**CHANCES ET RISQUES DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DANS LES PAYS DU MAGHREB (ALGERIE, MAROC, TUNISIE)**

**Pierre MERLIN**

Professeur Emérite

E-mail :merlin.pierre@wanadoo.fr

Le tourisme est une activité souvent considérée, notamment dans les pays en développement, comme un chemin privilégié et rapide en vue de prendre une place significative dans les échanges internationaux et de réduire, le déficit dû aux autres postes de la balance des comptes du pays.

Dans cette communication, nous poserons deux questions iconoclastes :

- les pays du Maghreb sont-ils des « pays touristiques » ?

- les pays du Maghreb doivent-ils chercher à être des pays touristiques ?

**I – Les pays du Maghreb sont-ils des pays touristiques ?**

La réponse à cette première question semble aller de soi.

D’après les statistiques de l’Organisation mondiale du tourisme (OMT), le Maroc, la Tunisie et l’Algérie occupent les 1e, 4e et 5e places parmi les pays d’Afrique en termes de nombre de visiteurs internationaux[[1]](#footnote-2).

Chacun de ces pays fait état de l’importance du tourisme international pour son économie. Celle-ci est couramment évaluée dans les documents officiels à 10 % (Algérie), 8 à 10 % (Maroc, selon les sources) et à 7 % (Tunisie).

L’emploi dans le secteur du tourisme est annoncé dans ces mêmes documents comme constituant 5,8 % (608.000) des emplois au Maroc, 10,5 % (400.000) en Tunisie (et même 480.000 selon certaines sources)[[2]](#footnote-3). Bref, le tourisme apparaît comme une branche essentielle de l’économie de ces pays, d’autant plus précieuse qu’elle est largement exportatrice (pour le Maroc et la Tunisie au moins) et constitue donc une des principales sources de devises.

Tableau 1 – Entrées de visiteurs internationaux dans quelques pays

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Pays  d’accueil | Entrées  2013  (millions) | Population  2012  (millions) | Entrées par  habitant | PIB par  Habitant  2014 (US $) |
| Algérie | 2.634 (1) | 39,9 | 0,07 | 5.361 |
| Andorre | 2.335 | 0,08 | 29 | 41.014 |
| Cambodge | 4.210 | 15,4 | 0,27 | 1.084 |
| Chine | 55.686 | 1.364 | 0,04 | 7.534 |
| + Hong Kong | 25.661 | 7,2 | 3,60 | 40.170 |
| + Macao | 14.268 | 0,6 | 240 | 90.443 |
| Chypre | 2.405 | 1,15 | 2,09 | 27.194 |
| Egypte | 9.174 | 83,4 | 0,11 | 3.436 |
| Espagne | 60.661 | 46,4 | 1,31 | 30.262 |
| Etats-Unis | 69.768 | 318,9 | 0,22 | 54.630 |
| France | 84.726 | 66,2 | 1,28 | 42.736 |
| Géorgie | 5.392 | 4,5 | 1,20 | 3.670 |
| Grèce | 17.920 | 11,0 | 1,63 | 21.683 |
| Inde | 6.968 | 1.268 | 0,005 | 1.631 |
| Iran | 4.769 | 78,5 | 0,06 | 5.293 |
| Italie | 47.704 | 61,3 | 0,78 | 34.960 |
| Jordanie | 3.945 | 6,6 | 0,60 | 5.423 |
| Malaisie | 25.715 | 30,2 | 0,84 | 10.830 |
| Malte | 1.582 | 0,42 | 3,75 | 22.776 |
| Maroc | 10.046 | 33,5 | 0,30 | 3.140 |
| Thaïlande | 26.547 | 67,2 | 0,40 | 5.561 |
| Tunisie | 6.269 | 10,9 | 0,57 | 4.317 |
| Turquie | 37.795 | 75,8 | 0,50 | 10.542 |
| Vietnam | 7.572 | 90,7 | 0,08 | 2.052 |
| Monde | 1.135.000  (2) | 7.070 | 0,16 | * 1. ­(2) |

Source : Banque mondiale

(1) Chiffre de 2012

(2) Chiffre de 2013

Et pourtant !

Les données précédentes (émanant des offices nationaux du tourisme, des offices nationaux de statistiques, etc.) doivent être interprétées avec la plus grande prudence. Ces sources ne sont pas toujours cohérentes. Leur précision est souvent illusoire. Pire, les indicateurs cités, bien qu’utilisés dans tous les pays et par tous les auteurs et toutes les institutions, ne constituent qu’une approche très imparfaite de l’importance du tourisme international.

La bonne place des pays du Maghreb sur le marché du tourisme présentée à l’aide des indicateurs précédents mérite pour le moins d’être nuancée. Le nombre de visiteurs internationaux ne prend pas en compte, par définition, la taille du pays d’accueil. Il n’est donc pas surprenant de trouver de grands pays (dans l’ordre, la France, les Etats-Unis, la Chine[[3]](#footnote-4), l’Espagne, l’Italie) en tête du classement. Surtout, le nombre d’entrées additionne les entrées de visiteurs étrangers et celles des nationaux non résidents (47 %au Maroc et 20 % en Tunisie)[[4]](#footnote-5). Enfin, il cumule les visiteurs venant pour des raisons de loisirs (les touristes proprement dits), ceux qui viennent pour une occasion particulière (congrès et colloques, foires et salons) ou pour un service spécifique (tourisme médical par exemple) et enfin les voyageurs d’affaires.

Avec toutes ces réserves, on ne peut que constater que le bon classement des pays du Maghreb à l’échelle de l’Afrique correspond à des places médiocres au plan mondial : le Maroc, la Tunisie et l’Algérie ne sont respectivement qu’en 26e, 42e et 64e positions, et ce malgré la prise en compte des nationaux résidant à l’étranger et revenant dans leur pays pour leurs vacances. Si l’on calcule le nombre de visiteurs rapporté au nombre d’habitants, celui-ci est de 0,57 pour la Tunisie, 0,30 pour le Maroc, mais seulement 0,07 pour l’Algérie. Il est loin de celui des grands pays touristiques (Grèce 1,63, Espagne 1,31, France 1,28, Malaisie 0,84, Italie 0,78), mais aussi de nombreux petits (ou très petits) pays comme la Géorgie (1,20), Chypre (2,09), Hong Kong (3,60), Malte (3,75), les îles Canaries[[5]](#footnote-6) (3,88) et a fortiori Andorre (29) et Macao (240). La Tunisie et, dans une moindre mesure, le Maroc, se comparent par exemple à la Jordanie (0,60), à la Turquie (0,50), à la Thaïlande (0,40) ; l’Algérie à l’Egypte (0,11), au Vietnam (0,08), à l’Iran (0,06) voire à la Chine (0,04 sans Hong Kong et Macao, 0,08 en incluant ces deux territoires).

La part du tourisme dans le PIB pose également problème. Elle est estimée à partir des résultats de plusieurs activités. Mais le caractère « touristique », en partie ou en totalité, de certaines d’entre elles est sujet à caution[[6]](#footnote-7). Les dépenses dans les hôtels, cafés et restaurants sont-elles toutes liées au tourisme ? Doit-on prendre en compte les loyers fictifs correspondant aux dépenses économisées par les personnes séjournant chez des parents ou des amis ? Les dépenses de transport entre le domicile et le lieu de séjour ? etc. Selon les éléments pris en compte, le total des dépenses touristiques, et donc leur importance dans le PIB, peuvent varier du simple au double. En outre, se pose la question de distinguer, parmi les dépenses touristiques, celles qui proviennent des résidents et celles qui sont le fait des non résidents (les seules qui procurent des devises à condition d’être payées sur le territoire du pays d’accueil). Enfin, ne faut-il pas déduire de ces dépenses touristiques des non résidents les dépenses touristiques des nationaux à l’étranger ?

Les taux qu’on a cités ci-dessus n’ont donc guère de signification et traduisent, comme dans la plupart des pays, une surestimation, parfois massive (c’est le cas de l’Algérie) du poids économique réel du tourisme international. Quant au tourisme national, il est le plus souvent négligé, voire absent, des sources statistiques officielles de la plupart des pays, dont ceux du Maghreb.

A nouveau avec toutes les réserves précédentes, la part des recettes touristiques dans le PIB, selon les données publiées par la Banque Mondiale (BM)[[7]](#footnote-8) s’élève à 7,8 % % pour le Maroc, 6,1 % pour la Tunisie et seulement 0,15 % pour l’Algérie. Sans surprise, les taux les plus élevés concernent des petits, voire très petits, pays : Macao (94 %), Malte (17 %), Cambodge (17 %), Jordanie (15 %), Hong Kong (14 %), Chypre (13 %) ; la Thaïlande (13 %) est le seul grand pays de ce groupe de tête. Selon ce critère, le Maroc et la Tunisie se situent au niveau de la Grèce (6,8 %) ou de la Malaisie (6,4 %) et avant la Turquie (4,4 %), le Vietnam (4,0 %), l’Egypte (3,5 %) ou même l’Espagne (4,8 %) ; en revanche l’Algérie (0,15 %) figurerait parmi les pays peu ou très peu touristiques.

Tableau 2 – Recettes et dépenses touristiques de quelques pays (millions d’US $ 2013)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *P*ays  d’accueil | Recettes  touristiques | | Dépenses  touristiques | Solde  touristique | PIB  (milliards  de US $) | Recettes  PIB  (%) | Solde  PIB  (%) |
| Algérie | 326 | 482 | | - 156 | 214 | 0,15 | - 0,07 |
| Cambodge | 2.895 | 469 | | 2.426 | 16,7 | 17,0 | 14,5 |
| Chine | 56.401 | 138.298 | | - 81.897 | 10.360 | 0,54 | -0,79 |
| + Hong Kong | 42.570 | 21.215 | | 21.355 | 291 | 14,3 | 7,3 |
| + Macao | 52.326 | 1.819 | | 50.507 | 55,5 | 94 | 91 |
| Chypre | 3.005 | 1.604 | | 1.401 | 23,2 | 13,0 | 6,0 |
| Egypte | 7.253 | 3.466 | | 3.787 | 206 | 3,5 | 1,8 |
| Espagne | 67.608 | 22.565 | | 45.043 | 1.404 | 4,8 | 3,2 |
| Etats-Unis | 214.772 | 136.707 | | 78.065 | 17.419 | 1,23 | 0,45 |
| France | 56.320 | 42.520 | | 13.800 | 2.829 | 2,00 | 0,49 |
| Géorgie | 1.916 | 537 | | 1.379 | 16,5 | 1,16 | 0,84 |
| Grèce | 16.188 | 2.486 | | 13.702 | 238 | 6,8 | 5,8 |
| Inde | 19.042 | 13.840 | | 5.202 | 2.067 | 0,92 | 0,26 |
| Italie | 46.190 | 33.504 | | 12.686 | 2.144 | 2,15 | 0,59 |
| Jordanie | 5 .145 | 1.192 | | 3.953 | 35,8 | 14,6 | 11,0 |
| Malaisie | 21.026 | 11.950 | | 9.076 | 327 | 6,4 | 2,8 |
| Malte | 1.616 | 466 | | 1.150 | (1) 9,6 | 17 | 12,0 |
| Maroc | 8.201 | 2.002 | | 6.199 | 107 | 7,8 | 5,8 |
| Thaïlande | 46.042 | 8.385 | | 37.657 | 372 | 12,6 | 10,1 |
| Tunisie | 2.863 | 788 | | 2.075 | (1) 47,0 | 6,1 | 4,5 |
| Turquie | 34.863 | 5.268 | | 29.595 | 800 | 4,3 | 3,7 |
| Vietnam | 7.530 | 2.050 | | 5.480 | 186 | 4,0 | 3,0 |

Source : Banque mondiale

nc : non connu

1. Chiffre de 2012

Un calcul identique effectué sur le solde touristique (recettes moins dépenses). Ce solde de la balance touristique représente 5,8 % du PIB pour le Maroc, 4,5 % pour la Tunisie, mais est négatif (- 0,1 %) pour l’Algérie. De grands pays touristiques apparaissent, du fait des dépenses importantes de leurs résidents à l’étranger, comme ayant une balance faiblement positive : Italie (0,59 %), France (0,49 %), Etats-Unis (0,45 %). En revanche, certains pays (le plus souvent petits) tirent du tourisme une part significative de leur PIB - Cambodge (14,5 %), Malte (12 %), Jordanie (11,0 %), Thaïlande (10 %), Hong Kong (7,3 %), Chypre (6,0 %), Grèce (5,8 %). C’est aussi le cas de quelques grands pays[[8]](#footnote-9) : Turquie (3,7 %) ou Espagne (3,2 %).

Quant à l’estimation des « emplois touristiques », elle est le plus souvent extrêmement contestable. Aux emplois correspondant aux activités caractéristiques du tourisme, on ajoute presque toujours des emplois indirects supposés induits par le tourisme, par exemple ceux des personnels liés à la circulation automobile ; aux commerces où les touristes effectuent des achats, aux taxis, etc. Le coefficient multiplicateur retenu varie de 2 à 5 selon les sources, cet écart suffisant à souligner l’absence de rigueur de ce concept d’emplois indirects[[9]](#footnote-10).

Au vu de cette analyse critique, et sous les réserves mentionnées quant à la qualité (voire à la sincérité) des sources (y compris de l’OMT et de la BM) et quant à la signification des indicateurs, le Maroc et la Tunisie apparaissent comme pouvant être qualifiés de pays touristiques, même si cette activité ne représente qu’une fraction réduite du PIB, de l’emploi et de la balance des paiements. L’Algérie, en revanche, est actuellement loin de pouvoir être considérée comme tel : la balance des paiements du tourisme international serait même négative.

**II - Les pays du Maghreb doivent-ils chercher à être des pays touristiques ?**

Là encore, la question peut paraître incongrue. Les avantages du tourisme international ne sont-ils pas largement reconnus ? N’est-ce pas une chance pour les pays dont les atouts naturels et (ou) culturels permettent de développer l’industrie touristique ? Mais aussi, quels en sont les risques ?

Les chances offertes par le tourisme international

Les avantages du tourisme sont avant tout économiques. A l’échelle mondiale, on cite souvent les transferts Nord 🡪Sud que permet le tourisme. C’est là une vision largement erronée. La balance touristique des pays du Nord est positive, celle des pays du Sud négative.

L’activité touristique ne représente d’ailleurs qu’une part relativement modeste des échanges internationaux : au cours des dernières années, les exportations de biens et de services s’élevaient à environ 30 % du PIB pour l’Algérie, 35 % pour le Maroc et près de 50 % pour la Tunisie. Cependant, ce constat ne suffit pas à justifier que les pays du Sud ne cherchent pas à développer les recettes internationales que leur procure le tourisme, pour compenser une partie des dépenses touristiques de leurs nationaux, voire pour procurer un solde positif qui améliore la balance des paiements.

Le tourisme peut également apporter des ressources et des emplois à des régions reculées, où les activités industrielles ou d’autres services ne s’implantent pas. C’est le cas par exemple du tourisme dans les zones sahariennes, qui concerne particulièrement les pays du Maghreb. C’est aussi le cas de zones de montagne, par exemple le Haut Atlas marocain.

Sur le plan culturel, le tourisme offre aux habitants des régions fréquentées une ouverture sur le monde (apprentissage des langues étrangères, connaissance des habitudes et des comportements de populations différentes), accélère l’évolution de sociétés parfois bloquées, favorise la promotion des femmes. Sur un plan à la fois culturel et économique, le tourisme permet le maintien, voire le développement, d’activités artisanales ou artistiques qui auraient tendance à disparaître, les nationaux ayant tendance à préférer les biens industriels, même (et parfois surtout) importés.

Le tourisme à la fois nécessite et rend possible financièrement l’entretien de sites ou de monuments qui ont été longtemps ignorés ou méconnus.

La Charte du tourisme et le Code mondial du tourisme de l’OMT, adoptés en 1985, ont pour objet que « les pays membres, les destinations touristiques et les entreprises du secteur maximisent les effets économiques, sociaux et culturels positifs de cette activité et en recueillent tous les fruits (…) ».

Les risques du développement du tourisme

Mais ces documents de l’OMT précisent toutefois que ce développement du tourisme doit s’effectuer « (…) en réduisant au minimum les répercussions négatives sur la société et sur l’environnement ». Car l’accueil de touristes internationaux n’est pas sans risques pour les populations des pays d’accueil[[10]](#footnote-11).

Sur le plan économique, les recettes procurées par le tourisme repartent souvent à l’étranger. En effet, les voyagistes, les agences de voyage, les propriétaires d’hôtels et clubs de vacances sont, en grande partie ou en totalité, des étrangers. Lorsqu’il s’agit d’investissements d’origine nationale, ceux-ci ont souvent eu recours à des emprunts sur le marché international, qu’il faudra rembourser.

Autre réalité méconnue, le tourisme est un secteur très capitalistique. Les capitaux nécessaires pour créer un emploi à temps plein dans ce secteur sont supérieurs à ceux nécessités par la plupart des industries et a fortiori des services[[11]](#footnote-12). La raison principale en est le coût des hébergements, des équipements nécessaires pour répondre aux attentes des touristes (ports de plaisance sur le littoral, remontées mécaniques en montagne, etc.), des réseaux de transport et autres réseaux techniques. Certes, certains de ces équipements profitent également à la population locale, mais ce n’est pas toujours le cas et il n’est pas certain qu’hors les besoins du tourisme, les capitaux publics (et privés) ne seraient pas orientés vers d’autres activités au moins aussi essentielles pour le développement économique du pays (par exemple dans la santé et l’éducation, mais aussi dans l’industrie de transformation). Le cas de l’industrie du bâtiment est typique : c’est celui qui absorbe la partie la plus importante des investissements touristiques : cette activité en profite certainement, mais n’est-ce pas au détriment d’autres activités créatrices de richesses (industrie).Les infrastructures font souvent l’objet d’une adjudication à des opérateurs étrangers. Dans le cas de la France, nous avions estimé l’investissement nécessaire pour créer un emploi à plein temps à environ 1 million de francs (150.000 €) en 1982[[12]](#footnote-13) et réévalué ce coût à 300.000 € en 2001[[13]](#footnote-14) et à 330.000 € en 2006[[14]](#footnote-15) (probablement 350.000 € en 2015). Certes, dans les pays de Maghreb, cet investissement est certainement beaucoup plus faible, les coûts de réalisation de l’immobilier étant nettement plus réduits en raison du moindre coût de la main d’œuvre.

Les emplois créés, certainement beaucoup plus faibles que ce qu’annoncent les responsables du secteur (on a vu qu’il fallait être très circonspect vis-à-vis des annonces d’emplois induits ou indirects), sont souvent des emplois subalternes. Les postes de responsabilité, peu nombreux ne sont pas toujours tenus par des nationaux. Les emplois créés sont en majorité des emplois saisonniers (le tourisme est par essence saisonnier) ou occasionnels. Or, le plus souvent, on ne cherche pas, dans les rares données officielles, à les transformer en « équivalents emplois à plein temps ». Certes, l’emploi informel, vital dans la plupart des pays en développement, est largement tributaire du tourisme, mais là encore, ne vaudrait-il pas mieux investir dans des activités créant de vrais emplois ?

Dans les pays en développement, et en particulier dans ceux du Maghreb, les hébergements destinés aux touristes internationaux sont essentiellement hôteliers ou para-hôteliers (clubs de vacances). L’accueil chez l’habitant (location) et le campage-caravanage sont très peu répandus, au moins pour les touristes européens (ils concernent en fait surtout les nationaux et les visiteurs des autres pays du Maghreb). Certes, ces derniers types d’hébergement entrainent des recettes plus limitées. Mais elles ne demandent presque aucun investissement et peuvent attirer une nouvelle clientèle, aux ressources plus modestes. Ses inconvénients sont plus réduits sur les plans environnemental et culturel.

Sur le plan environnemental, le tourisme est à l’origine d’une forte consommation d’énergie, notamment pétrolière (et donc de pollution et d’émission de gaz à effet de serre) et d’eau (on estime à 300 à 400 litres d’eau la consommation journalière par personne en hôtel, résidence hôtelière ou club de vacances). Par ailleurs, l’alimentation des touristes fait largement appel à des produits importés.

Le tourisme a surtout des effets souvent négatifs sur les paysages : modification et dégradation du littoral, artificialisation des milieux, notamment en montagne, constructions en rupture avec le bâti traditionnel par leurs dimensions, leurs formes, leurs couleurs et leurs matériaux.

Si le tourisme peut apporter un supplément d’activité, et donc de ressources, à des régions ou à des localités isolées, il conduit à de profonds déséquilibres régionaux. Dans les pays du Maghreb, la prédominance du tourisme balnéaire, renforce le contraste entre le littoral et l’intérieur du pays.

Il convient ensuite de mentionner le choc culturel que représente, pour les populations locales, la confrontation avec les touristes. La juxtaposition de cultures très différentes n’est pas toujours positive. Le tourisme encourage le relâchement des comportements et, qu’on le regrette ou non, affaiblit les valeurs traditionnelles, que celles-ci soient sociales, religieuses ou morales. Certains touristes adoptent des attitudes qui paraissent provocantes à beaucoup d’habitants, notamment sur le plan vestimentaire. Le folklore est dénaturé pour répondre à une attente qui est différente de celle des populations locales. Bref, le tourisme entraine une véritable acculturation.

Les sites naturels et archéologiques, s’ils sont mis en valeur pour les besoins des touristes, ce qui est positif, sont souvent dégradés, voire pillés s’ils ne sont pas (ou mal) surveillés, par les touristes.

Enfin, on doit souligner la dépendance du tourisme vis-à-vis des conditions climatiques, mais surtout de la conjoncture économique et politique et d’événements imprévisibles, tels que les attentats récents en Tunisie.

Au plan politique, le développement touristique algérien a gravement souffert de la quasi-guerre civile des années 1990. Actuellement, la menace terroriste que fait peser Al Quaïda au Maghreb islamique (AQMI) freine le développement du tourisme saharien. La Tunisie a connu une baisse brutale de sa fréquentation[[15]](#footnote-16) à la suite de la révolution de 2011, pourtant présentée de façon très positive à l’étranger. Les attentats du Bardo et de Sousse semblent avoir entrainé une baisse d’au moins un tiers des flux de tourisme (deux tiers des réservations de juillet annulées, un quart de celles d’août et septembre). Certains pays (Royaume-Uni) ont déconseillé la Tunisie à leurs ressortissants, tandis que d’autres (France), tout en les mettant en garde, ont essayé de ne pas couper ce courant d’échanges. Le risque politique est d’autant plus aigu que la clientèle provient d’un nombre plus limité de pays : essentiellement la France, mais aussi l’Espagne pour le Maroc, la Libye et l’Algérie pour la Tunisie.

Au total, les risques liés au tourisme sont presque systématiquement le pendant des chances qu’il offre, que ce soit sur les plans économique, social, culturel, patrimonial, environnemental, comme sur celui de l’équilibre entre les territoires. Il s’y ajoute le risque politique.

**III - Quelques possibilités de développement touristique pour les pays du Maghreb**

Les pays du Maghreb bénéficient de conditions naturelles optimales pour le développement du tourisme : climat chaud (mais sans excès) et sec en été, clémence des hivers, luminosité du ciel, paysages de grande qualité, végétation diversifiée, longue bordure littorale largement composée de plages de sable (600 km sur 1.300 en Tunisie par exemple).

Il s’y ajoute un patrimoine archéologique remarquable (notamment Carthage et El Jem en Tunisie ; Timgad, Tipasa, Annaba (ex-Hippone), Cherchelle, etc. en Algérie ; Volubilis au Maroc. Le patrimoine architectural ancien est également très riche : villes impériales (Marrakech, Fès, Meknès, Rabat), mais aussi Essaouira au Maroc ; Tlemcen, Constantine, etc. en Algérie ; Kairouan en Tunisie, etc. Les quartiers coloniaux sont également très appréciés par les visiteurs, tels ceux des villes impériales du Maroc (quartiers construits sous l’égide de Lyautey), le Front de mer à Alger, le quartier européen du centre de Tunis, Monastir, etc. De même les casbahs d’Alger, de Rabat et de Tunis (entre autres) ou les médinas des villes marocaines (Fès, Marrakech, Essaouira, Figuig, etc.), algériennes (Tlemcen, Ghardaïa, El Oued, etc.) et tunisiennes (Tunis, Kairouan, Sousse, Sfax, Tozeur, etc.) présentent un intérêt manifeste.

On peut évoquer l’intérêt de développer des sites touristiques en dehors des villes et du littoral. L’Algérie par exemple a créé dix parcs nationaux, dont ceux du Tassili (100.000 hectares) et du Hoggar (380.000hectares). Le Maroc a édicté un dahir pour la création de parcs nationaux dès 1934. Dix parcs nationaux existent actuellement, surtout dans les zones de montagne, mais aussi sur le littoral (par exemple celui d’Al Hoceima). On cherche à y développer le tourisme itinérant, par exemple dans le cadre de randonnées dans le Haut Atlas avec logement chez l’habitant (« expérience pilote intersectorielle rurale de haute montagne » menée en collaboration avec la France). La Tunisie compte également huit parcs nationaux (en 2008) couvrant plus de 200.000 hectares au total.

Les sports de montagne peuvent être développés. C’est déjà le cas en Algérie, notamment pour l’alpinisme (dans le Hoggar en particulier) et le ski (nouvelle station de Tikjda en Kabylie). C’est également celui du Maroc, notamment dans le massif du Toubkal (alpinisme et stations de ski d’Oukaïmeden et d’Imlil) et dans le Moyen Atlas (station déjà ancienne d’Ifrane). Mais il est certain que les possibilités dans ce domaines sont très loin d’être pleinement exploitées. D’autres possibilités de pratique sportive, outre les sports aquatiques et de montagne, peuvent trouver des conditions très favorables dans les pays du Maghreb. La Tunisie accueille ainsi 60.000 golfeurs chaque année.

Le tourisme saharien concerne les trois pays du Maghreb. En Algérie, 57 des 1.184 hôtels sont situés en zone saharienne et on envisage d’y créer un millier d’hôtels qui offriraient un million de lits. Si on ne peut que manifester un grand scepticisme vis-à-vis d’un tel projet qui, à lui seul, ferait plus que décupler la capacité hôtelière du pays, il n’en reste pas moins que les potentialités sont immenses, sous réserve de créer des conditions suffisantes de sécurité. Le Maroc a créé des associations d’initiative locale, par exemple à Zagora pour le tourisme caravanier (avec bivouacs dans des tentes de nomades) qui rencontrent un grand succès. Mais les potentialités du tourisme présaharien (Tafilelt, vallée du Draa, Anti-Atlas) et saharien (régions de Dakhla-Oued el Dahab, de Laâyoune-Sakia el Hamra et de Guelmin-Oued Noun) sous réserve des questions de sécurité, demeurent immenses. Mais c’est en Tunisie que ce tourisme saharien se développe le plus vite, notamment dans les oasis de Tozeur, Douz, Tataouine, etc.

Le tourisme peut également prendre la forme d’un tourisme très spécialisé. On peut par exemple citer le tourisme médical (et paramédical) très développé en Tunisie à la faveur de tarifs nettement inférieurs à ceux des pays européens. Le pays dispose de 47 centres de thalassothérapie : c’est la deuxième destination (250.000 curistes par an) pour les cures iodées (après la France). Le tourisme médical en Tunisie concerne aussi d’autres spécialités, notamment la chirurgie, et en particulier la chirurgie esthétique.

Bien d’autres spécialisations sont bien sûr possibles.

**Conclusion**

Les potentialités des pays du Maghreb en matière touristique sont immenses. Elles sont actuellement partiellement développées au Maroc et en Tunisie, presque pas en Algérie. Mais il convient de mettre en garde contre une politique du « tout tourisme ». Celle-ci, à côté des avantages qu’elle procurerait, notamment sur le plan économique, présente en effet de multiples risques en matière économique, sociale, culturelle, patrimoniale, environnementale, territoriale. Mais le risque le plus important est la fragilité de cet activité face aux vicissitudes politiques et à des événements imprévisibles, tels que les attentats terroristes.

**Bibliographie sommaire**

BOURDEAU (Laurent), GRAVARI-BARBAS (Marie), ROBINSON (Mike) *et alii*.- *Tourisme et patrimoine mondial*, Québec, Presses Université de Laval, 2012, 326 p.

CAZES (Georges).-Les nouvelles colonies de vacance ? Le tourisme international à la conquête du tiers monde.- Paris, L’Harmattan, 1989, 336 p.

CAZES (Georges). - Tourisme et tiers-monde : un bilan controversé, Paris, L'Harmattan, 1992, 207 p.

MERLIN (Pierre).- Tourisme et aménagement touristique : des objectifs inconciliables ?, Paris, La Documentation française, 2001, 216 p. (2e éd., 2008, 231 p.).

MERLIN (Pierre). Le tourisme en France : enjeux et aménagement, Paris, Ellipses, 2006, 159 p.

MERLIN (Pierre) et SPIZZICHINO (Robert).- Aménager la France des vacances, Paris, La Documentation française, 1982, 2 vol., 259 et 241 p.

MESPLIER (Alain) et BLOC-DURAFFOUR (Pierre).- Le tourisme dans le monde, Paris, Bréal, 1995, 314 p. (8e éd., 2014, 336 p.).

MICHAUD (Jean-Luc*) et alii*.- Tourismes, chance pour l’économie, risque pour les sociétés.- Paris, PUF, 1992, 306 p.

PY (Pierre).- Le tourisme, un phénomène économique, La documentation française, 1996 (6e éd., 2013, 220 p.).

WACKERMANN (Gabriel).- Le tourisme international.-Paris, Armand Colin, 1988, 280 p.

1. L’Afrique du Sud et l’Egypte occupent les 2e et 3e places, très près du Maroc. [↑](#footnote-ref-2)
2. Aucun chiffre officiel n’est publié pour l’Algérie. Mais le chiffre de 350.000 est parfois cité. En fait, il s’agit de l’emploi dans la branche « Hôtels, cafés, restaurants », ce qui n’est qu’une approche très grossière de l’emploi touristique. En effet, les emplois de ce secteur répondent également à une demande non touristique et, à l’inverse, des emplois touristiques n’appartiennent pas à cette branche (agences de voyages par exemple). [↑](#footnote-ref-3)
3. La Chine a pris récemment la 3e place mondiale, sans compter Hong Kong et Macao. Avec ces deux territoires, la Chine apparaît au 1er rang (donc avant la France). [↑](#footnote-ref-4)
4. Aucun chiffre officiel n’est publié pour l’Algérie, mais ce taux est au moins égal à 50 %, voire beaucoup plus selon certains auteurs). [↑](#footnote-ref-5)
5. Par ailleurs comptabilisée avec l’Espagne. [↑](#footnote-ref-6)
6. C’est ainsi qu’en France par exemple (qui dispose d’excellents outils de statistique et de comptabilité nationales et publie annuellement des *Comptes du tourisme*), on distingue :

   - les services caractéristiques de l’industrie touristique (hôtels-cafés-restaurants, transports, voyagistes et agences de voyages, services culturels, sportifs et de loisirs, location de matériel), soit 92,1 milliards d’€ en 2013 ;

   - les dépenses touristiques, qui ajoutent aux services précédents les dépenses en carburants et en péages, les achats et autres prestations alimentaires, les achats de biens de consommation, les dépenses de taxis et de transports urbains et se montent à 140,3 milliards d’€ ;

   - la consommation touristique qui prend en outre en compte les « loyers fictifs » (estimation de la valeur des hébergements gratuits chez des parents ou des amis), qui s’élève à 156,9 milliards. [↑](#footnote-ref-7)
7. Cette source n’est cependant nullement une garantie d’exactitude. [↑](#footnote-ref-8)
8. La Chine a une balance négative (- 0,8 %).Mais , si on prend en compte Hong Kong et Macao, celle-ci est presque équilibrée ( - 0,07 %). [↑](#footnote-ref-9)
9. On trouve par exemple ces deux coefficients extrêmes dans les documents officiels tunisiens (bien que, curieusement, ils citent le même chiffre pour l’emploi touristique total (direct + indirect). [↑](#footnote-ref-10)
10. MESPLIER (Alain) et BLOC-DURAFFOUR (Pierre).- Le tourisme dans le monde, Paris, Bréal, 1995, 314 p. (8e éd., 2014, 336 p.). [↑](#footnote-ref-11)
11. Seules quelques branches industrielles pointues et peu créatrices d’emplois sont plus capitalistiques, par exemple le secteur de l’énergie, celui des produits pétroliers ou celui de l’eau. [↑](#footnote-ref-12)
12. MERLIN (Pierre) et SPIZZICHINO (Robert).- Aménager la France des vacances, Paris, La Documentation française, 1982, 2 vol., 259 et 241 p. [↑](#footnote-ref-13)
13. MERLIN (Pierre).- Tourisme et aménagement touristique : des objectifs inconciliables ?, Paris, La Documentation française, 2001, 216 p. (2e éd., 2008, 231 p.). [↑](#footnote-ref-14)
14. MERLIN (Pierre). Le tourisme en France : enjeux et aménagement, Paris, Ellipses, 2006, 159 p. [↑](#footnote-ref-15)
15. Ce manque à gagner a cependant été(très) partiellement compensé par l’arrivée de touristes algériens. [↑](#footnote-ref-16)