



Doc. ****
18 mars 2008
fdoc_tourism

Développement durable et tourisme: vers une croissance qualitative

Rapport
Commission des questions économiques et du développement
Rapporteur: M. José Mendes Bota, Portugal, Groupe du Parti populaire européen

Résumé

L'Europe est la région qui attire le plus de touristes au monde. Avec la mondialisation, qui favorise la mobilité et rend les voyages de plus en plus abordables, les flux de visiteurs vont s'intensifier. Il existe dans les grands centres touristiques d'Europe un véritable risque de surpeuplement, de saturation, de pression sur les ressources naturelles et culturelles et de tension pour les populations locales, et l'on pourrait rapidement atteindre les limites du supportable. En outre, l'importance des fluctuations en fonction des saisons et des régions porte atteinte aux conditions d'emploi. Parallèlement à cela, le développement touristique de régions européennes défavorisées – hors des sentiers battus – pourrait apporter localement davantage de prospérité, notamment en période de restructurations économiques difficiles.

Pour les pays européens, parvenir à un développement équilibré représente à la fois un défi et une chance de rester concurrentiels à long terme dans la compétition mondiale pour les gains de prospérité assurés par le tourisme. Ce n'est donc pas la *quantité* mais la *qualité* du tourisme que ces pays devraient rechercher, en mettant l'accent sur la valeur plutôt que sur le volume. Le développement durable, qui repose sur une synergie entre des objectifs économiques, sociaux, environnementaux et culturels, constitue une solution d'avenir permettant de concilier croissance et qualité dans une dynamique de renforcement mutuel. Une vision à long terme et une approche holistique du développement sont nécessaires pour que l'Europe ouvre la voie, non seulement comme destination touristique la plus fréquentée mais aussi comme modèle de réussite.

Le rapport souligne l'importance de l'authenticité et de la diversité comme sources de croissance qualitative du tourisme européen. Il plaide pour que les responsables politiques du continent soient plus attentifs aux questions de sûreté et de sécurité, à la gestion de la saturation touristique, à la menace de changement climatique, aux problèmes d'accessibilité et d'hospitalité ainsi qu'à la concertation avec le secteur privé. Il propose à cet égard une série de mesures ciblées aux niveaux paneuropéen, national, régional et local. De deux choses l'une, soit l'Europe récolte les fruits abondants d'un développement durable du tourisme, soit elle devra faire face aux conséquences d'une croissance débridée.

A. Projet de recommandation

1. L'Europe attire les visiteurs depuis longtemps et reste la région la plus visitée au monde grâce à son histoire, à ses paysages, à sa culture et à ses styles de vie qui offrent une multitude de perspectives. Sept pays européens – la France, l'Espagne, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche et la Fédération de Russie – figurent parmi les dix premières destinations du monde en termes de fréquentation. Globalement, près de la moitié du nombre total de touristes dans le monde (478 millions) ont voyagé dans des pays européens en 2007. On s'attend à un doublement des flux touristiques en Europe dans les vingt prochaines années, la mondialisation favorisant la mobilité et rendant les voyages de plus en plus abordables. Pour l'Europe, cela représente à la fois un enjeu de développement et une chance de rester concurrentielle à long terme dans la compétition mondiale pour les gains de prospérité assurés par le tourisme.

2. Les relations interpersonnelles établies dans le cadre du tourisme et des voyages peuvent faciliter la compréhension mutuelle et la diplomatie internationale. Elles contribuent à la construction, en Europe, d'une communauté de valeurs érigée en exemple sur la scène internationale. Les pays européens, représentés par le Conseil de l'Europe, devraient mettre l'être humain et le développement durable au cœur de leurs politiques de développement, notamment en ce qui concerne le tourisme. Une vision à long terme et une approche holistique du développement sont nécessaires pour que l'Europe ouvre la voie, non seulement comme destination touristique la plus fréquentée mais aussi comme modèle de réussite.

3. Avec une croissance moyenne de 3 à 4 % par an, le tourisme est devenu une activité économique majeure en Europe, qui représente 24 millions d'emplois directs, contribue à hauteur de 4 % du PIB cumulé et dégage chaque année 374 milliards d'USD de recettes. Un quart de l'activité touristique est lié aux voyages d'affaires destinés à favoriser la création de richesses, les transferts de compétences et de technologies, l'esprit d'entreprise et les relations entre marchés. Ces dernières années, le développement du tourisme a été particulièrement dynamique – bien qu'irrégulier – en Europe centrale et orientale, ce qui a permis aux pays de la région de rattraper leurs voisins occidentaux au plan du développement économique et du niveau de vie, non sans créer des pressions socio-économiques considérables résultant du gonflement des flux de visiteurs. Il est essentiel de concentrer les efforts sur le développement d'un tourisme de *qualité*, dans ces pays en particulier mais aussi dans toute l'Europe, afin de permettre au tourisme de contribuer de manière substantielle et durable à un développement globalement équilibré et viable tout en évitant les excès constatés dans certaines stations accueillant un tourisme de masse.

4. Les aspects quantitatif et qualitatif peuvent et doivent être conciliés au moyen d'un développement durable du tourisme fondé sur des indicateurs économiques, sociaux, environnementaux et culturels en synergie. Encourager la diversité, l'authenticité et la qualité dans le tourisme est la clé d'un succès durable. La viabilité économique, la prospérité locale, la qualité de l'emploi, l'équité sociale, la satisfaction des touristes, la maîtrise locale, le bien-être collectif, la richesse culturelle, l'intégrité physique, la biodiversité, l'utilisation efficiente des ressources et la pureté environnementale sont des impératifs à prendre en compte pour façonner une vision et des stratégies de développement à long terme.

5. La prospérité du tourisme et du voyage est inconcevable sans sécurité. Bien que l'Europe ait bonne réputation en la matière, elle n'est pas à l'abri des menaces. Les Etats membres du Conseil de l'Europe doivent rester vigilants et se demander comment améliorer encore la sécurité à tous les niveaux de manière discrète et en respectant les droits de l'homme, les valeurs éthiques et l'état de droit. Il faut qu'ils fassent le point sur leurs systèmes d'alerte et de gestion de crise (notamment les plans d'évacuation), leur communication avec le public sur la sécurité et les dispositions de coopération transfrontalière. Le Conseil de l'Europe et son Assemblée parlementaire devraient également étudier plus en détail la légitimité des nouvelles exigences de sécurité concernant les liaisons transatlantiques soumises il y a peu par le gouvernement des Etats-Unis aux Etats européens.

6. Avec les nouvelles technologies, l'évolution du comportement des consommateurs et la simplification de l'organisation des voyages, les cas de saturation des transports, du logement et des sites touristiques sont de plus en plus fréquents dans beaucoup de stations de vacances et de centres d'affaires européens tandis que de nombreux sites périphériques ou secondaires pâtissent au contraire du manque d'intérêt des visiteurs. La saturation stresse les visiteurs, perturbe la vie locale et provoque souvent une dégradation des sites et des services touristiques. Il est urgent de mieux gérer les flux touristiques afin d'optimiser l'utilisation des installations et des ressources dans l'espace et dans le temps.

7. Nos modes de vie, le bien-être et l'économie vont subir progressivement les conséquences du changement climatique. En Europe, les régions méridionales et septentrionales risquent, ainsi que les zones montagneuses, insulaires et côtières, d'être le plus gravement touchées mais tous les pays vont devoir faire face à des dérèglements et à des épisodes climatiques extrêmes de plus en plus marqués et fréquents (canicules, sécheresses, tempêtes ou précipitations exceptionnelles, par exemple) et aux problèmes qui en

découlent (incendies de forêt, inondations, conséquences sur la faune, la flore et la biodiversité, érosion côtière, dégâts matériels, maladies infectieuses, variations des niveaux d'eau et manque de ressources). En tant que secteur très sensible au climat – au même titre que l'agriculture, l'énergie, l'assurance et le transport – le tourisme doit s'adapter et contribuer à la lutte mondiale contre le changement climatique, principalement par la réduction des émissions de gaz à effet de serre dans le domaine du transport et du logement.

8. Bien que les congés et, par extension, le voyage, soient un droit, environ 40 % des Européens ne partent pas en vacances, du fait pour l'essentiel de diverses formes de pauvreté ou de handicap. Sont particulièrement concernés les familles, les personnes âgées, les migrants, les jeunes et les personnes handicapées. On pourrait contribuer, en tenant davantage compte des aspects sociaux du tourisme, à réduire la saisonnalité de la demande et les concentrations géographiques excessives de voyageurs, à stabiliser l'emploi tout au long de l'année et à soutenir le développement de régions défavorisées, ce pour quoi il faudrait persuader les touristes de partir hors saison et/ou ailleurs que dans les endroits les plus fréquentés. Il convient de s'attaquer à plusieurs problèmes importants : l'accessibilité physique des destinations et sites touristiques, le caractère financièrement abordable des vacances et l'amélioration de l'information des personnes ayant des besoins particuliers sur les possibilités de voyager.

9. Le tourisme est source de richesse lorsque c'est un phénomène équilibré, qui crée une situation gagnant-gagnant pour les visiteurs et pour leurs hôtes. Si les autorités publiques et les institutions internationales sont responsables au premier chef de l'action politique et de la mise en œuvre de politiques propices à la durabilité dans le tourisme, la contribution du secteur privé est essentielle pour obtenir des résultats sur le terrain et faire remonter des informations aux décideurs. Les acteurs publics et privés devraient travailler main dans la main pour définir et mettre en œuvre un système intégré de management de la qualité respectueux de normes de référence dans le domaine des services et produits touristiques, et pour en assurer le suivi. Si le tourisme et les associations sectorielles peuvent servir de relais d'information entre les autorités publiques et les acteurs locaux, les partenariats public-privé peuvent, quant à eux, servir à réaliser des projets pilote, à promouvoir la responsabilité sociale des entreprises et à mettre en œuvre des programmes d'emploi équitable, de meilleurs modèles de fixation des prix, un marketing innovant des destinations touristiques et une planification des investissements compatible avec les impératifs environnementaux, culturels et sociaux.

10. Le tourisme est avant tout l'affaire d'hommes et de femmes de tous âges, ayant des intérêts et des compétences variés. Pour offrir des services touristiques de qualité, il faut que les populations locales et les professionnels du tourisme concernés fassent preuve de dévouement et de compétence. L'*hospitalité*, qui se traduit par un comportement prévenant à l'égard des visiteurs, le respect des traditions et du patrimoine et la connaissance de langues étrangères, joue un rôle de plus en plus éminent. Elle est indissociable de la *durabilité*, fondée sur des modes de production et de consommation responsables visant à réduire au minimum le gaspillage de ressources et la pollution, et à mettre l'accent sur la valeur plutôt que sur le volume. Ces notions devraient être enseignées tôt, à l'école. Il faudrait par ailleurs réinvestir une part équitable des retombées du tourisme dans le développement local.

11. Le développement durable du tourisme est très prometteur pour l'Europe mais pas seulement. Les objectifs de croissance et de viabilité ne sont pas incompatibles s'ils sont correctement menés à bien. Les problèmes de développement, qui tiennent à l'évolution de modes de vie, à la croissance économique et à la restructuration, aux tendances démographiques et à la mondialisation, appellent non seulement des réponses mesurées au niveau national, régional et local mais aussi des réponses collectives, autrement dit paneuropéennes.

12. L'Assemblée demande donc au Comité des Ministres

12.1. d'inciter les gouvernements nationaux des Etats membres du Conseil de l'Europe à:

12.1.1. allier la réflexion à long terme, les bonnes pratiques et un ensemble de critères économiques, sociaux, environnementaux et culturels ambitieux pour forger des politiques nationales de développement du tourisme;

12.1.2. examiner la compatibilité de la législation nationale en matière de tourisme avec les principes du développement durable et avec les conventions applicables du Conseil de l'Europe dans les domaines environnemental et culturel;

12.1.3 inclure le tourisme dans la mise en œuvre des engagements découlant de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et du Protocole de Kyoto, et contribuer à l'élaboration du nouveau train de mesures pour l'après 2012;

12.1.4. soutenir la mise en œuvre de politiques internationales de codéveloppement, notamment les objectifs du Millénaire pour le développement, des accords environnementaux, le Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT, le Mécanisme de développement propre et les programmes d'aide multilatéraux et bilatéraux, afin d'aider les pays émergents à concilier leurs besoins en matière de développement et leur aspiration à amplifier le tourisme;

12.1.5. promouvoir le tourisme intérieur – intra-national et intra-européen – pour tirer parti de trajets plus courts et d'un recours accru aux transports publics;

12.1.6. atténuer l'impact des émissions de CO2 liées aux transports et voyages au long cours, notamment grâce au principe du pollueur-payeur et à une participation plus importante des compagnies aériennes au système d'échange de quotas d'émissions de gaz à effet de serre de l'UE;

12.1.7. encourager des modes responsables de consommation et de production qui limitent le plus possible le gaspillage de ressources et la pollution (en particulier pour ce qui est de l'utilisation de l'eau et de l'énergie, du recyclage, de la gestion des déchets, de la planification, etc.) et faire connaître les solutions alternatives (recours accru aux ressources renouvelables, transports publics, construction durable, etc.) qui présentent un intérêt dans le cadre de l'offre de services touristiques;

12.1.8. promouvoir le partage des connaissances et les échanges de bonnes pratiques en matière de développement durable du tourisme avec d'autres pays et régions;

12.1.9. envisager de restructurer les organisations nationales de tourisme pour qu'elles travaillent sous la forme de partenariats public-privé;

12.1.10. soutenir la création d'offres de logement et de voyage à caractère familial;

12.1.11. accélérer la mise en œuvre du Plan d'action du Conseil de l'Europe pour les personnes handicapées 2006-2015;

12.1.12. encourager et faciliter les voyages vers différentes destinations européennes de certaines catégories de population (jeunes, personnes âgées, familles, personnes handicapées et habitués) afin d'assurer une répartition géographique et saisonnière plus harmonieuse des flux de touristes dans les régions européennes;

12.1.13. effectuer à intervalles réguliers des audits de sécurité tant au niveau national qu'au niveau sectoriel;

12.1.14. créer ou, le cas échéant, désigner des points de contact nationaux multilingues chargés de la sûreté des touristes et des centres d'appel d'urgence;

12.1.15. réévaluer leurs systèmes d'alerte et de gestion de crise, notamment les plans d'évacuation, leur communication avec le public sur la sécurité et les dispositions de coopération transfrontalière;

12.1.16. charger un comité d'experts compétent du Conseil de l'Europe d'étudier la compatibilité des nouvelles exigences de sécurité des autorités des Etats-Unis concernant les liaisons transatlantiques avec les valeurs du Conseil de l'Europe et son *acquis* juridique, notamment sur la protection des données à caractère personnel, en vue de formuler des recommandations à ce sujet;

12.1.17. créer des mesures réglementaires d'incitation et fixer des objectifs minimaux contraignants pour promouvoir une construction et une rénovation immobilières durables;

12.1.18. faire en sorte qu'une part équitable des retombées directes et indirectes du tourisme soit affectée au développement des ressources naturelles et culturelles;

12.1.19. promouvoir des mécanismes de certification de la qualité pour les services et produits du tourisme;

12.1.20. étudier la possibilité d'introduire les notions d'hospitalité et le développement durable dans les programmes scolaires;

12.2. d'inviter le Congrès des pouvoirs locaux et régionaux à:

12.2.1. étudier l'impact des voyages à bas coût sur le développement local et les conditions d'emploi ainsi que les problèmes qui en découlent, en vue de rédiger, le cas échéant, des lignes directrices sur cette question;

12.2.2. conduire des études comparatives sur les cadres de gestion du tourisme et élaborer des lignes directrices sur cette question;

12.2.3. garantir une surveillance efficace, au niveau local, de la mise en œuvre de la réglementation relative à l'aménagement du territoire;

13. L'Assemblée invite les parlements nationaux à s'assurer que leur pays dispose d'une législation visant à encadrer investisseurs, touristes et autres acteurs et à garantir une réponse gouvernementale adaptée aux problèmes de développement touristique durable.

B. Exposé des motifs par M. Mendes Bota, Rapporteur

Table des matières

I. Introduction: le tourisme comme source de croissance économique, de développement humain, de cohésion sociale et de prospérité nationale en Europe

- i. L'Europe – la première destination touristique au monde*
- ii. L'essor des marchés touristiques dans les pays d'Europe centrale et orientale*
- iii. Liens entre le tourisme et d'autres secteurs d'activité*
- iv. Tourisme et populations locales*

II. Concilier quantité et qualité par le développement durable du tourisme

- i. Repères économiques, environnementaux, sociaux et culturels pour une croissance équilibrée du tourisme*
- ii. Sécurité individuelle et collective : une mission prioritaire pour le secteur du tourisme*
- iii. Définition de la "capacité de charge" des sites touristiques, notamment dans les zones protégées et les zones côtières*
- iv. Tourisme de masse – un danger et une chance à saisir ?*
- v. Approche intégrée de la gestion de la saturation et l'aménagement du territoire*
- vi. Amélioration de l'accessibilité des destinations, sites et infrastructures touristiques*
- vii. Tourisme et changement climatique*
- viii. Rôle des partenariats public-privé dans la promotion du tourisme durable*
- ix. L'hospitalité : l'importance du savoir-faire et de la communication*

III. Encourager la diversité, l'authenticité et la qualité dans le tourisme : les clés d'un succès sur le long terme

- i. Leçons à tirer des réussites et échecs au niveau national*
- ii. Outils de réglementation, politiques, coordination et contrôle transsectoriels*
- iii. Responsabilités politiques et choix de développement*

Annexe

I. Introduction : le tourisme, source de croissance économique, de développement humain, de cohésion sociale et de prospérité nationale en Europe

1. L'Europe est la région la plus visitée au monde. La complexité de son histoire, sa diversité géographique et ses trésors culturels attirent toujours plus de visiteurs: en 2007, sur un total mondial de 898 millions de touristes, notre continent en a accueilli 478 millions (48 %), soit une augmentation d'au moins 19 millions par rapport à 2006, un chiffre à comparer avec l'augmentation mondiale de 52 millions sur la même période. Sept pays européens (la France, l'Espagne, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche et la Fédération de Russie) restent parmi les dix destinations mondiales les plus visitées. Cette tendance étant une constante depuis des années, voire des décennies, le tourisme s'est développé au point de devenir une activité économique majeure qui contribue nettement à améliorer, dans toute l'Europe, le bien-être, les échanges culturels, la cohésion sociale et le développement en général. L'Organisation mondiale du tourisme estime que les flux de touristes vers notre continent devraient doubler au cours des 15 prochaines années, avec près de la moitié du nombre total de touristes dans le monde, lequel devrait s'élever à 1,6 milliard dès 2020.

Arrivées de touristes internationaux par pays de destination
(Totaux et variation en % par rapport à l'année précédente)

Pays et classement 2006	1995	2000	2004	2005	2006	04/03	05/04	06/05
	En millions					En %		
1. France	73,1	77,2	75,1	75,9	79,1	0,1	1,0	4,2
2. Espagne	46,8	47,9	52,4	55,9	58,2	3,1	6,6	4,1
3. Etats-Unis	48,5	51,2	46,1	49,2	51,1	11,8	6,8	3,8
4. Chine	27,0	31,2	41,8	46,8	49,6	26,7	12,1	6,0
5. Italie	36,5	41,2	37,1	36,5	41,1	-6,4	-1,5	12,4
6. Royaume Uni	23,3	23,2	25,7	28,0	30,7	12,7	9,2	9,3
7. Allemagne	17,1	19,0	20,1	21,5	23,6	9,4	6,8	9,6
8. Mexique	19,0	20,6	20,6	21,9	21,4	10,5	6,3	-2,6
9. Autriche	17,5	18,0	19,4	20,0	20,3	1,5	3,0	1,6
10. Fédération de Russie	n/a	n/a	19,9	19,9	20,2	-2,7	0,2	1,3
11. Turquie	6,9	9,6	16,8	20,3	18,9	26,1	20,5	-6,7
12. Canada	19,4	19,6	19,1	18,8	18,2	9,2	-2,0	-2,8
13. Ukraine	4,2	6,4	15,6	17,6	n/a	24,9	12,8	n/a
14. Malaisie	7,9	10,2	15,7	16,4	17,5	48,5	4,6	6,8
15. Hong Kong (Chine)	7,8	8,8	13,7	14,8	15,8	41,1	8,2	7,1
16. Pologne	18,0	17,4	14,3	15,2	1,7	4,2	6,4	3,1
17. Grèce	12,2	13,1	13,3	14,3	16,0	-4,7	10,9	8,6
18. Thaïlande	8,7	9,6	11,7	11,6	13,9	16,4	-1,4	20,0
19. Portugal	11,6	12,1	10,6	10,6	11,3	-9,1	-0,3	6,3
20. Pays-Bas	9,9	10,0	9,6	10,0	10,7	5,1	3,8	7,3
22. Hongrie	2,8	n/a	12,2	10,0	9,3	n/a	-18,3	-7,2
23. Croatie	3,8	5,8	7,9	8,5	8,7	6,8	7,0	2,3
26. Irlande	6,4	6,6	7,0	7,3	8,0	2,8	5,5	9,1
28. Suisse	7,2	7,8	n/a	7,2	7,9	n/a	n/a	8,8
30. Japon	4,4	4,8	6,1	6,7	7,3	17,8	9,6	9,0
31. Belgique	6,4	6,5	6,7	6,7	7,0	0,3	0,6	3,7
34. République tchèque	5,6	4,8	6,1	6,3	6,4	19,4	4,5	1,6
36. Bulgarie	2,5	2,8	4,6	4,8	5,2	14,4	4,5	6,6
40. Danemark	2,0	3,5	4,4	4,7	..	27,3	6,3	..
46. Norvège	3,2	3,1	3,6	3,8	3,9	11,0	5,4	3,2
50. Finlande	2,5	2,7	2,8	3,1	3,4	3,0	10,6	7,5
<i>Autres pays d'Europe</i>								
Suède	2,3	2,7	3,0	3,1	3,3	1,7	4,3	4,4
Chypre	2,1	2,7	2,3	2,5	2,4	2,0	5,2	-2,8
Andorre	..	2,9	2,8	2,4	2,23	-11,0	-13,4	-7,9
Lituanie	0,7	1,1	1,8	2,0	2,2	20,7	11,1	9,0
Estonie	0,5	1,2	1,75	1,92	1,94	19,7	9,5	1,2
Lettonie	0,5	0,5	1,08	1,12	1,54	11,2	3,4	4,3
Slovénie	0,7	1,1	1,5	1,55	1,62	9,2	3,7	4,0
Slovaquie	0,9	1,1	1,4	1,5	1,61	1,0	8,1	6,4
Roumanie	0,8	0,9	1,36	1,43	1,38	23,0	5,0	-2,4
Azerbaïdjan	0,1	0,7	1,35	1,18	1,2	33,0	-12,7	1,4
Malte	1,1	1,2	1,2	1,17	1,12	3,4	1,3	-4,0
Luxembourg	0,8	0,8	0,87	0,91	0,91	1,2	4,0	-0,5
Islande	0,2	0,6	0,83	0,87	0,97	8,4	4,2	11,4
Serbie et Monténégro	0,2	0,2	0,6	0,73	0,5+0,4	20,5	25,0	3,5+3,9
Géorgie	0,1	0,4	0,4	0,54	..	17,5	48,8	..
Europe	312	390	419	436	459	4,3	4,0	4,4
Monde	536	684	761	802	846	10,1	5,4	5,5

Source: Baromètre OMT du tourisme mondial 2007 et Tendances des marchés touristiques, 2006

2. Si on regarde le tourisme par le petit bout de la lorgnette, on ne retient souvent que tour-opérateurs, guides, agences de voyages, infrastructures de loisirs, spectacles, restauration, services de transport et de logement. Toutefois, avec un peu plus de hauteur, le tourisme prend toute sa dimension d'activité transversale affectant de nombreux autres secteurs, depuis l'aménagement du territoire régional et local jusqu'au commerce de détail. A l'échelle mondiale, le tourisme représente un volume d'affaires de 2 900 milliards d'euros (4 200 milliards de dollars), soit 10,4 % du PIB cumulé. Dans l'Union européenne, il représente *directement* plus de 4 % du PIB (de 1,3 % du PIB en Lettonie à 13,2 % à Malte en 2006), et environ 11 % si l'on prend en compte les retombées sur les autres secteurs. Dans les pays européens

n'appartenant pas à l'UE, le tourisme représente de 1,3 % du PIB en Serbie et Monténégro¹ à 6,3 % en Islande et 6,2 % en Suisse. Il fait travailler directement quelque 1,4 million d'entreprises, essentiellement des PME, et génère autour de 24,3 millions d'emplois, un Européen actif sur huit étant employé dans ce secteur,² qui affiche un rythme de création d'emplois plus rapide que la moyenne de l'économie européenne. Ces emplois sont particulièrement importants pour l'activité des jeunes, qui sont deux fois plus dans le tourisme que dans n'importe quel autre secteur. Mais, si le tourisme européen représente encore la moitié du marché mondial, loin devant les pays asiatiques (19,3 %) et l'Amérique (16,5 %), la concurrence mondiale s'intensifie et les problèmes de capacité se font de plus en plus sentir dans un certain nombre de destinations européennes très prisées.

Recettes du tourisme international par pays (totaux et variations en % par rapport à l'année précédente)

Pays et classement 2006	1995	2000	2004	2005	2006	04/03	05/04	06/05
	En milliards d'USD					En %		
1. Etats-Unis	63,4	82,4	74,5	81,8	85,7	15,8	9,7	4,8
2. Espagne	25,3	30,0	45,2	48,0	51,1	3,8	6,0	5,6
3. France	27,5	30,8	45,3	44,0	46,3	12,6	-2,8	4,3
4. Italie	28,7	27,5	35,7	35,4	38,1	3,8	-0,7	6,7
5. Chine	8,7	16,2	25,7	29,3	33,9	47,9	13,8	15,9
6. Royaume-Uni	20,5	21,9	28,2	30,7	33,7	11,1	9,5	8,5
7. Allemagne	18,0	18,7	27,7	29,2	32,8	8,9	5,4	11,3
8. Australie	8,1	9,3	15,2	16,9	17,8	8,5	6,9	7,3
9. Turquie	5,0	7,6	15,9	18,2	16,9	20,3	14,2	-7,2
10. Autriche	12,9	9,9	15,6	16,0	16,7	1,5	2,7	3,1
11. Canada	7,9	10,8	12,9	13,6	14,5	13,3	1,7	0,2
12. Grèce	4,1	9,2	12,9	13,7	14,3	9,0	6,7	2,9
13. Thaïlande	8,0	7,5	10,0	9,6	12,4	24,3	-4,4	22,0
14. Mexique	6,2	8,3	10,8	11,8	12,2	15,3	9,3	3,2
15. Suisse	9,5	7,8	9,5	10,0	10,7	6,1	5,1	6,3
16. Hong Kong (Chine)	7,8	5,9	9,0	10,3	11,6	26,1	14,2	12,9
17. Belgique	4,5	6,6	9,2	9,9	10,2	2,5	6,9	2,7
18. Pays-Bas	6,6	7,2	10,3	10,5	11,4	2,6	1,4	7,3
19. Malaisie	4,0	5,0	8,2	8,5	9,6	39,0	3,9	9,2
20. Suède	3,5	4,1	6,2	7,4	9,1	6,3	21,5	21,1
21. Inde	2,6	3,5	6,2	7,5	8,9	34,5	18,7	21,3
22. Japon	3,2	3,4	11,3	6,6	8,5	19,3	-40,1	34,8
23. Portugal	4,8	5,2	7,7	7,7	8,3	5,9	0,1	7,3
25. Croatie	1,3	2,8	6,8	7,5	7,9	-1,2	9,0	4,9
28. Pologne	6,6	5,7	5,8	6,3	7,2	34,8	4,9	10,7
30. Fédération de Russie	4,3	3,4	5,2	5,6	7,6	16,1	6,1	30,0
34. Danemark	3,7	3,7	5,7	5,0	5,6	-2,1	-6,5	4,6
35. Irlande	2,2	2,6	4,4	4,7	5,3	3,7	9,2	10,2
38. République tchèque	2,9	3,0	4,2	4,7	5,0	6,9	4,3	1,1
40. Hongrie	3,0	3,8	4,0	4,15	4,2	-8,7	1,2	2,0
44. Norvège	2,4	2,2	3,1	3,5	3,8	12,6	6,5	7,1
45. Luxembourg	1,7	1,8	3,7	3,6	3,6	11,1	-1,2	-0,8
46. Ukraine	0,2	0,4	2,6	3,1	3,5	„	22,1	11,5
<i>Autres pays d'Europe</i>								
Bulgarie	0,5	1,1	2,2	2,4	2,6	19,3	9,3	5,4
Chypre	1,7	1,9	2,25	2,33	2,4	2,4	2,5	1,8
Finlande	1,6	1,4	2,1	2,2	2,37	0,8	5,3	7,6
Slovénie	1,1	1,0	1,6	1,8	1,9	13,0	10,7	3,7
Slovaquie	0,6	0,4	0,9	1,2	1,5	8,6	29,1	19,8
Roumanie	0,6	0,4	0,5	1,1	1,3	2,5	109,9	21,4
Lituanie	0,1	0,4	0,8	0,92	1,04	105	18,4	11,8
Estonie	0,4	0,5	0,9	0,95	1,03	21,0	6,7	7,2
Albanie	0,1	0,4	0,7	0,86	1,01	26,7	18,3	16,3
Malte	0,7	0,6	0,8	0,76	0,76	2,1	-1,6	0,7
Bosnie-Herzégovine	„	0,2	0,52	0,57	0,59	16,8	6,3	13,7
Lettonie	0,02	0,1	0,27	0,34	0,5	13,5	33,6	44,8
Islande	0,2	0,23	0,37	0,41	0,44	6,3	1,3	20,7
Europe	209	228	330	347	374	17,4	5,1	7,7

¹ Selon les estimations du Conseil mondial du tourisme et des voyages (CMTV), TSA Research 2006. Données non disponibles pour l'Arménie, l'Azerbaïdjan, la Géorgie et la Moldova.

² Selon le Conseil mondial du tourisme et des voyages (CMTV), le tourisme offre directement 74 millions d'emplois dans le monde et 215 millions (8,1 % du total mondial) si l'on prend en considération les retombées économiques indirectes du secteur.

Monde	405	474	633	678	735	10,2	7,1	8,4
--------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------	------------	------------

Source: Baromètre OMT du tourisme mondial 2007 et Tendances des marchés touristiques, 2006

Doc..

3. Dans le même temps, les pays d'Europe centrale et orientale commencent à s'ouvrir au tourisme, avec des attentes légitimes de plus en plus fortes de la part des visiteurs comme des populations locales. Bien que les performances en matière de croissance du tourisme dans cette région soient très inégales, plusieurs pays (par exemple la Croatie et la République tchèque) font d'ores et déjà face à des pressions socio-économiques considérables dues à l'augmentation rapide des flux de visiteurs. Il convient d'explorer tout particulièrement la piste de la promotion du développement d'un tourisme *de qualité* dans ces pays et dans toute l'Europe, afin que le tourisme puisse contribuer de manière substantielle et durable au développement global. Il faut tirer les enseignements de l'expérience des lieux très touristiques en ce qui concerne le tourisme de masse, les aptitudes à gérer et les services touristiques. Votre rapporteur va donc faire valoir dans le présent rapport qu'une vision à long terme et une approche holistique sont nécessaires pour que l'Europe ouvre la voie, non seulement comme destination touristique la plus fréquentée mais aussi comme modèle de réussite.

4. Dans le cadre de la préparation du présent rapport, la Sous-commission sur le développement du tourisme (de la Commission des questions économiques et du développement) a largement consulté de hauts représentants des autorités du tourisme européennes, nationales et régionales³, ainsi que des délégués de la Commission de l'environnement et de la Commission de la culture de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, notamment durant sa réunion à Almancil (Algarve, Portugal, les 17 et 18 mai 2007). Cette réunion a été une excellente occasion de prendre la mesure de l'importance du tourisme pour le développement des régions, non seulement au Portugal, mais aussi dans bon nombre d'autres pays européens. En particulier, on a insisté sur le rôle du tourisme comme vecteur d'amélioration des infrastructures locales et de préservation des emplois dans des régions rurales en déclin ou en cours de revitalisation. En outre, avec la mondialisation, les régions s'affirment de plus en plus comme des acteurs ayant une certaine autonomie qui doivent affronter la concurrence de manière plus active. Le développement durable propose une approche à long terme qui peut aider les communautés locales à tirer le maximum du tourisme et du développement.

II. Concilier quantité et qualité par le développement durable du tourisme

5. Le développement du tourisme peut être un moteur puissant du développement global et bon nombre de régions européennes recèlent un gisement de croissance jusqu'ici largement inexploité. Cependant, cela ne signifie pas que le maintien du statu quo ou une expansion effrénée pour devenir une destination de tourisme de masse soit une option viable. En Europe, bien des hauts lieux du tourisme balnéaire peinent à conserver leurs parts de marché, alors que les touristes sont de plus en plus exigeants et que de nouvelles destinations sont proposées de par le monde. L'arrivée en masse de touristes et de fortes variations des flux en cours d'année peuvent entraîner des tensions non négligeables pour les communautés d'accueil et épuiser les ressources locales, sapant par là même la structure sur laquelle repose le tourisme. Comme les rapports précédents de l'Assemblée l'ont à juste titre fait remarquer, trop de tourisme peut tuer le tourisme, sans même parler du fait qu'un développement déséquilibré ou chaotique n'est jamais compatible avec une vision du développement à long terme, où que ce soit. Il est donc de la responsabilité des décideurs politiques de faire en sorte que soit engagée une action dynamique et positive en faveur du développement durable, y compris pour le tourisme.

6. Le concept même de développement durable entend concilier la quantité et la qualité de la croissance, alors même que tous s'accordent à dire que la croissance en tant que telle n'est plus une panacée ou une fin en soi. Depuis la déclaration de Rio de 1992 sur l'environnement et le développement, qui a établi l'Agenda 21, le grand public est de plus en plus conscient et partisan des principes de développement durable visant à préserver la capacité de la planète à abriter la vie dans toute sa diversité. On retrouve dans le concept de développement durable des grandes questions telles que la protection de l'environnement, l'équité sociale, la qualité de vie, la diversité culturelle et, bien entendu, une économie dynamique et de progrès qui amène la prospérité pour tous.

i. Repères économiques, environnementaux, sociaux et culturels pour une croissance équilibrée du tourisme

7. Le tourisme peut contribuer à renforcer la qualité de vie des visiteurs comme des communautés d'accueil ; en le rendant plus durable, c'est la cohésion et la durabilité de la société européenne tout entière qui en seront stimulées. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) ont identifié les 12 repères suivants pour un tourisme durable :

³ Notamment les Secrétaires d'Etat au Tourisme de la Croatie et du Portugal, le Représentant régional pour l'Europe de l'Organisation mondiale du tourisme et le représentant du ministère bavarois des Affaires économiques, de l'Infrastructure, du Transport et de la Technologie chargé du tourisme.

- la viabilité économique (les destinations touristiques et entreprises du secteur doivent être viables et compétitives pour continuer à prospérer et générer des bénéfices à long terme);
- la prospérité locale (le tourisme devrait contribuer autant que possible à la prospérité de la population d'accueil, qui doit notamment recueillir une part équitable des recettes du tourisme);
- la qualité de l'emploi (il convient de consolider à la fois le nombre et la qualité des emplois locaux dans le tourisme, notamment en termes de rémunérations, de compétences et de conditions d'emploi);
- l'équité sociale (les avantages économiques et sociaux tirés du tourisme devraient être largement partagés dans toute la population d'accueil);
- la satisfaction des touristes (ceux-ci devraient, en toute sécurité, vivre une expérience satisfaisante et intéressante);
- la maîtrise locale (les communautés locales doivent être pleinement parties prenantes et s'impliquer dans les décisions en matière de prévision, de gestion et de développement du tourisme dans le secteur);
- le bien-être collectif (la qualité de vie des populations locales devrait être préservée et renforcée, notamment en ce qui concerne les structures sociales et l'accès aux ressources, aux infrastructures et services essentiels);
- la richesse culturelle (le patrimoine culturel et les traditions authentiques des populations d'accueil devraient être respectés et préservés);
- l'intégrité physique (les paysages, urbains comme ruraux, doivent être préservés de toute dégradation physique et visuelle);
- la diversité biologique (les habitats et territoires naturels ainsi que la faune sauvage doivent être exploités d'une manière qui limite au maximum les nuisances);
- l'utilisation efficiente des ressources (des ressources rares et non renouvelables doivent être utilisées avec parcimonie dans les infrastructures touristiques);
- un impact minimum sur l'environnement (la pollution de l'air, de l'eau et du sol, ainsi que la production de déchets, devraient être réduites le plus possible).

8. En bref, ces préoccupations économiques, sociales, environnementales et culturelles doivent guider les politiques de développement pour un tourisme durable. Tout un ensemble de paramètres, impacts et interactions entre les activités humaines et l'environnement devraient alimenter une vision équilibrée et intégrée du développement du tourisme, et les actions engagées dans ce cadre devraient s'inscrire dans le long terme. Dans ce contexte, nous souhaitons recommander vivement à tous ceux qui se préoccupent de la question de lire le rapport du Groupe de durabilité touristique (établi par la Commission européenne en 2004) publié en février 2007 sous le titre *Agir pour un tourisme européen plus durable*.

9. Ce rapport dresse la liste des principaux défis en matière de durabilité du tourisme en Europe (lisser le caractère saisonnier de la demande, atténuer l'impact du transport touristique, améliorer la qualité des emplois dans le tourisme, renforcer la prospérité des populations d'accueil et la qualité de vie face aux changements, limiter l'utilisation des ressources et la production des déchets, préserver et valoriser le patrimoine naturel et culturel, mettre les vacances à portée de tous, et utiliser le tourisme comme outil de développement durable au niveau mondial). Il passe également en revue la responsabilité des parties prenantes dans l'action menée pour relever ces défis. Le cadre d'action du rapport préconise d'établir des réseaux entre différents acteurs, de s'efforcer de promouvoir des mécanismes de certification et la responsabilité sociale des entreprises, de mettre en place des services d'appui de consultance pour le développement des politiques, de mener des campagnes nationales de soutien à la durabilité, de recenser les bonnes pratiques, de former les managers à la durabilité, de mieux planifier l'aménagement du territoire et le contrôle dans ce domaine, et de profiler des informations mieux ciblées à l'attention des touristes. Ces mesures ont été décidées pour soutenir la position de la Commission, telle que déclarée dans sa nouvelle Politique du tourisme (adoptée en 2006), en faveur de l'amélioration de la compétitivité du secteur européen du tourisme, d'une part, et de la création d'emplois plus nombreux et de meilleure qualité, d'autre part, grâce à une croissance durable du tourisme en Europe et dans le monde.

ii. Sécurité individuelle et collective: une mission prioritaire pour le secteur du tourisme

10. Le tourisme est un facteur déterminant de paix, de liberté et de compréhension internationale : il rapproche les peuples et les pays. Dans le même temps, la sûreté et la sécurité sont les conditions préalables essentielles pour le tourisme et le développement, alors que les voyageurs modernes sont mieux informés et plus exigeants. Le tourisme et les voyages sont les premières activités économiques à pâtir d'une impression de sécurité insuffisante tant au niveau individuel que collectif. Les alertes sanitaires, catastrophes naturelles et attentats terroristes ainsi que les problèmes liés à la sécurité individuelle, à la loi et à la criminalité ont des conséquences rapides et durables sur les choix de voyage et, par contagion,

peuvent porter gravement atteinte à la prospérité de communautés fortement dépendantes du tourisme. Les répercussions des attentats du 11 septembre 2001 et de Bali en 2005, les crises du Moyen-Orient et du tsunami asiatique ou les flambées de violence dans certains pays – tout cela illustre les effets négatifs puissants de la peur sur le tourisme, même si la reprise de l'activité peut être rapide quand le calme revient.

11. Même si l'Europe a bonne réputation pour ce qui est de la sûreté, elle n'est pas à l'abri des menaces. Elle doit rester vigilante et se demander comment améliorer encore la sécurité à tous les niveaux de manière discrète et acceptable. Pour s'attaquer aux problèmes de sécurité mondiaux, nationaux, régionaux et locaux, il faut tirer les enseignements du passé. Il suffit, pour mieux comprendre, de se pencher sur quelques événements marquants de ces dernières années. A cause de la peur de voyager et des mesures de sécurité draconiennes prises aux Etats-Unis après le 11 septembre, le nombre de visiteurs qui se sont rendus dans ce pays en 2002-2003 a baissé d'au moins 20 % et les revenus du tourisme ont chuté de 25 %. Les départs par avion ont nettement régressé du fait de la multiplication des annulations de vols, qu'il s'agisse de déplacements d'affaires, d'agrément ou pour des congrès, ce qui a provoqué des faillites en chaîne dans le secteur du voyage. Les trois mois qui ont suivi les attentats ont été les plus dévastateurs pour la plupart des secteurs touchés. Il a ensuite fallu attendre 2004 pour que la croissance reprenne lentement dans le secteur touristique aux Etats-Unis. Le nombre de visiteurs d'avant 2001 a de nouveau été atteint en 2006. A l'échelle du monde, en 2001, les arrivées internationales ont chuté de 0,5 % et les recettes de 2 % (soit 10 milliards d'USD). Dans le même temps, le tourisme intérieur augmentait dans tous les pays. L'année suivante, le tourisme mondial a retrouvé la croissance avec une augmentation de 3 % des arrivées internationales.

12. La guerre menée par les Etats-Unis en Iraq (à partir de mars 2003) a plongé le Moyen-Orient dans un cauchemar en matière de sécurité. Une étude du Conseil mondial du tourisme et des voyages (CMTV) a montré que cette guerre menaçait plus de 3 millions d'emplois liés au tourisme et au voyage et pouvait entraîner des milliards de dollars de pertes potentielles, notamment dans le secteur du tourisme. Les effets de la guerre, conjugués avec la peur du SRAS,⁴ ont fait provisoirement baisser les déplacements dans le monde (même si le commerce et l'économie mondiaux ont bien résisté), les plus grosses pertes ayant été subies par la Chine, Taiwan, Hong Kong, le Canada⁵ et Singapour, et suivies de retombées dans les pays européens. Les désaccords politiques sur l'Iraq⁶ et le renchérissement de l'euro par rapport au dollar n'ont pas été sans influence sur les intentions des Américains de voyager en Europe, notamment en France et en Allemagne.

13. D'autres tensions proviennent actuellement de la pression exercée par le gouvernement des Etats-Unis sur ses homologues européens pour leur faire accepter de nouvelles mesures de sécurité relatives aux liaisons transatlantiques.⁷ Il s'agirait notamment de fournir des renseignements à caractère personnel sur tous les passagers survolant les Etats-Unis sans y atterrir pour les autoriser ou pas à circuler sans visa sur le territoire des Etats-Unis. Il est aussi question de placer un garde armé sur tous les vols entre l'Europe et les Etats-Unis assurés par des compagnies américaines. Le ministère américain de la Sécurité intérieure insiste également pour mettre en place un nouveau système d'autorisation concernant les Européens qui se rendent aux Etats-Unis par avion, qui obligerait tous les passagers potentiels à faire une demande en ligne pour obtenir l'autorisation de pénétrer sur le territoire des Etats-Unis avant même de réserver un billet, dans le cadre d'une procédure durant plusieurs jours. De plus, le gouvernement des Etats-Unis demande aux compagnies aériennes européennes de fournir des renseignements à caractère personnel sur les personnes restant au sol qui accompagnent des personnes âgées, des enfants ou des personnes malades lorsqu'ils embarquent sur les vols à destination des Etats-Unis. Cela vient s'ajouter aux 19 éléments d'information que les pays de l'UE ont déjà accepté de communiquer sur chaque voyageur se rendant aux Etats-Unis. On ne s'étonnera pas que les représentants de l'UE aient qualifié les exigences américaines de «problématiques», «difficiles», «absurdes», «totalement injustifiées», voire de «chantage». Ces exigences de sécurité quelque peu excessives des Etats-Unis soulèvent des problèmes juridiques de protection des données en Europe et risquent de compliquer les déplacements transatlantiques. Cette Assemblée et le Conseil de l'Europe doivent étudier le problème de plus près dans le but d'établir une position européenne commune sur la question.

⁴ Selon le rapport de l'Organisation mondiale de la santé du 21 avril 2004, le SRAS (syndrome respiratoire aigu sévère) a tué 774 personnes sur 8096 cas d'infection connus entre novembre 2002 et juillet 2003, principalement en Asie du Sud-Est.

⁵ Les arrivées de touristes au Canada se sont effondrées de 13 % en 2003 mais sont remontées de 9 % l'année suivante.

⁶ « L'image de l'Europe en Amérique du Nord », rapport du groupe de recherche de la Commission européenne du tourisme (organisation qui représente 33 offices nationaux de tourisme de pays d'Europe), juin 2004.

⁷ « Bush clampdown on flights to US », *The Guardian*, 11 février 2008

14. La *sécurité environnementale* est apparue au premier plan à l'occasion du tsunami qui s'est produit en Asie en décembre 2004, tuant 225 000 personnes, dont près de 2 000 voyageurs européens,⁸ et dévastant les infrastructures dans 11 pays. Malgré la brutalité du choc psychologique subi par les familles de victimes, les activités sont assez rapidement revenues à la normale dans la région avec l'aide de la communauté internationale, et les touristes y sont retournés dès que le caractère exceptionnel de la catastrophe n'a plus fait de doute. En Amérique, des ouragans font régulièrement des morts et d'importants dégâts matériels. En 2005, l'ouragan Katrina, pire catastrophe naturelle de l'histoire des Etats-Unis, a causé des dommages économiques directs représentant de plus de 81 milliards d'USD et d'importantes pertes environnementales, surtout dans les zones côtières, portant ainsi un coup au tourisme dans des régions habituellement très fréquentées.

15. Au cours de l'été 2007, les critiques n'ont pas manqué envers les autorités grecques concernant les moyens qu'elles ont mis en œuvre pour lutter contre les terribles incendies qui ont ravagé des régions et des villages entiers⁹, obligeant habitants et touristes à fuir. En effet, les incendies touchent tout particulièrement les pays méditerranéens où, d'après le système européen d'information sur les feux de forêts, 380 000 à un million d'hectares partent en fumée chaque année. Toutes ces catastrophes soulignent l'importance des systèmes d'alerte et de gestion de crise (notamment des plans d'évacuation) qui nécessitent, dans beaucoup de pays, des améliorations urgentes et substantielles, voire une refonte complète. Elles mettent aussi en évidence un échec politique¹⁰, celui de ne pas avoir réussi à mettre en place une gestion stratégique pour maintenir l'équilibre subtil entre zones construites et zones vertes. Les spécialistes de l'environnement nous mettent en garde : les dérèglements climatiques et les catastrophes qu'ils provoquent (tempêtes, incendies, inondations) pourraient être liés au réchauffement climatique et, par conséquent, se multiplier.

16. Les crises relatives à la sécurité peuvent hélas survenir à tout moment : le secteur du voyage et du tourisme doit donc s'adapter en permanence et mettre au point des moyens de réduire les menaces et leurs répercussions. Même si les gouvernements, qui décident des actions à mener, sont responsables de la sécurité au premier chef, les organisations internationales ont aussi un rôle à jouer, notamment en matière de communication et de coopération. Dans le cadre de ses travaux en faveur de davantage de sûreté et de sécurité dans le tourisme, l'Organisation mondiale du tourisme s'est employée à mettre sur pied un réseau international pour répertorier des informations de sûreté fondamentales et des points de contact relatifs aux pays et aux cas d'urgence. Des informations supplémentaires sont actuellement disponibles sur le site www.sos.travel, ou sur le site de l'OMT, mais il faut encore développer ce réseau et ajouter des profils de pays. La campagne britannique, qui invite les voyageurs à s'informer pour plus de sécurité («*Know Before You Go*»), lancée en 2001 par le ministère des Affaires étrangères et du Commonwealth en partenariat avec des acteurs de l'industrie du voyage, est une mine de conseils précieux pour les voyageurs (www.fco.gov.uk/travel). On ne peut que recommander ce site organisé de manière thématique (par types de risques, pays et formalités) à tous les voyageurs qui comprennent l'anglais. D'autres pays d'Europe pourraient s'en inspirer.

17. Les efforts paneuropéens dans le domaine des échanges d'informations, de la surveillance, de l'évaluation des risques, de la gestion de crise, de la coordination des actions et de l'action préventive sont essentiels et reposent sur une coopération transfrontalière effective, y compris par le biais d'institutions européennes et internationales telles que le Conseil de l'Europe. Pour ce qui est de la sécurité des personnes, la responsabilité nationale et parfois individuelle reste cruciale. Dans l'optique du Conseil de l'Europe, toute action concertée et ciblée de lutte contre la violence et l'extrémisme de toute nature doit aller de pair avec le travail destiné à promouvoir les droits de l'homme, les valeurs éthiques et la prééminence du droit. Les traités antiterroristes du Conseil de l'Europe comme la Convention pour la prévention du terrorisme et la Convention relative au financement du terrorisme, mais aussi les efforts déployés pour assurer un contrôle parlementaire des services de sécurité poursuivent cet objectif et méritent un soutien sans réserve des Etats membres.

18. Il est rassurant de voir que, dans bon nombre de pays européens, dans divers domaines, des normes de sécurité sont élaborées, harmonisées et appliquées de plus en plus vigoureusement. Il est particulièrement important de garantir une sécurité accrue dans les zones accueillant le public, les lieux de rencontre et de manifestations culturelles, les sites, infrastructures et services touristiques, ainsi que dans les réseaux de transport. S'il est inenvisageable de garantir la sécurité totale, en revanche, il ne faut ménager aucun effort et aucun soin dans ce domaine. Nous devons veiller à ce qu'une Europe plurilingue ne

⁸ 552 venus d'Allemagne, 543 de Suède, 179 de Finlande, 150 Britanniques, 106 Suisses, 95 Français, 86 Autrichiens, 84 Norvégiens

⁹ L'estimation des dommages pour l'économie grecque atteint 4 milliards d'euros.

¹⁰ Cela comprend également les actes criminels de promoteurs sans scrupules qui veulent obtenir la reclassification de forêts et de zones humides à des fins de construction et de spéculation financière.

Doc..

devienne pas une «Tour de Babel» en matière de décision sur des normes communes de sécurité, et nous devons passer d'accords volontaires à des accords contraignants dans ce domaine, comme cela est plus ou moins le cas en ce qui concerne la sécurité incendie.

19. Concrètement, votre Rapporteur souhaite rappeler les propositions avancées lors de la réunion d'Almancil de la Sous-commission de l'Assemblée sur le développement du tourisme. Ces propositions, qui concernent les éventuelles améliorations des dispositions locales pour protéger la sécurité des touristes, relèvent de la communication de base entre les touristes et les communautés d'accueil, les pouvoirs publics et les entreprises du secteur privé. Ainsi, parmi les mesures prioritaires, qui devraient également être considérées comme un investissement public aussi vital qu'urgent, il conviendrait de disposer de mesures de sécurité propres à certaines régions, de contrôles réguliers et indépendants des conditions de sécurité, de stratégies de gestion des crises, d'une signalétique plus claire pour les touristes, d'un meilleur éclairage des lieux publics et d'un service de police plurilingue 24 heures sur 24. En Argentine, en République dominicaine, en Egypte, en Grèce, en Malaisie et au Mexique, on peut constater le bon fonctionnement de forces de polices spécialisées dans le tourisme et formées à l'assistance en plusieurs langues. D'autres pays ont créé des centres d'appels où des opérateurs multilingues peuvent gérer les situations d'urgence concernant des touristes.

iii. Définition de la «capacité de charge» des sites touristiques, notamment dans les zones protégées et les zones côtières

20. Grâce aux nouvelles technologies, à l'évolution des modèles de consommation et à la simplification de la préparation du voyage, les flux de touristes non seulement augmentent, mais deviennent également moins prévisibles et donc plus difficiles à gérer. Les arrivées en masse et la saturation - dans les transports, les lieux d'hébergement et les sites touristiques - sont de plus en plus fréquents, avec à la clé la déception des visiteurs, une hausse des frais de gestion pour les entreprises, des dysfonctionnements pour la communauté d'accueil locale et souvent une dégradation des sites et services touristiques, ainsi qu'une éventuelle perte de recettes. La gestion des flux touristiques en vue d'optimiser au mieux l'utilisation des infrastructures et ressources suppose une politique proactive, avec notamment des mesures pour définir la capacité d'accueil des sites et un ensemble de mesures incitatives destinées à mieux répartir les visiteurs - sur le plan géographique comme dans le temps. Ceci devrait être l'une des missions primordiales des organismes du tourisme et autre parties prenantes dans les destinations privilégiées par le tourisme de masse.

21. Pour réduire au maximum les nuisances liées aux flux de visiteurs, il convient d'évaluer précisément en amont quel est le plafond acceptable de touristes que l'on est à même d'accueillir, et suivre ensuite les données en temps réel concernant les flux. Il convient de faire la distinction entre les perceptions des touristes et ceux des autochtones en ce qui concerne ce qui est «acceptable». Ainsi, pour certains lieux, tels que des paysages naturels remarquables, des sites riches sur le plan de la faune ou des lieux de culte, la plupart des touristes recherchent «la paix et la sérénité» ; en revanche, pour d'autres, par exemple des marchés, festivals, manifestations sportives ou places publiques, l'on attend et l'on recherche un certain effet de foule. Les autochtones pourraient s'offusquer de la présence de groupes nombreux et bruyants de touristes, en particulier lorsque ceux-ci sont largement plus nombreux qu'eux ; les agents publics locaux se préoccupent de l'impact concernant le trafic, les infrastructures et les espaces publics ; et les entreprises locales ne plus pouvoir faire face à une demande excessive. Toutes les perceptions et attentes doivent être mesurées à l'aune des avantages et risques potentiels afin de concevoir des solutions de gestion appropriées.

22. Concrètement, la capacité de charge peut être évaluée d'un point de vue écologique, socioculturel, psychologique, ou encore en termes d'infrastructures et de gestion. Elle a été étudiée dans un certain nombre de pays et s'est avérée très utile pour procéder ultérieurement à des ajustements de politique, par exemple à Malte où une évaluation de la capacité d'accueil et la ligne d'action dégagée à la suite de cette évaluation sont la pierre angulaire de la stratégie du pays en matière touristique et sont maintenant utilisées pour étayer les demandes auprès des fonds structurels européens en vue d'améliorer la qualité des infrastructures du tourisme et la préservation du patrimoine. Dans une autre approche, il serait possible de parvenir à une croissance gérable du tourisme, selon le concept de «limite tolérable», qui est plus souple et basé sur une évaluation en temps réel des impacts préoccupants, mais qui permet en revanche plus de latitude et de réactivité au lieu de devoir anticiper.

23. Si tous les sites naturels et culturels sont de précieux atouts pour le tourisme, l'on peut dire que les zones protégées, les monuments uniques, les îles et zones côtières sont des «joyaux de la couronne» qui doivent être traités avec un soin spécial. En fait, quelque 63 % de vacanciers ont tendance à choisir les sites balnéaires, contre 25 % qui préféreraient la montagne, la ville ou la campagne. Dans certains pays (Croatie, Grèce et Chypre), le tourisme côtier domine l'offre touristique et est à la source de la majeure partie des

dépenses dans le tourisme. Il convient donc d'adopter des stratégies nationales pour le traitement particulier des sites vulnérables, afin de permettre au tourisme de trouver sa place par la gestion intégrée des sites protégés, l'application d'un contrôle plus strict en matière d'aménagement du territoire et l'évaluation systématique d'impact, d'une part, ainsi que la promotion de principes de développement durable dans les divers secteurs de l'activité humaine, d'autre part. Nous recommandons la lecture d'un ouvrage donnant des conseils pratiques, publié par la Commission mondiale sur les secteurs protégés avec l'OMT et le PNUE sous le titre *La gestion de la saturation touristique des sites naturels et culturels*. Ces principes directeurs militent en faveur d'une vision à long terme, assortie d'objectifs à court et moyen termes, cherchant à optimiser les avantages économiques tirés du tourisme dans des zones protégées tout en garantissant des bénéfices suffisants et en encourageant la conservation.

24. En Europe plus de 200 habitats naturels sont protégés. Beaucoup sont trop fragiles pour être ouverts aux touristes mais ceux qui le sont ont connu une forte croissance du nombre de visiteurs depuis vingt ans. Il incombe avant tout aux autorités nationales de déterminer, en adoptant une législation appropriée, le niveau de protection voulu et l'étendue des activités économiques autorisées dans les zones protégées (logement et tourisme compris). La recherche montre que l'instauration de mesures de protection de l'environnement spécifiques à un site et d'une réglementation visant à discipliner les visiteurs et les prestataires de services ne constitue pas une contrainte pour le tourisme. La Suisse par exemple, où les zones protégées couvrent près de 30 % du territoire, a une réglementation environnementale qui compte parmi les plus dures et les plus efficaces au monde, ce qui ne l'empêche pas de figurer au premier rang du classement des pays en fonction de leur compétitivité touristique établi par le forum économique mondial (pour en savoir plus sur les pays européens, voir l'annexe au présent rapport et le site: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>).

25. De nombreux pays d'Europe centrale et orientale possèdent des ressources naturelles et culturelles très attractives mais sous-exploitées, qui subissent une pression de plus en plus forte, résultante de l'expansion économique. Ces pays doivent veiller à disposer des fonds suffisants, à se doter d'une réglementation cohérente, à appliquer sans faillir les mesures de protection effective des sites naturels et culturels stratégiques et à assurer la bonne utilisation de ces sites à des fins touristiques. Les travaux de construction illégaux¹¹ doivent être immédiatement interrompus et les bâtiments détruits, y compris lorsqu'ils sont la conséquence du manque d'éthique de certains fonctionnaires chargés des contrôles (le rapporteur connaît beaucoup de cas en Albanie, en Bulgarie, en Lituanie, en Pologne, en Roumanie, etc.)

iv. Tourisme de masse: un danger et une chance à saisir ?

26. Le tourisme de masse est souvent critiqué et stéréotypé comme étant la forme extrême du tourisme. Toutefois, il ne faut pas oublier qu'à ses débuts, cette forme de tourisme était plébiscitée pour les nombreux avantages socio-économiques qu'elle apportait à la société dans son ensemble, et perçue comme un signe de démocratisation du voyage et des vacances. À l'évidence, la croissance du tourisme est une évolution naturelle, à mesure que davantage de gens voient leur niveau de vie s'élever et peuvent donc plus facilement se permettre de voyager. Cette tendance est positive, mais elle crée également de nouveaux défis pour le tourisme si l'on veut éviter que celui-ci ne soit victime de son succès. Or, c'est justement sur les centres de tourisme de masse que les stratégies de développement durable peuvent produire les effets bénéfiques les plus nets et les plus spectaculaires.

27. Il convient de garder à l'esprit les nombreux exemples qui, à l'instar des complexes de vacances de type méditerranéen d'Espagne, du Portugal, de Grèce et de Chypre, montrent que cette évolution a déjà atteint un seuil critique en Europe du Sud. En Espagne par exemple, la ville de Torrevieja avait une population stable de 9 200 habitants en 1960, qui est passée à 70 000 en 2001 et atteint 400 000 personnes en août, lorsque le nombre de vacanciers est le plus élevé. L'étalement urbain s'est traduit par la construction d'environ 90 000 bâtiments dont 75 000 sont utilisés exclusivement pour les vacances d'été, ce qui provoque une demande – en hausse mais fluctuante – au plan de l'emploi, des biens et des services, alimente une énorme spéculation immobilière et pèse fortement sur la construction. Les revenus supplémentaires ont été affectés à l'amélioration du système de distribution des eaux et des services culturels mais l'abondance des constructions de médiocre qualité architecturale a transformé radicalement le paysage. Les autorités locales cherchent à présent des moyens d'encourager des investissements à plus forte valeur ajoutée qui pourraient favoriser la compétitivité grâce à la qualité, à la diversification et à un environnement durable. Déterminé à évoluer du tourisme de masse vers une offre plus haut de gamme, le gouvernement bulgare a, quant à lui, mis au point une stratégie d'investissement ambitieuse (à hauteur de 3,3 milliards d'euros) pour améliorer les infrastructures de transport et les installations de traitement des

¹¹ Voir aussi *South-East Europe Review*, 4/2001, pages 123-150, article sur le logement en Europe du Sud-Est : entre Etat et marché, d'Iván Tosics et József Hegedüs, avec Michael Remmert ainsi que l'étude de mars 2004 de la Banque de développement du Conseil de l'Europe et de la Banque mondiale sur le logement en Europe du Sud-Est.

Doc..

déchets – en partenariat avec la Banque européenne d'investissement et plusieurs entités publiques et privées.

28. L'Organisation mondiale du tourisme prévoit que la majeure partie de l'augmentation des recettes du tourisme européen au cours de la prochaine décennie proviendra de formes alternatives de voyage ne passant pas par des séjours traditionnels à la mer. Les études de marché montrent que les voyageurs deviennent de plus en plus sélectifs, qu'ils sont en quête de nouvelles expériences, sont plus mobiles et plus actifs, partent pour des séjours plus courts mais plus fréquents tout au long de l'année, vivent plus longtemps et se préoccupent de plus en plus de l'environnement. Le voyageur d'aujourd'hui est motivé par les paysages, le climat, le coût du voyage, son intérêt historique, l'environnement, un dépaysement complet ou encore la découverte gastronomique. Pour une entreprise, c'est là une opportunité qui appelle à diversifier davantage l'offre touristique, mais également un défi car la planification des investissements se complexifie.

29. Même quand le développement local repose exclusivement sur le tourisme de masse, il convient de s'attacher à diversifier l'économie locale pour atténuer les problèmes liés aux variations de fréquentation saisonnières et à la pression qui en résulte sur les ressources locales, les infrastructures et l'emploi. Cela nécessite des structures politiques et décisionnelles qui tiennent compte à la fois du tourisme, de l'environnement et des intérêts locaux et nationaux. L'aménagement d'infrastructures à long terme devrait obéir à la volonté d'assurer la durabilité et d'adopter un système réglementé favorisant la qualité : il faut notamment examiner les répercussions éventuelles de la croissance touristique sur les infrastructures et mettre sur pied des stratégies politiques établissant des liens entre le tourisme et le développement en général. A cet égard, le rapporteur tient à souligner l'importance de la (re)construction durable décrite ci-après et insiste sur la nécessité de poursuivre plus vigoureusement dans cette voie par une action positive.

30. L'essor des vols à bas tarif a ouvert de nouvelles possibilités de voyage, mais il a aussi fait apparaître de nouveaux problèmes dans le domaine du contrôle du trafic aérien, et de la gestion des capacités de transport et d'hébergement. Le phénomène des surréservations qui est apparu d'abord dans les transports aériens s'étend désormais au secteur hôtelier, surtout dans les destinations urbaines et de vacances populaires ou les grandes manifestations publiques. Etant donné qu'il peut se révéler difficile et économiquement irrationnel d'ajouter des capacités supplémentaires, les responsables touristiques locaux devraient étudier des solutions pour proposer des hébergements d'urgence et mettre en place des lignes d'assistance aux consommateurs. Tous les hôtels officiellement agréés doivent faire face à leurs engagements de réservation ou offrir une aide et des dédommagements financiers adéquats dans le cas où le contrat d'origine ne peut être honoré.

v. *Approche intégrée pour la gestion de la saturation et l'aménagement du territoire*

31. Pour éviter les concentrations excessives et contre-productives de touristes, il faut agir préventivement, après mûre réflexion. Lorsque la saturation est permanente, cela signifie que la planification préventive a échoué et les dommages peuvent être irréversibles, alors qu'une saturation ponctuelle peut être légèrement plus facile à gérer. Cependant, le marché à lui seul ne peut résoudre le problème, qui nécessite une approche créative au niveau local et l'implication de multiples acteurs des secteurs privé et public. Le Guide sur la gestion de la saturation touristique dans les sites naturels et culturels, de l'OMT, présente une analyse plus complète et plus utile de la question.

32. Il y a saturation constante lorsqu'un site ou une destination touristique accueille en permanence un trop grand nombre de visiteurs. Pour y remédier, il peut être nécessaire d'intervenir lourdement sur divers aspects du site lui-même et des infrastructures voisines, par exemple son accès, les zones de stationnement et d'arrivée, d'entrée et de billetterie, les espaces publics et les points de vue, les infrastructures d'interprétation et de visite, mais aussi d'améliorer la gestion, la formation du personnel, les flux d'informations et le financement d'appui.

33. La plupart des cas de saturation ponctuelle concernent des manifestations périodiques ayant fait l'objet d'une intense commercialisation (par exemple vacances scolaires, week-ends, festivals, célébrations, manifestations sportives, etc.) qui génèrent des flux massifs de visiteurs sur des périodes relativement courtes de l'année. Dans ce cas, il convient occasionnellement de renforcer le personnel, les transports, la sécurité, l'approvisionnement en nourriture et en boisson, les services sanitaires et les heures de travail, mais ces renforts sont critiques pour répondre aux attentes des visiteurs et faire en sorte que les sites demeurent attractifs. Des offres promotionnelles, temporaires ou permanentes, peuvent contribuer à réguler les flux saisonniers de visiteurs, à condition que ces derniers puissent être informés suffisamment à l'avance. Il faudrait aussi encourager les gens à partir en vacances en basse saison. L'organisation des Jeux olympiques à Londres en 2012 représente un énorme enjeu pour les pouvoirs locaux et le secteur privé sur le plan de l'investissement, du développement durable et de la sécurité. La créativité des professionnels du

tourisme – chargés de séduire les visiteurs pour mieux les persuader de revenir découvrir le pays qui se cache derrière le Grand Londres – va également être mise à l'épreuve.

34. Une étude réalisée par Deloitte¹² sur la performance des hôtels montre que le taux d'occupation des hôtels dans les grandes villes d'Europe s'améliore mais reste en moyenne nettement inférieur à ce qu'il est dans d'autres régions du monde. Dans d'autres villes, et plus particulièrement dans les zones rurales, les chiffres peuvent descendre jusqu'à 20 %, en raison principalement de la localisation géographique et de la saisonnalité. Le rapport du Parlement européen sur la nouvelle politique européenne du tourisme (Rapporteur : Paolo Costa) a aussi rappelé la nécessité de mettre en œuvre un programme européen consacré exclusivement aux retraités en basse saison, qui pourrait améliorer la qualité de vie des seniors, la création d'emplois, la gestion de la demande et les perspectives de croissance économique.

Performance des hôtels par régions

	Taux d'occupation (%)			Prix moyen de la chambre (USD)			Revenu par chambre disponible (USD)		
	2006	2007	Variation	2006	2007	Variation	2006	2007	Variation
Europe	62,7	63,6	1,3	125	146	16,6	78	93	18,1
Moyen-Orient	71,1	72,9	2,5	140	156	12,1	99	114	14,8
Asie et Pacifique	71,2	71,7	0,7	120	134	11,9	85	96	12,7
Amérique centrale et Amérique du Sud	67,1	68,0	1,3	104	111	13,2	69	80	14,7

35. Quelle que soit la forme de tourisme (tourisme de masse ou de niche) ou le site de destination, il est possible de recourir à des pratiques de développement d'un tourisme durable combinant des paramètres environnementaux, socioculturels et économiques. En tant que processus permanent qui s'accompagne d'un suivi constant des incidences et de la mise en œuvre de mesures préventives ou correctives, il s'agit là d'un outil global pour un développement équilibré. Des destinations touristiques recherchées telles que la Fédération de Russie et l'Ukraine font actuellement face à un problème de capacité hôtelière et doivent investir d'urgence dans des structures d'accueil de qualité.

36. Dans toute l'Europe, notamment les pays d'Europe centrale et orientale, la rapidité de la croissance économique, l'urbanisation et la spéculation immobilière ont créé d'énormes pressions sur la planification des paysages et ont souvent conduit à des décisions de construction non durables qui équivalent à une pollution architecturale. Il devient urgent pour les pouvoirs locaux de réexaminer les politiques concernant l'échelle, la densité et la conception des nouveaux bâtiments. Dans l'optique du tourisme durable, il faudrait recourir autant que possible aux formes traditionnelles et aux matériaux de construction locaux de manière à préserver l'authenticité et l'attrait des sites.

37. De plus, l'opinion publique est de plus en plus préoccupée par la dégradation de l'environnement quotidien et la nécessité de s'orienter vers une consommation responsable. Les principes de construction, d'utilisation et de gestion durables des immeubles sont éminemment importants pour nos modes de vie en général et le tourisme en particulier. Le principe du pollueur-payeur étant de plus en plus systématiquement pris en compte, les bâtiments «intelligents» présentent davantage d'intérêt au plan économique et environnemental. La *construction durable* vise, dans sa démarche, à adapter les bâtiments de manière à utiliser des matériaux à faible impact environnemental, à dépenser moins d'énergie, à polluer moins, à générer moins de déchets (le tout par l'amélioration du chauffage, de l'isolation, de l'aération, de l'éclairage et des circuits d'eau), à réduire au minimum les coûts de fonctionnement et à optimiser le confort et les avantages pour les habitants. Alors que les nouvelles constructions en Europe gagnent en efficacité, le taux de mise aux normes/rénovation (1 % par an, environ) des bâtiments plus anciens est beaucoup trop bas pour que l'on puisse s'attendre à des améliorations de taille dans un proche avenir – à moins que nos gouvernements ne mettent en place des mesures incitatives appropriées.

38. Les pays européens pourraient également mieux utiliser la Convention européenne du paysage¹³ (entrée en vigueur le 1er mars 2004), un texte conçu pour promouvoir la protection, la gestion et l'aménagement du paysage, ainsi que l'organisation de la coopération européenne dans ce domaine. Cette Convention, premier traité international à se préoccuper exclusivement de tous les aspects du paysage

¹² HotelBenchmark™ Survey, Deloitte

¹³ Pour plus d'information, visiter le site <http://www.coe.int/EuropeanLandscapeConvention>.

Doc..

européen, peut également être utilisée pour renforcer le patrimoine rural et faciliter le développement du tourisme vert.

39. Un certain nombre de destinations européennes populaires testent actuellement l'éco-management et le système d'audit européens pour améliorer l'aménagement de leur espace. Certains pays (la Bulgarie, le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne et d'autres) expérimentent diverses écotaxes, des redevances en cas d'encombrements du trafic, des systèmes de paiement différencié, une écocertification, et des mécanismes d'aides aux "usines vertes" pour influencer les modèles et les choix de consommation. De plus, l'Autriche, le Danemark, la France, l'Italie, la Lettonie, le Luxembourg, les Pays-Bas, l'Espagne, la Suisse et les pays nordiques participent à l'initiative VISIT financée par l'Union européenne, qui associe douze mécanismes de labellisation des entreprises touristiques. Depuis 2002, les grandes entreprises de France sont tenues de remettre un rapport sur leur politique de développement durable et la mise en œuvre du plan Qualité Tourisme, qui vise à améliorer l'offre touristique et le marketing des services touristiques, est engagée. Les autorités touristiques hongroises ont créé un prix national de qualité du tourisme – système basé sur le volontariat dont le but est l'amélioration de la qualité des services et la compétitivité du secteur.

vi. Amélioration de l'accessibilité des destinations, sites et infrastructures touristiques

40. La dimension sociale du tourisme est un facteur majeur pour le développement durable, qui compte dans ses grands objectifs l'inclusion et l'équité sociales. Les vacances sont certes un droit, grâce à la généralisation des congés payés, toutefois permettre à tous de prendre des vacances est un défi important aussi bien qu'une opportunité pour le secteur du tourisme. Des études d'experts montrent qu'environ 40% des Européens ne partent pas en vacances, du fait pour l'essentiel de diverses formes de privations ou de handicaps (sont particulièrement concernés les familles, personnes âgées, migrants, jeunes et personnes handicapées).

41. Ceci implique de donner au tourisme durable un objectif stratégique plus large: les politiques de développement visant à maximiser les revenus générés par le secteur en maîtrisant, voire en contenant, les augmentations en volume devraient aller de pair avec les principes d'inclusion sociale. En outre, s'intéresser davantage aux aspects sociaux du tourisme pourrait contribuer à réduire la saisonnalité de la demande et les concentrations excessives de voyageurs sur le plan géographique, tout en soutenant un emploi plus stable tout au long de l'année et le développement de régions défavorisées, en particulier si davantage de touristes pouvaient être persuadés de se déplacer hors saison et ailleurs que dans les endroits les plus fréquentés. Ainsi la campagne «La Bavière en toutes saisons» poursuit plusieurs objectifs en cherchant à soutenir les voyages familiaux, des mécanismes de solidarité sponsorisés par les secteurs public et privé, ainsi que l'efficacité de l'utilisation des ressources, les voyages en basse saison et «l'expérience pluie ou neige» pour les touristes originaires de pays extrêmement secs et chauds.

42. Pour que tous puissent s'adonner au tourisme, deux facteurs ont leur importance: l'accessibilité physique des destinations et sites touristiques, d'une part, et le prix, qui doit être accessible pour des vacances. C'est pourquoi il conviendrait en priorité de se focaliser sur des infrastructures mieux conçues et adaptées pour répondre aux besoins de certaines catégories de voyageurs (par exemple des aménagements pour les familles voyageant avec enfants, les personnes âgées et les personnes handicapées); sur l'amélioration de la fréquence, de l'intermodalité et du confort des liaisons de transports publics; sur les offres promotionnelles ou fiscalement intéressantes et les informations permettant d'en profiter pour les voyageurs en basse saison qui choisissent des destinations en dehors des sentiers battus; sur la mise en œuvre de politiques destinées à permettre aux personnes à bas revenus de prendre malgré tout des vacances, par exemple grâce à des systèmes de bons vacances (tels que ceux mis en place en France et en Hongrie) et autres initiatives similaires; et, aspect important, envisager de réserver une partie des recettes émanant du tourisme (par le biais de taxes spécifiques réglées par les touristes et les entreprises de tourisme, ou par le biais de dispositifs reposant sur le volontariat) pour traiter des problèmes sociaux.

vii. Tourisme et changement climatique

43. Pour beaucoup de monde, le changement climatique est ressenti comme l'un des principaux problèmes auxquels notre planète est confrontée, avec toute une série de conséquences pour les activités économiques en général et le tourisme en particulier. La nature et le climat étant des ressources essentielles pour le tourisme, la modification des tendances climatiques et des paysages aura inévitablement un impact sur les choix de destinations, les entreprises de tourisme et les populations d'accueil, avec des répercussions significatives sur les secteurs connexes (tels que l'agriculture, l'artisanat, le bâtiment etc.), ainsi que sur la santé publique. Il n'est plus possible de se voiler la face: ce phénomène affecte déjà le secteur du tourisme, en particulier certaines destinations, par exemple les régions de montagne, les villes et

régions côtières. A plus long terme, les changements climatiques¹⁴ pourraient avoir d'importantes conséquences sur les grands flux touristiques, notamment en Europe du Nord et autour de la Méditerranée.

44. Selon l'OMT, le tourisme contribue à environ 5 % des émissions de gaz à effet de serre d'origine humaine dans le monde, essentiellement en raison des transports (90 % de la part revenant au tourisme). Etant donné l'explosion récente des transports aériens à bas coût,¹⁵ environ 43 % des voyageurs dans le monde recourent à ce mode de transport. Cette tendance se renforce, si bien que les transports aériens restent l'une des sources d'émissions qui croissent le plus rapidement (à un rythme de 4 % par an). Il est également à noter que 44 % des voyageurs circulent par la route mais que ce mode de transport croît moins vite, en moyenne, que le transport aérien (respectivement 2,3 % et 3,3 % par an). On espère que l'accord « ciel ouvert » signé il y a peu par les Etats-Unis et l'UE améliorera le trafic aérien transatlantique et que parallèlement, la nouvelle génération d'appareils qui arrivent sur le marché – Airbus A380 et Boeing 787 Dreamliner – sera moins polluante et moins bruyante grâce à une meilleure efficacité énergétique, d'importants progrès technologiques, une capacité supérieure et un moindre poids.

45. Dans les années 1990, avec la libéralisation des politiques de transport aérien européennes, les compagnies à bas coût ont pour ainsi dire révolutionné les voyages en mettant à la portée de la plupart des vacanciers, voire des chômeurs, des vols bon marché pour de multiples destinations. Certains lieux situés en périphérie de l'Europe sont ainsi devenus des destinations touristiques plus ou moins recherchées, ce qui a apporté une nouvelle prospérité aux populations locales et un choix plus varié aux voyageurs. Les compagnies à bas coût transportent à présent plus de 100 millions de passagers par an et assurent un tiers des vols. Dernièrement, elles se sont très fortement développées en Europe de l'Est où des villes comme Prague, Sofia, Vilnius et Varsovie ont ouvert de nouveaux terminaux pour gérer les flux de passagers en pleine expansion. On estime que chaque fois que le transport aérien gagne un nouveau million de voyageurs, 3 000 emplois sont créés au sol. Cependant, les subventions publiques massives nécessaires pour soutenir les aéroports secondaires pourraient être mises en cause au nom du principe de concurrence non faussée.

46. De plus, la fréquentation accrue du ciel en Europe signifie aussi plus de bruit pour les riverains d'aéroports et, selon les partis écologistes, plus de pollution. Heureusement, la sécurité du transport aérien en Europe n'est pas encore menacée par l'essor du trafic mais des problèmes de capacité de contrôle aérien risquent de se poser bientôt. Le prix apparemment modéré des vols assurés par les compagnies à bas coût peut être mis en cause par le principe du pollueur-payeur : jusqu'à présent, les compagnies européennes ont été exonérées de la taxe sur le carbone par le système d'échange de quotas d'émission de gaz à effet de serre de l'Union européenne et n'ont pas de raisons évidentes de réduire leurs émissions. L'intégration de tous les coûts environnementaux concernés dans le prix des billets d'avion pourrait bien priver d'activité de nombreux opérateurs à bas coût et provoquer des réactions négatives en bout de chaîne, dans les localités qui comptent beaucoup sur le transport à bas coût pour se développer. Le coût réel des voyages à bas prix (où les services sont réduits au minimum) devrait être mesuré à l'aune des bénéfices concrets que peut en tirer le développement local à moyen terme.

47. Le concept de tourisme durable permet de transformer les préoccupations relatives à l'environnement et au développement à long terme en objectifs politiques portant sur l'action concertée des autorités nationales et des institutions internationales compétentes. Les principaux enjeux sont notamment les suivants :

- inclure le tourisme dans la mise en œuvre des engagements découlant de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) et du Protocole de Kyoto et contribuer à l'élaboration du nouveau train de mesures pour l'après 2012;
- atténuer l'impact des émissions liées aux transports et voyages au long cours (en Europe, le transport de tourisme représente actuellement environ 8 % en émissions équivalentes de CO₂, avec la moitié pour le transport aérien et environ 41 % pour les automobiles), notamment grâce au principe du pollueur-payeur et à une participation plus importante des compagnies aériennes au système communautaire d'échange de quotas d'émissions de gaz à effet de serre;
- encourager des modes responsables de consommation et de production qui limitent le plus possible le gaspillage de ressources (la consommation d'eau des touristes représente souvent plusieurs fois celle des habitants locaux) et la pollution (en particulier pour ce qui est de l'utilisation de l'eau et de l'énergie, du recyclage, de la gestion des déchets, de la planification, etc.) et faire connaître les

¹⁴ D'ici 2100, les températures pourraient augmenter de 5,8 degrés dans le monde et le niveau des mers monter de 88 centimètres, alors que la fréquence des événements climatiques exceptionnels (tempêtes, inondations, sécheresses et incendies) augmenterait aussi.

¹⁵ Il y a actuellement 62 compagnies aériennes à bas tarif en Europe. La plupart d'entre elles vendent leurs billets directement par Internet ou par téléphone et ne sont pas accessibles par le biais des agences de voyage.

solutions alternatives (recours accru aux ressources renouvelables, utilisation des transports publics, construction durable, etc.) qui présentent un intérêt dans le cadre de l'offre de services touristiques, notamment en matière de logement;

- soutenir la mise en œuvre de politiques internationales de codéveloppement, notamment les objectifs du Millénaire pour le développement, des accords environnementaux, le Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT, le Mécanisme de développement propre et les programmes d'aide multilatéraux et bilatéraux, car il est du devoir de l'Europe d'aider les pays émergents à concilier leurs besoins en matière de développement et leur aspiration à amplifier le tourisme;
- promouvoir le partage des connaissances et des bonnes pratiques sur le développement durable du tourisme avec d'autres pays et régions.

48. Le problème va bien au-delà des limites des activités humaines à titre individuel, et c'est pourquoi les solutions pratiques exigeront des plans d'action transsectoriels et des programmes d'action spécifiques par secteur. Les politiques d'aujourd'hui ont une responsabilité primordiale dans le développement et la mise en œuvre de stratégies destinées à pallier les futurs dysfonctionnements dus au changement climatique. Une partie de la réponse pourrait passer par une attention accrue portée à la promotion du tourisme national¹⁶ – intra-national et intra-européen –, ce qui permettrait de tirer parti de trajets plus courts et d'une utilisation accrue des transports publics. Les programmes régionaux de promotion du tourisme, par exemple «Le thème, plus que la destination» en Bavière ou encore le projet de la Commission européenne EDEN «Destination européenne d'excellence» reflètent la volonté de faire rimer tourisme de proximité avec qualité et durabilité.

viii. Le rôle des partenariats public-privé dans la promotion du tourisme durable

49. Si les autorités publiques et institutions internationales sont responsables au premier chef de l'engagement politique et de la mise en œuvre de politiques propices à la durabilité dans le tourisme, la contribution du secteur privé est critique pour atteindre des résultats sur le terrain et faire remonter des informations aux décideurs politiques. Les acteurs publics et privés devraient donc travailler de concert pour définir, mettre en œuvre et suivre l'approche intégrée de management de la qualité respectueuse de normes de référence et de labels de qualité pour les services et produits du tourisme. Si le tourisme et les associations sectorielles peuvent servir de relais pour faire circuler les informations entre les autorités publiques et les acteurs locaux, les partenariats public-privé peuvent, quant à eux, être envisagés pour la réalisation de projets pilote, la promotion de la responsabilité sociale des entreprises et l'élaboration de programmes d'emploi équitables, de modèles de structures de prix optimisées et d'une planification des investissements compatible avec les impératifs environnementaux et sociaux.

50. Des recherches montrent que dans de nombreux cas, les investissements importants dans des infrastructures touristiques et la politique marketing n'ont pas débouché, comme on l'aurait souhaité, sur une croissance durable. La conclusion essentielle est que la plupart des difficultés viennent de l'insuffisante collaboration entre secteur public et secteur privé pour recenser les groupes de population visés et mettre au point une communication sur mesure efficace pour les atteindre. Il est donc particulièrement important d'utiliser les synergies public-privé pour promouvoir les destinations touristiques au moyen d'un marketing innovant. La Turquie, la Croatie et la République tchèque font partie des pays qui ont très bien réussi dans ce domaine. Les travaux de recherche de l'OCDE montrent que l'on considère de plus en plus le tourisme comme un secteur où l'investissement public peut être particulièrement utile pour, par exemple, le développement d'infrastructures, l'aide aux PME, les programmes d'amélioration de la qualité des installations et des services touristiques ou les systèmes d'octroi de licences aux professionnels du tourisme.

ix. L'hospitalité: l'importance du savoir-faire et de la communication

51. Le tourisme est avant tout l'affaire d'hommes et de femmes de tous âges, ayant des intérêts variés et mobilisant de nombreuses compétences. Pour certains, le tourisme signifie des opportunités de travailler et de gagner sa vie en toute sécurité, pour d'autres, il représente les contacts, les échanges culturels, une occasion d'apprendre ou de se divertir. Ce secteur de services, orienté client, est de plus en plus soumis à des pressions concurrentielles à la fois mondiales et locales et à une mobilité de la main-d'œuvre, ce qui entraîne donc le besoin d'accorder davantage de place aux compétences et d'adopter une orientation privilégiant la valeur ajoutée. En bref, quand nous voyageons, nous voulons nous sentir accueillis où que nous allions; nous comptons sur une expérience et une hospitalité de qualité pour répondre à nos attentes.

¹⁶ Selon l'étude de l'OCDE (*Tourism in OECD countries 2008: trends and policies*), les voyages nationaux – à l'intérieur du pays – représentent 80 % de l'activité touristique au Royaume-Uni et près de 85 % en Allemagne.

52. Des services de qualité nécessitent une bonne infrastructure, mais surtout des personnes compétentes et un sens réel de l'hospitalité chez ceux qui accueillent des touristes, à titre individuel ou professionnel. L'hospitalité passe par des comportements souriants et attentifs, et, cela va de soi, une certaine maîtrise des langues, qui prennent en particulier de plus en plus de poids dans de nombreux emplois et carrières. L'hospitalité pourrait être incorporée dans les programmes scolaires dès l'école primaire et le tourisme considéré comme un moyen d'offrir une expérience d'apprentissage essentielle. Il conviendrait de mettre en place et de promouvoir des structures d'enseignement des langues afin de répondre aux besoins de personnes de tous âges, ayant des parcours et des centres d'intérêt différents. Des dispositifs d'aide publique, tels que le chèque langue qui donne de bons résultats en Belgique, pourraient constituer des bases utiles pour l'apprentissage des langues et l'employabilité. Les entreprises, sites et infrastructures touristiques devraient s'attacher tout particulièrement à rechercher pour leur personnel un niveau approprié de qualification et de formation, y compris sur les questions de durabilité. Pour motiver le personnel afin qu'il donne le meilleur de lui-même, les employeurs doivent également s'efforcer de lui donner de bonnes conditions d'emploi, avec une rémunération suffisante, une couverture sociale, des contrats de longue durée, des horaires de travail souples mais cohérents et des perspectives de développement de carrière.

53. L'essor du phénomène qui entoure les compagnies aériennes à bas coût a eu des répercussions non seulement sur les secteurs du voyage et du logement pour touristes mais aussi de l'emploi. La pression sur les rémunérations et les conditions de travail dans le tourisme conduit à des situations où, malgré une demande en hausse, les sociétés du secteur ont de plus en plus de difficultés à recruter du personnel qualifié. Or un tourisme de qualité exige un personnel de qualité et les ressources humaines ne se réduisent pas à un coût : c'est aussi un investissement vital. Le rapporteur pense que les autorités et les professionnels du tourisme devraient garder cette considération importante à l'esprit lorsqu'ils mettent au point leurs plans de développement stratégique. En matière de tourisme, notre maître-mot ne devrait pas être *plus* mais *mieux*.

54. Les impératifs de sécurité aux points d'arrivée des visiteurs ne sauraient justifier le manque d'hospitalité et le mauvais accueil, comme cela a été le cas pendant plusieurs années aux Etats-Unis après le 11 septembre. Si le nombre de visiteurs et les revenus du tourisme ont chuté, la peur de prendre l'avion – qui fut de courte durée – n'est pas la seule explication. L'attitude peu engageante des agents d'immigration a nui durablement au tourisme aux Etats-Unis. Alors que les relations interpersonnelles créées en voyageant sont l'un des meilleurs outils au service du marketing et de la diplomatie, on peut s'étonner de constater à quel point le récent programme *Visit USA* – qui se compose de comités de promotion mis en place dans certains pays (Royaume-Uni, Canada, Mexique, Allemagne et Japon) et d'un site web (en cours d'élaboration) – fait peu pour gagner les cœurs et les esprits dans le reste du monde. Cela donne aussi à réfléchir aux pays d'Europe, de l'Est notamment, qui pourraient valoriser leur potentiel de développement touristique largement inexploité en adoptant une attitude particulièrement attentive au bien-être des visiteurs. Par exemple, selon le Conseil mondial du tourisme et des voyages (CMTV), la Russie pourrait devenir au cours de la prochaine décennie l'un des principaux pays touristiques du monde, à condition toutefois de moderniser ses infrastructures, les services (leur hospitalité) et la gestion des ressources humaines.

III. Encourager la diversité, l'authenticité et la qualité dans le tourisme: les clés d'un succès sur le long terme

i. Leçons à tirer des réussites et échecs au niveau national

55. Nous avons vu que le tourisme peut influencer considérablement sur l'identité et la prospérité des régions où il s'exerce. Ces changements affectent à la fois les destinations touristiques européennes établies et d'autres, en émergence, qui ont pour principal avantage d'être en mesure de tirer les leçons de l'expérience des destinations plus anciennes pour éviter de commettre les mêmes erreurs, ou du moins les minimiser. Des styles de vie en profonde mutation, la croissance économique et la restructuration, les tendances démographiques et la mondialisation sont autant de sources de pressions pour le développement auxquels il convient d'apporter des réponses mesurées, au niveau national, régional et local, mais également des réponses collectives, autrement dit paneuropéennes.

56. L'essor du tourisme, en tant que grande activité économique pour de vastes zones et régions d'Europe, implique de plus en plus de gens et il convient donc, en condition préalable à une réussite à long terme, de bien en planifier le développement. Les piliers économique, social, culturel et environnemental du tourisme se conjuguent dans une approche de développement durable qui leur permet de se renforcer mutuellement. Tout excès, en particulier sous la forme d'une expansion économique débridée, risque d'exacerber le coût du tourisme pour la société tout entière et, en définitive, d'en annuler les bénéfices. Nous

Doc..

devrions voir dans la durabilité un moyen d'améliorer la compétitivité du secteur du tourisme et une source de croissance de qualité.

57. L'exemple de l'Espagne est fréquemment cité pour illustrer les excès causés par le tourisme de masse sur les côtes ibériques. Ces dernières décennies, de nombreuses bandes côtières ont ainsi connu une urbanisation rapide souvent associée à une surexploitation des sols et des ressources, à une pollution visuelle et à des perturbations dans l'équilibre social. On peut citer des exemples similaires en Italie et dans d'autres pays méditerranéens, alors que bon nombre d'autres régions touristiques d'Europe (même en ville et à la montagne) sont de plus en plus confrontées à des arrivées massives de visiteurs, avec un aménagement du territoire insuffisamment bien géré et les conséquences que cela entraîne.

58. Heureusement, l'Espagne montre aussi quelques bons exemples de la manière dont on peut renverser la tendance et sortir du déclin socio-économique et environnemental entraîné par une certaine forme de tourisme. Ainsi, à Calvià, une station balnéaire d'importance majeure de Majorque, les collectivités locales ont pris, au milieu des années 1990, un tournant radical, privilégiant un modèle de tourisme plus équilibré basé sur la restauration, une croissance maîtrisée et la durabilité. Le programme d'actions visait l'aménagement du territoire, des infrastructures et services de qualité, le patrimoine culturel et naturel, l'analyse de la gestion des ressources et l'investissement. Le principal objectif affiché était la qualité de vie des autochtones, pour parvenir à une situation gagnant-gagnant à la fois pour les touristes et pour les locaux.

59. Un autre cas intéressant est constitué par la Croatie, dont les politiques de tourisme ont fait l'objet de discussions par les membres de notre Sous-commission sur le développement du tourisme et le Secrétaire d'État croate au tourisme en mai 2007. Depuis la fin de la guerre qui avait suivi l'indépendance, ce pays connaît une rapide résurgence du tourisme, qui représente désormais 23 % du PIB croate et se concentre essentiellement sur les zones côtières. Confrontée au défi considérable de l'urbanisation de ses côtes tirée par un marché immobilier en pleine essor, la Croatie a choisi d'orienter sa stratégie du tourisme vers la durabilité, en portant l'accent sur la valeur plutôt que sur le volume. En 2004, des dispositions strictes ont été adoptées en matière d'aménagement du territoire et d'investissement pour les zones situées dans une bande d'un kilomètre le long des côtes, à 300 mètres des côtes et pour toutes les villes. Un nombre considérable de constructions illicites ont été démolies, les ports, infrastructures et campings existants ont été modernisés, les systèmes de gestion des eaux ont été améliorés et le programme subventionné par les pouvoirs publics «Une nouvelle vie pour les bâtiments anciens» a permis d'aider à la création d'hôtels familiaux dans des bâtiments du patrimoine, ce qui a réduit l'impact sur l'environnement et permis d'offrir aux touristes des services de meilleure qualité. Le logo retenu - «la Méditerranée comme dans le passé» - illustre bien cette aspiration à l'excellence. L'intérêt se porte davantage aujourd'hui sur la reconversion des régions sous-développées et sites industriels en friche en destinations touristiques de haut intérêt.

60. Le dynamisme du tourisme n'est pas pénalisé, mais bel et bien stimulé, par les signaux politiques visant à orienter les investisseurs. Le but étant d'optimiser les avantages pour les touristes, les communautés d'accueil et les entrepreneurs, toutes les parties prenantes doivent faire preuve d'un comportement et d'une attitude responsables. Pour nous, l'un des principaux défis que les autorités du tourisme dans toute l'Europe auront à relever sera de faire en sorte que les stratégies de durabilité et d'un choix de qualité utilisées pour la politique du tourisme, en particulier concernant l'aménagement du territoire et la gestion de la demande (saisonnalité), soient en place et convenablement mises en œuvre au niveau national, régional et local. Les changements émanant de la mondialisation devraient être pris en compte de manière à répondre aux besoins de restructuration des économies locales, à la suite du déclin de certaines activités (notamment les industries lourdes et l'agriculture), alors même qu'un tourisme convenablement géré peut apporter une alternative saine aux revenus et emplois locaux.

61. Le respect de la diversité culturelle est un principe essentiel du développement durable et une chance sérieuse pour le secteur du tourisme. Source d'inspiration pour les visiteurs et de revenus pour les populations locales, le tourisme culturel peut jouer un rôle de premier plan dans la conservation et la réhabilitation du patrimoine historique et culturel, servir de base à des manifestations artistiques (théâtre, musique, danse, expositions, villages d'artistes, etc.), stimuler l'artisanat et le folklore local, promouvoir les traditions locales (notamment les expériences gastronomiques et spirituelles) et renforcer l'attachement aux valeurs culturelles fondamentales. Plus de 200 sites culturels d'Europe sont inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.

62. Les autorités locales et régionales devraient chercher à préserver l'authenticité de leurs richesses culturelles dans la manière de les présenter aux visiteurs et à protéger les sites culturels de tout « dommage collatéral » que la pression touristique risque de provoquer. Une part équitable des retombées directes et indirectes du tourisme devrait être affectée au développement des ressources culturelles et aux explications les concernant. Nous devons aussi souligner, à cet égard, l'importance des itinéraires culturels créés dans

plusieurs pays à l'initiative du Conseil de l'Europe d'une part, et des capitales européennes de la culture¹⁷ sous les auspices de l'UE d'autre part.

63. En outre, la coopération régionale en vue d'organiser des campagnes communes et ciblées de promotion du tourisme à l'étranger est une démarche efficace, rationnelle et louable. Citons par exemple l'initiative marketing commune de la République tchèque, de la Hongrie, de la Slovaquie et de la Pologne à l'intention de la Chine, du Japon, des Etats-Unis et d'autres pays, intitulée « *European Quartet, one melody* » (voir www.european-quartet.com pour en savoir plus). En octobre 2007, le Portugal et l'Espagne ont lancé un programme de coopération intégré pour promouvoir la péninsule ibérique comme destination «à visiter absolument» en Europe (voir www.portugalspainboth.com), en insistant sur la complémentarité des deux cultures. De plus, le *Scandinavian Tourist Board* fait la promotion pour la région Asie-Pacifique en ce qui concerne le Danemark, la Norvège et la Suède et le site web officiel scandinave (www.goscaninavia.com) sert à promouvoir le Danemark, la Norvège et la Suède comme destination pour les voyageurs de l'Amérique du Nord.

ii. Outils de réglementation, politiques, coordination et contrôle transsectoriels

64. Une fois définie les orientations stratégiques et la vision pour le tourisme, il convient de procéder à des choix importants pour refléter, par le biais d'outils de réglementation, le niveau et la nature de tourisme recherchés ainsi que les spécificités locales. Parmi les outils de référence clé pour influencer sur le développement du tourisme, on citera la planification de l'occupation des sols et le contrôle du développement par des réglementations formelles (couvrant des indicateurs physiques et une évaluation d'impact) ainsi que des orientations moins formelles (notamment les aspects éthiques pour les autorités, les entreprises du tourisme et les touristes); les instruments économiques (par exemple des mesures incitatives et pénalisantes sur le plan fiscal, les options marketing et des obligations de certification); le renforcement des capacités pour aider les communautés et entreprises de plus petite taille (la mise en commun d'expérience, de connaissances et de bonnes pratiques pourrait se révéler particulièrement utile); les améliorations ciblées aux infrastructures; et un suivi permanent des tendances. Une communication et des services d'information efficaces sont cruciaux pour sensibiliser le grand public et faire accepter des réglementations privilégiant la durabilité.

65. La quête de durabilité dans le tourisme n'aurait pas de sens sans une évaluation objective permettant de savoir si les principes qui la sous-tendent sont respectés. La mesure des progrès est essentielle et devrait reposer sur le recours à des indicateurs mesurables de durabilité. Grâce à ce type de démarche de «responsabilisation», il est possible d'analyser la situation à un moment donné (par exemple taux d'occupation, satisfaction des touristes), les contraintes pesant sur le système (par exemple coupure d'eau, niveau de criminalité, besoins de tel ou tel site en réhabilitation), l'impact du tourisme (par exemple les variations des recettes, l'allocation des ressources et le bien-être des communautés) et l'effort managérial (par exemple les évolutions de la pollution, la qualité des emplois). Les indicateurs minimaux de durabilité devraient être arrêtés en consultation avec les parties prenantes de divers secteurs pour permettre des comparaisons valables et une coordination transsectorielle.

66. Plusieurs aspects du développement du tourisme devraient également faire l'objet de contrôles obligatoires, et notamment les conditions minimums pour la protection de l'environnement, des communautés, des touristes et des entreprises. À ce titre, nous aimerions évoquer tout particulièrement les réglementations sur le développement concernant les sites spécifiques, les droits et conditions de travail des salariés, les droits relatifs à l'accès aux services aux infrastructures, la santé et la sécurité des touristes (en particulier l'hygiène alimentaire et la sécurité incendie), les pratiques commerciales équitables, l'impact environnemental grave (notamment la pollution, le bruit, les déchets et l'usage abusif des ressources) ainsi que les abus éthiques des touristes ou des hôtes (par exemple la prostitution infantile). Ces préoccupations étant par nature universelles, elles devraient être couvertes par un cadre légal de base dans tous les pays et s'appliquer à toutes les formes de tourisme.

67. Le corpus législatif lié à la durabilité dans le tourisme est donc très vaste et il ne serait ni possible, ni souhaitable, de le consolider dans un seul texte. Toutefois, il est nécessaire d'instaurer une loi nationale sur le tourisme propice à sa durabilité, faisant référence à d'autres textes pertinents, qui viendra étayer la stratégie à long terme pour un développement durable du tourisme et permettra les contrôles, la coordination et le respect des dispositions qui sont nécessaires. Dans certains pays, la création de zones de développement prioritaire peut s'avérer utile pour promouvoir le tourisme dans des zones protégées ou des

¹⁷ Futures capitales européennes de la culture : Linz (Autriche) et Vilnius (Lituanie) en 2009, Istanbul (Turquie), Pécs (Hongrie) et Essen (Allemagne) en 2010, Turku (Finlande) et Tallinn (Estonie) en 2011, Guimarães (Portugal) et Maribor (Slovénie) en 2012. Stavanger et Sandnes (Norvège) et Liverpool (Royaume-Uni) sont capitales européennes de la culture en 2008.

régions sous-développées. Cette pratique est actuellement testée dans la Fédération de Russie pour stimuler le développement touristique de la Sibérie, notamment dans la région du lac Baïkal et en Extrême-Orient.

iii. Responsabilités politiques et choix de développement

68. Un tourisme sagement géré enrichit de bien des manières la société. Il peut stimuler l'environnement commercial, la compétitivité, l'innovation et l'investissement, ouvrant ainsi la voie à un développement global plus rapide. Tous s'accordent désormais à reconnaître que placer la durabilité au cœur du développement du tourisme est la bonne manière de s'y prendre pour en exploiter pleinement le potentiel, et que cette approche est la clé du succès à long terme de ce secteur. Les autorités nationales ont un rôle important à jouer dans la promotion du développement durable en général et du tourisme particulier.¹⁸ Pour ce faire, à tous les niveaux, le gouvernement doit faire preuve de volonté politique, de cohérence dans ses politiques et de compétences techniques. En outre, les gouvernements devraient travailler de concert et privilégier autant que possible des approches conjointes pour s'attaquer aux difficultés transfrontalières, régionales et globales qui se posent en matière de durabilité. C'est là un domaine d'action majeur pour les organisations internationales compétentes, au nombre desquels figurent le Conseil de l'Europe.

69. Comme l'Organisation mondiale du tourisme, à juste titre, le signale dans son Guide destiné aux décideurs¹⁹, la durabilité est certes de la responsabilité de tous les acteurs du tourisme, mais il incombe aux gouvernements d'être à la pointe du processus si l'on veut parvenir à des progrès substantiels. Les parlements aussi peuvent apporter leur pierre à l'édifice, essentiellement au niveau national et local, en adoptant un environnement juridique qui oriente le secteur privé, les touristes et autres acteurs et qui leur donne les moyens de mieux réagir au problème de durabilité. Votre rapporteur espère que le présent rapport aura contribué à démontrer qu'il conviendrait d'adopter une approche holistique du tourisme, et qu'il aura montré comment diverses politiques publiques peuvent avoir des conséquences pour le tourisme, ou en être affectées.

¹⁸ Très peu de pays ont un ministère (Croatie, Grèce, Mexique) ou un service du tourisme à part entière (Italie). Les affaires touristiques sont, dans la plupart des cas, rattachées au ministère de l'économie, de l'industrie, du commerce ou des PME (Arménie, Autriche, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Canada, Chypre, Danemark, Estonie, Finlande, France, Géorgie, Allemagne, Lituanie, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Roumanie, Fédération de Russie, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse et Etats-Unis, par exemple). Dans d'autres pays, le portefeuille du tourisme est lié au développement régional (République Tchèque, Hongrie et Lettonie), à la culture et au sport (Albanie, Andorre, Azerbaïdjan, Irlande, Malte, Pologne, Turquie, Ukraine et Royaume-Uni), à l'environnement (Afrique du Sud), aux affaires étrangères (Islande) ou au transport et aux communications (Japon et Chine).

¹⁹ *Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Makers*

Annexe

Compétitivité touristique – Classement par pays (extraits)

Fondé sur l'évaluation de 13 facteurs (réglementation publique, réglementation environnementale, sûreté et sécurité, santé et hygiène, degré de priorité accordé au voyage et au tourisme, infrastructures de transport aérien, infrastructures de transport terrestre, infrastructures touristiques, infrastructures en TIC, compétitivité des prix dans le secteur du voyage et du tourisme, ressources humaines, perception nationale du tourisme, ressources naturelles et culturelles) dans 124 pays

	Classement global		Cadre réglementaire		Environnement commercial et infrastructures		Ressources humaines, culturelles et naturelles	
	Rang	Note	Rang	Note	Rang	Note	Rang	Note
Suisse	1	5,66	2	5,8	2	5,36	2	5,81
Autriche	2	5,54	3	5,79	12	4,97	1	5,86
Allemagne	3	5,48	6	5,62	3	5,23	6	5,61
Islande	4	5,45	5	5,69	8	5,04	5	5,61
Etats-Unis	5	5,43	33	5,06	1	5,74	12	5,50
Hong Kong (Chine)	6	5,33	4	5,75	14	4,81	14	5,44
Canada	7	5,31	15	5,31	4	5,22	16	5,40
Singapour	8	5,31	1	5,81	11	5,01	42	5,11
Luxembourg	9	5,31	17	5,28	9	5,04	8	5,60
Royaume-Uni	10	5,28	21	5,20	6	5,08	10	5,58
Danemark	11	5,27	8	5,46	16	4,76	9	5,59
France	12	5,23	13	5,34	5	5,10	28	5,27
Australie	13	5,21	16	5,28	10	5,04	26	5,30
Nouvelle-Zélande	14	5,20	10	5,44	20	4,57	7	5,60
Espagne	15	5,18	25	5,15	7	5,05	19	5,34
Finlande	16	5,16	7	5,61	18	4,68	33	5,18
Suède	17	5,13	19	5,25	13	4,88	27	5,27
Emirats arabes unis	18	5,09	18	5,28	19	4,68	24	5,31
Pays-Bas	19	5,08	22	5,17	15	4,77	25	5,30
Chypre	20	5,07	29	5,09	23	4,50	3	5,62
Belgique	21	5,07	24	5,16	29	4,41	4	5,62
Portugal	22	5,05	11	5,40	22	4,50	30	5,23
Norvège	23	5,04	9	5,45	21	4,56	40	5,12
Grèce	24	4,99	20	5,21	32	4,36	15	5,41
Japon	25	4,99	28	5,10	17	4,71	38	5,15
Malte	26	4,96	23	5,16	31	4,37	21	5,33
Irlande	27	4,93	14	5,32	26	4,44	46	5,03
Estonie	28	4,90	32	5,07	25	4,45	34	5,18
Italie	33	4,78	42	4,77	30	4,38	32	5,18
République tchèque	35	4,75	40	4,80	37	4,13	22	5,32
Slovaquie	37	4,68	37	4,86	45	3,81	18	5,37
Croatie	38	4,66	58	4,37	40	4,06	11	5,55
Hongrie	40	4,61	26	5,15	51	3,71	51	4,98
Slovénie	44	4,58	44	4,74	38	4,11	53	4,88
Lituanie	51	4,34	57	4,39	43	3,84	61	4,79
Turquie	52	4,32	53	4,45	63	3,49	48	5,00
Lettonie	53	4,31	60	4,32	41	4,00	77	4,63
Bulgarie	54	4,31	66	4,17	56	3,64	41	5,11
Serbie et Monténégro	61	4,18	79	3,99	80	3,09	13	5,47
Pologne	63	4,18	63	4,22	62	3,50	60	4,81
Géorgie	66	4,13	55	4,44	98	2,77	31	5,18
Fédération de Russie	68	4,03	100	3,64	49	3,75	65	4,71
Arménie	74	3,93	65	4,21	96	2,80	62	4,77
Azerbaïdjan	75	3,92	77	4,01	70	3,29	88	4,45
Roumanie	76	3,91	87	3,86	74	3,20	71	4,68
Ukraine	78	3,89	76	4,01	73	3,21	89	4,45
«l'ex-République yougoslave de Macédoine»	83	3,81	114	3,34	82	3,01	44	5,07
Albanie	90	3,75	94	3,70	114	2,49	43	5,07
Moldova	95	3,65	99	3,65	100	2,75	83	4,54
Bosnie-Herzégovine	104	3,51	101	3,59	94	2,82	108	4,14

Source : Forum économique mondial, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*

Doc..

Commission chargée du rapport : commission des questions économiques et du développement

Renvoi en commission : Doc. 11069 ; renvoi n° 3290 du 22/01/2007 (modifié par renvoi 3316 le 16/03/2007)

Projet de recommandation adopté par la commission des questions économiques et du développement le 17 mars 2008.

N.B. : Les noms des membres qui ont pris part à la réunion sont imprimés en caractères gras

Secrétariat de la commission : M. Newman, Mme Ramanauskaite et M. de Buyer