

APERÇU

Le tourisme en Afrique:

facteur de croissance et d'amélioration
des moyens de subsistance



THE WORLD BANK

Iain Christie, Eneida Fernandes,
Hannah Messerli, et Louise Twining-Ward





Le tourisme, pourquoi ?

Le tourisme est un puissant vecteur de croissance économique et de création d'emplois à travers le monde. Le secteur touristique représente directement et indirectement (WTTC 2011) 8,8 % des emplois dans le monde (258 millions), 9,1 % du PIB mondial (6 billions de dollars), 5,8 % des exportations mondiales (1,1 billion de dollars) et 4,5 % des investissements mondiaux (652 milliards de dollars). Le Conseil mondial du voyage et du tourisme estime ce secteur pourrait créer 3,8 millions d'emplois (dont 2,4 millions d'emplois indirects) en Afrique subsaharienne au cours des 10 prochaines années.

Comparé aux autres secteurs, le principal avantage du tourisme est que les dépenses des touristes ont un effet catalyseur sur l'ensemble de l'économie, notamment sur la production et la création d'emplois. La construction de lieux d'hébergement et de services touristiques crée des emplois dans le bâtiment. Si le pays est suffisamment développé, cet investissement peut créer une demande locale en mobilier et articles d'ameublement, voire en biens d'équipement. Le tourisme crée également une demande dans les domaines des transports, des télécommunications et des finances. La consommation de produits locaux dans les lieux d'hébergement et les restaurants et sur les marchés, et le surcroît de dépenses hors hébergement occasionnées par les touristes stimulent la demande en produits agricoles, halieutiques et alimentaires, en articles manufacturés légers, tels que les vêtements, en objets d'artisanat et en biens et services du secteur non structuré. Les estimations de ces dépenses varient selon les circonstances locales mais se situent généralement entre la moitié et le double des frais d'hébergement. Le tourisme peut également stimuler le développement de petites entreprises dans les secteurs associés que sont la production et les services. Le tourisme peut notamment constituer le tissu économique de régions dont les possibilités de développement se limitent à leurs ressources culturelles, naturelles (littorales ou montagneuses) ou animalières.

Mais l'effet catalyseur du tourisme sur une économie et sa nature multisectorielle sont également sources de complexité. Le succès du tourisme dépend de nombreux acteurs, nationaux et internationaux, ayant des intérêts très divers, y compris, dans la majorité des cas, les touristes étrangers.

La montée de l'Afrique

Le moment est venu, aujourd'hui plus que jamais, d'encourager le tourisme en tant que vecteur de développement en Afrique subsaharienne. Bien que l'Afrique ait été durement frappée par la crise mondiale, le continent a évité une récession encore plus grave en 2009, et a rebondi en 2010, grâce au soutien financier des organismes multilatéraux et à l'adoption par les pouvoirs publics de politiques macroéconomiques prudentes. Le secteur privé africain attire des investissements de plus en plus importants en provenance des États-Unis et de l'Europe tandis que la Chine, l'Inde et d'autres pays investissent aussi massivement dans la région. Les capitaux privés sont plus importants que l'aide publique au développement tandis que l'investissement étranger direct y est plus élevé qu'en Inde et que le rendement de l'investissement y est l'un des meilleurs au monde. Le secteur public a créé un environnement propice à la croissance exponentielle des technologies de l'information et de la communication (TIC), qui pourraient également contribuer à transformer le continent. Grâce à la hausse des revenus, le taux de pauvreté des pays de l'Afrique subsaharienne est passé de 59 % en 1995 à 50 % en 2005. Dans ce contexte, la Banque mondiale estime que la région pourrait se trouver à l'aube d'un décollage économique, comme la Chine il y a 30 ans ou l'Inde il y a 20 ans.

Le tourisme est l'un des principaux moteurs de l'évolution actuelle et pourrait être un agent transformateur de ce décollage. L'Afrique subsaharienne, qui n'a attiré que 6,7 millions de visiteurs en 1990, en a accueilli 33,8 millions en 2012. En 2012, les recettes du tourisme ont dépassé 36 milliards de dollars et directement contribué à 2,8 % du PIB de la région, soit une contribution totale (directe, indirecte et induite) de 7,3 % du PIB. (WTTC, 2013)

Le tourisme, facteur de développement économique

Le tourisme peut être un puissant facteur de développement économique, à condition d'être géré durablement. Il stimule l'économie lorsque les contraintes environnementales, sociales, économiques et autres sont prises en compte. Pleinement conscients que le tourisme est un secteur complexe dont les ramifications s'étendent à une multitude d'autres activités économiques, les pays dotés d'un patrimoine touristique ont toutes les raisons de favoriser le tourisme comme facteur de développement.

Plusieurs entités sont responsables du succès du secteur. L'appui des instances gouvernementales au plus haut niveau est indispensable. Ces instances

Possibilités de développement de produits touristiques en Afrique subsaharienne



Source: Banque mondiale, AFTFP 2011.

ont pour rôle d'entamer la formulation d'une stratégie sectorielle puis de coordonner les administrations, les entités privées avec ou sans but lucratif et les communautés locales concernées. Elles doivent également s'attaquer aux déficiences du marché qui entravent le tourisme, créer un environnement propice à l'investissement privé et, plus que toute autre chose, apporter une stabilité politique et sociale. Elles doivent également fournir des infrastructures de base et promouvoir le pays en termes de marketing et d'investissement. Le tourisme ne peut exister sans l'investissement du secteur privé dans les lieux d'hébergement, les attractions et les services touristiques, et sans le transfert de connaissances de ce secteur. Les communautés locales doivent se montrer accueillantes envers les touristes, et doivent pour cela partager les bienfaits du tourisme. Les donateurs externes peuvent apporter le capital et l'assistance technique indispensables pour soutenir le secteur et l'aider à se développer. Sans la participation active de ces acteurs, le secteur ne pourra pas atteindre son plein potentiel, voire, dans les premiers temps, élaborer une offre touristique.

Le secteur touristique a un potentiel de croissance important en Afrique subsaharienne. La région a un riche patrimoine, avec de grandes plages, une faune et une flore variées, de nombreuses attractions naturelles et culturelles et un potentiel d'aventure certain. Les possibilités de développement du tourisme (safari, plages, affaires et diaspora) sont considérables, notamment dans des régions n'ayant jusqu'à présent pas

L'Afrique subsaharienne, qui n'a attiré que 6,7 millions de visiteurs en 1990, en a accueilli **33.8 millions en 2012.**



profité du tourisme. Qui plus est, l'Afrique subsaharienne a un énorme potentiel d'expansion de produits connaissant actuellement une forte demande, tels que l'écotourisme, le tourisme d'aventure, le tourisme culturel et le tourisme axé sur la santé et le bien-être.

Les obstacles

Pour atteindre son potentiel touristique, l'Afrique subsaharienne devra surmonter un certain nombre d'obstacles : accès aux terres, accès des investisseurs aux crédits, taxes sur les investissements touristiques, faibles compétences touristiques, sécurité précaire, forte criminalité, santé publique, visas obligatoires et bureaucratie. Heureusement, des pays ont mis en œuvre des politiques et actions qui ont permis de résoudre ces problèmes ; leur résolution dépend généralement de la volonté politique des instances gouvernementales. Les principaux autres obstacles, dont l'élimination dépend des pouvoirs publics ou de prestataires de services externes, sont décrits ci-après.

Transports aériens. La distance qui sépare l'Afrique subsaharienne des marchés sources crée un besoin impérieux de services aériens plus compétitifs et de meilleure qualité. Bien qu'il abrite 15 % de la population mondiale, le continent n'est desservi que par 4 % des places disponibles sur les vols réguliers qui sillonnent la planète. Cela dit, le nombre de places a augmenté de 6,5 % entre 1998 et 2009, et d'au moins 10 % au Cap-Vert, en Éthiopie, au Mozambique et en Tanzanie. Quelques transporteurs étrangers dominent les vols longs courriers ; seules quelques compagnies nationales survivent, dans certains cas en coopération avec des compagnies internationales.

Selon des études réalisées à la demande de la région Afrique de la Banque mondiale, les prix des billets d'avion à destination de l'Afrique subsaharienne sont presque 50 % plus chers que pour des destinations comparables et entre 20 et 30 % plus chers pour les voyages charters. L'irrégularité ou l'absence de liaisons aériennes intrarégionales et nationales limitent l'accès aux destinations intérieures et empêchent de développer les voyages organisés couvrant plusieurs pays. Le secteur privé a investi dans des compagnies locales pour offrir certaines liaisons et apporter une solution au coût élevé des déplacements intérieurs et intrarégionaux. La libéralisation a été plus lente dans l'aviation civile que dans d'autres secteurs en Afrique subsaharienne, mais elle devra s'étendre à l'ensemble des transports aériens pour améliorer l'accès des voyageurs à la région. Cette libéralisation devra s'accompagner d'importants investissements dans l'infrastructure, la formation et le matériel de sécurité.

Les transports routiers sont notoirement mauvais dans une grande partie du continent et ne peuvent donc pas pallier les déficiences des services aériens intérieurs dans la majorité des cas. La Namibie et l'Afrique du

Sud sont toutefois de bons exemples de destinations où un investissement cohérent dans l'infrastructure a permis d'attirer des touristes qui se déplacent en voitures de location.

Voyagistes. Les voyagistes du Royaume-Uni et des États-Unis estiment que la proportion de touristes faisant appel à un voyageur est plus élevée dans le cas de l'Afrique subsaharienne (50-70 %) que des autres régions du monde (10-15 %), du fait des difficultés rencontrées pour obtenir des visas, réserver un hébergement et organiser un voyage. Selon eux, les pays suivants offriront le plus fort potentiel d'organisation de voyages au cours des cinq prochaines années : Afrique du Sud, Botswana, Cap-Vert, Namibie et Tanzanie, plus dix autres destinations émergentes.

Hébergement. Selon les estimations, à peine 10 % des 390 000 chambres d'hôtel de la région répondent aux normes internationales et plus de la moitié d'entre elles se trouvent en Afrique du Sud. Le Kenya, Maurice et les Seychelles sont dotés de marchés d'investissement et de développement hôteliers tandis que le marché de l'hôtellerie se développe au Nigeria, au Sénégal, en Tanzanie et en Zambie. Les lieux d'hébergement consistent essentiellement en pensions de famille et auberges indépendantes. Les coûts élevés des hôtels sont principalement liés à leurs coûts de construction et au coût des emprunts. Au Nigeria, les coûts de construction des hôtels sont supérieurs à 400 000 dollars la chambre pour un hôtel de moyenne gamme ; au Ghana, ce coût s'élève à 250 000 dollars. À titre de comparaison, les coûts de construction moyens dans le monde s'élèvent à 200 000 dollars la chambre pour un hôtel offrant des services complets. Les taux d'occupation et la rentabilité des hôtels en Afrique subsaharienne sont fort disparates. Il n'en reste pas moins que 23 groupes **hôtelières internationaux sont actuellement implantés en Afrique subsaharienne** et que le secteur connaît un essor rapide, comme l'illustrent les importants projets en cours de planification ou de construction par des grandes chaînes hôtelières.

La compétitivité du tourisme

Dans le marché mondialisé d'aujourd'hui, un produit touristique doit faire face à la concurrence de tous les autres produits offerts au même prix. Bien que la décision revienne au voyageur, le nombre de touristes choisissant une destination donnée est dans une large mesure déterminé par l'industrie touristique mondiale, représentée par les voyagistes, les agents de voyages et les services de transport des pays dont ils sont originaires. Les destinations peuvent influencer les responsables du secteur en menant des campagnes de promotion et de marketing régulières et efficaces mais elles n'attendent leur but que si elles offrent un

produit de haute qualité, compétitif en termes de prix mais aussi de valeur.

Le secteur touristique de l'Afrique subsaharienne doit demeurer compétitif grâce à :

- La qualité de son patrimoine touristique
- Un hébergement de haute qualité
- Des transports intérieurs et internationaux fiables et sûrs
- Des infrastructures adéquates
- L'accueil réservé aux touristes par les populations locales
- Les compétences des fonctionnaires et employés avec lesquels les touristes ont affaire
- La sécurité des destinations.

Comme indiqué précédemment, l'accès limité et coûteux aux destinations de l'Afrique subsaharienne au départ des grands marchés fournisseurs, associé aux liaisons aériennes peu fréquentes, irrégulières et insuffisantes au sein des pays, entravent sérieusement la compétitivité des pays de la région par rapport aux autres destinations mondiales. Le tourisme est par ailleurs fortement tributaire d'infrastructures qui sont souvent déficientes ou insuffisantes dans de nombreux pays d'Afrique subsaharienne. L'absence de l'une quelconque d'entre elles, par exemple d'accès à l'eau potable, peut sérieusement entraver le développement du tourisme ou entraîner d'importants coûts d'investissement et d'exploitation pour le secteur privé fournissant le produit touristique.

Les résultats du tourisme

Pour mieux comprendre quelles destinations de l'Afrique subsaharienne attirent le plus de touristes et pourquoi, l'équipe chargée du tourisme au sein de la division AFTFP (Africa Region Financial and Private Sector Development) de la Banque mondiale a élaboré une typologie de ces destinations, qui a permis de classer les 47 pays de la région en fonction de leur niveau de développement touristique. Cette méthodologie repose sur une analyse de la situation actuelle et des perspectives d'avenir du secteur touristique et de son environnement macroéconomique et utilise cinq indicateurs clés. Cette typologie distingue quatre groupes de pays, dont les caractéristiques sont les suivantes :

Pré-émergent. Ces 14 pays n'ont pas encore développé leur secteur touristique. Les pays classés dans cette catégorie sont ceux où les déficiences du marché sont presque totales. La gouvernance et la sécurité y sont médiocres, de même que l'intérêt pour le tourisme et les perspectives de croissance

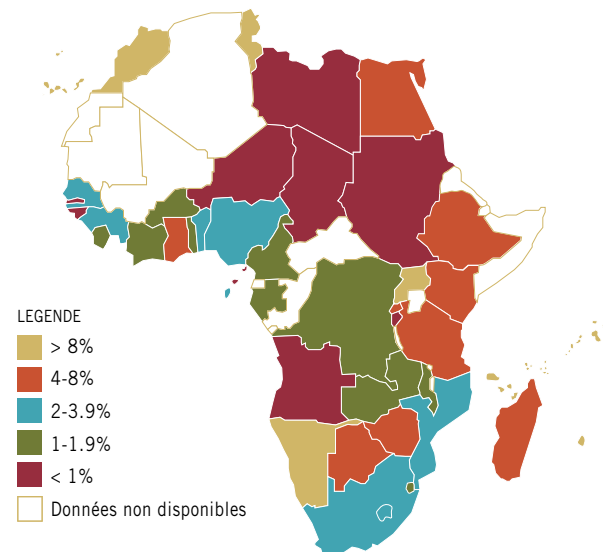
du tourisme à moyen terme. Ce groupe comprend également trois pays où les données sur le tourisme sont limitées ou inexistantes : la Guinée équatoriale, le Libéria et la Somalie.

Potentiel. Ces 15 pays ont manifesté un certain intérêt pour le tourisme mais le secteur est caractérisé par un système de gouvernance inadéquat. Ils sont dotés d'infrastructures touristiques de base mais se heurtent à des déficiences du marché, notamment en matière de réglementation, de ressources et d'institutions, qui entravent également la macroéconomie.

Émergent. Ces dix pays développent le tourisme. Ils sont dotés de solides institutions, accordent la priorité au tourisme et sont relativement bien placés du point de vue de la qualité et de la compétitivité. Les déficiences du marché qui sont évidentes (c'est-à-dire les coûts élevés de l'accès aux destinations, le financement, et les coûts de construction des hôtels, ainsi que les difficultés persistantes en matière d'accès aux terres) sont essentiellement liées au secteur public, bien que l'importance limitée du tourisme contribue aux forts coûts d'accès.

En phase de consolidation. Ces huit pays s'efforcent de consolider et d'asseoir les succès du tourisme, sont dotés de secteurs touristiques relativement bien développés, sont décidés à promouvoir le tourisme et ont les meilleurs résultats économiques et touristiques de l'Afrique subsaharienne. La qualité et la capacité de gestion du secteur privé sont illustrées par les récompenses reçues par certains hôtels.

La contribution du tourisme au PIB en Afrique subsaharienne Légende



Données les plus récentes obtenues auprès de l'OMT et des administrations nationales.

Table 1 SSA Countries by Tourism Development Level and World Bank Income Ranking

Niveau de développement touristique	Pays à faible revenu	Pays à revenu intermédiaire, tranche inférieure	Pays à revenu intermédiaire, tranche supérieure
Pré-émergent	Comores, Érythrée, Guinée, Guinée-Bissau, Libéria, Niger, République centrafricaine, République démocratique du Congo, Somalie, Tchad, Togo	Guinée équatoriale, République du Congo, Soudan	N/A
Potentiel	Bénin, Burundi, Éthiopie, Madagascar, Mali, Mauritanie, São Tomé et Príncipe, Sierra Leone	Angola, Cameroun Côte d'Ivoire, Lesotho, Nigeria, Swaziland	Gabon
Émergent	Burkina Faso, Gambie, Malawi, Mozambique, Ouganda, Rwanda, Sénégal, Zambie, Zimbabwe	N/A	Seychelles
En phase de consolidation	Kenya, Tanzanie	Cap-Vert, Ghana	Afrique du Sud, Botswana, Maurice, Namibie

Sources: Classement des pays de la Banque mondiale 2009; Banque mondiale 2010a. Note: N/A = not applicable. Income ranking from GNI per capita.

Les pays où le tourisme est peu développé devraient être encouragés par le fait que les succès dans ce domaine ne dépendent pas des niveaux de revenu. Comme l'indique le tableau ci-dessous, deux pays à faible revenu se situent parmi ceux qui obtiennent les meilleurs résultats tandis que neuf appartiennent à la catégorie « émergent/en développement ».

S'il est développé avec succès, le tourisme pourrait créer des millions d'emplois et offrir de nombreux autres avantages économiques. Mais à ce jour, seuls huit pays parmi les 47 nations de l'Afrique subsaharienne ont développé le tourisme avec succès et emploient 4 % ou plus de leur main-d'œuvre dans ce secteur. Dix autres pays pourraient connaître le même succès dans un avenir proche et 15 autres pourraient les suivre dans cette voie.

Décisions stratégiques

Les gouvernements qui envisagent de se lancer dans le tourisme ou de le développer doivent commencer par prendre des décisions stratégiques sur les principaux enjeux après avoir consulté toutes les parties prenantes aux niveaux national et régional. Ces enjeux comprennent : l'ampleur du développement touristique, la viabilité du secteur et le financement du tourisme et des rentes économiques.

L'ampleur du développement touristique

Avant de se lancer dans le tourisme ou de le développer, les pouvoirs publics doivent décider de l'ampleur du développement recherché. L'une des décisions les plus importantes de la phase de planification concerne la taille : faut-il construire de grands complexes hôteliers, de petits hôtels, des projets de taille moyenne, des écolodges, ou un peu de tout ? L'ampleur du développement déterminera celle de la transformation que l'investissement pourra produire, mais, comme indiqué ci-dessous, si le développement dépasse la capacité d'absorption des biens et des ressources disponibles pour gérer le secteur, les retombées seront négatives. Le marché ciblé par la destination en termes de revenu est un autre aspect à prendre en considération.

Les planificateurs doivent également décider, si plusieurs régions du pays se prêtent au développement touristique, s'ils veulent concentrer leurs efforts sur une région ou en couvrir plusieurs. Des pays comme la République dominicaine, l'Indonésie et le Mexique, qui sont aujourd'hui des destinations très prisées, ont commencé par développer un projet dans une région. Un gouvernement, ou un office public-privé ou organe officiel chargé du tourisme, devra également décider si le développement touristique doit être considéré comme une activité ponctuelle ou comme un programme continu, avec des investissements programmés sur cinq à dix ans.

Viabilité

Le succès d'un développement touristique repose sur quatre piliers : la viabilité financière, économique, environnementale et sociale. Si l'une de ces conditions n'est pas remplie, le secteur sera voué à l'échec.

Viabilité financière : La viabilité financière des investissements dans l'hébergement et les services touristiques dépend de la compétence du secteur privé, de l'existence d'un cadre de politique propice et de la fourniture d'infrastructures par les pouvoirs publics, ainsi que de l'acceptation du tourisme par la population locale.

Viabilité économique : La gamme de produits et de services pouvant être développés pour le tourisme fait de ce secteur un catalyseur de l'activité économique. Des politiques gouvernementales rationnelles permettront de maximiser les avantages économiques du tourisme. Des sources de financement telles que les rentes économiques pourront être disponibles aux gouvernements, pour les aider à bâtir un secteur sain et productif.

Viabilité environnementale : Bien que le tourisme soit souvent qualifié de secteur « sans fumée », sa dépendance à l'égard des ressources naturelles rend tout impact négatif plus visible. Le tourisme ne peut être durable que si le patrimoine naturel sur lequel il repose est protégé. Ceci est particulièrement vrai en Afrique, souvent vantée pour sa nature, sa faune et sa flore ainsi que son patrimoine culturel. Un secteur touristique bien géré protégera donc ses ressources naturelles dans le cas de nouveaux développements et atténuera les effets négatifs sur l'environnement des développements existants et des sources externes. Un tourisme bien géré peut contribuer à la protection de l'environnement et au financement de la préservation de la nature. Les coûts associés à la réglementation, à la préservation et au suivi peuvent être élevés pour les pouvoirs publics, sur les plans financiers mais aussi techniques. Les agences multilatérales et régionales, de même que les organisations bilatérales, les ONG et les fondations, peuvent fournir une assistance financière et technique aux pouvoirs publics de l'Afrique subsaharienne pour les aider à bien gérer leur environnement.

Viabilité sociale : Partout, les responsables du tourisme se préoccupent de savoir comment faire profiter les

pauvres et les populations locales des retombées positives associées à leur activité. Des gérants et propriétaires d'hôtels, que ce soit en Afrique du Sud ou aux Fidji, ont délibérément suscité la participation des populations locales à leurs activités, parfois grâce à une assistance technique extérieure. L'imbrication des populations locales et des hébergements touristiques améliore généralement les relations entre les deux et présente des avantages mutuels. Autrefois considérées comme périphériques, les considérations de viabilité sont aujourd'hui un élément essentiel de la gestion des risques, dans le but d'obtenir le soutien des populations locales à l'égard des activités économiques conduites sur leur palier.

Le financement du tourisme

Les principales sources de financement du tourisme sont : les ressources budgétaires du gouvernement et les investissements du secteur privé dans l'hébergement et les services touristiques, la promotion et le marketing à l'étranger et, lorsque le gouvernement ne l'a pas fait dans le périmètre du projet, les investissements dans l'infrastructure, parfois dans le cadre de partenariats public-privé. Des fonds complémentaires pourraient provenir des communautés locales et des ONG qui les représentent, qui peuvent fournir des terres et de la main-d'œuvre dans un partenariat avec le secteur privé, les donateurs ou les ONG pour ajouter de la valeur à leurs terres, et les donateurs, qui peuvent aider les gouvernements, le secteur privé et les communautés locales en fournissant une multitude de services d'appui.

Les rentes économiques produites par le tourisme sont une source de financement public parfois négligée. Dans le contexte touristique, une rente économique est créée par la valeur que le patrimoine naturel ou culturel ajoute à des structures construites par l'homme. Une rente économique est définie comme un bénéfice au-delà des taux de rentabilité habituels du marché, qui est obtenu d'un bien dont l'offre est limitée. L'intérêt public est servi lorsque les rentes économiques sont utilisées pour veiller à la pérennité du bien. Les redevances couvrant l'utilisation des services, les taxes et les ventes aux enchères permettent de monétiser et de recueillir une partie de la valeur ajoutée grâce aux biens naturels et culturels.

En 2010, les recettes du tourisme ont dépassé **US\$36 billion** et contribué à plus de **2.8%** du PIB de la région.



Recommandations concernant le développement touristique en Afrique subsaharienne

Les recommandations spécifiquement destinées aux pays se trouvant dans l'une ou l'autre phase de développement touristique suivent la typologie précédemment décrite : pré-émergent, potentiel/embryonnaire, émergent/en développement, et en phase de consolidation/approfondissement. Aucune recommandation ne peut être formulée pour la phase de développement pré-émergent. Dans la majorité des cas, les 14 pays pré-émergents sont soit ravagés par la guerre, soit en prise à des troubles civils, soit récemment sortis de ces situations sans avoir toutefois retrouvé la stabilité. Les agences extérieures sont impuissantes tant que des gouvernements responsables et démocratiques n'ont pas mis en place des régimes politiques stables et ne veillent pas à la sécurité de leurs populations.

La pyramide du développement touristique



Source: Auteurs, Twining-Ward

Lancer le tourisme: La cession de terrains à des fins touristiques et l'amélioration des politiques de transport et des infrastructures des pays qui entament leur développement touristique nécessitent une approche pragmatique, axée sur le patrimoine touristique ayant le plus fort potentiel. Les pays tels que la République dominicaine, le Mexique et la Turquie ont concentré leurs faibles ressources sur les sites et les segments de marché ayant le plus fort potentiel de croissance. Cette stratégie efficace a permis d'aplanir sur chaque site des obstacles majeurs, tels que les déficiences en matière d'infrastructure, de sécurité et de compétences, et d'attirer d'entrée de jeu des investisseurs de classe internationale. Ces « pionniers » ont joué un rôle déterminant dans l'éclosion de ces destinations. Le ciblage de régions à fort potentiel permet également aux destinations de promouvoir des activités axées sur une ou deux attractions

emblématiques, de tester d'importantes et délicates réformes concernant les transports terrestres et aériens et de créer des institutions appropriées dans un environnement de taille réduite. Le succès de ces premiers aménagements, qui ont bénéficié du soutien du secteur public et des donateurs, a encouragé de nouveaux investisseurs à financer des projets dans d'autres zones et permis aux pays de passer au stade de développement suivant.

Développer le tourisme: Une fois le soutien politique, la desserte aérienne et l'accès aux terres assurés, la promotion de l'investissement et des destinations est indispensable pour attirer des capitaux. La promotion des destinations nécessite des campagnes de marketing, de sensibilisation des marchés sources et d'amélioration de l'image du pays. La promotion de l'investissement exige de fournir des informations qui instaureront la confiance et simplifieront le processus. Certains pays ont décidé de mettre en place un guichet unique fournissant les informations et conseils nécessaires pour investir dans un pays.

Des conférences sur l'investissement sont organisées à travers le monde et permettent aux investisseurs, prêteurs, sociétés d'assurance, agences immobilières et institutions financières de se rencontrer et de s'entretenir sur les questions qui les intéressent. En Tanzanie par exemple, un forum de promotion de l'investissement et un programme de sensibilisation organisés par la MIGA en 2002 ont entraîné des investissements de plus de 100 millions de dollars au cours des deux années suivantes. Ces manifestations ont essentiellement consisté en un forum de l'investissement, suivi d'un programme de sensibilisation des investisseurs. Les investisseurs peuvent être intéressés par une assistance financière directe, pouvant prendre la forme d'obligations ou de taxes spéciales, une assistance indirecte (zonage par exemple) et des mesures fiscales telles que des dégrèvements fiscaux. Bien que ces mesures ne soient pas nécessaires à la viabilité des projets, le secteur touristique ne manque pas d'incitations et les investisseurs n'hésitent pas à en demander.

Consolider et asseoir les succès du tourisme: Le développement du tourisme doit être accompagné de stratégies visant à disperser les touristes vers d'autres zones et, si possible, répartir les arrivées plus uniformément tout au long de l'année. Le circuit nord de la Tanzanie est surchargé et le pays essaie de créer de nouvelles zones de croissance touristique dans le sud, sur les îles Pemba et Mafia, dans le parc de Selous et à Zanzibar. Il va sans dire qu'il est plus facile de trouver des plages que des parcs animaliers, culturels ou historiques.

La viabilité des complexes touristiques repose sur une bonne gestion de la croissance. Le Costa Rica a choisi de gérer le nombre croissant de touristes qu'il accueille



Cribb Visuals - istockphoto.com

en améliorant ses normes de qualité déjà élevées, en exploitant son image axée sur la protection de la nature, et en instaurant une certification écologique pour les hôteliers et les prestataires de services.

L'augmentation du nombre de visiteurs en basse ou moyenne saison peut être stimulée par des incitations financières, la diversification de l'offre touristique et la programmation de manifestations spéciales, par exemple de festivals de cinéma ou de musique. Les avantages liés au développement du tourisme en dehors des périodes de grande affluence sont ressentis par les hôteliers et leurs employés, qui seraient autrement sans emploi ou travailleraient à temps partiel, mais aussi par les nombreux bénéficiaires des importantes dépenses discrétionnaires des touristes.

Mettre en œuvre le changement

Pour mettre en œuvre les recommandations spécifiques mentionnées plus haut, tous les pays doivent également aborder les questions relatives au soutien politique et au renforcement des capacités. Concrètement, les secteurs public et privé doivent aborder les questions suivantes:

- Encourager les responsables du tourisme à se concentrer sur la valeur de leur offre, pour qu'elle soit compétitive sur le marché international.
- Susciter un ferme appui politique en faveur du tourisme à un niveau élevé au sein du gouvernement. Il est indispensable que le gouvernement prenne l'initiative en créant des institutions efficaces et en coordonnant des mécanismes pour maintenir le dialogue avec toutes les parties prenantes.
- Comprendre le rôle capital joué par le secteur privé ainsi que la nécessité que le gouvernement crée un environnement propice aux investissements et fournisse une infrastructure étayant ces investissements.
- Nouer le dialogue avec les donateurs et exploiter leur capacité d'assistance dans de nombreux domaines essentiels, tels que l'infrastructure, la formation et le tourisme en tant que facteur de lutte contre la pauvreté.

- Comprendre les besoins d'informations des investisseurs et l'intérêt de mettre en place des guichets uniques où ils peuvent obtenir ces informations.
- Aborder le rôle fondamental des transports aériens et la nécessité d'assouplir les politiques aériennes.
- Aborder la question de la mauvaise connectivité au sein des pays et régions et le besoin d'améliorer les transports routiers et aériens intérieurs, grâce à des investissements privés ou publics ou les deux.
- Comprendre les obstacles entravant le tourisme et les solutions adoptées par d'autres pays concernant les questions suivantes : accès aux terres, accès des investisseurs aux crédits, taxes sur les investissements touristiques, faibles compétences touristiques, sécurité précaire, forte criminalité, santé publique, visas obligatoires et bureaucratie.
- Évaluer l'ampleur du développement adaptée au patrimoine du pays et à ses moyens de gestion et déterminer où et quand le développement devra intervenir.
- Prendre note des quatre piliers essentiels à la croissance continue du tourisme, à savoir la viabilité financière, économique, environnementale et sociale.
- Comprendre les possibilités de financement du tourisme en affectant au gouvernement les rentes économiques produites par le tourisme.

En Afrique subsaharienne, le tourisme représente déjà **un emploi sur vingt.**



Études de cas

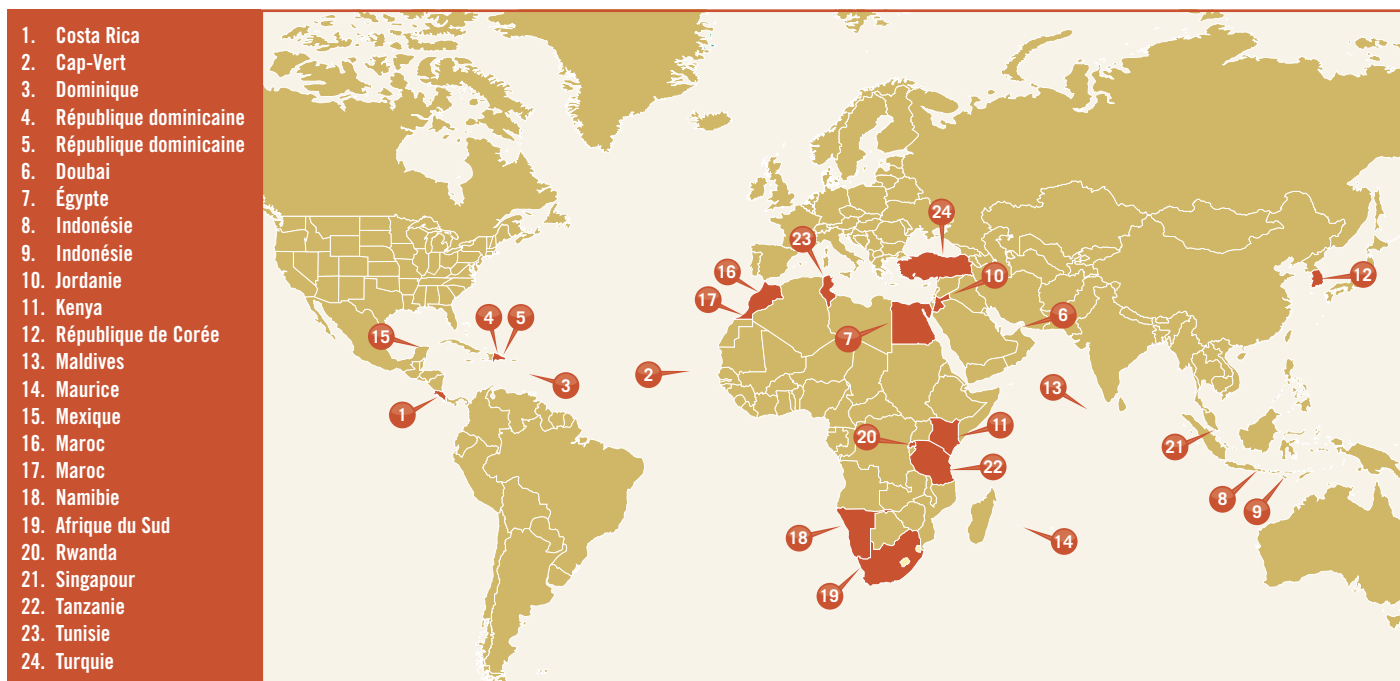
L'ouvrage intitulé « Le tourisme en Afrique, facteur de croissance et d'amélioration des moyens de subsistance » contient 24 études de cas illustrant les bonnes pratiques et les enseignements tirés d'expériences de développement touristique visant à promouvoir la croissance et à réduire la pauvreté dans des pays en développement et émergents. Certaines d'entre elles attirent également l'attention sur des projets voués à l'échec. Les cas examinés vont des années 1970 jusqu'au milieu des années 2000. Les plus anciens couvrent des périodes suffisamment longues pour déterminer leur succès ou leur échec et offrent un aperçu dynamique de la croissance du tourisme dans le temps. Les plus récents illustrent les

politiques et tendances contemporaines, telles que la responsabilité sociale corporative, le volontourisme ou le tourisme humanitaire. Les études de cas ont été choisies pour illustrer un défi ou un succès particulier et analyser les incidences de certaines décisions de planification. Elles comprennent des destinations africaines et non africaines. Les études de cas africaines fournissent des exemples régionaux de la planification et du développement touristiques et attirent l'attention sur les principaux enjeux et obstacles ainsi que sur les développements touristiques particulièrement réussis. Mais le tourisme reste peu développé en Afrique subsaharienne et c'est pourquoi l'étude présente également des cas provenant d'autres régions. Les pays où le potentiel touristique est élevé doivent chercher au-delà de leurs frontières des exemples et des enseignements tirés de régions ayant davantage d'expérience dans ce domaine.

- Les principaux aspects examinés dans ces études de cas comprennent :
- L'accès à la terre
- Le développement de l'infrastructure

- Les projets écotouristiques
- Les certifications
- La formation et le perfectionnement professionnel
- L'externalisation
- La gestion de la croissance et de la taille
- La desserte aérienne
- La rentabilité économique
- La gestion de l'environnement
- Les organismes publics et la réglementation
- La promotion de l'investissement et le financement
- L'intégration sociale

Carte mondiale de localisation des études de cas (deuxième partie du livre)



Source: World Bank 2013.

Références

World Bank, Africa House, and ATA (Africa Travel Association). 2010. *The State of Tourism in Africa*. Joint publication of Africa House at New York University (NYU), the Africa Travel Association (ATA), and the World Bank 1 (1): p. 2.

World Bank. AFTFP (Africa Finance and Private Sector Development). 2011. "Africa Tourism Strategy: Transformation Through Tourism", Unpublished Draft Report, World Bank, Washington, DC.

World Travel and Tourism Council (WTTTC). 2013. "Travel & Tourism Economic Impact 2013 Sub Saharan Africa", WTTTC, London, U.K.

Case Study Summary Tablew

Pays	Nom du projet	Catégorie	Points saillants du développement touristique
1. Costa Rica	Lapa Rios	Écotourisme	- Protection de l'environnement - Certification touristique, avec code de déontologie
2. Cap-Vert		Transformation d'un petit pays	- Politiques axées sur le marché et processus démocratiques - Infrastructures aériennes de qualité, politiques aériennes favorables - Taille, forme et style compatibles avec les ressources disponibles
3. Dominique	Jungle Bay	Écolodge insulaire	- Intégration de l'écotourisme dans les institutions touristiques mondiales (multipropriété)
4. République dominicaine	Puerto Plata	Complexe touristique côtier	- Soutien politique au tourisme - Transition des investissements du public vers le privé - Modèle largement adopté dans le pays - Prescriptions sanitaires
5. République dominicaine	Future croissance du secteur	Analyse économique et politique	- Future dispersion de la croissance dans le pays - Capacité limite et diversification de l'offre
6. Dubaï	Croissance économique non traditionnelle	Transformation nationale	- Nouvelle source de croissance pour compenser l'épuisement des réserves pétrolières - Comment lancer un nouveau secteur - Investissement et promotion
7. Égypte	Sharm el Sheikh	Aménagement côtier	- Diversification de l'offre - Acquisition de terrains - Rationalisation institutionnelle
8. Indonésie	Bali	Île, grand complexe touristique	- Protection du patrimoine culturel - Cadre institutionnel - Desserte aérienne et développement infrastructurel
9. Indonésie	Nihiwatu	Écolodge insulaire	- Partenariats communautaires - Inclusion sociale et dons humanitaires
10. Jordanie	Aqaba	Complexe multisectoriel et développement industriel	- Nouveau complexe touristique côtier - Intégration des investissements multisectoriels dans la zone économique
11. Kenya	Nairobi	Congrès, incitations, réunions et expositions	- Voyages d'affaires et de tourisme, diversification de l'offre - Investissement dans un centre de congrès - Marketing ciblé
12. République de Corée	Kyongju	Ville historique	- Coordination et accès médiocres - Recherche du meilleur moment pour entrer sur le marché
13. Maldives	Complexes touristiques insulaires	Aménagements sur plusieurs îles	- Évaluation transparente des soumissions - Cadre de planification et contrôles environnementaux - Environnement commercial - Desserte aérienne
14. Maurice	Tourisme national	Cadre politique	- Exportation et promotion de l'investissement - Formation - Contrôle des approvisionnements - Politique aérienne
15. Mexique	Cancún	Station balnéaire de 240 hôtels sur une ancienne île déserte	- Situation géographique et taille - Rôle du promoteur public, FONATUR - Tourisme à forfait
16. Maroc	Baie d'Agadir	Reconstruction de la ville après un séisme	- Aménagement d'un complexe touristique, résidentiel, commercial et hôtelier - Environnement commercial, déréglementation des transports aériens, soutien politique - Projet interrompu pour raisons politiques
17. Maroc	Tourisme de villes côtières	Préparation des sites de plages urbaines en vue d'un appel d'offres	- Renforcement du rôle du ministère dans la planification du tourisme - Réglementation et promotion de l'investissement privé - Mesures parallèles d'appui à l'aménagement de complexes touristiques
18. Namibie	Tourisme dans la nature	Partenariats public-privé	- Concession de terrains communautaires au secteur privé - Amélioration de la gestion de la faune sauvage grâce à des zones protégées
19. Afrique du Sud	Safaris	Partenariats public-privé	- Aménagement des terres - Concession de terrains communautaires au secteur privé
20. Rwanda	Sabyinyo Silverback Lodge	Protection des gorilles des montagnes	- Partenariats entre les communautés et le secteur privé - Protection de la biodiversité
21. Singapour	Île Sentosa	Lieu d'excursion et complexe touristique insulaire	- Construction d'un complexe pour les résidents et les visiteurs étrangers - Importance de la formation
22. Tanzanie	Kilimandjaro	Alpinisme	- Étude sur la réduction de la pauvreté - Assainissement et gestion - Syndicats pour les porteurs, guides et cuisiniers
23. Tunisie	Infrastructure dans six zones	Aménagement touristique urbain côtier	- Développement national intégré - Cadre institutionnel, y compris organisme de crédit foncier
24. Turquie	Antalya sud	Grand complexe touristique	- Modèle largement adopté dans le pays - Problèmes d'hébergement du personnel



L Le tourisme stimule les économies et favorise la transformation économique des pays africains. Ses retombées positives vont de l'amélioration des moyens de subsistance à la diversification des exportations. « Le tourisme en Afrique, facteur de croissance et d'amélioration des moyens de subsistance » explique en quoi le tourisme stimule le développement économique et attire l'attention sur les moyens pouvant être mis en œuvre par l'Afrique subsaharienne pour s'attaquer aux obstacles qui entravent la croissance du tourisme dans la région. Cet ouvrage contient 24 études de cas illustrant le développement touristique et les éléments essentiels pour amorcer ou intensifier des succès touristiques dans la région.

Créée en 2009, la collection « L'Afrique en développement » s'intéresse aux grands enjeux sociaux et économiques du développement en Afrique subsaharienne. Décideurs, chercheurs et étudiants y trouveront les résultats de travaux de recherche les plus récents, mettant en évidence les difficultés et les opportunités de développement du continent.

L'ouvrage sera disponible à l'adresse suivante : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>.



THE WORLD BANK

1818 H Street, NW
Washington, DC, 20433
www.worldbank.org/africa