 1991 (Parts in English or French only).

Les proliférations de méduses en Méditerranée. Actes des 11^{èmes} journées d'étude sur les méduses en mer Méditerranée.

MTS 46. UNEP/MAP/WHO: Epidemiological studies related to environmental quality criteria for bathing waters, shellfish-growing waters and edible marine organisms (Activity D). Final report on project on relationship between microbial quality of coastal seawater and rotavirus-induced gastro-enteritis among bathers (1986-88). UNEP/MAP: Athens, 1991 (English).

MTS 45. UNEP/MAP/IAEA: Transport of pollutants by sedimentation: Collected papers from the first Mediterranean Workshop (Villefranche-sur-Mer, France, 10-12 December 1987). UNEP/MAP: Athens, 1990 (English).

MTS 44. UNEP/MAP: Bibliography on aquatic pollution by organophosphorus compounds. UNEP/MAP: Athens, 1990 (English).

MTS 43. PNUE/UICN/GIS: Posidonie: Livre rouge "Gérard Vuignier" des végétaux, peuplements et paysages marins menacés de Méditerranée. UNEP/MAP: Athens, 1990 (français seulement).

MTS 42. UNEP/MAP/IUCN: Report on the status of Mediterranean marine turtles. UNEP/MAP: Athens, 1990 (English, French).
Rapport sur le statut des tortues marines de Méditerranée.

MTS 41. UNEP/MAP: Wastewater reuse for irrigation in the Mediterranean region. Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1990 (English, French).
Réutilisation agricole des eaux usées dans la région méditerranéenne.

MTS 40. UNEP/MAP/FAO: Final reports on research projects (Activities H, I and J). UNEP/MAP: Athens, 1990 (English, French).
Rapports finaux sur les projets de recherche (Activités H, I et J).

MTS 39. UNEP/MAP/FAO/WHO/IAEA: Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by organohalogen compounds. UNEP/MAP: Athens, 1990 (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution par les composés organohalogénés.

MTS 38. UNEP/MAP: Common measures adopted by the Contracting Parties to the Convention for the Protection of the Mediterranean Sea against pollution. UNEP/MAP: Athens, 1990 (English, French, Spanish and Arabic).
Mesures communes adoptées par les Parties Contractantes à la Convention pour la protection de la mer Méditerranée contre la pollution.
Medidas comunes adoptadas por las Partes Contratantes en el convenio para la Protección del Mar Mediterraneo contra la Contaminación.

MTS 37. UNEP/MAP/FAO: Final reports on research projects dealing with eutrophication and plankton blooms (Activity H). UNEP/MAP: Athens, 1990 (Parts in English or French only).
Rapports finaux sur les projets de recherche consacrés à l'eutrophication et aux efflorescences de plancton (Activité H).

MTS 36. PNUE/UICN: Répertoire des aires marines et côtières protégées de la Méditerranée. Première partie - Sites d'importance biologique et écologique. UNEP/MAP: Athens, 1990 (français seulement).

MTS 35. UNEP/MAP: Bibliography on marine pollution by organotin compounds. UNEP/MAP: Athens, 1989. (English).

MTS 34. UNEP/MAP/FAO/WHO: Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by cadmium and cadmium compounds. UNEP/MAP: Athens, 1989 (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par le cadmium et les composés de cadmium.

MTS 33. UNEP/MAP/FAO/WHO/IAEA: Assessment of organotin compounds as marine pollutants in the Mediterranean. UNEP/MAP: Athens, 1989 (English, French).
Evaluation des composés organostanniques en tant que polluants du milieu marin en Méditerranée.

MTS 32. UNEP/MAP/FAO: Biogeochemical cycles of specific pollutants (Activity K). UNEP/MAP: Athens, 1989 (Parts in English or French only).
Cycles biogéochimiques de polluants spécifiques (Activité K).

MTS 31. UNEP/MAP/WMO: Airborne pollution of the Mediterranean Sea. Report and proceedings of a WMO/UNEP Workshop. UNEP/MAP: Athens, 1989 (Parts in English or French only).
Pollution par voie atmosphérique de la mer Méditerranée. Rapport et actes des Journées d'étude OMM/PNUE.

MTS 30. UNEP/MAP: Meteorological and climatological data from surface and upper measurements for the assessment of atmospheric transport and deposition of pollutants in the Mediterranean Basin: A review. UNEP/MAP: Athens, 1989. (English).

MTS 29. UNEP/MAP: Bibliography on effects of climatic change and related topics. UNEP/MAP: Athens, 1989 (English).

- MTS 28.** UNEP/MAP: **State of the Mediterranean marine environment.** UNEP/MAP: Athens, 1989 (English).
- MTS 27.** UNEP/MAP **Implications of expected climate changes in the Mediterranean Region: An overview.** UNEP/MAP: Athens, 1989 (English).
- MTS 26.** UNEP/MAP/IUCN: **Directory of marine and coastal protected areas in the Mediterranean Region. Part I - Sites of biological and ecological value.** UNEP/MAP: Athens, 1989 (English).
- MTS 25.** UNEP/MAP: **The Mediterranean Action Plan in a functional perspective: A quest for law and policy.** UNEP/MAP: Athens, 1988 (English).
- MTS 24.** UNEP/MAP/FAO: **Toxicity, persistence and bioaccumulation of selected substances to marine organisms (Activity G).** UNEP/MAP: Athens, 1988 (Parts in English or French only).
Toxicité, persistance et bio accumulation de certaines substances vis-à-vis des organismes marins (Activité G).
- MTS 23.** UNEP/MAP: **National monitoring programme of Yugoslavia, Report for 1983 -1986.** UNEP/MAP: Athens, 1988 (English).
- MTS 22.** UNEP/MAP/FAO: **Study of ecosystem modifications in areas influenced by pollutants (Activity I).** UNEP/MAP: Athens, 1988 (Parts in English or French only).
Etude des modifications de l'écosystème dans les zones soumises à l'influence des polluants (Activité I).
- MTS 21.** UNEP/MAP/UNESCO/FAO: **Eutrophication in the Mediterranean Sea: Receiving capacity and monitoring of long-term effects.** UNEP/MAP: Athens, 1988 (Parts in English or French only). **Eutrophisation dans la mer Méditerranée: capacité réceptrice et surveillance continue des effets à long terme.**
- MTS 20.** UNEP/MAP/WHO: **Epidemiological studies related to environmental quality criteria for bathing waters, shellfish-growing waters and edible marine organisms (Activity D). Final report on project on relationship between microbial quality of coastal seawater and health effects (1983-86).** UNEP/MAP: Athens, 1988 (English).
- MTS 19.** UNEP/MAP/IOC: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by petroleum hydrocarbons.** UNEP/MAP: Athens, 1988 (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par les hydrocarbures de pétrole.
- MTS 18.** UNEP/MAP/FAO/WHO: **Assessment of the state of pollution of the Mediterranean Sea by mercury and mercury compounds.** UNEP/MAP: Athens, 1987 (English, French).
Evaluation de l'état de la pollution de la mer Méditerranée par le mercure et les composés mercuriels.
- MTS 17.** UNEP/MAP: **Seismic risk reduction in the Mediterranean region. Selected studies and documents (1985-1987).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (Parts in English or French only).
Réduction des risques sismiques dans la région méditerranéenne. Documents et études sélectionnés (1985-1987).
- MTS 16.** UNEP/MAP: **Promotion of soil protection as an essential component of environmental protection in Mediterranean coastal zones. Selected documents (1985-1987).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (Parts in English or French only).
Promotion de la protection des sols comme élément essentiel de la protection de l'environnement dans les zones côtières méditerranéennes. Documents sélectionnés (1985-1987).
- MTS 15.** UNEP/MAP: **Environmental aspects of aquaculture development in the Mediterranean region. Documents produced in the period 1985-1987.** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (English).
- MTS 14.** UNEP/MAP: **Experience of Mediterranean historic towns in the integrated process of rehabilitation of urban and architectural heritage. Documents produced in the second phase of the Priority Action (1986).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (Parts in English or French only)
- MTS 13.** UNEP/MAP: **Specific topics related to water resources development of large Mediterranean islands. Documents produced in the second phase of the Priority Action (1985-1986).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (Parts in English or French only).
Thèmes spécifiques concernant le développement des ressources en eau des grandes îles méditerranéennes. Textes rédigés au cours de la deuxième phase de l'action prioritaire (1985-1986).
- MTS 12.** UNEP/MAP: **Water resources development of small Mediterranean islands and isolated coastal areas. Documents produced in the first stage of the Priority Action (1984-1985).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1987 (Parts in English or French only).
Développement des ressources en eau des petites îles et des zones côtières isolées méditerranéennes. Textes rédigés au cours de la première phase de l'action prioritaire (1984-1985).
- MTS 11.** UNEP/MAP: **Rehabilitation and reconstruction of Mediterranean historic settlements. Documents produced in the first stage of the Priority Action (1984-1985).** Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, 1986 (Parts in English or French only).

Réhabilitation et reconstruction des établissements historiques méditerranéens. Textes rédigés au cours de la première phase de l'action prioritaire (1984-1985).

MTS 10. UNEP/MAP: Research on the toxicity, persistence, bioaccumulation, carcinogenicity and mutagenicity of selected substances (Activity G). Final reports on projects dealing with toxicity (1983-85). UNEP/MAP: Athens, 1987 (English).

MTS 9. UNEP/MAP: Co-ordinated Mediterranean pollution monitoring and research programme (MED POL - PHASE I). Final report, 1975-1980. UNEP/MAP: Athens, 1986 (English).

MTS 8. Add. UNEP/MAP: Biogeochemical studies of selected pollutants in the open waters of the Mediterranean (MED POL VIII). Addendum, Greek Oceanographic Cruise 1980. Addendum. UNEP/MAP: Athens, 1986 (English).

MTS 8. UNEP/MAP/IAEA/IOC: Biogeochemical studies of selected pollutants in the open waters of the Mediterranean (MED POL VIII). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English or French only).
Etudes bio géochimiques de certains polluants au large de la Méditerranée (MED POL VIII).

MTS 7. UNEP/MAP/WHO: Coastal water quality control (MED POL VII). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English or French only).
Contrôle de la qualité des eaux côtières (MED POL VII).

MTS 6. UNEP/MAP/IOC: Problems of coastal transport of pollutants (MED POL VI). UNEP/MAP: Athens, 1986 (English).

MTS 5. UNEP/MAP/FAO: Research on the effects of pollutants on marine communities and ecosystems (MED POL V). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English or French only).
Recherche sur les effets des polluants sur les communautés et écosystèmes marins (MED POL V).

MTS 4. UNEP/MAP/FAO: Research on the effects of pollutants on marine organisms and their populations (MED POL IV). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English, French or Spanish only).
Recherche sur les effets des polluants sur les organismes marins et leurs peuplements (MED POL IV).

MTS 3. UNEP/MAP/FAO: Baseline studies and monitoring of DDT, PCBs and other chlorinated hydrocarbons in marine organisms (MED POL III). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English, French or Spanish only).
Études de base et surveillance continue du DDT, des PCB et des autres hydrocarbures chlorés contenus dans les organismes marins (MED POL III).

MTS 2. UNEP/MAP/FAO: Baseline studies and monitoring of metals, particularly mercury and cadmium, in marine organisms (MED POL II). UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English, French or Spanish only).
Etudes de base et surveillance continue des métaux, notamment du mercure et du cadmium, dans les organismes marins (MED POL II).

MTS 1. UNEP/MAP/IOC/WMO: Baseline studies and monitoring of oil and petroleum hydrocarbons in marine waters. UNEP/MAP: Athens, 1986 (Parts in English, French or Spanish only).
Etudes de base et surveillance continue du pétrole et des hydrocarbures contenus dans les eaux de la mer.