

NATIONS UNIES
CONSEIL
ECONOMIQUE
ET SOCIAL



Distr.
GENERALE

E/4615
27 février 1969
FRANCAIS
ORIGINAL : ANGLAIS

Quarante-sixième session
Point 5 de l'ordre du jour

CYCLE D'ETUDES INTERREGIONAL DES NATIONS UNIES
SUR LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME

(Berne, Suisse, 21 octobre-2 novembre 1968)

Rapport du Secrétaire général

TABLE DES MATIERES

	<u>Pages</u>
Introduction	5
PREMIERE PARTIE. POINTS ESSENTIELS DE LA DISCUSSION	
I. Rapports entre le tourisme national et le tourisme international	8
II. Définition du tourisme national	9
III. Taux comparatifs de croissance du tourisme international et du tourisme national	10
IV. Restrictions aux voyages à l'étranger	11
V. Le niveau de développement économique auquel il convient d'implanter l'industrie du tourisme	12
VI. Emploi du multiplicateur dans l'évaluation du tourisme	12
VII. Choix des localités convenant au développement du tourisme	13
VIII. Prévention de la spéculation foncière	14
IX. Aide accordée par le Groupe de la Banque mondiale pour le développement du tourisme	14
X. Tourisme et mise en valeur des ressources naturelles	17
XI. Utilisation de nouveaux types de transport	19
XII. Tarifs des voyages aériens à destination des pays en voie de développement	19
XIII. Artisanat et produits locaux susceptibles d'intéresser les touristes	22
XIV. Facilités de logement	23
XV. Casinos et établissements de jeu	25
XVI. Formation professionnelle	25
XVII. Tourisme culturel	26
XVIII. Agences de voyage	26
Annexe : Liste des participants	27

TABLE DES MATIERES (suite)

	<u>Pages</u>
DEUXIEME PARTIE. RESUME DES COMMUNICATIONS	
Les possibilités touristiques des pays en voie de développement Charlarmchai Charuvastr	32
Tourisme international et développement économique Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement	33
Considérations relatives au tourisme national Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies	35
Evaluation des possibilités touristiques d'un pays : essai de méthodologie Fantisek Pikryl	37
Evaluation des catégories et du volume de la demande intérieure et étrangère en matière de tourisme S. N. Chib	40
Planification des centres touristiques Paul Risch	42
Potentiel touristique des pays en voie de développement H. David Davis	44
Organisation du tourisme dans les pays en voie de développement Julien Konan	46
Organisation d'un organisme national de tourisme Jean-Louis Aeschlimann	47
Planification physique du développement du tourisme Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies	49
Le développement des ressources naturelles et le tourisme : importance et ambivalence de leurs rapports Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies	53
Tourisme et transports non aériens Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies	55

TABLE DES MATIERES (suite)

	<u>Pages</u>
Tourisme et transports aériens	
R. J. Moulton	58
Mise au point de produits locaux propres à intéresser les touristes	
Göran F. Holmquist	60
Hébergement	
Richard Lendi	62
Mesures directes et indirectes à prendre par un pays en voie de développement pour développer son industrie touristique	
Georges Faddoul	64
Comment les pays développés peuvent aider l'industrie touristique des pays en voie de développement	
Paul Bernecker	67
Etude de marché en matière de tourisme	
Jost Krippendorf	68
Ressources humaines et formation professionnelle en matière de tourisme	
Organisation internationale du Travail	71
Tourisme et financement de la conservation des sites et monuments	
Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture	73
Les problèmes du tourisme dans la région de la CEAE0 et les relations communautaires dans le cadre du tourisme	
Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient	75
Le tourisme en Afrique	
Commission économique pour l'Afrique	77
Le tourisme en Europe	
Commission économique pour l'Europe	81

INTRODUCTION

Le Cycle d'études interrégional des Nations Unies sur le développement du tourisme a eu lieu à Berne (Suisse) du 21 octobre au 2 novembre 1968. Il a été organisé par la Division des ressources et des transports et la Direction des opérations d'assistance technique du Département des affaires économiques et sociales (ESA) de l'Organisation des Nations Unies, en coopération avec le Gouvernement suisse. Des participants originaires de 27 pays en voie de développement ont participé au cycle d'études. La liste des participants figure à l'annexe. Des représentants des services et des organismes ci-après des Nations Unies, qui ont tous présenté un exposé ou, le cas échéant, fourni les services d'un conférencier ont également participé au cycle d'études : le Centre de l'habitation, de la construction et de la planification du Département des affaires économiques et sociales; le Centre de la planification des projections et des politiques relatives au développement, la Commission économique pour l'Afrique, la Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient, la Commission économique pour l'Europe, la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), l'Organisation internationale du Travail (OIT), l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) et la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (BIRD).

Les débats sur différents points sont résumés dans la première partie du rapport. Les résumés des 23 exposés présentés figurent dans la deuxième partie et la liste des participants, y compris la liste des membres du bureau du Cycle d'études et des conférenciers, figure à l'annexe.

Le cycle d'études visait à aider les participants qui étaient des fonctionnaires supérieurs très qualifiés des services touristiques de certains pays en voie de développement intéressés, et, par leur intermédiaire, d'autres membres des cadres supérieurs du tourisme des pays en voie de développement intéressés, à mieux comprendre et à mieux connaître les aspects théoriques et pratiques du développement du tourisme et de l'industrie touristique, y compris les techniques applicables et à voir comment le développement du tourisme s'insère dans le contexte plus large du développement économique, notamment dans les pays en voie de développement; cet objectif devait être atteint grâce à des échanges de vues entre les participants, à des exposés faits par des spécialistes suisses et autres, et aux renseignements donnés par l'ONU et les organismes intéressés des Nations Unies. Ce cycle d'études interrégional qui était le premier à être organisé par les Nations Unies dans le domaine du tourisme a permis d'ouvrir de nouveaux horizons, à une époque où les activités des Nations Unies dans le domaine du tourisme s'orientent de plus en plus vers la fourniture d'une assistance technique. Enfin, les organisateurs du cycle d'études ont désiré profiter de l'occasion qu'ils avaient - grâce à l'offre généreuse de la Suisse - d'organiser ce cycle d'études dans un pays que l'on peut considérer comme touristique par excellence.

Le Directeur de la Division des ressources et des transports qui a rempli les fonctions de Directeur du cycle d'études pour les Nations Unies, a prononcé le discours d'ouverture au nom du Secrétaire général de l'ONU. Les participants ont été accueillis au nom du Gouvernement suisse par Son Excellence M. l'ambassadeur Ernest Thalmann, chef de la Division des organisations internationales, qui a parlé des activités de coopération technique bilatérale que mène la Suisse dans le domaine du tourisme, en envoyant des experts à l'étranger et en organisant des stages de formation en Suisse. Au cours des six dernières années, 250 étrangers avaient suivi les cours de deux ans organisés par une école privée d'hôtellerie et de tourisme, l'Institut international de Glion (Suisse), ou avaient fait des stages dans des hôtels suisses, avec des résultats satisfaisants. La Suisse a également aidé à créer une école hôtelière à Sousse, en Tunisie et lui a fourni du personnel. La bienvenue a été souhaitée aux participants par le Pr Paul Risch, Directeur de l'Institut de recherche sur le tourisme de l'Université de Berne, qui a été le Codirecteur suisse du cycle d'études.

Le cycle d'études comportait deux voyages. Le premier a consisté en une visite à Moléson-Village, centre de vacances et de sports qui a été aménagé au cours des six dernières années dans la région de Gruyère. Le Directeur, M. Victor Simonin, a expliqué à la suite de quel processus compliqué le centre touristique avait été conçu et aménagé, en passant en revue certains facteurs tels que les études préliminaires, les initiatives financières, juridiques et politiques, l'infrastructure, les plans d'utilisation des terres, les installations hôtelières et la restauration, la formation du personnel, les pistes de ski et autres installations sportives et récréatives et la rentabilité financière du centre.

Les participants ont ensuite fait un voyage de trois jours au cours duquel ils se sont rendus à Locarno, Lugano et à St Moritz. Ce voyage avait notamment pour but de leur permettre d'utiliser les moyens de transport variés et efficaces de la Suisse y compris les chemins de fer, les autobus postaux et certains moyens de transport conçus spécialement pour le tourisme et les sports, comme les funiculaires et les téléphériques. Le voyage a comporté des visites au Schitthorn (7 000 pieds) et au Piz Corvatsch (11 153 pieds) où le groupe a été reçu par M. Otto Koller, président de la société du téléphérique de Corvatsch et par le Directeur, M. Wolfgang Rohrer. De plus, ils ont assisté à Locarno à une exposition organisée par l'office national du tourisme suisse. A St Moritz, M. Peter Kaspar, Directeur du tourisme, leur a fait un exposé sur "les tâches d'un directeur du tourisme".

Plusieurs des dernières réunions ont été consacrées à la présentation par les participants de monographies sur leur pays. Les problèmes les plus urgents ont été décrits comme allant du manque de moyens pour l'aménagement de l'infrastructure et de la superstructure nécessaires au détournement des recettes en devises étrangères provenant du tourisme vers le marché noir des devises. Parmi les problèmes revenant constamment, on a signalé le nombre insuffisant d'installations hôtelières d'un niveau satisfaisant, la pénurie de personnel qualifié et de moyens de formation professionnelle, l'obstacle que représente pour le développement du tourisme étranger le coût élevé des voyages aériens, dû au fait que nombre de pays en voie de développement sont éloignés des principaux marchés

touristiques mondiaux, l'intérêt insuffisant manifesté pour le développement du tourisme et les difficultés qu'il y avait à attirer les touristes étrangers vers ces pays et ces régions.

Le cycle d'études a permis d'identifier plusieurs domaines dans lesquels il serait bon de poursuivre les recherches. Tous les participants ont reconnu par exemple la nécessité de procéder à des études relatives aux moyens de réduire le prix des transports aériens. Les débats ont également indiqué la nécessité d'une enquête sur les sources multilatérales, bilatérales et privées d'investissement dans le domaine du tourisme. On a annoncé que la Division des finances publiques et des institutions financières de l'ONU et la Division des ressources et des transports entreprendraient en commun une telle étude dans un proche avenir. Lors du débat sur la coopération régionale, l'on a suggéré que l'ONU aide à organiser des conférences régionales qui permettent d'étudier les modalités d'une coopération régionale dans le domaine du développement touristique. On a proposé explicitement d'organiser une conférence des pays de l'Afrique orientale, qui réunirait le Malawi, la Zambie et les quatre pays insulaires de l'"Alliance touristique de l'océan Indien" (ATCI) à savoir les îles Comores, Madagascar, Maurice et La Réunion. On a également proposé que la Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient entreprenne une étude afin de déterminer les raisons pour lesquelles le courant touristique dans nombre de pays asiatiques est à sens unique ainsi que les moyens d'accroître les voyages dans la région et de renforcer le développement touristique régional.

PREMIERE PARTIE. POINTS ESSENTIELS DE LA DISCUSSION

I. Rapports entre le tourisme national et le tourisme international

Les rapports qui existent entre le tourisme national et le tourisme international ont surtout été envisagés à l'occasion de la discussion sur les mémoires intitulés "Tourisme international et développement économique" et "Quelques considérations sur le tourisme national".

On a soulevé la question de savoir si le tourisme national et le tourisme international constituaient des industries connexes, concurrentes ou complémentaires. On a distingué deux cas : a) celui dans lequel les touristes nationaux et les touristes étrangers proviennent de civilisations radicalement différentes et exigent en conséquence des facilités hôtelières et des types de nourriture distincts, et b) celui dans lequel le mode de vie des touristes nationaux et étrangers est pratiquement le même.

Il a été admis que le tourisme national et le tourisme international sont des industries complémentaires qui se renforcent mutuellement en ce qui concerne toutes les formes d'investissement dans l'hypothèse b), et toutes les formes d'investissement (par exemple la construction d'autoroutes, la construction de voies d'accès aux sites historiques, la sauvegarde des monuments, etc.) à l'exception des investissements destinés à la construction de restaurants et de facilités de logement dans l'hypothèse b). La question de l'attribution de fonds destinés à être investis dans ces restaurants et facilités de logements se pose surtout en ce qui concerne les investissements en monnaie nationale, étant donné que les besoins en devises destinés à la construction de ces facilités hôtelières pour les touristes nationaux sont extrêmement faibles. Le montant qui doit être alloué au tourisme domestique dans le cas de demandes concurrentes ne peut être déterminé que compte tenu des circonstances propres à chaque cas.

Dans l'hypothèse b), le tourisme national a fréquemment amélioré la viabilité des entreprises hôtelières, notamment lorsque le tourisme "contre-saisonnier" est pratiqué, comme c'est le cas en Israël et à Miami, Floride, où les hôtels offrent des tarifs moins élevés aux touristes nationaux pendant la saison creuse.

Dans les pays en voie de développement, ni le tourisme international, ni le tourisme national pris séparément, ni même les tourisms national et international combinés ne permettent de couvrir le coût élevé de l'infrastructure; en conséquence, les personnes chargées de l'élaboration des plans de développement touristique doivent éviter, dans la mesure du possible, les investissements d'infrastructure à objectif unique, à l'exception de petits projets tels que la construction d'une usine diesel pour la production d'énergie électrique ou de petites installations de dessalement pour des hôtels ou des centres de villégiature. Quelle que soit la définition que l'on donne du tourisme national, un trafic interne intensif est nécessaire, par exemple, pour aider à couvrir les frais afférents à des voies de raccordement reliant la capitale à des centres d'intérêt touristique ou à des lieux de villégiature. L'on a fait observer,

à cet égard, que les capitales des pays en voie de développement situées à proximité d'aéroports internationaux ne présentaient pas un intérêt suffisant pour attirer les touristes étrangers. L'attrait des pays en voie de développement pour les touristes étrangers résidera plutôt dans les beautés naturelles, situées dans les régions écartées du pays, telles que sa flore et sa faune, ses plages et ses montagnes.

Les investissements spécialement consacrés au tourisme tels que les fonds affectés aux parcs naturels, devraient être conçus et gérés de manière à ce que leur financement puisse être assuré à la fois par les visiteurs nationaux et par les touristes étrangers. On a fait observer que les parcs existant dans plusieurs pays africains étaient moins fréquentés par des touristes étrangers que par des visiteurs locaux, qui défrayerent donc en grande partie le coût de l'entretien de ces parcs, bien qu'ils paient un droit d'entrée moins important.

On a conclu que dans l'ensemble, le tourisme national et le tourisme international constituaient des industries complémentaires plutôt que concurrentes.

II. Définition du tourisme national

On a fait remarquer qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune définition universelle du tourisme national. Aux Etats-Unis, le tourisme national a été défini en fonction de la distance parcourue - la distance de 100 miles constituant un seuil minimum - et les statistiques sont établies sur cette base. Cette définition, manifestement, ne saurait être universellement applicable et ne conviendrait pas, par exemple, aux très petits pays. Plusieurs pays, notamment la Suisse, considèrent que le tourisme national comporte deux éléments : le voyage et le logement. Cela permet d'établir les statistiques en fonction du nombre de nuits d'hôtel par touriste, méthode analogue à celle qui est acceptée pour l'établissement des données relatives au tourisme international. L'on a fait observer que cette formule pouvait être modifiée pour les voyageurs dormant sous la tente mais achetant leur nourriture à l'endroit visité; parmi les pays représentés au séminaire, l'Iran, où l'usage de la tente par les vacanciers est extrêmement fréquent, illustre d'une manière typique ce problème.

Toutefois, l'un des participants a mis en doute, pour plusieurs raisons, la précision d'une définition fondée sur la durée du séjour hôtelier ou le montant des dépenses effectuées : a) cette définition néglige, selon lui, un phénomène universel, celui des gens qui voyagent pour rendre visite à des amis ou à des parents et qui logent chez ces derniers; b) sa logique implique qu'une personne voyageant à l'intérieur du pays où elle a sa résidence n'est pas un touriste à moins qu'elle ne dépense, dans la localité visitée, de l'argent qu'elle a apporté avec elle; le tourisme est ainsi considéré du point de vue d'une certaine localité et non du point de vue du pays dans son ensemble; c) bien que fondée sur la notion de dépense, elle néglige l'argent dépensé pour atteindre le lieu du séjour, les dépenses effectuées pour la nourriture et les distractions des voyageurs lorsque ceux-ci sont reçus par des parents ou des amis, et l'argent dépensé en cadeaux pour les hôtes, qui peut représenter une somme considérable, dépassant même le montant des dépenses consacrées à la nourriture et aux distractions. Ledit participant a ainsi soutenu : a) que si la définition devait être fondée sur la notion de dépense, la question de savoir où et par qui ces

dépenses avaient été effectuées n'était pas pertinente; b) qu'une définition fondée sur la notion de dépense n'était pas satisfaisante; et c) que la notion de voyage constituerait une meilleure base de définition, étant donné que les déplacements effectués pour des raisons de famille ou du fait d'autres rapports d'ordre personnel constituent un élément important du tourisme national (et international) qui, de plus, englobe les éléments non économiques du tourisme national, tels que les contacts sociaux grâce auxquels les rivalités régionales peuvent être surmontées, les idées nouvelles, etc.

Une autre suggestion, tendant à faire intervenir la notion de motif du déplacement, a fait l'objet d'un bref examen. Elle n'a toutefois pas été jugée applicable en pratique. Pour un hôtelier, par exemple, un visiteur est un touriste, que sa visite soit motivée par les affaires ou par le plaisir.

Il a été suggéré qu'en effectuant une enquête par sondage parmi les voyageurs utilisant tous les moyens de transport, il serait possible de trouver un moyen acceptable pour évaluer le nombre de gens qui se déplacent pour rendre visite à des amis ou à des parents.

III. Taux comparatifs de croissance du tourisme international et du tourisme national

La question des taux comparatifs de croissance des deux sortes de tourisme a suscité un certain désaccord, bien que l'on soit finalement tombé d'accord sur le fait qu'une conclusion définitive en la matière ne pouvait pas être atteinte, faute d'une définition universelle du tourisme national et de données adéquates sur un nombre suffisant de pays. L'un des participants a été d'avis que les données disponibles sur le taux de croissance du tourisme international dans les pays développés au cours des cinq dernières années permettaient de conclure, en ce qui concerne les pays développés mais non les pays en voie de développement, que la croissance du tourisme international était plus rapide que celle du tourisme national. Selon un autre, dont les idées figurent dans le deuxième mémoire sur le tourisme international et le développement économique, le tourisme national tend, dans les pays en voie de développement, à croître plus lentement que le tourisme international.

Au contraire, un autre participant a appelé l'attention sur des données relatives à la Turquie qui figurent dans le mémoire afférent à quelques considérations relatives au tourisme national. Le tableau No 6 de ce mémoire, relatif au trafic interne de passagers, indique que le nombre total de kilomètres-passagers a été de 40 120 millions en 1967. Il a soutenu que le nombre de passagers pourrait être dérivé de ce chiffre en le divisant par un nombre hypothétique représentant le nombre de kilomètres parcourus par chaque passager. Même si on utilise un nombre hypothétique très élevé, à savoir 500 kilomètres, l'on obtient le chiffre de 80 millions de voyageurs. Il a ajouté que, même si l'on considère que ce chiffre est exagéré, il demeure néanmoins extraordinairement élevé et indique peut-être, par-là même, que les statistiques relatives au nombre de nuits passées à l'hôtel par les touristes nationaux, statistiques qui sont tirées des inscriptions figurant dans les registres d'hôtels, ne représentent qu'une faible partie des voyageurs

nationaux effectuant un séjour hors de chez eux. Il a fait en outre observer que même si les chiffres relatifs aux inscriptions dans les registres hôteliers sont eux aussi inexacts ou incomplets, les anomalies statistiques que l'on trouve dans le mémoire susmentionné soulignent la nécessité de définir d'une manière acceptable la notion de tourisme national. Par ailleurs, une étude plus récente sur les loisirs aux Etats-Unis a montré que 50 p. 100 des voyageurs nationaux avaient déclaré qu'ils voyageaient pour rendre visite à des membres de leur famille.

IV. Restrictions aux voyages à l'étranger

On a examiné l'incidence des restrictions apportées aux voyages sur le problème de la fuite de devises causée par les voyages à l'étranger des ressortissants d'un pays. Ce problème pouvait apparemment exister indépendamment d'une industrie du tourisme étranger florissante et, paradoxalement, pouvait même être aggravé par cette industrie, comme par exemple à la Barbade. Dans ce pays, le tourisme étranger constituait la principale industrie et son expansion se traduisait par une amélioration du niveau de vie de la population et un accroissement des voyages à l'étranger, au détriment de la balance des paiements.

Certains ont déclaré que les restrictions aux voyages à l'étranger devraient être catégoriquement découragées comme étant défavorables au tourisme international et à la notion suivant laquelle les voyages internationaux sont aussi une source d'enrichissement sur les plans culturels, sociologiques, etc.

D'autres ont toutefois souligné que l'adoption par un pays en voie de développement d'une politique tendant à décourager les voyages à l'étranger dans l'intérêt de sa balance des paiements pouvait se justifier, bien que ce fût une politique qui ne pouvait pas être normalement préconisée pour les pays développés. En effet, la majeure partie du trafic dans le tourisme international se faisait entre pays développés. A l'exception de certains des pays en voie de développement de la Méditerranée et des Antilles, la plupart des pays en voie de développement souffraient d'un déficit de la balance en devises de leur compte "tourisme". L'allègement des restrictions aboutirait pour les pays en voie de développement à une nouvelle perte nette de devises en faveur des pays développés. Certains participants ont distingué entre les restrictions de change et une taxe sur les voyages, considérant cette dernière comme étant une forme de restriction regrettable, bien qu'elle fût employée par plusieurs pays. D'autres ont soutenu qu'en principe cette taxe ne pouvait pas soulever davantage d'objections que tout autre impôt sur les articles ou les services de luxe, bien qu'il fût concevable que certaines modalités d'application d'une taxe de ce genre puissent être inappropriées et inopportunes.

D'autre part, il a été suggéré de réduire les voyages à l'étranger par l'encouragement au tourisme national. Par ailleurs, on a soutenu que cette solution pourrait convenir aux pays développés, notamment aux Etats-Unis, mais serait inopérante dans les pays en voie de développement où ceux qui voyageaient à l'étranger et ceux qui passaient leurs vacances dans le pays constituaient deux groupes différents. Le premier groupe représentait généralement l'élite de la population et tendait à visiter l'Europe ou les Etats-Unis, de préférence à un pays de leur propre région. On a également affirmé qu'en ce qui concerne les

petits pays, même le potentiel touristique national était limité étant donné que les voyageurs passaient rarement plus d'une journée dans les endroits visités. Cette opinion n'a toutefois pas été généralement acceptée. D'autres ont estimé que pour certains grands pays en voie de développement, tels que l'Inde et le Brésil, le tourisme national constituait un moyen important - et les gouvernements intéressés le considéraient comme tel - non seulement pour réduire les voyages à l'étranger ou dans les pays voisins (par exemple, les Brésiliens avaient coutume de passer leurs vacances en Uruguay avant le développement du tourisme brésilien), mais aussi pour surmonter les différences de conditions sociales et les barrières sociales existant entre divers secteurs du pays, ainsi que d'encourager l'intérêt des habitants à l'égard de leur propre pays.

V. Le niveau de développement économique auquel il convient d'implanter l'industrie du tourisme

La discussion a montré qu'il n'y avait pas de réponse générale à ce problème, dont la solution dépendait en grande partie du pays intéressé. Le niveau de développement de l'infrastructure et de l'enseignement général constituait un facteur très important. La création de l'infrastructure était trop coûteuse si elle devait servir uniquement au tourisme, en particulier à une petite industrie du tourisme. En outre, l'implantation d'une industrie du tourisme pouvait n'être pas rentable pour des pays dont le développement n'en était qu'à ses débuts, notamment si elle nécessitait l'importation de produits alimentaires, de services et de tous les biens d'équipement. En effet, dans ces circonstances, l'industrie du tourisme étranger pouvait aboutir en fin de compte à un appauvrissement grave des ressources en devises du pays. On pouvait donc conseiller à certains pays de s'engager d'abord dans d'autres domaines. En tout état de cause, il était nécessaire de faire preuve de prudence en pesant les avantages et les inconvénients de l'implantation d'une industrie touristique.

VI. Emploi du multiplicateur dans l'évaluation du tourisme

Les participants au cycle d'études ont été notamment priés de considérer le tourisme comme un instrument du développement économique. Il incombait aux responsables du tourisme de convaincre les autorités chargées de la planification et des questions financières de l'influence que le tourisme pouvait avoir sur le développement et de les persuader de ne pas plutôt allouer les faibles capitaux dont disposent les pays en voie de développement à d'autres secteurs de l'économie. Il importait de trouver des moyens de juger des effets que le tourisme pouvait avoir sur le développement.

Au niveau macroéconomique, les économistes employaient souvent la notion de multiplicateur qui avait été mise au point en 1931 par M. R. F. Kahn pour souligner que les investissements étaient générateurs de revenus. Les participants ont estimé que l'application de la notion de multiplicateur au tourisme soulèverait un certain nombre de questions difficiles. Pour procéder à une évaluation valable des effets générateurs de revenus des investissements opérés dans le domaine du tourisme, il fallait faire un certain nombre de projections ou de prévisions et disposer de données statistiques détaillées que les économistes des pays en voie de développement n'avaient pas toujours. La notion de multiplicateur devait donc

être utilisée avec prudence pour évaluer le rôle que les investissements opérés dans le domaine du tourisme pouvaient jouer dans le développement, et il fallait vérifier les résultats de la comparaison ainsi obtenue entre la productivité des investissements opérés dans le secteur du tourisme et d'autres secteurs, d'après les résultats d'autres méthodes d'évaluation.

VII. Choix des localités convenant au développement du tourisme

La question des priorités dans le choix des localités a été soulevée à plusieurs reprises au cours des travaux du cycle d'études, notamment à propos des exposés sur "l'évaluation du potentiel touristique d'un pays : conception d'une méthodologie" et sur "l'aménagement du territoire et le développement du tourisme".

Dans le cas d'un pays tel que la République Dominicaine, par exemple, qui venait de commencer à développer son tourisme, et dont les attractions touristiques n'étaient pas concentrées dans une seule localité, on s'est demandé si le développement du tourisme devait commencer dans une seule localité ou si l'on devait essayer d'aménager simultanément toutes les régions présentant un intérêt.

Il semblerait qu'une solution consistât à ce que chaque pays envisageant de développer le tourisme ait un plan national fixant ses priorités. Dans le cas de la République Dominicaine, par exemple, il serait préférable de commencer par Saint-Domingue, la capitale, et d'organiser des excursions à partir de cette ville. Par la suite, on pourrait choisir des régions excentriques à mettre en valeur. Il a été souligné qu'il valait toujours mieux aménager une seule localité à la fois et que la planification échelonnée était un objectif souhaitable.

En ce qui concerne de grands pays ayant différentes possibilités de développement, tels que le Brésil, l'Inde et l'Iran, les participants voulaient savoir comment choisir les régions à aménager, quelle devrait être leur importance et comment résoudre le problème de localités déterminées ayant un potentiel touristique élevé sans qu'il en soit de même pour la région avoisinante.

Une solution consistait à incorporer le développement du tourisme dans un plan de développement national global. Grâce à des plans de ce genre, on pouvait notamment identifier les régions à aménager du pays en les délimitant en fonction de la présence, dans une zone donnée, de caractéristiques communes ou complémentaires permettant de déterminer quelle forme de mise en valeur générale conviendrait le mieux à la région. La dimension des régions varierait donc d'un pays à l'autre. Lors du choix, la priorité devrait être accordée à la région ou les régions ayant le potentiel de développement général le plus élevé. Dans le cas où une localité ayant un potentiel touristique élevé serait située à l'extérieur d'une région choisie, elle pourrait dans certains cas être comprise dans les plans de mise en valeur de cette région grâce à un élément de liaison spécial.

Une méthode entièrement différente a été préconisée par un autre participant qui estimait que le développement du tourisme dans un pays devait dépendre des résultats obtenus dans le domaine des investissements d'infrastructure. Des projets de ce genre devaient tenir compte du tourisme suffisamment tôt pour que ce dernier

puisse y être incorporé. On a cité en exemple un plan de construction routière et d'autres investissements d'infrastructure dont la conception pourrait tenir compte des intérêts touristiques, de sorte que des régions potentiellement touristiques qui n'étaient pas encore desservies par la route, le rail ou d'autres moyens de communications puissent être mises en valeur. On a souligné qu'il fallait pour cela que les fonctionnaires du tourisme fassent preuve d'initiative et qu'ils restent en rapport avec les services nationaux de travaux publics, de sorte que le problème difficile du financement de l'infrastructure nécessaire pourrait être résolu grâce à la prise en charge des dépenses, à l'exception de la part relativement faible consacrée au tourisme, par d'autres secteurs qui pourraient les supporter plus facilement. Suivant le même principe, les activités relatives au tourisme pouvaient être envisagées conjointement avec d'autres projets de développement; par exemple, le grand bassin de retenue d'une usine hydro-électrique pouvait être combiné avec des installations destinées aux sports nautiques.

VIII. Prévention de la spéculation foncière

Dans certains cas, le prix des terrains où l'on se proposait de construire des hôtels ou d'établir des stations balnéaires était exagérément gonflé. Il n'existait aucune législation type pour la prévention de la spéculation foncière, mais un certain nombre de pays avaient arrêté une politique foncière et pris des mesures contre la spéculation foncière. Le Centre des Nations Unies pour l'habitation, la construction et la planification préparait sur cette question une étude qui devait être publiée en 1970. L'un des moyens de contrôler l'utilisation des terrains et d'empêcher la spéculation foncière consistait à encourager la propriété publique. Selon leur système économique, social et politique, les pays disposaient d'autres moyens efficaces, tels que le recours à des mesures destinées à influencer ou à stimuler le secteur privé, ou que l'adoption de divers types de mesures de contrôle. S'il s'agissait de la mise en valeur d'une zone où les problèmes étaient particulièrement complexes, il pouvait être inévitable de recourir à l'expropriation et à la propriété publique.

IX. Aide accordée par le Groupe de la Banque mondiale pour le développement du tourisme

On trouvera ci-après un résumé de l'exposé fait par le conférencier^{1/}.

La BIRD avait récemment pris la décision de rechercher des projets auxquels elle pourrait accorder des prêts destinés à favoriser le développement du tourisme. La Banque s'intéresserait aux projets d'investissements dans le domaine de la superstructure et de l'infrastructure.

^{1/} Le conférencier, M. David H. Davis, de la BIRD, a insisté sur le fait que son exposé était fait à titre privé et non officiellement, au nom de la BIRD, de l'IDA ou de la SFI. M. Davis a expliqué que si la Banque avait récemment décidé de rechercher des projets se prêtant à des prêts propres à aider le tourisme, elle n'était encore parvenue à aucune décision officielle quant à sa politique à l'égard des investissements touristiques. Sa politique n'en était donc encore qu'à la phase de gestation.

Dans le cas de l'infrastructure, il y avait deux catégories à considérer : a) l'infrastructure destinée expressément au tourisme; b) l'infrastructure générale ayant des incidences sur le tourisme. Parmi les exemples de la première catégorie on pouvait citer : le développement intégré de certaines stations touristiques telles que Moléson, l'aménagement des plages, des routes intérieures, le nivellement du sol, les ouvrages d'art du littoral ou, dans un genre différent, les réserves naturelles, les parcs nationaux, ou des cas particuliers tels qu'une route reliant deux sites archéologiques, les télésièges et les petits ports de plaisance. Dans la deuxième catégorie se trouveraient : les aéroports, les routes, les télécommunications, etc. La décision de principe avait été prise récemment d'aider à la construction des aéroports.

Tout projet qui ne se justifiait pas d'un point de vue économique et financier ne pouvait bénéficier d'un appui du Groupe de la Banque.

Souvent, l'absence ou l'insuffisance de l'infrastructure pouvait constituer un goulot d'étranglement et, si tel était le cas, le problème était double : a) estimer les frais de suppression de ce goulot d'étranglement et b) s'assurer que sa suppression se justifiait du point de vue économique. Sinon, la Banque ne serait nullement disposée à consentir des prêts pour de tels projets. La chose pouvait être envisagée autrement : la circulation due au tourisme pourrait être un élément nouveau jouant en faveur d'une certaine infrastructure, et pourrait ainsi la justifier davantage. La Banque s'intéresserait alors au financement du projet tant du point de vue du tourisme qu'autrement. Naturellement, elle tiendrait à déterminer les frais à mettre au compte du secteur touristique.

Les trois organismes du Groupe de la Banque, à savoir la BIRD, l'AID et la SFI, accordaient généralement leurs prêts à des conditions qui s'appliqueraient également dans le cas du tourisme :

Le taux d'intérêt de la BIRD était à cette époque de 6,5 p. 100. Les prêts de la Banque étaient des prêts à long terme et les échéances de remboursement variaient selon les circonstances : la Banque consentait couramment des prêts pour 20 à 25 ans et, dans certains cas, pour 30 ans. Normalement, la Banque ne prêtait que le montant libellé en devises étrangères. Toutefois, cette politique était susceptible d'assouplissement.

L'AID consentait, pour des périodes pouvant aller jusqu'à 50 ans, des prêts pour lesquels elle ne percevait qu'une commission correspondant à ses propres frais mais les pays prospères ne pouvaient y prétendre. De plus, l'AID était souvent à court de fonds et devait être réapprovisionnée. Récemment, ses ressources s'étaient épuisées très rapidement et ses moyens financiers étaient mal assurés.

Le taux d'intérêt que la SFI pratiquait sur ses prêts se situait généralement dans la gamme des 8 à 8 1/2 p. 100, et souvent elle prenait une participation au capital social de l'entreprise soutenue.

La Banque ne consentait de prêt que sous garantie gouvernementale, tandis que les entreprises soutenues par la SFI n'avaient pas besoin d'une telle garantie.

Pour toutes les opérations effectuées par le Groupe de la Banque, le critère déterminant était le développement général du pays, ce qui comprenait l'amélioration de la balance des paiements. C'est pourquoi la Banque s'intéressait essentiellement au tourisme international, encore qu'elle reconnût que le tourisme national contribuait à la rentabilité des entreprises hôtelières individuelles en leur fournissant la marge supplémentaire dont elles avaient besoin et en leur amenant de la clientèle en dehors de la saison internationale.

Les participants ont discuté du principe de la Banque qui consistait à ne guère accorder de prêts que pour la part des emprunts libellée en devises étrangères. Cette politique pouvait avoir pour effet d'inciter les pays à gonfler la part en devises étrangères des projets. Au lieu de pousser les pays emprunteurs à faire de leur mieux, elle pouvait les encourager à augmenter autant que possible la part des devises étrangères.

Le conférencier a convenu que ce danger existait, mais il a dit que les remboursements devaient se faire en devises étrangères et qu'il était souhaitable que les pays se chargent eux-mêmes des investissements en monnaie locale. La Banque examinait les projets avec le plus grand soin, afin d'empêcher les pays assistés de grossir exagérément la part des devises étrangères.

On a fait remarquer également que dans certains pays, en Turquie par exemple, les apports étrangers en matière d'investissement touristique étaient, comme on le souhaitait d'ailleurs, très faibles. Le conférencier a été d'accord avec cette façon de voir, mais il a ajouté que la plupart des pays en voie de développement n'avaient pas encore créé d'industries du bâtiment à grande échelle, ni d'industries capables de produire une bonne part du matériel nécessaire aux hôtels et aux établissements des branches touristiques connexes, de sorte que pour ces pays les dépenses en devises étrangères afférentes au développement du tourisme étaient encore considérables.

Selon le conférencier, les transports aériens par avions affrétés semblaient encore le meilleur moyen de réduire les frais de transport par avion. Les avions géants n'apporteraient pas une solution parfaite. Certaines des décisions prises par l'Association du transport aérien international (ATAI) étaient des sources d'inégalité. Malheureusement, les petits pays ne pouvaient faire grand chose pour remédier à ces inégalités, étant donné que leur situation n'était pas assez forte pour leur permettre de marchander avec l'Association du transport aérien international. Mais dans le cas d'un conflit entre l'Office national du tourisme d'un pays et sa compagnie nationale de transports aériens, la Banque donnerait son appui aux politiques et aux programmes qui, sur le plan économique, devraient s'avérer les plus profitables à l'ensemble du pays et non à ceux qui viseraient seulement à accroître les bénéfices de la compagnie nationale de transports aériens.

En dehors du Groupe de la Banque, les autres sources d'aide au développement du tourisme étaient constituées par les entreprises internationales, telles que celles qui dirigeaient des chaînes d'hôtels internationales, organisaient des voyages touristiques internationaux, ou tels que les compagnies internationales de transports aériens qui s'intéressaient à un lieu de destination particulier.

Toutefois, la participation de certaines sociétés hôtelières internationales était inadéquate car elles investissaient le minimum possible et s'intéressaient surtout aux commissions des concessionnaires. D'autres investissaient certaines sommes, qui toutefois n'étaient pas assez élevées. Les organisateurs de voyages organisés constituaient les sources de fonds les plus importantes et ils étendaient leurs activités plus loin. Mais ils n'en représentaient pas moins un danger, dans la mesure où ils tendaient à avancer l'argent dans le simple espoir d'attirer de la clientèle. Ils représentaient donc une source de fonds à court terme plutôt qu'à long terme, alors que pour les pays en voie de développement les capitaux à long terme étaient beaucoup plus importants. Cependant, leur politique était quelquefois différente dans les cas où une de leurs filiales entreprenait de créer et d'exploiter un hôtel.

On a fait remarquer que des capitaux pourraient éventuellement être obtenus de sources officielles telles que la Banque interaméricaine, la Banque asiatique de développement, la Banque africaine de développement ainsi qu'au titre de l'aide bilatérale américaine, britannique, allemande et suédoise, encore qu'aucun de ces pays n'ait encore fourni de capitaux importants.

En principe, la Banque n'organisait ni ne finançait d'études de factibilité, mais s'en remettait pour cela au Programme des Nations Unies pour le développement (FS). Le Fonds spécial confiait généralement ce genre de projets à l'Organisation des Nations Unies. Mais il y a eu dans d'autres domaines des cas où le coût d'études techniques approfondies relatives à des projets financés par la Banque avait été inclus dans le montant prêté pour l'exécution des projets eux-mêmes.

Des prêts étaient consentis par la Banque à des fins de promotion, à condition d'être destinés à des dépenses d'investissement et non aux dépenses courantes telles que les campagnes de publicité. Selon le conférencier, la plupart des pays en voie de développement manquaient de fonds pour la promotion de leur tourisme, et la plupart des activités de promotion devraient être assurées par les entreprises de voyage : transporteurs, grandes agences et compagnies aériennes. Les fonds limités dont disposaient ces pays devaient être consacrés à l'information de ces entreprises.

X. Tourisme et mise en valeur des ressources naturelles

En présentant son mémoire relatif à l'importance et à l'ambiguïté des rapports entre la mise en valeur des ressources naturelles et le tourisme, l'auteur a insisté sur les quatre points suivants :

a) Parmi les pays en voie de développement, ceux qui avaient le taux de croissance économique le plus élevé étaient ceux qui avaient exploité et exporté leurs ressources naturelles, telles que le pétrole et le cuivre;

b) A de rares exceptions près, les pays qui avaient jugé pouvoir supprimer leurs restrictions de change étaient les pays qui avaient mis leurs ressources naturelles en valeur;

c) Les pays devaient chercher à diversifier leur économie; cette règle était applicable aux pays entièrement orientés vers le tourisme, à l'exclusion des autres industries;

d) Dans certains pays en voie de développement (comme les pays exportateurs de pétrole), le tourisme n'était vraisemblablement pas le secteur où le taux de croissance serait le plus élevé et où les investissements rapporteraient le plus de revenus nets. Néanmoins, dans l'intérêt de la diversification de leur économie, et aussi en raison des nombreux avantages de caractère non économique du tourisme, les pays en voie de développement ne devaient pas négliger leur potentiel de développement touristique.

L'auteur a tiré les conclusions suivantes de rapports existant entre la mise en valeur des ressources naturelles et le développement du tourisme :

a) Dans les pays en voie de développement, l'utilisation du sol et de l'eau pour la mise en valeur des ressources naturelles devait avoir priorité sur l'utilisation de ces mêmes ressources pour le tourisme lorsque l'utilisation commune de ces ressources n'était pas possible. Le tourisme ne devait avoir priorité sur la mise en valeur des ressources naturelles que dans des cas exceptionnels;

b) Dans toute la mesure du possible, les plans concernant les ressources naturelles et les plans concernant le tourisme devaient être combinés dans l'intérêt de l'économie;

c) Lors de l'exécution des plans de mise en valeur des ressources naturelles, il fallait veiller à réduire au minimum la pollution de l'air et de l'eau et la dégradation du milieu;

d) Les responsables de la planification du tourisme dans les pays en voie de développement devaient éviter les dépenses d'infrastructure destinées à un objectif unique, sauf dans les projets de portée limitée (centrale diesel ou petites unités de dessalement destinées à un hôtel ou à une station touristique);

e) Les responsables de la planification du tourisme devaient se tenir au courant des plans de mise en valeur des ressources naturelles de leur pays, de façon à pouvoir étudier, dès leur conception, les possibilités d'y allier des plans de développement touristique;

f) Il ne fallait pas envisager de réserver une région au tourisme, sans avoir cherché à savoir, au préalable, si elle possédait des ressources naturelles : par exemple, l'utilisation de certains terrains pour la prospection minière devrait avoir priorité sur leur utilisation en tant que réserve de gibier; l'exploitation de pétrole au large des côtes devrait avoir priorité sur l'utilisation du même site pour une station balnéaire;

g) Il est maintenant généralement admis qu'un pays doit faire périodiquement l'inventaire de ses ressources naturelles, tous les dix ans par exemple. Selon le même principe, les pays en voie de développement devraient procéder périodiquement à un examen de leur potentiel touristique car d'autres régions peuvent devenir

exploitables au fur et à mesure que le pays développe son infrastructure et ses ressources naturelles, et aussi grâce à l'introduction de moyens technologiques nouveaux.

Une distinction a été établie entre les ressources naturelles "liées à une localité déterminée" et les installations de traitement des ressources naturelles, telles que les usines pétrochimiques. Le fonctionnement de ces dernières n'était pas lié à un emplacement déterminé et ne devait donc pas avoir priorité sur le tourisme pour l'utilisation d'un terrain.

XI. Utilisation de nouveaux types de transport

Dés participants se sont intéressés au coût et à l'exploitation de moyens de transport nouveaux ou non conventionnels, tels que les hydroptères et les aéroglisseurs. Ils ont été informés que les Nations Unies préparaient une étude sur ce sujet, en vue de déterminer l'intérêt pratique et économique que de tels moyens de transport pourraient présenter pour les pays en voie de développement. On a souligné que les pays en voie de développement pouvaient se trouver dans ce domaine dans une position privilégiée, dans la mesure où ils pourraient mettre en service immédiatement des moyens de transport non conventionnels, alors que les pays développés, dont l'infrastructure était déjà en place, devraient peut-être continuer à employer des modes de transport plus anciens.

On a signalé qu'un certain nombre de renseignements relatifs à l'utilisation de ces types d'engins non conventionnels en Asie pouvaient être obtenus sur demande, auprès de la Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient.

XII. Tarifs des voyages aériens à destination des pays en voie de développement

La réduction des tarifs aériens a été considérée comme essentielle pour l'accroissement du trafic touristique à destination des pays en voie de développement, notamment des pays qui sont éloignés des principaux centres de départ des touristes. Cette question a été examinée après la présentation de l'étude sur le tourisme et le transport aérien. Des critiques ont été émises au sujet du système des tarifs de l'Association du transport aérien international (IATA). Le conférencier a cependant fait remarquer que tant que les gouvernements souverains ne désiraient pas charger un organe supranational de l'établissement des tarifs, le régime de l'IATA, malgré ses lacunes et ses défauts, était ce que l'on pouvait espérer de mieux. Il ne fallait pas oublier que les navires, chemins de fer et autocars fixaient les tarifs internationaux suivant une procédure analogue.

L'un des participants a été d'avis qu'un système de tarifs libres serait préférable. La compagnie d'aviation Icelandic Airlines, par exemple, qui n'était pas membre de l'IATA proposait des tarifs inférieurs à ceux qui étaient généralement pratiqués. Dans un secteur concurrentiel, les progrès de la technologie devaient normalement aboutir à une réduction des tarifs, mais, apparemment, tel n'avait pas été le cas pour ce qui est des tarifs aériens, à cause du système de l'IATA.

Des doutes ont été exprimés quant à la probabilité d'une forte réduction des tarifs lors de la mise en service des nouveaux avions à réaction géants. L'orateur a partagé ce point de vue et a déclaré que vraisemblablement les tarifs continueraient comme dans le passé à baisser de 2 p. 100 par an.

Sans vouloir préconiser le maintien du statu quo, car après tout l'IATA pouvait se défendre elle-même, l'orateur a fait observer qu'il fallait distinguer entre les tarifs aériens internationaux et les autres prix pratiqués dans les divers pays. Les premiers ont beaucoup moins augmenté que les derniers. Une compagnie de transports aériens n'était pas tenue d'adhérer à l'IATA, mais lorsqu'elle en était membre elle prenait part au vote des décisions de l'IATA concernant les tarifs et ces décisions étaient prises à l'unanimité. Bien souvent, les petites compagnies aériennes internationales se montraient plus désireuses de maintenir des tarifs élevés que les grandes. Les responsables du tourisme devaient expliquer les objectifs nationaux visés à leurs compagnies d'aviation; s'ils n'obtenaient pas ainsi de résultats satisfaisants, ils pouvaient alors essayer de convaincre leurs gouvernements de désapprouver les tarifs fixés par l'IATA et d'adopter un système de tarifs libres dans cette région.

On a également souligné qu'aux conférences de l'IATA, chaque représentant d'une compagnie aérienne devait exposer un point de vue qui ne tienne pas seulement compte des intérêts de sa compagnie, mais aussi de ceux de son pays et du groupement local des agents de voyage. Ainsi, les besoins de l'industrie touristique de son pays seraient mieux défendus.

Le conférencier a déclaré que l'OACI entreprenait des études générales sur ce sujet, dont son propre mémoire était un exemple. Ces études avaient montré que le développement des vols par avions affrétés et d'autres vols non réguliers constituait dans certains cas un moyen pour réduire les tarifs.

Plusieurs participants ont été d'avis que des études étaient certainement nécessaires, notamment pour déterminer si le fonctionnement de certaines lignes aériennes ne se justifiait pas du point de vue économique.

Des participants d'Amérique latine ont fait état de la situation peu satisfaisante qui prévalait actuellement dans cette région : les tarifs des vols entre l'Europe et l'Amérique latine n'étaient pas identiques dans les deux sens, les vols vers l'Europe coûtant moins cher que les vols vers l'Amérique latine. L'orateur a déclaré que les compagnies aériennes d'Amérique latine étaient tout autant que les compagnies aériennes européennes responsables de cette situation discriminatoire. L'accord devait être unanime et aucun pays d'Amérique latine n'avait protesté. Il s'agissait probablement d'une omission qui serait bientôt réparée. Certaines compagnies aériennes de pays en voie de développement s'opposaient souvent à une réduction des tarifs, car elles n'avaient pas encore atteint un niveau de croissance et d'efficacité leur permettant de supporter un abaissement des tarifs. Cette attitude se justifiait dans certains cas. Le conférencier s'est montré dans l'ensemble optimiste quant à l'élimination dans un proche avenir de la plupart des tarifs discriminatoires.

Il a noté que quel que soit le mode de transport la question des tarifs et des prix était très complexe, et que tous les tarifs continueraient de présenter

un certain nombre d'anomalies. Il a conseillé aux pays en voie de développement de calculer le prix du kilomètre sur les parcours entre quelques grands points de départ des touristes et leurs centres touristiques, et de les comparer aux prix de trajets vers d'autres centres touristiques situés à une distance identique. Si l'écart était trop grand, une action des pouvoirs publics se justifierait (enquête sur les causes de la situation, plainte à l'IATA et refus d'appliquer certains tarifs de l'IATA).

Un participant a demandé à l'orateur si l'OACI avait établi des spécifications pour la construction d'aéroports. Il a répondu qu'un manuel sur l'aménagement des aéroports était en cours de préparation. Les dispositions prévues au chapitre VI de l'annexe 9 de la Convention de l'aviation civile internationale (Chicago 1944) étaient toujours en vigueur et avaient été considérablement élargies dans la nouvelle édition de l'annexe 9 qui devait être publiée en avril 1969.

Quant à savoir si les pays qui se laisseraient distancer par les progrès techniques se trouveraient dans l'impossibilité d'avoir des avions à réaction "géants" et des appareils supersoniques, l'orateur était d'avis que tout pays qui avait un volume de trafic aérien relativement important pourrait avoir de tels aéronefs s'il le désirait, à condition que ses aéroports soient pourvus des pistes adéquates.

Certains participants ont demandé si l'OACI pouvait contribuer à améliorer le fonctionnement des administratifs internes des Etats, en ce qui concerne les douanes et la police par exemple. L'orateur a répondu qu'elle le faisait déjà depuis 1945, mais qu'elle n'était qu'une organisation d'Etats souverains qui pouvait faire des recommandations mais n'avait pas de pouvoir réglementaire. Cependant, l'OACI avait établi les Normes et Pratiques Recommandées pour la facilitation du transport aérien international (annexe 9 de sa Convention) et avait essayé, par l'envoi de messages et de consultants, de convaincre les Etats de s'y conformer.

Tous les participants se sont accordés à penser qu'il fallait éliminer les droits d'aéroport et les taxes sur les passagers. Ces droits et taxes étaient inconnus en Amérique du Nord et avaient déjà été abolis dans les pays scandinaves et au Royaume-Uni. Toutefois, une distinction devait être faite entre les droits légitimes afférents à des services effectivement fournis aux passagers et destinés expressément à l'amélioration des aéroports, et les droits généraux d'aéroports et les taxes sur les passagers considérées comme des recettes fiscales générales.

Les participants ont également discuté de l'opportunité d'accorder à des sociétés privées des concessions pour l'exploitation d'aéroports. L'orateur a expliqué que beaucoup d'aéroports ne parvenaient pas à couvrir toutes leurs dépenses d'exploitation, et encore moins à assurer la rémunération du capital investi, mais que la situation s'améliorait. Il était important que les gouvernements fassent une étude préliminaire chaque fois que la construction d'un nouvel aéroport était envisagée. Rien n'empêchait un pays d'octroyer une telle concession s'il le désirait.

XIII. Artisanat et produits locaux susceptibles d'intéresser les touristes

En présentant son mémoire sur le "Développement des produits locaux susceptibles d'intéresser le touriste", l'auteur a souligné l'importance de modèles bien conçus et du maintien ou de la recreation des dessins et des formes traditionnels ainsi que des compétences techniques. Les pays en voie de développement avaient souvent besoin d'une assistance éclairée en ce domaine. Parmi les sources possibles d'assistance, l'orateur a cité le BIT, les pays scandinaves et la République fédérale d'Allemagne, qui possédaient de jeunes créateurs de talent disposés à travailler dans les pays en voie de développement. En sens inverse, des ressortissants des pays intéressés pourraient être envoyés dans les écoles d'art décoratif des pays susnommés, encore que bien souvent ils se heurtent alors à des difficultés d'ordre linguistique.

D'autres solutions étaient possibles. Au Japon, par exemple, le manque de connaissances en matière de dessins et modèles constaté chez de nombreux petits artisans avait incité le gouvernement à créer un Institut fédéral des arts décoratifs, ayant des sections locales, qui dispensait un enseignement pour la création de modèles destinés au marché intérieur et à l'exportation. Cet enseignement avait commencé à porter ses fruits, tant pour la sélection des matériaux que pour l'amélioration des formes et des techniques utilisées dans l'artisanat. On pouvait également citer l'exemple du style suédois moderne. Les articles de table, entre autres, avaient été créés à l'origine pour le marché intérieur et avaient eu du succès à l'étranger par la suite.

Dans la discussion qui a suivi, on a cité le cas de l'Inde, où le gouvernement a créé le All-India Handloom Board et le All-India Handicrafts Board, fonctionnant sous l'égide du ministère du commerce, pour améliorer la qualité de l'artisanat local dans différentes parties du pays; ces organismes s'occupaient non seulement de la renaissance des formes traditionnelles, mais aussi de l'emploi des formes traditionnelles dans les produits nouveaux. Les branches locales faisaient également office de centres d'entretien et de réparation. Le gouvernement a également créé un Institut national des arts décoratifs qui forme des artisans et effectue des recherches sur les techniques nouvelles. La commercialisation des produits artisanaux ainsi que leur promotion sont organisées sur une base coopérative.

En ce qui concerne les aspects techniques de la production, on a parlé de l'importance des bonnes techniques de traitement du bois, et on a préconisé l'introduction, dans certains cas, d'outils électriques simples pour accroître la production.

L'organisation de coopératives a été prônée à la fois pour l'achat des matières premières et pour la commercialisation des produits. Les besoins en capital étaient bas et les besoins en main-d'oeuvre élevés. La grande industrie représentait souvent une source appréciable d'assistance financière pour les organismes de commercialisation car la promotion de l'artisanat local était profitable à la fois à l'industrie et au pays. L'industrie entreprenait parfois de financer des expositions à l'étranger. Les pays en voie de développement

devaient donc essayer d'intéresser la grande industrie à l'artisanat local et se souvenir qu'en tout état de cause les produits artisanaux de qualité constituaient un excellent moyen d'attirer les touristes étrangers.

On a signalé qu'une assistance éclairée pouvait être obtenue de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel tant pour les problèmes de production que pour les problèmes de commercialisation. On a également mentionné le comptoir d'articles pour cadeaux de l'ONU qui constituait un débouché pour des articles de qualité. En général, si un article était de bonne qualité, il se vendait à l'étranger, malgré les problèmes de douane. Cependant, ces articles devaient être d'abord conçus pour le marché touristique intérieur. Ensuite seulement les importateurs pourraient être invités à venir les voir, ou bien ils pourraient être expédiés à l'étranger.

Il est apparu que des exportations importantes de produits artisanaux ne diminuaient pas l'attrait qu'ils pouvaient présenter pour les touristes dans leur pays d'origine. En sélectionnant les articles susceptibles d'intéresser les clients dans son pays, l'importateur choisissait souvent des produits différents de ceux qu'achetaient les touristes. Par ailleurs, même si le touriste se rappelait avoir vu ces articles dans son pays, il trouvait qu'ils étaient meilleur marché dans le pays d'origine. Les cartes postales, les disques, les produits alimentaires, les boissons, les chapeaux, les chemises, les chaussures et les poupées figuraient parmi les articles considérés intéressants.

On a également souligné que le conditionnement des produits était aussi important que l'établissement de prix fixes.

XIV. Facilités de logement

Au cours de la discussion sur le mémoire relatif aux facilités de logement, l'auteur de ce dernier a fourni les renseignements suivants :

Dépenses d'investissement par chambre d'hôtel : Elles sont d'au moins 24 000 dollars, tout compris, pour un hôtel de première classe, mais peuvent s'élever à 34 000 dollars. Le coût du terrain ne doit pas dépasser 2 500 dollars par chambre. Il est possible de réduire les coûts en utilisant des matériaux préfabriqués ou du bois.

Taux minimum d'occupation : Dans une zone urbaine et sur une base annuelle, au moins 70 p. 100; dans une zone rurale, au moins 50 p. 100.

Nombre minimum de chambres par hôtel : Dans une zone rurale, entre 300 et 500, selon le coût des terrains. Dans une zone de villégiature ayant une activité saisonnière, un hôtel doit toutefois être soit beaucoup plus grand, soit beaucoup plus petit (un hôtel appartenant à une famille et ayant entre 100 et 200 chambres). Un hôtel de 300 chambres n'est pas trop important pour être géré par un particulier.

Amortissement : Le taux d'amortissement souhaitable est de 10 à 12 p. 100 pour les meubles et l'équipement et de 2 p. 100 pour les bâtiments et les terrains.

Rapport entre la taille et les coûts (à savoir : les économies d'échelle) :
La taille de l'hôtel influe beaucoup moins sur les coûts que la qualité de la gestion et de l'entretien.

Système américain contre système européen

Dans le système américain le taux d'occupation est beaucoup moins élevé et une chambre occupée par une seule personne coûte 75 p. 100 du prix demandé lorsqu'elle est occupée par deux personnes, ce qui s'explique par la faiblesse relative du taux d'occupation. Dans le système européen, le coût d'une chambre à un lit est bien moins élevé que le prix demandé pour une chambre occupée par une seule personne dans le système américain. A l'hôtel Lendi de Genève, 68 p. 100 des chambres sont des chambres à deux lits et 32 p. 100 sont des chambres à un lit. Pour une chaîne internationale toutefois, un système de chambres de taille identique est plus économique.

Chaînes internationales d'hôtels

Autrefois, le fait pour un hôtel d'appartenir à une chaîne internationale présentait pour lui l'avantage de disposer d'un service de réservation mondial. Aujourd'hui, toutefois, l'usage des ordinateurs permet d'obtenir le même résultat en rendant possible un contrôle à l'échelle intercontinentale. Les inconvénients de ce système résident dans le fait qu'il est pratiquement impossible à un pays de contrôler son fonctionnement.

Logement dans des habitations de type bungalow

Ce type de logement crée une ambiance agréable et coûte moins cher. Toutefois, les bungalows n'ont d'attrait que s'ils sont isolés. S'ils sont utilisés dans un centre de villégiature, tel que le Club Méditerranée, ils perdent de leur intérêt. En outre, ils doivent avoir tout le confort moderne.

Emplacement des hôtels

Il est plus avantageux pour un hôtel d'être situé dans une zone urbaine que dans un centre de villégiature. Les motels ne sont intéressants que dans certains cas, par exemple lorsqu'ils sont suffisamment éloignés des voies à forte circulation. Ils ne conviennent pas à un pays comme la Suisse où les distances d'un point à un autre ne sont pas très importantes.

Tarifs hôteliers

Les clients préfèrent les prix invariables ou fixes. Le Groupe du Rhône compte les mêmes prix toute l'année en utilisant un ordinateur pour établir son barème de prix. Le Groupe a suivi pendant 18 ans cette politique, dont l'attrait s'est avéré considérable.

Classification des hôtels

De nombreux pays en voie de développement qui ne disposent pas de facilités hôtelières suffisantes devraient établir une classification des hôtels. Toutefois, un pays qui possède un nombre suffisant d'hôtels n'a pas besoin d'une telle classification, sauf peut-être en ce qui concerne les hôtels de luxe. Lorsqu'un système de classification est employé, il convient qu'il soit aussi simple et clair que possible. En outre, le système qui est pratiqué dans un pays ne peut pas, en général, être appliqué à un autre étant donné qu'il n'existe pas deux pays identiques. Aussi les systèmes internationaux de classification n'ont-ils pas été une réussite.

XV. Casinos et établissements de jeu

S'agissant de la création d'un casino, il a été recommandé, encore que les besoins ne soient pas les mêmes d'un pays à l'autre, de réserver pour le jeu un emplacement séparé, qui ferait l'objet d'une étroite surveillance. Il importe notamment de réglementer soigneusement le jeu afin que les revenus ainsi obtenus soient versés au gouvernement et non détournés par des éléments indésirables. On a fait observer qu'il existe d'excellents systèmes à Monaco et en France, ainsi qu'en Italie et en République fédérale d'Allemagne. Il existe au Liban un casino qui fonctionne d'une manière très satisfaisante et dont le gouvernement tire un excellent revenu. Un casino doit servir de la nourriture de bonne qualité et d'un prix modéré et doit également offrir des distractions de choix. Il devrait également être doté de salles de conférences, disposer des installations nécessaires à la réunion de congrès et posséder un cinéma. Le système de roulette appelé système européen (un zéro) a été jugé préférable, parce que plus équitable, au système américain (deux zéros).

XVI. Formation professionnelle

La création d'écoles hôtelières sur le plan national est beaucoup trop coûteuse et doit être évitée. A la place, il a été suggéré d'utiliser les hôtels ayant une activité saisonnière comme écoles hôtelières pendant la saison creuse, sous réserve que les stagiaires ne soient pas autorisés à servir les clients. La création d'une école hôtelière régionale a été recommandée comme une solution rationnelle tant en ce qui concerne les coûts que l'utilisation des enseignants, ceux-ci faisant gravement défaut. L'on a recommandé que les Nations Unies fournissent une assistance pour la création d'écoles hôtelières régionales. L'on a également recommandé que, lorsqu'un pays autorise le recrutement de directeurs d'hôtels, de cuisiniers, d'intendants, etc., d'origine étrangère, il soit stipulé que ces experts devront se consacrer en partie à la formation en cours d'emploi ou à l'enseignement dans des écoles professionnelles. L'OIT a recommandé, à la lumière de ses dix années d'expérience en matière de formation professionnelle hôtelière, que a) les recherches nécessaires soient effectuées, avant que les cours ne soient organisés, en vue de déterminer quelles seront les possibilités d'emploi d'un pays dans l'avenir par rapport aux ressources humaines dont il dispose; b) les futurs stagiaires soient tenus de suivre des cours d'orientation préliminaire sur la nature et les difficultés de la carrière qu'ils envisagent et c) les stagiaires soient tenus de se soumettre à des tests d'aptitudes avant d'être

admis à suivre les cours de formation. On a appelé l'attention sur la possibilité de fournir une formation professionnelle dans le cadre du service militaire. Un système de ce genre fonctionne au Maroc, où il donne de bons résultats. Il a été conseillé aux pays de choisir, pour l'envoi à l'étranger aux fins de formation professionnelle, des personnes qui ont déjà des connaissances assez poussées dans leur domaine, étant donné que les stagiaires de niveau faible ou moyen se montrent fréquemment peu disposés, lorsqu'ils ont terminé leur stage à l'étranger, à recommencer à travailler chez eux dans l'industrie touristique. Ainsi, par exemple, la Suisse n'accorde plus de bourses de perfectionnement à des stagiaires de niveau peu élevé.

XVII: Tourisme culturel

On a fait observer que les sites historiques, tels que le célèbre Abu Simbel en République arabe unie et Borobudur en Indonésie, constituent un centre d'intérêt tant en eux-mêmes qu'en raison des autres trésors culturels situés aux environs. Il a été reconnu que le nombre de visites susceptibles d'être effectuées par des touristes étant limité, ils désireraient peut-être visiter trois ou quatre endroits, mais pas dix. Quoique la restauration de lieux historiques pour des raisons strictement culturelles mérite d'être pleinement appuyée, il convient d'opérer une distinction entre ce type de restauration et les besoins particuliers du tourisme. L'on a également noté qu'il serait utile, afin d'évaluer les besoins du tourisme d'obtenir et d'analyser des statistiques relatives à des visites répétées au même endroit.

Enfin, on a souligné que certains sites historiques tels, par exemple, qu'un théâtre grec antique, pouvaient servir de cadre à certaines manifestations culturelles, telles que des festivals ou des concerts.

XVIII. Agences de voyage

Une solution aux problèmes posés par le nombre excessif d'agences de voyage étrangères s'installant dans un pays et faisant concurrence aux agences nationales consiste à adopter toutes mesures législatives utiles pour protéger ces dernières. Une telle législation stipule généralement que les agences d'un pays doivent être contrôlées par des ressortissants de ce dernier. En revanche, on a souligné que la concurrence pouvait être extrêmement utile et on a appelé l'attention sur un problème connexe, à savoir l'insuffisance des services de réception ou de transfert. Les agences de voyage ont tendance à négliger cet aspect important de leur rôle parce qu'il ne constitue pas une activité aussi lucrative que la vente de billets. Ainsi, un pays peut avoir tout intérêt à autoriser certaines des grandes agences de voyage à ouvrir des succursales, sous réserve que ces dernières limitent leurs opérations à la fourniture des services susmentionnés. Les compagnies étrangères sont fréquemment disposées à ouvrir un bureau dont les fonctions seraient ainsi restreintes non seulement parce que cela constitue en soi une opération lucrative, mais aussi parce qu'un tel bureau permet d'offrir à leurs clients qui se rendent à l'endroit où il est installé, des services de réception et de transfert satisfaisants.

ANNEXE

LISTE DES PARTICIPANTS

Barbade

Marcus Jordan
Vice-Président de l'Office du tourisme de la Barbade

Bolivie

Jorge Cariaga Rada
Directeur national du tourisme

Brésil

Magdalena de Abaeté L. de Abreu
Assistante du Conseil d'administration de EMBRATUR (Office du tourisme brésilien)

Bulgarie

Tsondiu Stylianov
Vice-Président du Comité du tourisme auprès le Conseil des ministres

Cambodge

Huynh Danh
Inspecteur du tourisme, Ministère du tourisme

Ceylan

Wilfrid Mervyn Joseph Perera
Sous-secrétaire (tourisme), Ministère d'Etat

Chili

Juan Galdames
Chef de la Division de géographie et de cartographie, Bureau de la planification nationale

Chine

Huang Ho
Directeur de l'Office du tourisme, Ministère des communications

Colombie

Luis Toro
Directeur du bureau de New York de l'Office national du tourisme de Colombie

Comores

Abdou Rahim Mikidache
Administrateur des Comores

Equateur

Francisco Perez Anda
Secrétaire général de la Société équatorienne de tourisme

Fidji

Robert N. Atkinson
Secrétaire aux communications, aux travaux publics et au tourisme

Inde

Anjani Mehta
Directeur général adjoint chargé de la planification et de la coordination,
Département du tourisme

Indonésie

Kus Hadinoto
Président adjoint de la planification, Office national du tourisme

Iran

Reza Sadoughi
Directeur adjoint de l'Office national du tourisme

Madagascar

Jean Rakotomanga
Directeur par intérim de l'Office national du tourisme

Malaisie

Che Wan H. Suak
Administrateur chargé du développement et de la liaison au Ministère du tourisme

Maurice

Michael Benoit Arouff
Secrétaire principal adjoint au Ministère du commerce et de l'industrie

Népal

Ganga B. Basnyat
Secrétaire adjoint au Ministère de l'industrie et du commerce, du droit et de la justice

Niger

Farmo Madoudou
Directeur de l'Office national du tourisme, Ministère des affaires économiques, du commerce et de l'industrie

Philippines

Federico Salcedo
Commissaire adjoint au tourisme, Bureau des voyages et de l'industrie touristique

République Dominicaine

Angel Emilio Miolan Reynoso
Secrétaire d'Etat sans portefeuille, Direction générale du tourisme

République-Unie de Tanzanie

Charles Ley
Directeur général, Office national du tourisme

Roumanie

Gheorghe Niculescu
Directeur général adjoint, Office du tourisme

Thaïlande

Vanchai Vimolvanich
Chef de la Division des activités internationales, Office thaïlandais du tourisme

Turquie

Adnan Ozaktas
Directeur général du tourisme, Ministère du tourisme et de l'information

Uruguay

Alberto Raul Bianchi Saus

Spécialiste de la programmation régionale, Service de la planification et du budget

Conférenciers et orateurs

Ernesto Thalmann

Ambassadeur, Chef de la division des organisations internationales, Suisse

A. Adossides

Chef de la section des voies navigables, Division des transports, Commission économique pour l'Europe

J. L. Aeshlimann

Directeur, Bureau d'études touristiques, Gryon (Vaud)

G. L. Baroncini

Organisation internationale du Travail

Joseph Barnea*

Directeur de la division des ressources et des transports, Département des affaires économiques et sociales

Paul Bernecker

Professeur d'économie touristique, Faculté des sciences économiques, Vienne
Directeur de l'Institut de recherches sur les voyages, Vienne

Charlarmchai Charuvastr

Directeur général de l'Office thaïlandais du tourisme, Bangkok

S. N. Chib

Directeur de l'Office du tourisme, Ministère du tourisme, Nassau

H. Daifuku

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

David H. Davis

Section du tourisme, Division des transports, Département des projets, Banque internationale pour la reconstruction et le développement

Evner Ergun

Centre de l'habitation, de la construction et de la planification, Département des affaires économiques et sociales

Georges Faddoul

Conseil national du tourisme au Liban, Beyrouth

* Directeur du cycle d'études (Nations Unies).

Sydney Fairmont

Service du tourisme, Division des invisibles, Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Paul-Marc Henry

Directeur adjoint du programme et Directeur associé des opérations et de la programmation, Programme des Nations Unies pour le développement

Göran F. Holmquist

Ancien Président de Bonniers à New York, ancien Vice-Président de Macy's à New York, consultant auprès de l'OIT

Gunal Kansu

Centre de la planification, des projections et des politiques relatives au développement, Département des affaires économiques et sociales

Julien Konan

Secrétaire général, Office inter-Etats du tourisme africain, Paris

Jost Krippendorf

Vice-Directeur de la Fédération suisse du tourisme, Berne

Zdenek Lastovka

Chef de la section des transports, Division des ressources et des transports, Département des affaires économiques et sociales

Richard Lendi

Directeur exécutif du Groupe des hôtels du Rhône, Genève

R. J. Moulton

Chef, Sous-Direction de la facilitation et du financement collectif, Organisation de l'aviation civile internationale

Vojislav Popovic

Division des ressources naturelles et des transports, Commission économique pour l'Afrique

Frantisek Prikryl

Institut tchécoslovaque d'aménagement du territoire (TERPLAN), Prague

C. N. R. Rau

Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient

Paul Risch*

Directeur de l'Institut de recherches sur le tourisme, Université de Berne, Directeur de la Fédération suisse du tourisme

* Codirecteur du cycle d'études pour la Suisse.

DEUXIEME PARTIE. RESUME DES COMMUNICATIONS

LES POSSIBILITES TOURISTIQUES DES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT*

Les ingrédients du tourisme sont les habitants d'un pays et ce que ce pays peut offrir en fait de culture et de beauté. Tout pays, qu'il soit développé ou en voie de développement, peut créer, avec ces ingrédients, une industrie touristique. Si l'on veut établir une industrie touristique efficace, il importe de procéder aux études de marché appropriées, afin de déterminer quels sont les clients existants ou possibles; il importe aussi d'étudier les itinéraires présents et futurs, d'inventorier, de choisir et de développer les attractions et les centres touristiques et d'en faciliter l'accès aux visiteurs, comme aussi d'organiser la promotion du tourisme. Cette campagne en faveur du tourisme peut se faire avec le concours des agences de voyage nationales et étrangères, en diffusant de la publicité au moyen de la presse, de la radio et de la télévision tant dans le pays qu'à l'étranger, et en établissant des relations étroites entre l'Office national de tourisme, d'une part, et la presse locale et étrangère, d'autre part.

Le développement de l'industrie touristique exige une aide active de la part de l'Etat, des entreprises commerciales privées et du grand public. Il faut que le gouvernement facilite l'entrée des touristes dans le pays, améliore les moyens de communication, consacre des crédits à la promotion des ventes à l'étranger, surtout au début, et qu'il encourage les investissements privés dans les installations touristiques telles que les hôtels. Il faut faire prendre conscience aux entreprises privées des possibilités qu'offre le tourisme et les encourager à y investir. Il est nécessaire, aussi, d'avoir un programme d'éducation soigneusement élaboré, pour expliquer à la nation la valeur potentielle du tourisme et persuader le public de lui accorder son soutien.

En un peu plus de 15 ans à peine, la Thaïlande a réussi à transformer ce qui n'était qu'un potentiel touristique en une industrie touristique considérable. L'Organisation touristique de Thaïlande, créée en 1959, a pris les mesures pratiques qu'exigeait la promotion du tourisme : elle s'est assurée le soutien actif du gouvernement, elle a organisé à l'étranger des activités visant à promouvoir le tourisme, elle a institué des cours de guide touristique, elle a mis en valeur de nouveaux itinéraires de voyage ainsi que de nouveaux centres touristiques, enfin elle a remis en honneur et rénové un certain nombre de vieilles cérémonies. En 1967, les touristes ont dépensé environ 50 millions de dollars en Thaïlande. Le tourisme a apporté de nouveaux capitaux ainsi que des idées nouvelles dans maintes régions du pays qui avaient grand besoin d'être mises en valeur. Au surplus, le tourisme a contribué de façon marquée à faire comprendre la culture thaïe à l'étranger, et par là à favoriser la compréhension internationale.

* Communication de Chalermchai Charuvastr.

TOURISME INTERNATIONAL ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE*

Durant les dix dernières années, le total des arrivées dans le monde entier s'est accru chaque année d'environ 10 à 11 p. 100 et les recettes touristiques internationales ont plus ou moins suivi le même rythme de progression. Cependant, c'est entre les pays développés que se font la plupart des voyages internationaux, et les pays en voie de développement n'ont, à quelques exceptions près, que très peu profité de l'expansion rapide du tourisme.

Dans les pays développés, les dépenses consacrées aux voyages à l'étranger, comme les dépenses en biens de consommation durables, augmentent relativement plus vite que les revenus. Il est un autre facteur important qui a favorisé le tourisme international, et c'est la popularité croissante des voyages par avion, surtout dans le cadre de voyages touristiques à forfait, formule qui a encouragé les voyages vers des destinations plus lointaines. Il y a là, pour les pays en voie de développement, des possibilités pleines de promesses, étant donné que la majorité de ces pays sont éloignés des principaux marchés.

On a examiné brièvement l'influence économique qu'exercent respectivement, dans un pays, le tourisme national et le tourisme étranger. Tous deux représentent une demande terminale, mais le tourisme étranger, lui, affecte directement la balance des paiements; l'influence de ces deux genres de dépenses touristiques tend à être différente à la fois du point de vue géographique et du point de vue des industries et des services directement concernés. Dans les pays en voie de développement, le tourisme national, tout en ayant une influence moindre par visiteur, tend à croître plus ou moins au même rythme que le revenu intérieur, et en tout cas plus lentement que le tourisme international. Leurs perspectives de croissance économique par le tourisme sont donc tributaires surtout du secteur étranger.

Mesurer (en termes de valeur ajoutée) l'apport du tourisme à l'économie est une opération compliquée, les ventes aux touristes n'intéressant pas qu'un seul secteur mais plusieurs, même si un seul d'entre eux (le secteur hôtelier) destine principalement aux touristes l'ensemble de sa production. La manière de déterminer la valeur ajoutée par les autres secteurs, tels que les transports, en considération de ventes destinées au tourisme, a également fait l'objet des discussions.

En ce qui concerne le tourisme international, le total de la valeur ajoutée par le tourisme (ce qui comprend aussi la valeur ajoutée résultant de la production de biens et services fournis au secteur touristique par d'autres secteurs) est égal aux recettes en devises provenant des dépenses des visiteurs, déduction faite de l'élément qui, dans ces dépenses, est constitué par des importations directes ou indirectes. En conséquence, plus est grande la dépendance à l'égard des importations, plus est réduite la valeur ajoutée par le tourisme, et plus est réduit son apport à la balance des paiements.

* Communication du secrétariat de la Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement.

Dans la balance des paiements des pays en voie de développement, l'importance de la part des voyages varie d'un pays à l'autre; mais on devrait considérer comme normal que certains pays développés, et à coup sûr les pays développés dans leur ensemble, aient, en matière de voyages, un déficit à l'égard des pays en voie de développement; en plus, c'est surtout les pays en voie de développement qui ont grand intérêt à susciter d'importantes recettes en devises, vu l'urgente nécessité de financer leur développement économique.

Les revenus issus d'investissements dans le domaine du tourisme peuvent se calculer en termes de coefficient de capital aussi bien qu'en termes de recettes nettes en devises. Les revenus en devises étrangères issus des investissements dans le domaine du tourisme ne peuvent correctement être comparés avec les revenus issus d'autres investissements que si l'on tient compte du fait que les revenus bruts respectifs comportent des éléments d'importation différents. Dans le cas du tourisme, ces revenus peuvent varier selon le type de visiteurs reçus. Il est d'autres profits issus du tourisme, tels que des recettes fiscales supplémentaires, mais les dépenses publiques consacrées à la stratégie commerciale et autres formes d'appui financier au tourisme doivent se justifier par les profits globaux et non point seulement en fonction de l'apport du tourisme aux finances publiques.

On a la preuve que les dépenses effectuées par les touristes engendrent un niveau d'emploi qui soutient favorablement la comparaison avec celui qu'entraînent d'autres types de dépenses. En revanche, l'opinion courante qui veut que le tourisme soit une activité employant beaucoup de main-d'oeuvre ne résiste pas nécessairement à l'examen, du moins dans le secteur hôtelier.

Bien que le tourisme international soit quelquefois concentré dans quelques principaux centres ou régions d'un pays où le niveau des revenus est relativement élevé, il peut aussi procurer des avantages économiques à des régions moins développées où il n'existe guère d'autre activité. Il ne faut pas oublier cependant que la promotion du tourisme dans de telles régions exige non seulement une infrastructure mais aussi d'autres investissements qui seraient peut-être plus rentables ailleurs; le développement du tourisme dans ces régions doit par conséquent être subordonné à la politique régionale globale.

Les dépenses des visiteurs étrangers ne représentent qu'un des accroissements de dépenses pouvant engendrer ultérieurement un accroissement de revenu plus important que l'accroissement initial. Il n'y a pas lieu de croire que les effets multiplicateurs des dépenses effectuées par les touristes diffèrent de ceux des autres genres de dépenses et il faut se garder de trop attendre, comme le font parfois les plans de développement du tourisme, de l'importance des effets multiplicateurs d'accroissements projetés des recettes issues du tourisme étranger.

Si l'on doit tenir pour normales les différences qui se manifestent entre pays et sur une certaine période dans l'importance de l'effet multiplicateur, il semblerait que l'on n'applique pas des concepts et des définitions uniformes lorsqu'on tente de l'évaluer à propos du tourisme étranger. En outre, il apparaît qu'en calculant les répercussions terminales sur le revenu, les recettes brutes issues du tourisme étranger sont utilisées pour engager des dépenses sans tenir compte du fait qu'une partie de ces dépenses seront consacrées à des marchandises importées et par conséquent n'engendreront pas de revenus dans le pays.

CONSIDERATIONS RELATIVES AU TOURISME NATIONAL*

Dans les dépenses totales consacrées au tourisme, si la part qui revient au tourisme national varie considérablement d'un pays à l'autre, elle est beaucoup plus importante que la part du tourisme étranger. Le tourisme en général et le tourisme national en particulier peuvent être considérés comme fonction du revenu par habitant et de la distance - calculée en termes du durée ou de coût - qui sépare les centres qui fournissent les touristes de ceux qui les reçoivent, comme aussi du degré d'attraction. Bien que le tourisme national soit une forme de consommation, son expansion dans un pays donné peut accroître la mobilité des ressources totales, faciliter le transfert des techniques et connaissances de centres de croissance à revenu élevé vers des villes relativement petites et arriérées et accroître la demande intérieure, ce qui peut entraîner une accélération du rythme de croissance de l'économie. A longue échéance, le tourisme national favorise donc le développement en mobilisant et en augmentant la quantité totale des ressources dont disposent les dirigeants d'un pays. En outre, les avantages indirects issus du tourisme national, s'ils sont difficiles à évaluer et à quantifier, sont peut-être encore plus importants que ses effets directs.

Il dépend des conditions et du genre de vie d'un pays que le tourisme national puisse concurrencer ou compléter le tourisme étranger. En règle générale, on peut poser en principe que plus les habitudes, les goûts, le niveau de vie, etc., de la population autochtone et des touristes étrangers sont voisins, plus le tourisme national et le tourisme étranger sont complémentaires. En certains pays, la croissance du tourisme national n'est pas seulement une phase provisoire de l'ouverture du pays au tourisme étranger, mais aussi une réalisation avantageuse en elle-même; il ne faut du reste pas en sous-estimer les effets sur le tourisme étranger, car elle constitue une période d'apprentissage et joue le rôle de catalyseur entre les touristes étrangers et la population autochtone.

On peut prendre comme exemple le tourisme national en Turquie. Selon les dernières estimations, environ 860 000 Turcs, soit approximativement 3 p. 100 de la population totale, se sont livrés au tourisme en Turquie en 1963. Mais la croissance du tourisme national semble avoir été extrêmement dynamique depuis lors. Le nombre des touristes nationaux croît au rythme de 10 p. 100 par an, et les dépenses augmentent de plus de 15 p. 100 par an. Entre 1962 et 1967, le produit national brut a augmenté chaque année de 6,7 p. 100 et le revenu disponible a augmenté de 5 p. 100. Cela implique une élasticité de la demande par rapport au revenu d'environ 3,5, ce qui veut dire que la population, à mesure que son revenu augmente, dépense, en pourcentage, 3,5 fois plus pour le tourisme national. Le tourisme national turc était à peu près inexistant avant le milieu des années 1950. Par la suite, il s'est développé très rapidement, surtout grâce à l'initiative

* Communication du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies.

prise par le gouvernement de créer des camps de vacances pour ses employés. Ces camps, construits par l'Etat, se composaient d'une centaine de petits chalets, de tentes, d'un terrain de jeux, d'une plage et d'installations communes pour les repas et les distractions. D'après une étude datant de 1965, il y avait alors environ 75 camps appartenant à l'Etat ou à des organismes semi-publics et la plupart se trouvaient dans des zones côtières. Si l'on suppose que ces installations sont utilisées 90 jours par an, cela implique 900 000 nuitées, ou des installations capables d'héberger 60 000 personnes par an.

L'initiative de l'Etat dans ce domaine a suscité l'entrée en action des entreprises privées. En 1965, le secteur privé disposait de 5 000 lits répartis entre 37 camps du même genre, sans compter les hôtels. Depuis 1965, il s'est produit une expansion très rapide des installations destinées au tourisme national, qu'il s'agisse des installations de l'Etat ou de celles du secteur privé. Non seulement l'orientation et l'intervention directes de l'Etat, mais aussi le développement très rapide de la construction des routes, l'augmentation du nombre des automobiles et des autocars ainsi que la découverte de sites naturels ou historiques intéressants ont contribué au développement très rapide du tourisme national. Le coût des transports et la durée des trajets ont diminué rapidement, surtout entre les grands centres urbains ou industriels et les zones côtières ou les villes touristiques. Ces petites villes, ainsi que leur pourtour immédiat, possèdent maintenant un niveau de vie beaucoup plus élevé comme aussi une plus grande mobilité sociale et géographique.

EVALUATION DES POSSIBILITES TOURISTIQUES D'UN PAYS : ESSAI DE METHODOLOGIE*

Les voyages se sont généralisés et sont maintenant davantage à la portée des bourses moyennes. Au cours des vingt dernières années, le nombre des gens qui font du tourisme dans leur propre pays ou à l'étranger n'a cessé d'augmenter tout comme les revenus provenant de l'industrie du tourisme et cette tendance persistera étant donné l'orientation actuelle vers l'urbanisation, l'augmentation du temps disponible pour les loisirs et le développement de l'automation.

Le tourisme étant un élément inséparable de la vie économique et sociale, les objectifs dans ce domaine doivent être d'assurer son développement optimal, de faire en sorte que l'économie du pays, d'une manière générale, en bénéficie au maximum et d'intégrer le développement du tourisme dans le contexte du programme de développement du pays.

Puisque le tourisme touche un grand nombre d'activités économiques, sociales et politiques dans un pays, il faut concilier les intérêts touristiques et les autres intérêts d'une région donnée. D'où la nécessité de l'aménagement du territoire à l'échelon de la région.

Cet aménagement du territoire s'entend du développement planifié des différents secteurs de l'économie nationale à l'échelon régional. Il a deux aspects essentiels : sa complexité et le fait qu'il n'est réalisable qu'à long terme. Le premier aspect exige que l'on tienne compte des liens existant entre les différentes activités humaines, tandis que le second permet de coordonner les éléments de l'évolution future. L'aménagement régional du territoire implique nécessairement la planification physique d'une région donnée et vise à créer de bonnes conditions de vie pour les habitants. Il a notamment pour objectifs de créer un milieu humain sain, de définir les principales activités et la ligne directrice du développement de la région, de déterminer la meilleure utilisation des terres, l'emplacement approprié des bâtiments, d'arrêter des mesures d'assainissement, de décider du zonage, d'utiliser de manière appropriée les ressources locales de façon à les mettre en valeur aussi efficacement que possible du point de vue social et esthétique, d'arrêter le calendrier d'exécution des programmes de développement et de recommander les mesures techniques et économiques et les mesures d'organisation nécessaires.

Lorsqu'on donne la priorité au tourisme dans une région déterminée, il faut trouver la meilleure solution possible pour le développement d'ensemble de la région : développement de l'industrie, des ressources naturelles, de l'agriculture, etc.; infrastructure et urbanisation. Il faut également tenir compte des rapports entre le développement de la région et les plans économiques concernant l'ensemble du pays ainsi que du marché du tourisme. Dans les pays en voie de développement,

* Communication de Fantisek Pikryl.

qui sont souvent caractérisés par une industrie peu développée, un faible niveau de productivité, le manque de capitaux, etc., c'est-à-dire autant de facteurs qui entravent le développement optimum, il est essentiel de formuler des plans complets avant de commencer à développer le tourisme et d'intégrer les plans concernant le tourisme aux plans économiques établis pour l'ensemble du pays.

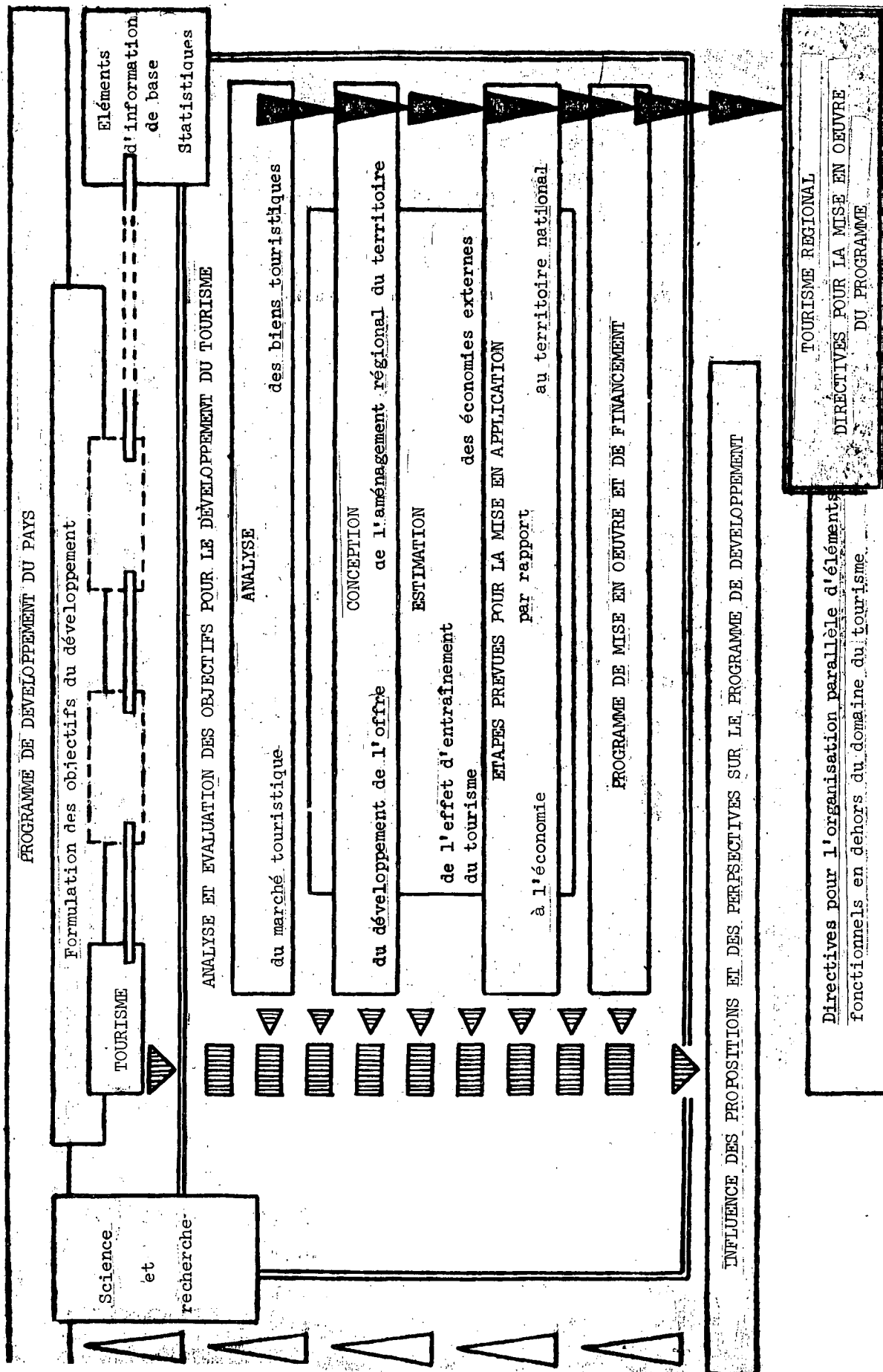
En se fondant sur les principes théoriques ci-dessus, on peut tracer un cadre schématique comme celui qui figure dans le tableau ci-après.

Le programme de développement variera selon les pays et dépendra en partie des résultats de l'analyse des statistiques pertinentes et des études de marché.

Le plan de mise en application du programme devrait fixer les délais ou le rythme de la mise en application ainsi que les objectifs à atteindre pendant les phases successives de l'investissement.

L'autorité administrative responsable fixera le programme des travaux et formulera des directives détaillées.

Pour assurer un développement touristique de cette nature, il faut une législation appropriée, des personnes dotées des pouvoirs nécessaires pour l'appliquer, et dont la compétence professionnelle sera très importante pour le succès du programme, ainsi que des spécialistes expérimentés en nombre suffisant (en matière de gestion hôtelière et dans d'autres domaines).



EVALUATION DES CATEGORIES ET DU VOLUME DE LA DEMANDE INTERIEURE ET ETRANGERE EN MATIERE DE TOURISME*

Au cours des vingt dernières années, on a réussi à déterminer de façon satisfaisante les catégories et le volume du tourisme à l'étranger aussi bien à l'échelle mondiale que pour la plupart des pays et des régions. Mais on possède peu de renseignements sur le tourisme intérieur dans la plupart des pays. Les raisons de l'insuffisance de données en la matière sont évidentes. S'il est possible de compter le nombre de visiteurs étrangers aux points d'entrée et de sortie et d'évaluer leurs caractéristiques en se fondant sur les registres des autorités d'immigration ou des hôtels, il est difficile au contraire de déterminer le nombre des touristes originaires du pays qui se déplacent librement à l'intérieur des frontières nationales. Cependant, quelques-uns des pays les plus avancés essaient de rassembler des données sur le tourisme intérieur ou d'en évaluer le volume grâce à des enquêtes par sondage. Des données portant sur les années 1963-1965 établies par 23 organisations membres de l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) indiquent que le volume du tourisme intérieur est beaucoup plus important que celui du tourisme à l'étranger. Selon l'enquête de l'UIOOT, le tourisme intérieur représenterait une part beaucoup plus importante des dépenses mondiales en voyages que le tourisme à l'étranger.

Le nombre des voyages d'agrément internationaux augmente beaucoup plus rapidement que celui des voyages d'affaires. Les touristes vont plus loin et le tourisme international sur de grandes distances se développe plus vite que les voyages sur de petites distances entre pays voisins. Le taux d'accroissement des dépenses des touristes est considérablement plus élevé que celui des revenus nationaux.

Etant donné que le nombre des touristes étrangers qui visitent les pays en voie de développement est relativement faible, les investissements en équipement touristique ne deviennent rentables que si un grand nombre de gens du pays se rendent aussi dans les régions touristiques. Le tourisme intérieur est donc la condition indispensable du développement du tourisme étranger.

Soixante-quinze à 80 p. 100 des touristes étrangers viennent des douze pays suivants : Etats-Unis d'Amérique, Canada, Allemagne (République fédérale), France, Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique, Italie, Suisse, Suède, Danemark et Autriche.

L'Europe continue à attirer plus des deux tiers du tourisme mondial et les recettes qu'il procure aux pays européens représentent 70 p. 100 environ des dépenses mondiales en matière de tourisme à l'étranger.

* Communication de S. N. Chib.

La formule des voyages tous frais compris est le meilleur moyen de favoriser le tourisme à destination d'autres régions que l'Europe et les Etats-Unis ou le Canada. Il faut reconnaître aussi que les organisateurs de voyages en groupe de certains pays d'Europe et les congrès d'hommes d'affaires aux Etats-Unis ont favorisé les déplacements en encourageant l'institution des voyages tous frais compris à prix modérés.

Les progrès technologiques donnent à l'homme une grande mobilité et ont modifié le caractère et le volume du tourisme à l'étranger et du tourisme intérieur. Le volume et le caractère du tourisme à l'étranger subiront à nouveau des changements importants avec la mise en service, au cours de la prochaine décennie, d'avions à réaction plus grands, pouvant transporter 300 à 500 passagers.

On possède d'assez bons renseignements sur l'aspect de la sociologie des voyages qui concerne les caractéristiques sociales des touristes car la plupart des pays qui s'intéressent sérieusement au tourisme ont effectué des enquêtes par sondage. Cependant, le nombre d'études effectuées sur les motifs du tourisme n'est pas encore suffisant pour permettre de déterminer avec certitude les raisons fondamentales qui poussent les gens à voyager.

PLANIFICATION DES CENTRES TOURISTIQUES*

Planifier le développement touristique, ce n'est pas uniquement dresser des plans pour la construction d'hôtels, l'aménagement d'installations ou d'équipements; c'est aussi coordonner et harmoniser les activités de développement dans les nombreux domaines qui contribuent au succès d'un centre de vacances. Avant de décider de l'introduction ou de l'expansion de l'industrie touristique dans un pays, il faut s'efforcer de faire une enquête solide sur les conditions du marché. Pour choisir les régions de développement touristique, il faut tenir compte des facteurs suivants : climat et paysage; distance par rapport aux principaux "marchés" de tourisme; installations et services disponibles; tendances en matière de voyages dans les pays voisins; développement des régions concurrentes; moyens de transport à partir des principaux "marchés" de tourisme; promotion; modes ou tendances présentes et futures en ce qui concerne les voyages. Il est essentiel de connaître les habitudes des visiteurs en provenance de certains "marchés" de tourisme. Si une nouvelle station touristique se trouve à proximité d'autres centres de vacances ou régions touristiques, il faut aménager ses installations et ses ressources en fonction de celles des stations qui lui font concurrence.

Pour aménager une nouvelle région de vacances, il faut établir un plan directeur. Ce plan directeur doit prévoir le développement par étapes de l'infrastructure (approvisionnement en eau, tout-à-l'égout, électricité, routes, aéroports, moyens de transport locaux, services de santé, télécommunications) et de la superstructure (ressources hôtelières, magasins, services, agences de voyages, services d'excursions, boîtes de nuit, cinémas, etc., installations sportives, taxis). Il faudrait créer un organisme d'exécution ou une autorité distincte qui serait chargé de la planification, de la coordination et de l'exécution de tous les travaux dans la région. Cette autorité serait aussi responsable de la planification de tous les travaux municipaux.

S'il s'agit de développer un centre touristique qui existe déjà, il faut faire un inventaire détaillé et précis des éléments d'infrastructure et de superstructure dont on dispose pour pouvoir signaler ce qui manque aux planificateurs. Il faudrait ensuite établir un plan directeur en se fondant sur des projections des besoins futurs. Ce plan doit comporter un système de zonage soigneusement mis au point et classer les futures étapes des travaux de développement. Qu'il s'agisse de développer une station existante ou d'en aménager une nouvelle, il faut une coordination très étroite entre les différentes phases du développement de l'infrastructure et de la superstructure.

* Communication de Paul Risch.

Pour planifier le développement du tourisme, il faut tenir compte des possibilités de l'investissement privé pour ce qui est de l'aménagement de l'infrastructure. Des installations purement touristiques comme les hôtels, les restaurants, les boîtes de nuit, etc., devraient en principe couvrir leurs frais et, si possible, procurer un léger bénéfice. L'eau, l'électricité, le gaz, etc. devraient être fournis aux consommateurs à un tarif modéré, ce qui permettrait d'amortir le capital investi et les frais d'exploitation.

Lorsqu'on fait des plans de ce genre, il ne faut pas négliger d'évaluer avec précision les avantages que le développement du tourisme apporterait à l'économie nationale, afin de voir si les sommes considérables qu'investirait l'Etat dans le développement du tourisme ne pourraient pas être utilisées plus utilement et plus avantageusement dans un autre secteur de l'économie nationale. L'étude du rapport coût/rendement est un bon moyen de s'en assurer.

POTENTIEL TOURISTIQUE DES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT*

Jusqu'ici c'est l'Europe et l'Amérique du Nord qui disposent de la part du lion dans le domaine du tourisme international. Toutefois, le tourisme international à destination des pays en voie de développement s'est développé à un rythme un peu plus rapide que celui connu par les pays développés, notamment au cours des dernières années. En 1967, douze des pays qui viennent en tête pour le nombre de leurs ressortissants faisant du tourisme à l'étranger ont fourni 90 p. 100 des visiteurs venus dans les pays en voie de développement, si l'on fait abstraction des visiteurs provenant des pays de la même région. En ce qui concerne les voyages à l'étranger, la demande est très élastique par rapport au revenu, surtout dans les principaux pays d'où viennent les touristes. Outre l'élasticité du revenu national, les facteurs qui influent sur la demande pour les voyages à l'étranger comprennent la répartition du revenu, le coût des excursions y compris les frais de transport et les dépenses dans les pays de destination ainsi que les changements démographiques et sociaux. Jusqu'ici, c'est dans les pays avancés que ces facteurs ont joué le rôle le plus important et c'est également dans ces pays que la publicité pour les voyages - un autre facteur qui explique l'augmentation de la demande - a des chances de produire le plus rapidement les meilleurs résultats.

La tendance actuelle à voyager plus loin a été rendue possible par la conjonction de l'accroissement de la part du revenu pouvant être consacrée aux voyages dans les pays d'où viennent le plus grand nombre de touristes et la baisse du prix des transports aériens, élément qui représente une part importante du coût total des longs voyages. Les voyages vers la plupart des pays en voie de développement atteignent un prix relativement élevé parce que la plupart de ces pays sont situés loin des principaux marchés pour les voyages internationaux. Les chances d'augmenter le nombre de visiteurs en trafic international sont particulièrement bonnes pour les pays à destination desquels le coût total du voyage peut être réduit tandis que l'élasticité du revenu dans les pays dont le trafic est originaire élève la demande. Le coût moyen des transports aériens a diminué. Les excursions spéciales, notamment les voyages organisés et les tarifs de groupes - appelés "tarifs de promotion" ("creative fares") - ont permis aux personnes qui voyagent pendant leurs vacances de bénéficier de tarifs sensiblement réduits. Il est probable que ceux des pays en voie de développement qui sont le plus près des pays d'où partent les touristes profiteront les premiers de ces réductions du prix des transports aériens. Au point d'arrivée, les prix touristiques peuvent être maintenus dans des limites raisonnables si l'on veille à ce que les coûts unitaires d'investissement n'imposent pas des charges excessives en capital.

La demande mondiale pour ce qui est des voyages croît à un rythme beaucoup plus rapide que celle de l'exportation de marchandises. Dans beaucoup de pays en voie de développement, les perspectives de la demande dans le domaine du tourisme international sont infiniment plus prometteuses que les perspectives

* Communication de H. David Davis.

intéressant leurs exportations traditionnelles. Le tourisme international contribue au revenu national en augmentant les rentrées de devises, il soutient favorablement la comparaison avec d'autres activités économiques en tant que générateur d'emplois, il contribue assez rapidement au processus de développement étant donné que la plupart des projets d'investissements touristiques produisent assez rapidement des revenus et il peut déterminer la croissance économique dans certaines régions du pays où il y a peu de ressources naturelles pour d'autres activités.

En décidant du niveau de priorité qu'il convient de donner au développement du tourisme, il faut se demander si les coûts économiques du développement touristique et les avantages qui en résultent soutiennent la comparaison avec ceux des autres activités de développement économique. La principale difficulté consiste à définir quels sont les coûts d'investissement que l'on peut imputer au développement du tourisme. Bien que le tourisme ne soit pas une branche de l'économie au sens strict du terme, il oblige à fournir aux visiteurs un certain nombre de biens et de services que l'économie n'aurait pas eu besoin de fournir autrement - investissements pour des logements, des restaurants, des distractions, etc., ainsi que des additions à l'infrastructure. Il faut donc définir ces investissements supplémentaires.

Une fois réglée la question de priorité, la mesure suivante consiste à élaborer et à mettre en oeuvre un programme national de tourisme. Un certain effort de planification nationale est nécessaire pour créer un climat favorable à l'investissement productif dans les domaines appropriés. Dans le cadre du plan économique d'ensemble, un programme national cohérent pour l'industrie touristique peut être mis au point. Le plan de tourisme devra tenir compte des coûts de l'infrastructure et des services généraux, donnant ainsi une idée du taux d'intérêts pouvant être obtenu par les investissements dans ces domaines; il devra également indiquer la répartition géographique souhaitable de l'effort de développement. Un plan national de tourisme, établi en consultation avec l'industrie touristique, acceptable par celle-ci et largement compris, est sans doute la mesure la plus importante qu'un pays puisse prendre pour assurer un programme équilibré d'investissement pour le développement du tourisme.

ORGANISATION DU TOURISME DANS LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT*

La participation des pays en voie de développement au tourisme mondial est encore très faible. Cet état de chose n'est dû ni au manque de ressources touristiques ni au manque d'intérêt porté par ces pays au tourisme. Il est dû souvent au fait que le tourisme n'est pas organisé comme n'importe quelle autre industrie. En outre, le succès dans l'organisation du tourisme dépend de la façon dont les différents groupes coopèrent et de la mesure dans laquelle les problèmes connexes sont traités sur une base interétatique dans le contexte d'un circuit.

Il est essentiel pour un pays d'avoir un ministère ou un commissariat de niveau élevé responsable du tourisme et disposant des moyens nécessaires. Cet organisme devrait être chargé de fixer la politique touristique du gouvernement en étroite coopération avec d'autres ministères tels que le Ministère du plan, le Ministère des finances et celui des affaires économiques. Le gouvernement devrait également créer un office national de tourisme qui devrait avoir plusieurs subdivisions chargées notamment du développement de régions touristiques sélectionnées, de la recherche, de la promotion, de l'organisation d'entreprises touristiques, de la publicité et des relations extérieures.

L'Office national de tourisme devrait disposer d'un budget d'exploitation et d'un budget d'équipement suffisants et tenir des réunions au moins une fois par mois pour passer en revue les propositions soumises au gouvernement ainsi que pour étudier les modifications à apporter aux plans existants. Cet office devrait non seulement poursuivre des activités de promotion, il devrait également donner des avis au gouvernement et être chargé de mettre en oeuvre la politique gouvernementale et de faciliter la coopération entre le gouvernement et le secteur privé; il devrait également assurer la liaison, le cas échéant, avec les organisations de tourisme international.

Outre l'Office national de tourisme, il devrait y avoir un office ou bureau local de tourisme dans chaque ville. L'Office national de tourisme devrait organiser une réunion des représentants des bureaux locaux au moins une fois tous les trois mois pour examiner les progrès accomplis ou les problèmes rencontrés dans la mise en oeuvre du programme de développement touristique du pays. Un rapport sur cette réunion devrait être soumis au gouvernement.

L'Office national de tourisme devrait avoir le soutien du secteur privé et travailler en étroite coopération avec celui-ci, étant donné que de nombreuses entreprises touristiques, tels les hôtels, appartiennent au secteur privé ou, si elles relèvent à l'origine du secteur public, elles seront ou devront être transférées par la suite au secteur privé. En outre, les agences de voyages, les hôteliers, les restaurateurs et les entreprises de transports aériens ou autres sont pour ainsi dire les professionnels du tourisme et doivent donc avoir voix au chapitre en ce qui concerne les affaires touristiques et être dûment consultés par l'Office national de tourisme.

* Communication de Julien Konan.

ORGANISATION D'UN ORGANISME NATIONAL DE TOURISME*

L'Office national de tourisme est la principale organisation touristique du pays, chargée du développement intégral de l'industrie touristique, c'est-à-dire responsable de formuler, d'orienter, de mettre en oeuvre et de diffuser la politique touristique du pays tout entier. Les trois principales étapes de la structuration d'un tel organisme sont la définition de la tâche générale, l'analyse de la tâche centrale, et la synthèse des devoirs partiels selon différents critères.

L'Office national de tourisme exercera deux groupes d'activités bien distincts : en premier lieu il préparera un terrain propice au mouvement touristique et en second lieu il sera chargé de la diffusion du patrimoine touristique de la nation.

Il faudra donc créer deux blocs organiques distincts, un bloc de promotion chargé de créer et d'entretenir un climat favorable au tourisme et un bloc de diffusion, chargé de la "vente" aux touristes des attractions et des services. Pour assurer la juste et bonne marche administrative de l'organisme, un troisième bloc est nécessaire, chargé de l'administration. Au-dessus de ces trois blocs et se superposant à eux, il faut une direction.

La direction élaborera la politique générale, prendra les grandes décisions et donnera tous les ordres et les directives d'exécution. Sa structure interne dépendra de l'ampleur de l'organisation. Toutefois, il est bon qu'elle soit subdivisée en trois organes : un conseil national de tourisme, un conseil d'administration et un directeur et des assesseurs. Le Conseil national de tourisme devra grouper les représentants de tous les secteurs, public ou privé, touchés directement ou indirectement par le tourisme. Il pourra travailler en groupes ou comités de spécialistes qui feront rapport au Conseil réuni, lequel statuera en dernier ressort. La tâche du Conseil d'administration consistera à approfondir et à concrétiser les directives du Conseil national. Le Directeur, sur lequel reposera toute la responsabilité de l'exécution des décisions, devra disposer d'un petit état-major de conseillers ayant des formations complémentaires à la sienne.

Le service d'administration sera subdivisé en services responsables respectivement du personnel, de l'économat, des questions financières et de la documentation.

Le bloc de promotion sera subdivisé en deux blocs, l'un chargé de la mise en valeur des attractions touristiques, l'autre chargé des services touristiques. Le premier devra être subdivisé en services chargés des sports, des récréations, de l'art et de la culture, du commerce et de la technique. Le bloc chargé des services touristiques devra être subdivisé en services traitant respectivement des transports, du logement et de la restauration, et des services complémentaires.

* Communication de Jean-Louis Aeschlimann.

Le service des transports pourra à son tour être subdivisé en sous-groupes des transports aériens, des transports maritimes et des transports terrestres. Le service de promotion logement et restauration pourra être subdivisé de la manière suivante : hôtels, auberges et pensions, restaurants, bars et clubs. Le service chargé de la promotion des services complémentaires sera chargé des services complémentaires tels que agences de voyages, guides, services des communications, service médical, service d'assistance juridique, etc.

Le bloc diffusion qui sera chargé de propager l'offre touristique du pays sera subdivisé en trois services : publicité, information et documentation, relations publiques. Le service de publicité pourra être subdivisé en un service de production et un service de distribution. Le service information et documentation devra comprendre des groupes responsables de la bibliothèque touristique, de la cinémathèque et du fichier central et des statistiques. Le service responsable des relations publiques pourra être subdivisé en un groupe des relations nationales et un groupe des relations internationales.

L'Office national de tourisme devra avoir une structure hiérarchique bien définie, appliquer le principe d'un engagement judicieux du personnel, assurer la concordance entre la tâche, la responsabilité et la compétence au sein de chaque département, et respecter strictement l'ordre structurel des fonctions et la voie hiérarchique.

PLANIFICATION PHYSIQUE DU DEVELOPPEMENT DU TOURISME*

Pour que le tourisme se développe bien, il faut envisager simultanément le tourisme international et le tourisme national. Si l'existence de ressources naturelles ou artificielles est essentielle pour le tourisme, il ne peut néanmoins se développer indépendamment de la croissance économique et sociale du pays et ne peut être encouragé que dans le cadre d'une planification globale. En outre, on comprend de mieux en mieux l'interaction du milieu et des fonctions économiques et sociales. C'est pourquoi la planification physique (du milieu) fait partie intégrante de la planification globale. Elle est particulièrement importante pour la promotion du tourisme, étant donné que les qualités physiques du milieu présentent un intérêt capital pour le développement de cette activité.

Le potentiel touristique d'une région - climat, ressources, facilités d'accès, etc. - n'a de valeur que si on entreprend une action d'ensemble pour le développer. Il faut prendre en considération le développement de divers secteurs et services de l'économie indispensables à la promotion du tourisme, tels que les transports, la santé publique, l'équipement culturel et sportif. L'incidence de ces développements sectoriels sur le milieu doit être contrôlée pour éviter qu'ils ne nuisent, en abîmant le milieu, au développement du tourisme. Déterminer la capacité des ressources pour connaître le point de saturation de leur utilisation est un objectif important du processus de planification qui doit également permettre de veiller à ce que le milieu ne soit pas abîmé pour les besoins du tourisme. On peut y parvenir en faisant des plans pour l'utilisation des terres ou en adoptant des règlements de zonage. Si, cependant, les conditions locales ne permettent pas d'appliquer ces techniques de planification et d'exécution à l'heure actuelle, il est possible de préserver le milieu naturel et historique en transformant des superficies importantes du domaine public en réserves naturelles ou en parcs nationaux. L'écologie naturelle de ces régions doit être protégée. La conservation du milieu naturel exige également qu'on lutte contre la pollution de l'air, de l'eau et de la terre et qu'on limite l'intensité des bruits.

La première décision stratégique à prendre est celle de concentrer les investissements sur l'équipement physique de certaines régions du pays dont le développement est considéré comme hautement prioritaire. Ces zones doivent être choisies après évaluation détaillée de leur potentiel de développement et de leurs avantages respectifs : il faut déterminer, notamment, si elles ont les ressources "d'une région touristique internationale", si l'on peut y accéder aisément et s'il y existe des installations et une infrastructure touristiques. Plusieurs des projets relatifs au tourisme et à d'autres secteurs devraient être développés simultanément de manière à se renforcer mutuellement et à créer un "milieu humain" pour les touristes. Il faut offrir plusieurs possibilités de détente et de distractions de qualité diverse afin d'attirer des touristes ayant des goûts différents et des revenus différents.

* Mémoire établi par le Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies.

La planification physique envisagée comme partie intégrante de la planification globale peut servir le développement du tourisme à l'échelon national, régional ou local. C'est un processus complexe qui requiert l'emploi de plusieurs techniques d'analyse et de planification. L'une des études critiques porte sur l'analyse de l'offre et de la demande. L'"offre", c'est la terre dotée de certaines caractéristiques; la "demande" émane des divers groupes socio-économiques de touristes.

La projection de l'effectif futur du trafic touristique ainsi que de sa composition est capitale à cet égard.

Les secteurs du tourisme international et national doivent être examinés simultanément lorsqu'on analyse l'offre et la demande. Le tourisme international influe sur l'ordre de priorité et le lieu des investissements et doit être pris en considération lorsqu'on décide de la stratégie du développement. Les planificateurs du développement touristique et ceux qui investissent dans l'équipement touristique doivent connaître, les uns comme les autres, la nature et l'importance des mouvements touristiques nationaux et internationaux qui doivent être analysés, de préférence compte tenu du plan national de développement. Le rôle et la part du tourisme dans les efforts de développement global du pays doivent être déterminés à cet échelon. La planification du tourisme doit se faire dans le cadre des plans globaux de développement régional. Dans un plan régional, le secteur du tourisme doit être traité comme l'un des secteurs de développement, dans lequel les priorités globales en matière d'investissement sont établies de manière à assurer la croissance sectorielle optimale. Il serait judicieux de fixer les priorités en matière d'investissement dans les autres secteurs de l'économie qui sont nécessaires au développement du tourisme en fonction de leur utilité pour d'autres aspects du développement, distincts du tourisme.

L'intérêt qu'il y a à replacer la planification du développement touristique dans le cadre du développement global à l'échelon régional tient aussi à l'interdépendance inhérente entre le tourisme et les fonctions urbaines et rurales. Les centres urbains ne doivent pas être considérés comme des auxiliaires du développement touristique. C'est le tourisme qui doit s'intégrer à la vie citadine. Il faut évaluer le potentiel des régions rurales en tant qu'attraction touristique en soi pour planifier le développement touristique.

Une fois établi le potentiel de développement touristique d'une région, il reste à faire l'inventaire détaillé et l'évaluation des ressources touristiques pour délimiter les zones principales d'investissement touristique et déterminer la capacité de la région quant au nombre de touristes qu'elle peut recevoir et aux distractions qu'elle peut leur offrir. Les normes de capacité, qui varient d'un endroit à l'autre, doivent être connues car elles sont indispensables pour assurer la conservation des ressources et le maintien de la qualité de l'équipement touristique. Les ressources existantes doivent être utilisées pleinement et complétées par d'autres installations et services afin d'offrir toute une gamme d'attractions, compte dûment tenu de la nécessité de préserver et d'utiliser rationnellement les ressources. Des plans physiques détaillés, indiquant l'emplacement des installations nouvelles, doivent être établis pour le développement de la zone choisie.

La planification physique pour le développement d'une zone donnée doit toujours être effectuée dans le cadre d'un plan régional d'utilisation des terres et, dans les zones critiques, la planification de la zone doit être suivie d'une planification détaillée des sites. L'objet principal de la planification physique doit être de préserver le milieu caractéristique et d'offrir des installations dans la zone choisie ou à ses alentours, afin de satisfaire les touristes. La planification des transports doit viser à l'établissement de communications rapides et sûres entre les lieux d'arrivée et la zone de développement touristique.

Lorsqu'on conçoit les plans de développement zonal, les plans pour les sites et l'équipement touristique, il ne faut jamais perdre de vue la nécessité de construire à l'échelle humaine et de respecter la liberté de mouvement. L'échelle des éléments historiques et autres caractéristiques du milieu naturel et de celui que crée l'homme doit également être préservée.

Les plans physiques doivent être mis en oeuvre de façon que le développement des autres secteurs ne bouleverse pas les caractéristiques du milieu.

Il faut respecter certains principes si l'on veut que l'exécution des plans soit efficace; ce sont : l'échelonnement des mesures de développement et des investissements de telle sorte que les projets d'investissement soient programmés ensemble dans une période déterminée et en fonction de leur interdépendance et de leur ordre de priorité respectif; l'adoption de la législation et des mesures administratives et financières nécessaires, dont la législation sur le contrôle de l'utilisation des terres et ses modalités d'exécution; l'adoption de règlements de zonage, d'une législation concernant la préservation des ressources naturelles et des sites historiques, d'une législation visant à éviter la spéculation, d'une "législation des campagnes" qui sera le cadre d'un développement rationnel des aménagements récréatifs et permettra de contrôler l'utilisation des ressources, d'une législation visant à contrôler le mouvement et l'exportation d'antiquités et de trésors artistiques; et l'établissement d'un mécanisme de crédit. Il faut s'assurer la collaboration des secteurs publics et privés en les faisant participer aux efforts de développement global dès les premiers stades de la planification. Des normes devraient être établies pour les installations et les services touristiques et des lois adoptées pour en assurer l'application. Il faut éviter, dans toute la mesure du possible, que ces normes soient différentes pour les touristes originaires du pays et les touristes étrangers et, en ce qui concerne les spécifications pour les établissements touristiques, il faudrait tenir compte à la fois des exigences de ces deux types de touristes plutôt que de les considérer séparément.

Un des objectifs de la planification doit être de promouvoir les projets d'investissement pour lesquels des études de factibilité économique peuvent être effectuées ultérieurement. La planification ne doit pas être considérée seulement comme un mécanisme de contrôle mais aussi comme un système efficace de promotion des projets. Il est du plus haut intérêt de reconnaître dès le premier stade du développement le rôle que peut jouer la population locale. Des associations locales de développement du tourisme peuvent être établies pour diriger l'action locale, avec le soutien d'organismes publics connexes. Ces associations peuvent contribuer aux études de planification et aider à exécuter les plans à l'échelon local.

En ce qui concerne les dispositions administratives, si l'administration d'une région relève d'un seul organisme régional, ce dernier doit être équipé pour pouvoir s'occuper du développement touristique. Si plusieurs organismes sectoriels et organismes nationaux ou régionaux de planification opèrent dans une région, le développement du tourisme peut être confié à un organisme sectoriel.

LE DEVELOPPEMENT DES RESSOURCES NATURELLES ET LE TOURISME :
IMPORTANCE ET AMBIVALENCE DE LEURS RAPPORTS*

La mise en valeur des ressources naturelles et le développement du tourisme dans un site donné risquent d'être incompatibles si on ne prend pas soin de chercher une solution pour les concilier. Bien souvent, on trouvera une formule qui permettra à l'une et à l'autre de ne pas se nuire, voire même de se compléter. On peut envisager leurs rapports des différentes façons suivantes :

La mise en valeur des ressources naturelles peut précéder le tourisme et lui ouvrir la voie. Des régions inaccessibles sont souvent ouvertes au tourisme lorsqu'on y découvre des ressources minérales. Les pays en voie de développement devraient utiliser pour le tourisme, chaque fois que cela est possible, l'infrastructure aménagée pour la mise en valeur des ressources naturelles, au lieu de consacrer des sommes supplémentaires considérables à la mise en place d'une infrastructure pour le seul tourisme.

Le tourisme peut être un facteur déterminant de la mise en valeur des ressources naturelles. Il exerce une influence considérable en ce qui concerne, par exemple, la qualité de l'eau. C'est ainsi que les besoins touristiques ont entraîné l'installation d'usines de dessalement, surtout dans les îles où le secteur touristique est important. Il arrive que le tourisme soit, dans des proportions modestes, l'agent déterminant de la mise en valeur des plages et de la production d'électricité. Cependant, le rôle de pionnier que le tourisme peut jouer dans les pays en voie de développement est plutôt limité, car, en tant qu'industrie, il ne peut produire des revenus aussi élevés que la découverte de minéraux exploitables ou d'autres ressources naturelles importantes.

Des projets communs peuvent être établis pour les ressources naturelles et le tourisme. Il est souvent avantageux d'inclure la mise en valeur des ressources en eau à des fins récréatives dans les projets de mise en valeur des ressources hydrauliques à d'autres fins. Cependant, lorsque l'économiste évalue la contribution que l'aménagement pour les loisirs peut apporter à l'économie, s'il existe une demande dans ce domaine, il doit toujours rechercher s'il n'existerait pas une autre solution pratique et moins onéreuse d'aménagement aux fins des loisirs que celle qui consisterait à mettre sur pied un projet commun de développement associé à la mise en valeur des ressources hydrauliques. En outre, l'économiste doit prouver qu'un investissement donné dans l'équipement touristique, dans le cadre d'un projet commun, produira un revenu plus élevé que les capitaux consacrés à développer, exploiter et entretenir cet équipement séparément. Toute une gamme de projets combinant les ressources naturelles et le tourisme sont réalisables. Les ressources forestières, par exemple, peuvent être exploitées, simultanément, pour la production de bois d'oeuvre et pour l'agrément qu'elles offrent. Mais on ne sait encore que peu de choses sur ces autres possibilités.

* Mémoire établi par le Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies.

Le tourisme peut exclure la mise en valeur des ressources naturelles. Une belle rivière "à l'état sauvage" peut avoir un potentiel hydroélectrique considérable qui, s'il était exploité, détruirait la beauté du paysage. L'économie complexe d'une rivière "à l'état sauvage" fait l'objet de nombreuses discussions, l'hypothèse étant que si la rivière reste à l'état naturel, elle attirera les touristes et que la préservation du beau paysage sera économiquement plus rentable que l'exploitation des ressources hydroélectriques. Il y a d'autres cas semblables où s'opposent, par exemple, l'exploitation de l'énergie géothermique et l'établissement de parcs pour préserver la région. Dans les pays en voie de développement, cependant, il ne faut envisager qu'avec beaucoup de circonspection la transformation de certaines zones en parcs réservés exclusivement à l'usage des touristes, car une telle politique risque d'empêcher la mise en valeur des ressources naturelles qui présenterait une grande importance.

La mise en valeur des ressources naturelles peut exclure le tourisme. L'exploitation de certaines ressources naturelles, telles que la prospection de pétrole au large des côtes et les mines à ciel ouvert, est essentiellement incompatible avec l'établissement de centres de tourisme et de loisirs. Dans bien des cas, surtout dans les pays en voie de développement, l'exploitation des ressources naturelles aura la priorité sur le développement du tourisme ou les aménagements à des fins récréatives, pour des raisons économiques indiscutables.

Des ressources naturelles limitées peuvent être réservées en priorité au tourisme. Dans certaines régions, l'utilisation de ressources naturelles limitées à des fins touristiques est ou serait plus rentable que leur utilisation dans le cadre de certains projets de mise en valeur des ressources hydrauliques. Une étude détaillée du rapport coût/rendement indiquant la hiérarchie des priorités devra parfois être faite sur certaines régions qui ont un potentiel touristique mais manquant d'eau. Puisque les méthodes habituelles d'analyse du rapport coût/rendement ne sont pas entièrement satisfaisantes dans le cas de ressources naturelles limitées, l'Organisation des Nations Unies étudie, à l'heure actuelle, les critères d'évaluation économique pour les projets de mise en valeur des ressources en eau et tente de mettre au point une meilleure méthode que le modèle classique de l'analyse du rapport coût/rendement. La question de savoir à quel usage des ressources naturelles limitées doivent être réservées en priorité, peut aussi se poser dans le cas de ressources limitées géographiquement, dans les îles notamment.

En conclusion, le rôle que jouent les ressources naturelles dans le développement d'une part, et d'autre part l'importance du tourisme sont tels qu'il faut multiplier les possibilités de combiner l'exploitation des ressources naturelles et le développement du tourisme, dans l'intérêt de l'une et de l'autre. Des formules visant à minimiser les aspects mutuellement nuisibles peuvent être mises au point si l'on tient compte de l'effet de la mise en valeur des ressources naturelles dès la première phase de la planification. Puisque la mise en valeur des ressources naturelles et le développement du tourisme sont des secteurs dynamiques, il faut revoir et réévaluer périodiquement les ressources d'un pays dans ces deux secteurs pour pouvoir réaliser un développement économique satisfaisant et rapide et éviter dans toute la mesure du possible les conséquences fâcheuses.

TOURISME ET TRANSPORTS NON AERIENS*

Presque toutes les catégories d'activités économiques, sociales et politiques, et notamment le tourisme sont tributaires des transports. L'acheminement des personnes constitue le trait d'union entre le tourisme et les transports. Les gens voyagent pour de nombreuses raisons, pour leurs affaires, leur plaisir, leurs études, etc. et, pour ce faire, ont besoin de moyens de transport. L'impulsion de la demande de moyens de transports dépendra, dans chaque cas d'espèce, de nombreux facteurs géographiques, démographiques, économiques, techniques, sociaux et politiques. Toute analyse du rôle de ces facteurs dans le tourisme doit tenir compte des définitions universellement admises de termes tels que "visiteurs", "touristes nationaux", "touristes étrangers", "visiteurs faisant l'aller-retour en une journée" et "excursionnistes". Les touristes et les excursionnistes constituent une part considérable de tous les passagers acheminés par les divers modes de transport, tant internationaux que nationaux.

L'élaboration d'un plan de développement d'un mode de transport pour un pays ou une région doit être précédée d'une évaluation à long terme du nombre des passagers et du volume des marchandises à acheminer, compte tenu des objectifs nationaux et régionaux prévus. Dans des pays où il n'existe pas encore de plan de développement à long terme, les études concernant le développement des grands secteurs de l'économie nationale comme l'agriculture, l'industrie, le commerce, etc., peuvent servir à estimer raisonnablement les besoins futurs en matière de transport. Il faut ensuite procéder à une évaluation du réseau des transports existant dans le pays, suivie de la mise au point d'une politique des transports, qui devra notamment comporter la modernisation et l'expansion du réseau des transports. Cette politique des transports et cette programmation du développement des transports doivent viser à renforcer méthodiquement l'infrastructure économique, sociale et politique du pays intéressé grâce à la coordination des transports et compte tenu des derniers progrès de la technologie des transports et des besoins du pays.

Les besoins en moyens de transport imputables au tourisme doivent toujours être considérés dans le cadre de la demande générale d'acheminement de passagers et de marchandises. Les responsables de la planification des transports doivent donc toujours, lorsqu'ils envisagent de moderniser ou de développer l'infrastructure des transports, se demander si les mesures prévues peuvent répondre aux besoins du tourisme. C'est ainsi que des routes qui doivent être construites pour l'exploitation de gisements de minerais dans des montagnes inaccessibles peuvent également permettre d'introduire le tourisme et les sports de montagne dans des régions riches en beautés naturelles, que la reconstruction de ports et l'aménagement des fleuves peuvent être conçus de façon à permettre également la pratique des sports nautiques, en particulier du yachting. Les grandes voies de circulation et autoroutes interrégionales peuvent également être pourvues, comme c'est déjà le cas en Europe et en Amérique du Nord, d'installations destinées aux touristes.

* Document établi par le Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies.

Les chemins de fer qui ont tout d'abord servi au transport sur de longues distances de marchandises volumineuses ont toujours été utilisés pour transporter des passagers et ont beaucoup contribué au développement de l'industrie du tourisme. La concurrence des cars, des voitures particulières et de l'avion a obligé les compagnies de chemins de fer à améliorer sans cesse la rentabilité de leurs opérations ainsi que la vitesse, le confort et la sécurité des trains. Cependant, à l'heure actuelle, la construction de nouvelles voies ferrées est en perte de vitesse.

Quant aux transports par bateau qui englobent les transports par voie d'eau intérieure, le cabotage, la circulation entre les îles et la navigation maritime, l'aménagement de leur infrastructure comprend les travaux d'amélioration de la navigabilité des fleuves et des chenaux, la construction de canaux, de ports et de gares maritimes, ainsi que d'installations côtières. La plupart des ports du monde ont une ou deux gares maritimes.

Certaines installations comme les routes et les aires de stationnement situées à proximité d'un site ou d'une station touristique ou d'un parc national, les routes reliant des hôtels, des stations, des plages et autres centres de tourisme aux grandes routes, les téléphériques, les télésièges, les ports de plaisance et les monorails ou les voies de dérivation peuvent devoir être construits principalement pour les touristes.

S'ils sont utilisés à bon escient les derniers progrès de la technologie des transports et d'autres innovations modernes peuvent contribuer à améliorer sensiblement l'efficacité, la rapidité et la sécurité des moyens de transport, en particulier dans les pays en voie de développement qui doivent perfectionner, développer ou mettre au point leur réseau de transport afin de faire face aux besoins croissants de leur économie.

Certains des nouveaux modes de transport, même ceux qui sont encore appelés "non classiques", peuvent être utilement utilisés pour le tourisme à la fois dans les pays développés et dans les pays en voie de développement. Les hydroptères permettent d'assurer des services rapides pour passagers, qu'il s'agisse de services réguliers ou spéciaux, notamment des excursions sur des fleuves, des lacs, des chenaux et au large des côtes. Les véhicules à effet de sol ou aéroglisseurs peuvent être utilisés pour transporter des passagers non seulement sur des fleuves, des lacs et la mer mais aussi lorsqu'il n'existe pas de route, au-dessus de terrains et de bas-fonds marécageux, de marais, sur la neige ou sur la glace. L'aéroglisseur amphibie, qui se déplace avec la même facilité au-dessus de l'eau ou au-dessus de la terre, convient particulièrement bien pour transporter les touristes depuis les ports ou les aéroports jusqu'aux hôtels, aux stations touristiques et balnéaires situés le long de la côte. Cet engin est capable de passer par-dessus les obstacles tels que des récifs de corail peu élevés et n'exige pas de chenaux d'accès ou d'installations portuaires particulières.

La mise au point d'un réseau de transports viable et satisfaisant dépendra en grande partie de l'établissement, pour les différents modes de transport, de tarifs tenant compte de l'ensemble des coûts que l'on peut équitablement imputer à chaque mode de transport. Pour intensifier les voyages internationaux et dans l'intérêt des pays en voie de développement, il est extrêmement important de

réduire autant qu'il est commercialement possible les tarifs appliqués sur les principales routes aériennes et maritimes. Les progrès récents de la technique - en particulier dans le domaine de l'aviation civile - ainsi que l'usage très répandu de tarifs spéciaux destinés à encourager le tourisme faciliteront peut-être bientôt la réalisation de cet objectif.

L'emploi de voitures particulières a beaucoup contribué au développement du tourisme, tant intérieur qu'international. De nombreuses compagnies de chemins de fer et de navigation ont des services qui permettent au voyageur d'enregistrer sa voiture et de voyager avec elle sur le même train ou le même bateau. Dernièrement, certaines lignes aériennes ont également commencé à transporter les voitures de leurs passagers. De nombreuses entreprises de chemins de fer, d'autocars et de bateaux ont organisé un service de location de voitures dans les grandes gares ou dans les grands terminus.

En ce qui concerne la sécurité du trafic routier international, il est extrêmement important d'uniformiser, dans le monde entier, les règles applicables en matière de routes, de signalisation routière, de panneaux routiers, des dispositifs de sécurité pour les véhicules utilisés sur les routes. Une conférence internationale d'uniformisation s'est réunie à cet effet sous les auspices des Nations Unies à Vienne en octobre 1968 afin d'établir une convention sur la circulation routière et une convention sur la signalisation routière.

TOURISME ET TRANSPORTS AERIENS*

Les transports aériens internationaux jouent un rôle important dans les trois grands secteurs du tourisme international : promotion, facilitation et infrastructure (hôtels, sites historiques, etc.). Les transports aériens ont été responsables de l'"explosion" du tourisme mondial et ont facilité les voyages à longue distance, en particulier à partir des régions hautement développées vers les régions en voie de développement. Les lignes aériennes investissent également dans des hôtels et autres installations pour touristes et participent à la mise en valeur de nouvelles régions touristiques dans les pays insuffisamment développés.

Il est très important, pour les transports aériens, d'éliminer dans les formalités exigées par les gouvernements celles qui sont superflues et, en ce qui concerne les autres, de s'en tenir aux exigences essentielles à la sécurité. Aux termes de la Convention de l'Organisation de l'aviation civile internationale, les pays sont tenus de respecter les normes internationales et les pratiques recommandées dans l'annexe 9 de la Convention. A sa session de mai 1968, la Division de facilitation de l'OACI a recommandé d'éliminer dans le monde entier le visa pour les visiteurs séjournant moins de trois jours dans un Etat et de créer un groupe d'experts chargés d'examiner s'il serait possible de mettre au point un document de voyage remplissant toutes les conditions exigées en matière de contrôle.

Pour ce qui est des transports aériens, la présence d'installations et de services pour les passagers dans les aéroports est également très importante. On devrait s'attacher à transporter les passagers et leurs bagages de l'avion à l'aérogare et vice versa en un minimum de temps, à prévoir les installations et services nécessaires dans les aérogares, à assurer un passage aussi rapide que possible aux postes de douane et à assurer le transport des passagers entre l'aéroport et la ville voisine. Il faudrait mettre au point des méthodes propres à éviter aux passagers d'avoir à passer trop de temps à l'aéroport. Tout plan de construction d'un aéroport doit ménager des possibilités d'expansion dans l'avenir. Le développement des transports aériens internationaux peut également être influencé par la présence d'hôtels et d'installations récréatives et autres.

L'OACI a entrepris des études régionales sur les mesures propres à favoriser l'intensification des voyages aériens internationaux. Ces études sont surtout axées sur l'aviation et portent principalement sur le transport de passagers d'un pays à l'autre par avion. Le niveau et la structure des tarifs-passager et des tarifs-fret sont des facteurs décisifs de l'accroissement de la demande en matière de transports aériens. La possibilité d'instituer des tarifs nouveaux ou plus bas et des tarifs publicitaires permettant d'intéresser de nouvelles catégories de voyageurs sans diminuer notablement les revenus provenant du trafic existant doit être envisagée. Dans le cas de pays situés assez loin des principaux centres d'où viennent les touristes, il peut s'avérer avantageux d'encourager les vols affrétés dont les tarifs sont plus bas que les vols sur les lignes régulières.

* Communication de R. J. Moulton.

Les voyages organisés à prix forfaitaire sur des lignes non régulières comme les voyages organisés à prix forfaitaire sur des lignes régulières peuvent jouer un rôle extrêmement important pour intensifier le tourisme aérien dans certaines régions sans porter atteinte aux services réguliers.

On estime que le coût d'exploitation moyen mondial par kilomètre-passager continuera à diminuer de 2 p. 100 par an jusqu'en 1980 et que les tarifs mondiaux moyens par kilomètre-passager diminueront finalement en moyenne d'environ 2 p. 100 par an, les diminutions variant entre 4 et 0 p. 100. Il ressort de prévisions récentes que le volume du trafic de passagers augmentera vraisemblablement en moyenne de 12 p. 100 par an, l'augmentation maximum étant de 16 p. 100. Sur la base d'une réduction annuelle de 2 p. 100 du tarif-passager moyen on estime qu'hormis le cas de l'institution de nouvelles grandes restrictions des changes, le volume international du trafic de passagers continuera à s'accroître régulièrement jusqu'en 1980, à un rythme d'environ 14 p. 100 par an, selon une gamme allant de 10 p. 100 à 18 p. 100.

MISE AU POINT DE PRODUITS LOCAUX PROPRES A INTERESSER LES TOURISTES*

Non seulement le tourisme est une activité génératrice d'une multitude d'emplois, mais encore il peut aider le pays d'accueil à accroître ses recettes en devises étrangères. A cette fin, un pays doit se donner - s'il ne les a pas encore - les moyens de produire localement les articles, souvenirs et autres éléments intéressant le touriste. Les dépenses moyennes des touristes varient essentiellement en fonction des sommes dépensées en achats et en excursions. Or le touriste, qu'il soit un ressortissant du pays ou un étranger, cherche essentiellement à acheter des spécialités gastronomiques, des produits de l'artisanat local, des vêtements ayant un cachet typique, des souvenirs et des articles vendus hors taxe.

C'est ainsi qu'au Danemark, le touriste peut espérer trouver des spécialités gastronomiques, des distractions et le souvenir des contes de fée. Le Smorgas-bord danois est devenu célèbre dans le monde entier, de même que l'aquavit et la bière danoise. Les grands hôtels de Copenhague offrent "un déjeuner danois" ou buffet froid danois, présenté dans un cadre typique qui en rehausse le charme.

Il est indispensable que les pays désireux de développer le tourisme organisent, ou le cas échéant, créent de toute pièce, une agriculture permettant de fournir aux visiteurs étrangers des aliments qui leur plaisent. Les avantages ainsi obtenus seront de trois ordres : économies sur les importations, fabrication de spécialités gastronomiques pour l'exportation et création d'emplois. Le style des produits de l'artisanat local tels que les objets de vannerie ou les récipients en métal ou en bois - boîtes, bols, assiettes - devrait être très proche de la tradition autochtone et ne pas être - comme c'est souvent le cas à l'heure actuelle - criard et de mauvais goût.

En faisant preuve d'ingéniosité on peut utiliser des matériaux locaux pour créer des objets originaux et on peut citer ici les jouets fabriqués en Sardaigne avec de la fêrùle, plante herbacée semblable au bambou. Dans de nombreuses parties du monde les costumes régionaux peuvent être adaptés de façon à tenter le touriste.

Les touristes aiment acheter des souvenirs qui leur rappellent vraiment le pays où ils les ont acquis. Cependant, aujourd'hui, la plupart des objets de ce genre sont de conception et de qualité médiocres et, dans de nombreux cas, ils n'ont, mis à part le nom qui y figure, que peu de choses en commun avec le lieu où ils sont vendus. De nombreux pays ont pris des mesures pour pallier cette situation, souvent en faisant renaître des métiers artisanaux presque complètement disparus.

La création d'objets susceptibles de tenter les visiteurs n'est pas uniquement une question de goût ou d'habileté. Lorsque l'on conçoit ces objets, il faut tenir compte de l'âge de celui ou de celle auquel ils sont destinés et des relations entre cette personne et celle qui les offrira. Ces objets doivent être faciles à transporter et, dans la mesure du possible, doivent être déjà emballés. Les touristes doivent avoir la possibilité de se familiariser, par tous les moyens, avec les produits locaux.

* Communication de Göran F. Holmquist.

Les cartes postales et les timbres jouent un rôle très important. Les cartes postales sont à la fois un objet de première nécessité pour le touriste et un merveilleux agent de publicité gratuite pour les sites locaux. Les diapositives, les films, les disques de musique folklorique, les cartes et les guides intéressent beaucoup le visiteur et, en même temps, peuvent servir de moyen de propagande gratuite et spontanée.

Dans de nombreuses parties du monde les magasins hors-taxe sont le paradis des touristes. Bien qu'une petite partie seulement des devises perçues restent dans le pays, ces magasins paient diverses taxes locales et autres impôts et sont une source d'emplois. Dans les aéroports, les magasins hors-taxe devraient offrir un assortiment d'objets correspondant à ceux qu'un touriste pourrait acheter dans une station de villégiature, en particulier des souvenirs et des petits objets faciles à emporter dans l'avion.

HEBERGEMENT*

Dans les pays où l'industrie du tourisme est développée comme dans ceux où elle en est à ses débuts, la construction d'hôtels est en plein essor et suit l'expansion générale des voyages internationaux. L'on peut dire en bref que les facteurs financiers, techniques, économiques et législatifs qui favorisent la construction d'hôtels sont les suivants :

Financiers : Le gouvernement peut jouer un rôle important du fait qu'il contrôle la planification régionale, ainsi que l'achat, le prix et l'utilisation des terrains. Il peut également subventionner la construction et attirer les capitaux étrangers vers l'industrie hôtelière en laissant aux investisseurs étrangers toute liberté d'action et en s'abstenant d'exercer un contrôle excessif sur les investissements dans ce secteur. Par ailleurs, le gouvernement peut appliquer certaines mesures fiscales visant à aider le propriétaire d'un hôtel dans la phase initiale d'exploitation.

Techniques : Il faudrait que, dès le début, le futur exploitant puisse collaborer avec les promoteurs et les architectes à l'élaboration des plans de l'hôtel. Ils devraient chercher à rationaliser et abaisser les frais de construction en étudiant les plans du point de vue économique et fonctionnel, compte tenu aussi de la circulation de la clientèle à l'intérieur de l'établissement et appliquer les meilleures techniques actuelles.

Economiques : Il faudrait avoir pour politique non pas de lésiner sur les installations mais de faire en sorte qu'elles répondent au mieux aux fins pour lesquelles elles ont été conçues et qu'elles permettent à l'hôtel de bénéficier des meilleures techniques actuelles.

Législatifs : Si le gouvernement a l'intention d'accorder la priorité au développement du tourisme, il doit fournir aux hôtels les services publics voulus (eau, gaz, électricité, etc.) à des tarifs de faveur.

Mode de financement et d'exploitation : Plusieurs solutions sont possibles : a) création d'une société immobilière, qui financerait la construction, et d'une société de gestion qui se chargerait des équipements secondaires, d'effectuer les dépenses initiales et de fournir les fonds de roulement; b) une société qui allierait les deux fonctions susmentionnées; c) un contrat de gestion (d'une durée de 5 à 10 ans) aux termes duquel les connaissances techniques nécessaires seraient fournies contre paiement d'une somme déterminée; et d) bail (de 20 ans au moins) en vertu duquel deux tiers des bénéfices iraient à la société immobilière et un tiers à l'entreprise chargée de l'exploitation.

Pour ce qui est de la modernisation d'un hôtel, elle exige des investissements relativement importants (par comparaison, par exemple, avec la modernisation d'une

* Communication de Richard Lendi.

usine). Dans bien des cas, il peut y avoir intérêt à démolir l'immeuble pour reconstruire. Les plans de modernisation sont très difficiles à élaborer. Par ailleurs, la transformation d'un hôtel du fait des agrandissements soulève des difficultés.

Les pays en voie de développement qui manquent d'experts et des techniques nécessaires décident souvent de confier la construction et la gestion des hôtels à des spécialistes, qui sont en général des entreprises étrangères. Le gouvernement doit alors s'engager à remettre un hôtel entièrement équipé, autoriser le recrutement d'un nombre minimum de cadres étrangers et garantir le rapatriement des fonds investis, des bénéfices et des traitements du personnel étranger. Il doit aussi consentir à mettre à la disposition des exploitants des fonds de roulement suffisants et s'abstenir d'intervenir inutilement dans la gestion de l'entreprise.

Enfin, il doit veiller à ce que le contrat de l'exploitant soit reconnu par l'Etat et donner officiellement l'assurance que les clauses en seront respectées, même en cas de changement de gouvernement ou de ministère.

En ce qui concerne la classification des hôtels, les constructeurs d'un nouvel hôtel doivent se conformer aux normes et critères établis pour que l'hôtel puisse, une fois terminé, être classé dans la catégorie à laquelle le destinaient les promoteurs.

Actuellement, la préférence va à la catégorie d'hôtels pour "hommes d'affaires", équipés de tout le confort moderne, offrant un service rapide et impeccable ainsi que les installations nécessaires à l'accomplissement des activités professionnelles et privées du client.

Un hôtel baisse vite de classe si la direction n'en assure pas convenablement l'entretien en procédant sans délai aux réparations et renouvellements nécessaires (et il y a beaucoup à faire, même après trois ans seulement d'exploitation) et en modernisant régulièrement ces installations.

Il convient d'agir avec bon goût et discrétion pour informer le client des services qu'offre l'hôtel et il faut afficher dans les chambres une liste détaillée des tarifs. La publicité à l'extérieur a son importance et doit faire l'objet d'un budget étudié avec soin, car rien n'est plus facile en l'occurrence que de diversifier à l'excès et de gaspiller les fonds, mais il faut bien se dire qu'aucune publicité n'est aussi efficace qu'un service de qualité dans l'hôtel même.

MESURES DIRECTES ET INDIRECTES A PRENDRE PAR UN PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT POUR DEVELOPPER SON INDUSTRIE TOURISTIQUE*

Les pays désireux de développer le tourisme doivent constituer et assembler les éléments nécessaires (moyens de transport, installations touristiques, services d'accueil et organismes de promotion), s'ils veulent créer un "climat de tourisme".

En fait, les pays en voie de développement, s'ils reconnaissent l'importance du tourisme comme industrie d'exportation et souhaitent vivement se tailler une part de ce commerce, ont adopté à son égard une attitude plus ou moins théorique et parfois négative.

L'un des éléments essentiels du développement du tourisme est un organisme national du tourisme disposant des fonds nécessaires et d'un personnel qualifié et pouvant coopérer étroitement et en harmonie avec les autres secteurs gouvernementaux pertinents ainsi qu'avec le secteur privé du tourisme.

Il est souhaitable qu'un service de recherche et d'études soit rattaché à l'organisme national de tourisme et qu'il ait pour fonction, notamment, d'échanger des renseignements techniques avec les organes similaires d'autres pays et de servir de liaison avec les organismes touristiques internationaux pertinents.

Le développement du tourisme devrait s'effectuer sur la base d'un plan soigneusement établi dans le cadre du plan plus général de développement économique du pays.

La mise en place de l'infrastructure essentielle, notamment en ce qui concerne l'hygiène, les transports et les communications, l'adduction d'eau, l'urbanisme, etc. doit aller de pair avec le développement planifié du tourisme.

Il convient d'attirer particulièrement l'attention sur l'importance qu'il y a à améliorer les normes d'hygiène d'un certain nombre de pays en voie de développement et à supprimer les maladies endémiques transmissibles vu qu'elles représentent un obstacle majeur au développement du tourisme.

Les transports, notamment les transports aériens, constituent un élément fondamental du tourisme. Les pays en voie de développement se heurtent dans ce domaine à de très graves difficultés de tarifs et d'équipement. Le coût de l'équipement aéronautique est si élevé que seul un petit nombre de compagnies aériennes nationales de ces pays disposent des moyens financiers nécessaires à l'acquisition d'un équipement adéquat et concurrentiel. Elles ne peuvent pas non plus moderniser et remplacer leur matériel. Du fait qu'elles ne disposent pas d'un matériel suffisant, il ne leur est pas possible d'assurer des communications fréquentes avec les pays "générateurs" de tourisme. Elles sont

* Communication de Georges Faddoul.

également défavorisées en ce qui concerne les prix qui sont souvent supérieurs à ceux pratiqués, pour la même distance, entre deux pays industrialisés. Plus graves encore seront les problèmes que soulèvera la mise en service d'avions supersoniques dans l'aviation commerciale. Les compagnies aériennes des pays en voie de développement risquent d'être condamnées à disparaître et de voir leur industrie touristique passer aux mains de compagnies aériennes étrangères, à moins que celles qui ont des intérêts régionaux communs ne regroupent leurs ressources.

Les pays en voie de développement doivent aussi faire des efforts dans le domaine des transports routiers. Il serait souhaitable qu'ils passent des accords régionaux relatifs aux réseaux routiers, notamment pour la sécurité, la normalisation de la signalisation routière, les stations d'essence et de dépannage et autres facilités. Il convient également de recommander que soient reconnus les cartes d'assurance et les permis de conduire étrangers et que soient prises toutes autres mesures propres à faciliter le tourisme.

En ce qui concerne les installations touristiques, les hôtels notamment, le principal obstacle réside dans le manque de capitaux d'investissement. Il est essentiel que les pays en voie de développement adoptent un système de classification des hôtels conforme aux normes internationales. Celles qu'envisage l'Union internationale des organismes officiels de tourisme paraissent excellentes. L'on peut aussi attirer l'attention sur l'importance qu'il y a à prévoir des distractions et loisirs variés pour encourager les touristes à prolonger leur séjour et sur le problème de la pénurie en personnel qualifié, notamment le personnel de direction, le personnel hôtelier, les guides, les accompagnateurs et les professionnels du voyage. Il est recommandé de créer des centres de formation poussée visant à former un personnel de direction qui pourrait à son tour animer et organiser la formation professionnelle dans les pays en voie de développement.

Les mesures dont l'objet est d'encourager le tourisme sont bien connues. Il faut que les pays en voie de développement ne perdent pas de vue que rien ne rebute tant le touriste que des formalités compliquées qu'il convient donc de simplifier au maximum. Les progrès récemment accomplis dans ce domaine ont été de façon générale concluants. En ce qui concerne le contrôle des changes, l'on peut dire qu'il relève de facteurs économiques et financiers spécifiques qui varient d'un pays à l'autre. Cependant, il y a lieu de réduire au minimum les déclarations et les formalités. En ce qui concerne les droits qui frappent le touriste, l'influence néfaste qu'ils ont sont loin de trouver compensation dans les pauvres profits matériels qu'en retire le pays qui les pratique. La création d'un comité chargé de stimuler le développement du tourisme, au sein duquel seraient représentés les différents services publics (douanes, police, transport, santé, etc.), aiderait considérablement à coordonner les efforts en vue d'éliminer les obstacles au libre mouvement des touristes.

Un autre élément important d'une politique de tourisme réside dans l'accueil réservé aux touristes. Des campagnes d'éducation destinées à susciter un sentiment d'amitié et de bonne volonté à l'égard du touriste seront très profitables, étant donné qu'un touriste satisfait de son séjour constitue la meilleure propagande pour le pays visité.

En ce qui concerne la promotion des ventes et la publicité, les moyens dont disposent les pays en voie de développement sont très limités. Il est néanmoins recommandé que les pays adoptent un programme bien conçu de promotion basé sur une étude de marché, que les secteurs public et privé s'efforcent de conjuguer leurs efforts et de les concentrer sur des objectifs communs et que les études nécessaires soient confiées à des spécialistes, étant donné qu'elles exigent une technicité particulière et une connaissance approfondie des marchés à prospecter. Il est également recommandé que deux ou plusieurs pays ayant les mêmes intérêts touristiques régionaux mettent en commun leurs ressources pour entreprendre des campagnes de propagande communes ou même ouvrent des bureaux communs dans les pays où leurs moyens ne leur permettent pas d'être présents séparément. Par ailleurs, il y aurait lieu de convaincre les pays industrialisés d'accueillir sur leurs chaînes d'information gouvernementale des programmes consacrés à faire connaître les attraits touristiques des pays en voie de développement. Les pays en voie de développement auraient intérêt à encourager les visites d'écrivains étrangers, de journalistes, de personnalités de la haute société ou du monde des arts, des agents de voyage.

En conclusion, le tourisme est l'un des moyens les plus sûrs de concilier des idéologies et des intérêts opposés et de créer des affinités propres à susciter la compréhension et à consolider la paix.

COMMENT LES PAYS DEVELOPPES PEUVENT AIDER L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT*

Une des formes d'assistance que les pays ayant l'expérience du tourisme pourraient offrir aux pays désireux de développer leur industrie touristique se rattache aux problèmes de la formation professionnelle en matière de tourisme. Cette assistance pourrait être fournie par l'intermédiaire de centres de formation spécialisés créés dans les pays à tradition touristique ou d'écoles hôtelières créées dans les pays en voie de développement mêmes. Les écoles hôtelières offrent une formation bien supérieure à celle que l'on trouve dans les centres de formation, notamment pour les pays en voie de développement. Par ailleurs, l'expérience montre que la procédure qui consiste à octroyer des bourses d'études en vue d'une formation outre-mer ou à embaucher des gérants étrangers (pour les hôtels, par exemple) ou à fournir l'aide d'experts envoyés dans ces pays pour une brève durée ne saurait guère se comparer à une formation dispensée par un établissement qualifié établi dans la région.

Une autre façon d'aider serait de contribuer à la création d'organismes nationaux de tourisme. La commercialisation du tourisme étant l'une des principales tâches d'un tel organisme, l'assistance pourrait comporter l'élaboration d'un plan de commercialisation (comprenant les éléments habituels de recherche, publicité auprès du consommateur, publicité commerciale, promotion des ventes, publicité des techniques marchandes, établissement du budget). En outre, un appui financier pourrait être accordé à une campagne de promotion dans les marchés respectifs du pays. C'est ainsi que le coût total de cette opération au cours des trois premières années pourrait être pris en charge par le pays promoteur, qui serait également en mesure de faire bénéficier le pays bénéficiaire des contacts qu'il a avec l'industrie des voyages et d'organiser des voyages forfaitaires spéciaux en groupes dans le pays en voie de développement à des prix en partie subventionnés. Le pays promoteur pourrait aussi faire en sorte que des représentants de la presse, des agences de voyage et des entreprises de relations publiques se rendent dans le pays en voie de développement.

Le pays promoteur pourrait aussi être une source d'investissement en capitaux pour les entreprises touristiques telles que les hôtels, les compagnies de location d'automobiles, et les lieux de divertissement. Afin d'encourager ces investissements, il faudrait que le pays en voie de développement garantisse officiellement le rapatriement des bénéfices.

Pour favoriser cette assistance bilatérale sous toutes ces formes, il serait indispensable que les deux gouvernements concernés simplifient les formalités officielles de voyage entre les deux pays.

* Communication de Paul Bernecker.

ETUDE DE MARCHE EN MATIERE DE TOURISME*

Aujourd'hui, le tourisme présente en général, comme d'autres industries, un marché favorable à l'acheteur, étant donné que le nombre des vendeurs (pays) de tourisme s'est multiplié au cours des dernières années et qu'il en résulte un excédent toujours croissant de l'offre. Le vendeur de tourisme ayant à faire face à une forte concurrence, ses efforts doivent viser à répondre aux besoins courants du marché, en l'occurrence du touriste, s'il veut avoir des chances de réussir. Le principe de commercialisation à suivre consiste à définir la position de la demande avant de planifier l'offre de services touristiques.

Le fournisseur de tourisme se heurte en outre au fait que la quasi-totalité des possibilités offertes par le tourisme sont interchangeables. Le voyageur peut renoncer à se rendre dans une station de ski de Suisse pour un safari-photo au Kenya. En outre, les services touristiques entrent en concurrence avec les biens non touristiques ou biens de consommation.

L'étude de marché en matière de tourisme peut être définie comme un alignement systématique de la politique commerciale des entreprises de tourisme et de la politique touristique aux niveaux local, régional, national et international sur la situation du marché en vue de répondre aux besoins et aux désirs de certains groupes de touristes et de réaliser un profit.

L'étude de marché est une condition nécessaire de la vente. Elle doit comprendre une analyse de la demande, une analyse de la concurrence et l'analyse de l'effet des mesures prises pour ses propres ventes.

L'analyse de la demande consiste à déterminer la demande potentielle dans les différents pays d'où les touristes sont susceptibles de venir, à étudier des facteurs tels que le revenu des visiteurs éventuels, la distance et la durée du voyage pour se rendre dans le pays en question, les caractéristiques (intérêts, raisons, caprices) des visiteurs éventuels et l'idée que l'on se fait du pays à l'étranger.

Le fournisseur doit en outre établir une projection de l'évolution de la demande pour être toujours en mesure de s'y adapter; il doit se tenir au courant des mesures adoptées par les marchés voisins ou concurrents (produits, prix, promotion, moyens de commercialisation, etc.) et éviter d'imiter la concurrence en cherchant au contraire à offrir un produit original.

On devrait analyser l'effet des mesures envisagées avant de les mettre en oeuvre et, une fois mises en oeuvre, on devrait analyser leur effet de façon continue.

* Communication de Jost Krippendorf.

Les instruments de la commercialisation sont le produit, le prix, la promotion et les moyens de commercialisation.

Le produit comprend les éléments suivants : facteurs naturels (climat, situation géographique, attractions particulières, telles que montagnes, cours d'eau, etc., et facteurs humains, tels que mentalité, langue, etc.); situation et correspondances des moyens de communication; structure du peuplement (situation, dimension, caractère); autres facteurs d'infrastructure, tels que l'alimentation en eau, le tout-à-l'égout, l'électricité, etc.; installations (moyens de logement, gares, excursions, stations-service, ports, bateaux d'excursion, aéroports et aérodromes, stations thermales, parcs, etc.) et activités culturelles et autres services (événements culturels, hauts lieux nationaux, reliques et monuments, centres d'enseignement, buvettes, casinos, souvenirs, agences de voyage, etc.). La commercialisation consiste à s'efforcer d'adapter tous ces éléments aux désirs et aux besoins de la demande afin de promouvoir les ventes.

Une politique des prix reposant sur le principe de la commercialisation veut que ce soit le marché lui-même, à savoir ce que le visiteur est disposé à dépenser, et non le coût, qui détermine les prix. Le produit doit être adapté à cette somme. Cela fait, il faut porter son attention sur la question importante concernant la fixation de prix tout compris, l'établissement d'arrangements "tout compris". Ainsi, le touriste n'a pas à s'inquiéter du coût de chaque service auquel il a l'intention d'avoir recours. Le prix "tout compris" lui donne l'avantage supplémentaire de savoir d'avance le coût exact de toutes ses vacances. Cette procédure de commercialisation est la seule qui convienne aux destinations de tourisme récemment créées, le touriste qui envisage un voyage vers des destinations moins connues désirant savoir ce qui lui est offert et combien il devra payer.

Quant aux moyens de commercialisation, l'offre peut être faite directement au client ou indirectement par l'intermédiaire d'agents de vente, d'agences de voyage, d'organisations touristiques ou commerciales, etc. La voie empruntée ne doit pas être laissée au hasard mais explorée systématiquement. Des études ont montré que les moyens directs sont préférables lorsqu'il s'agit d'une zone de marché proche alors qu'il convient d'employer les services d'un agent de vente pour des marchés plus lointains. Aujourd'hui, l'importance de l'agence de voyage en tant qu'intermédiaire et surtout qu'organisateur de voyages organisés n'est plus à démontrer. Les grandes agences de voyage dans de nombreux pays touristiques importants se sont associées aux compagnies aériennes, aux hôtels et autres entreprises s'occupant des touristes. C'est pourquoi le fournisseur doit s'évertuer à collaborer avec les agences de voyage réputées pour lesquelles un produit attrayant est le meilleur appât. De nombreuses mesures de promotion des ventes doivent être prises pour éveiller l'intérêt de l'intermédiaire, l'agence de voyage offrant de nombreux autres produits qui peuvent rapporter davantage.

La promotion comprend la publicité, la promotion des ventes et les relations publiques. C'est une idée fausse de croire que la promotion est l'instrument le plus important de la commercialisation, puisque l'effort vient avant : le marché ne devrait pas être abordé avant que l'offre ne soit correctement planifiée. Les exemples prouvant que la procédure inverse peut avoir des conséquences désastreuses abondent. Les agences de voyage étant débordées par le volume des imprimés qui

leur sont envoyés, le vendeur devrait avoir la sagesse d'en user avec discrétion et de chercher à attirer l'attention de l'agence de voyage par des campagnes marquées au coin de la nouveauté et de l'originalité. La technique de promotion des ventes la plus convaincante est peut-être celle qui consiste pour le vendeur à soulager l'agence de voyage d'une part du travail en lui soumettant des voyages organisés complets, prêts à être vendus par l'agence.

Un autre aspect de la promotion sont les mesures de relations publiques employées pour accroître l'estime et la réputation du vendeur et de ce qu'il a à offrir, sans message commercial direct. On y parvient en entretenant de bons rapports avec la presse et d'autres moyens, et cela est très important.

Il faut souligner que les quatre instruments de commercialisation décrits ci-dessus, à savoir le produit, le prix, les moyens de commercialisation et la promotion, doivent être coordonnés au maximum. C'est dire que les organismes et les particuliers responsables en matière de tourisme doivent conjuguer leurs efforts pour adopter une politique commune en ce qui concerne le produit, le prix et la promotion et une politique commune dans le domaine des moyens de commercialisation. Cet impératif n'a jusqu'ici été accepté que dans un petit nombre de pays touristiques. Rares sont les pays qui ont une conception de la commercialisation comparable à celle d'une entreprise commerciale et prévoyant l'utilisation coordonnée de tout l'arsenal des instruments de commercialisation.

RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION PROFESSIONNELLE EN MATIERE DE TOURISME*

Le tourisme peut constituer une source importante d'emplois. L'OIT a cherché à définir, tant au niveau international qu'au cours d'une réunion technique tripartite, les normes applicables aux conditions de travail des différentes catégories de travailleurs employés dans l'industrie du tourisme, notamment dans les hôtels, et à examiner les besoins les plus urgents des pays en voie de développement en moyens de formation.

Le "produit" touristique étant représenté avant tout par des "services", il est de la plus haute importance de disposer de personnel qualifié. Les gouvernements doivent reconnaître qu'ils ont un rôle à jouer en ce qui concerne les investissements nécessaires en ressources humaines. Les plans de développement nationaux doivent notamment déterminer, parallèlement aux indications relatives aux objectifs et aux limites de l'investissement public dans ce secteur, quels sont les moyens de formation et les installations de formation nécessaires.

Avant de mettre sur pied un projet en matière de formation, il est essentiel de s'assurer qu'il existe en fait des candidats ayant les qualifications et le niveau culturel voulus pour tirer parti de la formation proposée.

Lorsqu'on établit un programme, on devrait prévoir les crédits nécessaires pour assurer la gratuité des cours ainsi que les frais de logement et de repas et l'argent de poche dont les étudiants auront besoin au cours de la période de formation car les parents ont souvent des difficultés à subvenir aux besoins de leurs enfants pendant les années nécessaires à leur formation. Ces avantages incitent aussi les gens à suivre une formation et à obtenir de bons résultats au cours de leur stage.

Le séjour dans une école hôtelière est un moyen excellent d'habituer les stagiaires aux installations, à la terminologie et aux usages des hôtels. Les connaissances techniques en matière de tourisme ne suffisant pas si elles ne s'accompagnent pas d'aptitudes de caractère personnel tels que l'amabilité, la rapidité, l'intuition, le tact, l'équilibre et la maîtrise de soi ainsi qu'une connaissance des coutumes, des habitudes, des goûts et des modes de vie des touristes étrangers, la formule de l'école hôtelière est efficace à la fois pour des raisons techniques et sociologiques.

Il est souhaitable d'inclure des dispositions en vue d'une formation directe sous forme de cours de recyclage intensifs donnés à différentes catégories de personnel clef.

* Communication de l'Organisation internationale du Travail.

Le niveau auquel une personne aborde la carrière hôtelière n'affecte pas ses chances de promotion future. Au contraire, des débuts modestes sont parfois la garantie de connaissances approfondies. C'est pourquoi, même au niveau le plus élevé, l'expérience pratique est considérée, dans l'industrie hôtelière, comme aussi importante que les connaissances théoriques ou techniques.

Si le placement des étudiants à la fin de leur formation ne présente en général pas de difficultés, la question des échelles de salaires et des conditions de travail doit faire l'objet d'un examen attentif et il est essentiel que les stagiaires connaissent d'avance leurs possibilités d'emploi.

Il sera difficile au départ pour certains pays de trouver le personnel d'enseignement nécessaire pour les établissements de formation, et l'aide d'experts étrangers sera donc nécessaire jusqu'au moment où ils pourront être remplacés par des ressortissants du pays.

TOURISME ET FINANCEMENT DE LA CONSERVATION DES SITES ET MONUMENTS*

La Conférence générale de l'UNESCO a autorisé le Directeur général "à aider les Etats membres, sur leur demande, à étudier et à exécuter des programmes de protection et de mise en valeur des sites et monuments dans le cadre du développement du tourisme". Ces dernières années, différents organismes internationaux, aux travaux desquels l'UNESCO est plus ou moins directement associée, ont étudié la possibilité d'entreprendre une action internationale en vue de promouvoir le financement de la conservation des monuments par le tourisme. Vingt-sept Etats membres ont demandé à l'Organisation de participer à l'établissement et à l'exécution de programmes associant la conservation de leur patrimoine culturel au développement du tourisme et de les aider aussi, le cas échéant, à se procurer des ressources financières pour ces programmes.

L'assistance que l'UNESCO peut accorder au titre de ces programmes est de caractère technique : le Secrétariat et des experts recrutés spécialement à cette fin peuvent donner des avis sur l'organisation de l'ensemble du programme et de certains projets intéressant surtout la conservation des monuments et des villes historiques. Dans certains cas, l'Organisation peut fournir du matériel. Pour le financement des travaux que nécessite chaque programme, elle peut, si les ressources d'un pays sont insuffisantes, offrir ses bons offices pour lui procurer une aide extérieure. Elle peut également l'aider à recruter du personnel ou à s'adresser à des organismes techniques pour l'exécution des projets prévus au programme.

Chaque gouvernement est maître de son programme et c'est à lui qu'il appartient de prendre toutes les décisions concernant son financement et son organisation technique. En règle générale, il faudrait que les travaux soient financés le plus possible par les ressources intérieures du pays. Une bonne organisation technique du programme lui-même accroîtra les possibilités de trouver un appui financier extérieur. Dans cette perspective, l'UNESCO recommande donc les trois règles suivantes : le programme devrait être élaboré par un groupe inter-ministériel spécial; pour qu'il soit réalisable techniquement et financièrement, il devrait être limité à un certain nombre de zones ou de projets prioritaires; il devrait être officiellement incorporé au plan national de développement économique.

L'UNESCO a coopéré avec l'Iran au cours de la phase préparatoire d'un programme associant la conservation du patrimoine culturel au développement du tourisme dans quatre régions prioritaires du pays, et elle a conclu un accord définissant son rôle au cours de la phase d'exécution. Elle collabore avec le Pérou à l'établissement et à l'exécution d'un programme de restauration et de présentation des monuments de la région située entre Machu Picchu et Desaguadero en vue de favoriser le tourisme culturel. La Turquie a demandé une aide analogue pour trois régions prioritaires.

* Document rédigé par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

Le tourisme n'est pas le seul moyen d'assurer le financement de la conservation des biens culturels, mais une politique d'investissement dans l'industrie du tourisme créerait des ressources dont le rôle serait certainement essentiel. Pour que le financement d'un programme de restauration et de conservation des biens culturels soit un succès, il faut que le gouvernement fasse preuve d'esprit d'initiative, que ledit programme soit complet et équilibré, de manière à restaurer et à "faire revivre" les biens culturels et que les plans soient exactement adaptés à la situation locale. L'Etat doit se charger entièrement de l'élaboration et de l'exécution des programmes. Les biens culturels restaurés doivent jouer un rôle vraiment utile, tant dans le tourisme que dans la vie culturelle de la communauté. On obtiendra des ressources financières si les programmes garantissent le succès de l'entreprise dans son ensemble

LES PROBLEMES DU TOURISME DANS LA REGION DE LA CEAEO ET LES RELATIONS COMMUNAUTAIRES DANS LE CADRE DU TOURISME*

En raison de l'insuffisance des revenus disponibles et des restrictions sur les devises imposées aux voyageurs à cause de la pénurie chronique de devises, le tourisme, dans beaucoup de pays membres de la CEAEO se fait dans un seul sens. En outre, la lenteur de la croissance économique a freiné l'expansion du marché touristique intérieur, qui influe directement sur le développement des installations touristiques et de l'infrastructure nécessaire. Pour les mêmes raisons, les voyages ne se sont pas développés sensiblement à l'intérieur de la région mais ils prendront probablement de l'extension avec l'achèvement prochain du réseau asiatique de grandes routes.

La région de la CEAEO doit également, si elle veut attirer plus de visiteurs étrangers, améliorer les installations touristiques en général et les modifier, de façon à les rendre plus conformes aux besoins des touristes étrangers, sans qu'elles perdent leurs caractéristiques propres et leur couleur locale; en effet, le touriste ne recherche pas seulement l'exotisme et la sensation : il aime voyager confortablement, avec un minimum de risques pour sa santé. Comme les pays intéressés ont des ressources limitées, ils devront veiller à choisir les emplacements et les types d'installations qui conviennent. La création d'installations coûteuses à l'intention des seuls touristes étrangers risque de provoquer des réactions hostiles sur place. Il faut donc faire beaucoup de publicité à l'étranger pour attirer les touristes, mais aussi organiser des campagnes dans le pays même en vue de disposer l'opinion publique en faveur du tourisme et de créer le climat voulu.

Un autre problème entrave le développement du tourisme : celui-ci ne bénéficie pas souvent d'un rang de priorité, parce qu'il est généralement difficile, dans ces pays, de détourner vers les biens ou services de luxe les ressources consacrées aux biens d'équipement.

Les touristes étrangers désireux de visiter la région de la CEAEO sont souvent rebutés par les limitations assez strictes de devises et par les obstacles douaniers à l'importation d'objets personnels tels que les appareils photographiques, les postes de radio à transistors, les magnétophones, etc. La sévérité du contrôle en ce qui concerne les boissons alcoolisées et la complexité des formalités d'entrée et de sortie découragent également les touristes. Enfin, les dépenses qu'entraîne un voyage dans la région de la CEAEO arrêtent d'éventuels visiteurs.

Actuellement, la CEAEO se préoccupe particulièrement des moyens de faciliter le trafic international. Elle a approuvé la création d'un groupe d'études

* Document rédigé par la Commission économique pour l'Asie et l'Extrême-Orient.

chargé : 1) d'accomplir une mission d'information (moyens de faciliter le trafic international par tous les modes de transport, immigration, contrôle des changes, formalités douanières et sanitaires, documentation, etc.); 2) de diffuser des renseignements; 3) de promouvoir la création de comités nationaux chargés de faciliter les voyages; 4) de normaliser les formulaires; 5) d'encourager l'adhésion aux conventions, accords et recommandations internationaux existants dont l'objet est de faciliter le trafic international; 6) de réunir des groupes de travail spéciaux pour étudier certains problèmes à cet égard.

La CEAEO projette de réunir en 1969 ou 1970 un cycle d'études chargé d'examiner notamment les relations communautaires en tant qu'élément du tourisme.

Actuellement, on aurait particulièrement besoin d'avis autorisés dans des domaines spécialisés, intéressant par exemple la création de stations climatiques, de stations thermales et de réserves d'oiseaux et d'animaux sauvages.

LE TOURISME EN AFRIQUE*

En 1966, la part occupée par l'Afrique dans le tourisme mondial international n'a été, en ce qui concerne le nombre d'arrivées de touristes et les recettes provenant du tourisme, que de 1,75 p. 100 et 2,5 p. 100 respectivement. Cependant, la connaissance des richesses touristiques de l'Afrique va sans aucun doute entraîner à l'avenir un rapide développement du tourisme. Les voyages à destination de l'Afrique à partir des deux marchés qui sont le plus importants pour elle à cet égard, c'est-à-dire l'Europe occidentale et l'Amérique du Nord, vont se multiplier à mesure que les centres touristiques traditionnels vont arriver à saturation et aussi parce que, dans ces deux parties du monde, le nombre de personnes qui ont les moyens de voyager aussi loin qu'en Afrique augmente beaucoup plus vite que le produit intérieur brut par habitant. Les perspectives du tourisme régional et national sont également favorables sur le continent.

Les ressources touristiques de l'Afrique sont riches et variées et attirent à la fois les touristes européens et les Américains, bien que les éléments qui exercent le plus d'attrait touristique ne soient pas nécessairement les mêmes dans l'un et l'autre cas. Le climat chaud et ensoleillé, et, dans de nombreux pays africains, la mer chaude, attirent les habitants des régions froides, humides et industrielles de l'hémisphère nord. Alors que le climat méditerranéen de l'Afrique du Nord est très apprécié, on ne sait pas encore suffisamment que le climat tropical de certaines autres régions de l'Afrique est tout à fait propice à la détente et au repos, depuis que la fièvre jaune et le paludisme ont disparu. Les touristes qui viennent des régions industrielles où la population est très dense apprécieront aussi les belles plages, les déserts immenses, les grandes forêts tropicales, les magnifiques paysages de montagne, les vastes réserves de chasse et les parcs nationaux que l'on trouve en Afrique.

Toutefois, de nombreux problèmes doivent être résolus en ce qui concerne les transports, l'infrastructure, la promotion du tourisme, la formation professionnelle et les formalités officielles.

Le volume du tourisme étranger en Afrique dépendra de ce que les pays africains seront en mesure d'offrir à ce tourisme, et notamment de la qualité et du prix des services. Certains pays africains ont atteint un stade avancé de développement touristique; d'autres qui ont à cet égard une tradition touristique respectable et déjà ancienne, sont en retard sur le plan de l'efficacité technique et des méthodes de gestion, et d'autres enfin n'en sont qu'au premier stade du développement touristique.

* Etabli par la Commission économique pour l'Afrique.

Ce sont les transports aériens qui ont rendu l'Afrique accessible au grand tourisme provenant des autres continents, mais en raison des distances, les prix des transports constituent encore un obstacle majeur.

Les tarifs intérieurs ordinaires sont en Afrique plus élevés qu'en Europe et presque deux fois plus élevés qu'aux Etats-Unis d'Amérique. Les tarifs ordinaires entre l'Europe et l'Afrique sont considérablement plus élevés que ceux qui sont pratiqués entre l'Europe et l'Amérique du Nord et les tarifs ordinaires entre l'Amérique du Nord et l'Afrique sont plus élevés que les tarifs pratiqués entre l'Amérique du Nord et l'Europe.

Les tarifs d'intérêt commun individuels (IT) ont été introduits entre l'Amérique du Nord et l'Afrique et entre l'Europe et l'Afrique, à l'exception de certains pays francophones d'Afrique occidentale. Ils ont également été introduits entre plusieurs pays africains. Les tarifs de groupe d'intérêt commun (GIT) ont été introduits entre l'Amérique du Nord et l'Afrique du Nord mais n'existent pas en Afrique au sud du Sahara, et d'autre part les tarifs de groupe d'intérêt commun (GIT) à partir de l'Europe ont été introduits entre ce continent et l'Afrique orientale, centrale et australe, et sont également pratiqués avec l'Afrique occidentale et la République arabe unie mais pas avec les pays d'Afrique du Nord en général. Quoi qu'il en soit, dans la plupart des cas, les tarifs de groupe d'intérêt commun ne donnent pas entière satisfaction, si on les compare aux tarifs analogues pratiqués dans les autres parties du monde, car l'Afrique demeure tout de même handicapée par des tarifs aériens plus élevés. Par exemple, le tarif GIT pour les 6 317 km du trajet Zurich-New York est de 268 dollars des Etats-Unis par personne, contre 388,40 dollars pour les 6 034 km qui séparent Zurich de Nairobi. Pour lever l'obstacle que constituent ces tarifs plus élevés, il serait nécessaire d'introduire des tarifs GIT entre l'Europe et les pays du Maghreb et des tarifs IT et GIT entre l'Europe et les pays francophones d'Afrique occidentale et centrale. Il serait également nécessaire de multiplier les réductions de tarifs GIT entre l'Europe et l'Afrique pour que ce continent soit en mesure de concurrencer les autres destinations à partir des pays européens. En outre, il faudrait adopter les tarifs GIT entre l'Amérique du Nord et l'Afrique au sud du Sahara et supprimer la clause limitant à 21 jours la durée des voyages bénéficiant des tarifs touristiques spéciaux. Une politique de tarifs plus souple comportant notamment l'introduction de tarifs IT et GIT devrait également être appliquée à l'intérieur de l'Afrique.

Les tarifs aériens élevés pratiqués sur les vols réguliers ont amené les grandes agences de voyage à organiser des vols non réguliers à l'aide de leurs propres appareils ou d'avions affrétés. Cette formule a grandement contribué à réduire le prix des voyages et a ouvert l'Afrique au vaste marché que représentent les touristes appartenant aux catégories à revenus moyens. Le prix des voyages forfaitaires sur les vols non réguliers est considérablement inférieur aux tarifs GIT les plus bas. Cependant, pour être rentables, les avions charters doivent transporter des charges de passagers au maximum de leur capacité, ce qui exige par conséquent une grande capacité hôtelière. Les vols affrétés supposent également l'existence d'un vaste marché touristique avec une demande suffisamment forte pour des voyages aussi onéreux que ceux qui ont pour destination les pays africains les plus éloignés. C'est pour cette raison, et aussi parce qu'il est

souhaitable d'encourager le tourisme dans les régions dont la capacité hôtelière est limitée, d'étaler le tourisme en Afrique sur l'année entière, d'y attirer les touristes appartenant aux catégories les plus aisées et de permettre aux petites agences de voyages d'organiser des voyages en Afrique, qu'il n'est pas possible de se contenter des vols non réguliers et qu'il est nécessaire d'adapter les services réguliers aux besoins de l'Afrique en diminuant les tarifs IT pour les amener au niveau de ceux qui sont pratiqués entre l'Europe et le Moyen-Orient.

En ce qui concerne les transports de surface, la mise en exploitation de nouveaux services de ferry-boats peu coûteux en Méditerranée, la création d'axes routiers directs en Espagne et en Italie (certains sont en construction) et la réduction du prix de l'essence pour les touristes étrangers (ce qui a déjà été fait au Maroc et en Algérie) permettrait d'attirer en Afrique un plus grand nombre d'automobilistes étrangers. En Afrique orientale, l'interconnexion des réseaux routiers nationaux n'est pas satisfaisante et la plupart des routes modernes rayonnent à partir des capitales sans être reliées les unes aux autres. La construction de nouvelles routes dans les pays de cette région fera bientôt disparaître le premier obstacle. Pour rendre possibles les circuits touristiques, il faudrait construire à l'intérieur de chaque pays des routes modernes ainsi que des routes reliant les centres touristiques de deux pays voisins. Dans les pays d'Afrique occidentale, les grandes routes relient généralement le port principal aux villes de l'intérieur, tandis que les liaisons entre pays voisins sont moins bonnes. La réalisation du projet de construction d'une route qui constituerait pour la partie sud de la région l'équivalent de la route trans-ouest-africaine actuelle améliorerait considérablement la situation et contribuerait au développement du tourisme.

Si le tourisme se développe dans les pays africains, c'est en raison des changements fondamentaux qui ont eu lieu dans ces pays, notamment l'avènement de l'indépendance, et sans qu'il existe comme dans les pays touristiques traditionnels, une infrastructure déjà en place. Un grave déséquilibre et des goulots d'étranglement risquent par conséquent de se produire si les institutions gouvernementales compétentes de chaque pays ne coordonnent pas suffisamment leurs efforts. C'est sur la base de plans de développement du tourisme que la coordination peut le mieux s'effectuer. Or, s'il est vrai que beaucoup de pays africains ont mis au point des plans de ce type, ils ne sont que très peu à disposer des statistiques indispensables à la formulation d'hypothèses réalistes.

Pour ce qui est de l'infrastructure, de nombreux problèmes se posent indépendamment de celui déjà mentionné du développement du réseau routier, et notamment ceux qui concernent la capacité des aéroports, l'approvisionnement en eau, l'électricité, les télécommunications, les parcs nationaux, etc. En principe, ce sont les gouvernements ou les collectivités locales qui doivent veiller à ces aménagements, mais dans certains cas, et notamment pour ce qui est de la construction des routes et des aéroports, la coopération régionale peut s'avérer nécessaire.

Dans de nombreux pays africains, ce sont des sociétés nationales de développement ou leurs filiales s'intéressant au développement de l'hôtellerie qui ont entrepris la construction hôtelière, et la participation des capitaux tant

étrangers que nationaux est encouragée. L'étape suivante consiste à encourager l'initiative privée, et, là encore, c'est en planifiant le développement du tourisme, en créant un climat favorable aux investissements, et en accordant des avantages spéciaux que cette initiative pourra le mieux se manifester. Ceci a déjà été réalisé dans une certaine mesure par quelques pays.

Pour ce qui est de la formation professionnelle, la meilleure solution consiste à créer des centres nationaux de formation pour la formation au niveau le plus bas, comme cela a déjà été fait avec succès dans certains pays, et de créer à un niveau plus élevé, sur le plan subrégional ou pour deux sous-régions combinées, comme dans le cas de l'Afrique occidentale et de l'Afrique centrale, une école hôtelière rattachée à une école du niveau des études secondaires. La coopération du PNUD pour une école de ce genre a été demandée par deux pays africains.

En ce qui concerne la promotion du tourisme, pour les pays de la sous-région d'Afrique orientale et ceux des régions d'Afrique occidentale et centrale, une coordination des efforts est nécessaire pour réaliser à l'étranger une campagne qui soit efficace et dont le coût demeure raisonnable. Deux organisations ont déjà été créées à cet effet - l'Alliance touristique de l'océan Indien (ATOI) à Tananarive et l'Organisation de développement du tourisme africain à Paris. Il serait souhaitable d'accroître le nombre de membres de cette dernière organisation et de la renforcer, et de créer en Afrique orientale une organisation plus vaste dont l'ATOI serait membre.

La plupart des pays d'Afrique du Nord ont simplifié les formalités et supprimé les visas pour un certain nombre de pays qui sont d'importants clients pour le tourisme. Cette tendance mérite d'être encouragée et d'être citée en exemple.

Sur le plan international, l'UIOOT représente les organisations nationales qui s'occupent de certains aspects du tourisme, mais non du tourisme dans son ensemble. Le fait que les questions relatives au tourisme figure maintenant au nombre des activités dont s'occupent les Nations Unies revêt donc une grande importance. L'aide que différents organismes des Nations Unies ont déjà apportée à un certain nombre de pays africains est appréciable. Dans la mesure où beaucoup des problèmes ayant trait au tourisme sont d'intérêt régional ou subrégional, l'activité des commissions économiques régionales peut devenir un élément important des travaux des Nations Unies.

LE TOURISME EN EUROPE*

En 1967, l'Europe a totalisé 73 p. 100 du nombre total des entrées de touristes dans le monde (138 millions), suivie de l'Amérique du Nord avec 17,7 p. 100. Le nombre des entrées de touristes en Europe est passé de 56,4 millions en 1961 à 100,5 millions en 1967, soit un taux moyen annuel d'augmentation de 10 p. 100. Les recettes provenant du tourisme en Europe, à l'exclusion de la Bulgarie, de la Roumanie et de l'URSS, sont passées de 4,5 milliards de dollars en 1961 à 8,3 milliards en 1967, soit un taux moyen annuel d'augmentation de 10,7 p. 100. Les recettes du tourisme représentent 38 p. 100 du total des recettes d'exportation de biens et services de l'Espagne, 30 p. 100 de celles du Portugal, 24 p. 100 des exportations autrichiennes, 18 p. 100 des exportations de la Grèce et de l'Irlande, et 12 à 13 p. 100 des exportations italiennes et suisses.

Dans les pays d'Europe de l'Est, on a enregistré une forte augmentation du trafic touristique au cours des années 1960. Entre 1961 et 1966, le nombre des entrées a été multiplié par 5 en Bulgarie, par près de 4 en Hongrie, par plus de 4 en Pologne et par plus de 4,5 en Tchécoslovaquie. Cet accroissement est dû pour une bonne part au plus grand nombre d'entrées en provenance d'autres pays de cette région, mais il y a également eu une nette augmentation du trafic touristique en provenance des pays d'Europe occidentale.

La durée moyenne de séjour des touristes étrangers, à l'exception de ceux venant des Etats-Unis d'Amérique, ne semble pas s'être beaucoup modifiée au cours des dernières années, et elle a varié pour la période 1964-1966 entre un peu plus de trois jours au Luxembourg, en Norvège et aux Pays-Bas, et environ six jours et demi en Autriche.

En ce qui concerne le bilan des recettes et dépenses touristiques en devises étrangères, il faut signaler que pour certains pays européens tels que la République fédérale d'Allemagne, la Belgique et le Royaume-Uni, le solde passif est important; par contre, des pays comme l'Espagne, l'Irlande, l'Italie, l'Autriche, le Portugal et la Grèce, richement dotés en ressources touristiques, attirent un très grand nombre de touristes étrangers, incomparablement plus grand que le nombre de leurs ressortissants voyageant à l'étranger; le solde en devises est donc dans leur cas largement excédentaire. En France, les recettes provenant du tourisme sont élevées, mais le solde en devises touristiques oscille autour du point d'équilibre. Certains pays comme la Turquie, qui disposent de ressources touristiques naturelles considérables et déploient de grands efforts pour développer leur infrastructure, n'ont pas encore de bilan positif.

La dépense moyenne par touriste (exprimée en prix constant) tend à diminuer dans plusieurs pays européens, à cause principalement de l'accès au tourisme d'un nombre de plus en plus grand de touristes à revenus modestes.

* Etabli par la Commission économique pour l'Europe.

L'extension du tourisme en Europe est due principalement à l'augmentation du pouvoir d'achat, à la politique de généralisation des vacances pour tous, à l'abaissement du coût des transports et au nombre grandissant de personnes qui utilisent des voitures particulières pour voyager.

Le rôle joué par les voitures particulières, notamment dans le tourisme d'assez courte distance, est d'une très grande importance pour certains pays. Par exemple, le pourcentage moyen des arrivées en voitures particulières durant les trois dernières années a été de 90 p. 100 pour la Norvège, 84,5 p. 100 pour l'Autriche, 73 p. 100 pour l'Italie et 70 p. 100 pour l'Espagne.

Les voyages aériens à destination et en provenance de l'Europe se sont aussi considérablement développés.

Pour les échanges touristiques entre l'Europe occidentale et la Méditerranée orientale, les voyages aériens, notamment par avions affretés, jouent un rôle très important. Par exemple, sur les 1 200 000 Suédois qui sont allés à l'étranger en 1966, 360 000, soit 29 p. 100, ont voyagé par avions affretés pour se rendre dans les régions méditerranéennes.

La demande, en ce qui concerne les moyens d'hébergement, les transports et les loisirs, s'est profondément modifiée, non seulement quantitativement, mais aussi qualitativement. Le développement des modes d'hébergement sans service (bungalows, villas et chambres en location) reflète la demande de possibilités de vacances à meilleur marché. Un autre fait nouveau est l'apparition d'établissements modernes de catégorie moyenne - hôtels et villages de vacances surtout - pour la plupart réservés en partie ou en totalité à l'hébergement des touristes participant à des voyages organisés. Les agences de voyages ont créé dans les régions méditerranéennes de nombreux hôtels et villages de vacances qui, du fait qu'ils sont assurés d'un taux d'occupation élevé, peuvent offrir à bas prix de bonnes conditions d'hébergement.

Dans les pays à économie de marché, les gouvernements prennent généralement à leur charge le développement de l'infrastructure touristique et s'en remettent de la création de la superstructure touristique aux entreprises privées, qui bénéficient souvent d'encouragements et de stimulants spéciaux. Dans les pays à économie planifiée, l'Etat prend entièrement à sa charge le développement des équipements touristiques.

La plupart des gouvernements européens ont mis en route des programmes à long terme pour élargir la gamme de leurs équipements touristiques compte tenu de l'augmentation actuelle et prévisible du nombre des touristes.

La formation professionnelle pose un grand problème à l'industrie du tourisme, activité en rapide expansion. Des efforts particuliers sont faits pour élever le statut des professions hôtelières et touristiques afin d'attirer un personnel plus nombreux et mieux qualifié, ainsi que pour créer des établissements de formation du niveau des études secondaires destinés au personnel hôtelier et touristique des pays touristiquement les plus développés.

Les gouvernements se préoccupent également de maintenir les normes de qualité, d'assurer la stabilité des prix et de simplifier ou réduire les formalités de voyage, ainsi que de prolonger la saison touristique par l'étalement des vacances.

Les perspectives de développement du tourisme en Europe sont favorables, car il y a encore de nombreux touristes en puissance dans les principaux pays dont les ressortissants ont l'habitude de voyager à l'étranger, mais, à court terme, les difficultés économiques et financières, l'instabilité politique et la tension régnant dans certaines régions auront certainement des repercussions défavorables.