

TOURISTES PAR MILLIONS

René Baretje - J.M. Thurot*



Malgré les vigoureuses initiatives de la Grèce, de la Yougoslavie, de la Tunisie, et du Maroc, dans le domaine du tourisme, les données générales du marché ont été peu modifiées au cours des 15 dernières années (voir tableau 1).

La France, l'Italie et l'Espagne ont continué à progresser très vite : peu importe que cette croissance soit la plus lente des 4 zones considérées; avec un taux annuel de 14,5%, compte tenu de l'importance de son marché initial, cette zone a constitué jusqu'à présent « quelque chose d'à part » sur le marché touristique mondial. En effet, quand une zone touristique a atteint sa phase de maturité, son taux moyen de croissance annuelle se stabilise à des valeurs légèrement inférieures à 10%. La zone est considérée comme une destination stabilisée quand le taux de croissance prend des valeurs inférieures à 5%.

Mais on s'aperçoit que ce taux de 14,5% n'a atteint cette valeur que grâce à l'Espagne (taux moyen 35%) qui a affiché un chiffre qui reste très élevé même pour une destination en phase de décollage. En revanche, l'Italie et la France avec des taux de croissance respectifs de 4,06% et 3,45% se situent à des niveaux « normaux ».

Il semble cependant que la Méditerranée N.O. soit appelée à rester une destination dont l'image de marque soit forte (1). Compte tenu donc de l'augmentation du taux de départ en vacances en Europe, il est raisonnable d'estimer que la France

et l'Italie - sauf en cas de démissions des autorités responsables sur les problèmes de la pollution des plages, et de l'infrastructure routière - maintiendront au minimum un taux de 4%. Quant à l'Espagne, son taux de croissance annuel a commencé à baisser; la valeur moyenne de croissance de son marché pour la prochaine décennie la plus vraisemblable se situera autour de 10%. On verra plus loin que si le cap des années '85 était franchi d'une manière satisfaisante, au prix d'une reconception du loisir Méditerranéen, il y aurait probablement un redémarrage de la destination après un palier qui se situera entre 85 et 87.

Le rendez-vous de 1985

Si l'image de marque de la zone N.O. reste bonne, il ne faut pas s'imaginer que parce qu'il reste des espaces libres en Languedoc et en Italie du Sud ce sera là que les gens accepteraient d'aller. Ce marché sera à la recherche d'un certain type d'urbanisation qui lui garantisse néanmoins la pureté d'un cadre naturel minimum et son accessibilité.

La demande continuera donc à se concentrer là où elle le fait depuis 10 ans. Les problèmes d'urbanisation posés dépasseront alors largement les capacités conceptuelles des responsables locaux.

La croissance moyenne de 4% pour le marché italien et français et de 10% pour le marché espagnol nous amène un maximum de 93 millions. La zone N.O. aurait donc à recevoir en 1985 entre 80 (2) et 93 millions de touristes.

Le marché des habitués de la zone N.O., qui possèdent des résidences secondaires a déjà tendance à fuir cette zone pour les secteurs N.E. et S.O. en période de pointe (15 juillet au 15 août) pour revenir ensuite en septembre en zone N.O. Les déplacements sont souvent financés par le revenu des locations correspondant à l'abandon provisoire de la résidence louée.

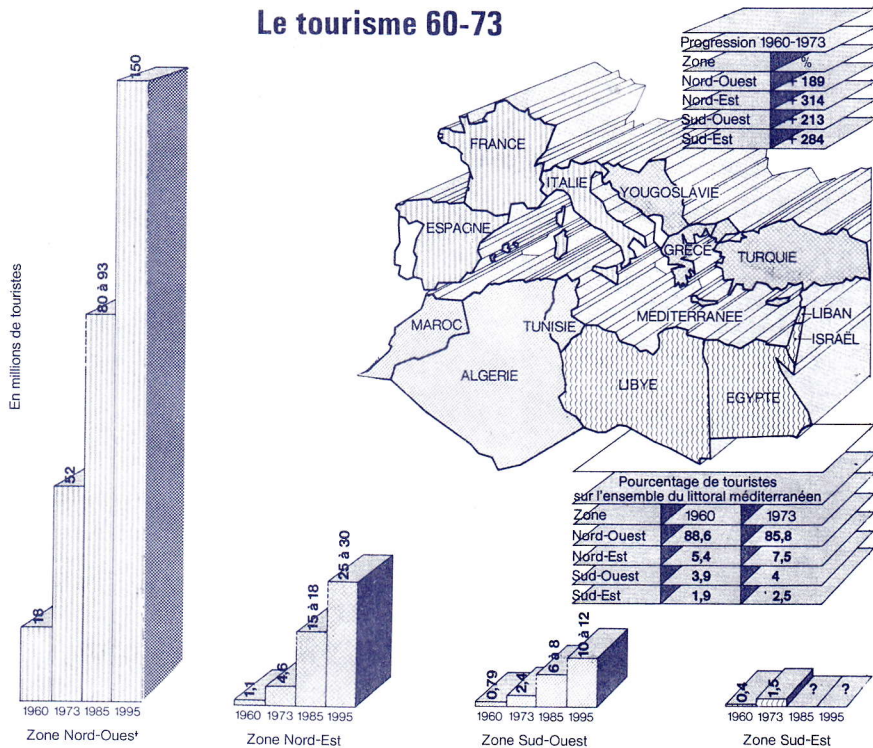
En outre, la pression des nouvelles couches sur la zone N.O. aura pour effet de diriger une part non négligeable de son marché traditionnel vers le N.E. et le S.O. La pression qu'exercera le nouveau marché sera forte, donc, compte tenu du faible niveau actuel de l'offre en zone N.E. et S.O.; la croissance de ces marchés se situera au maximum de ses possibilités techniques et financières : le niveau de développement de ces pays, et l'hypo-

* Respectivement Directeur et Secrétaire général du Centre des Hautes Études Touristiques. Aix-en-Provence - France.

(1) Notamment sur le marché Nord Américain où son image est de plus en plus utilisée pour la promotion publicitaire de produit de luxe. Il est possible qu'on assiste à une augmentation des flux Nord-américains sur la Méditerranée et à une augmentation de la durée de séjour de ce marché.

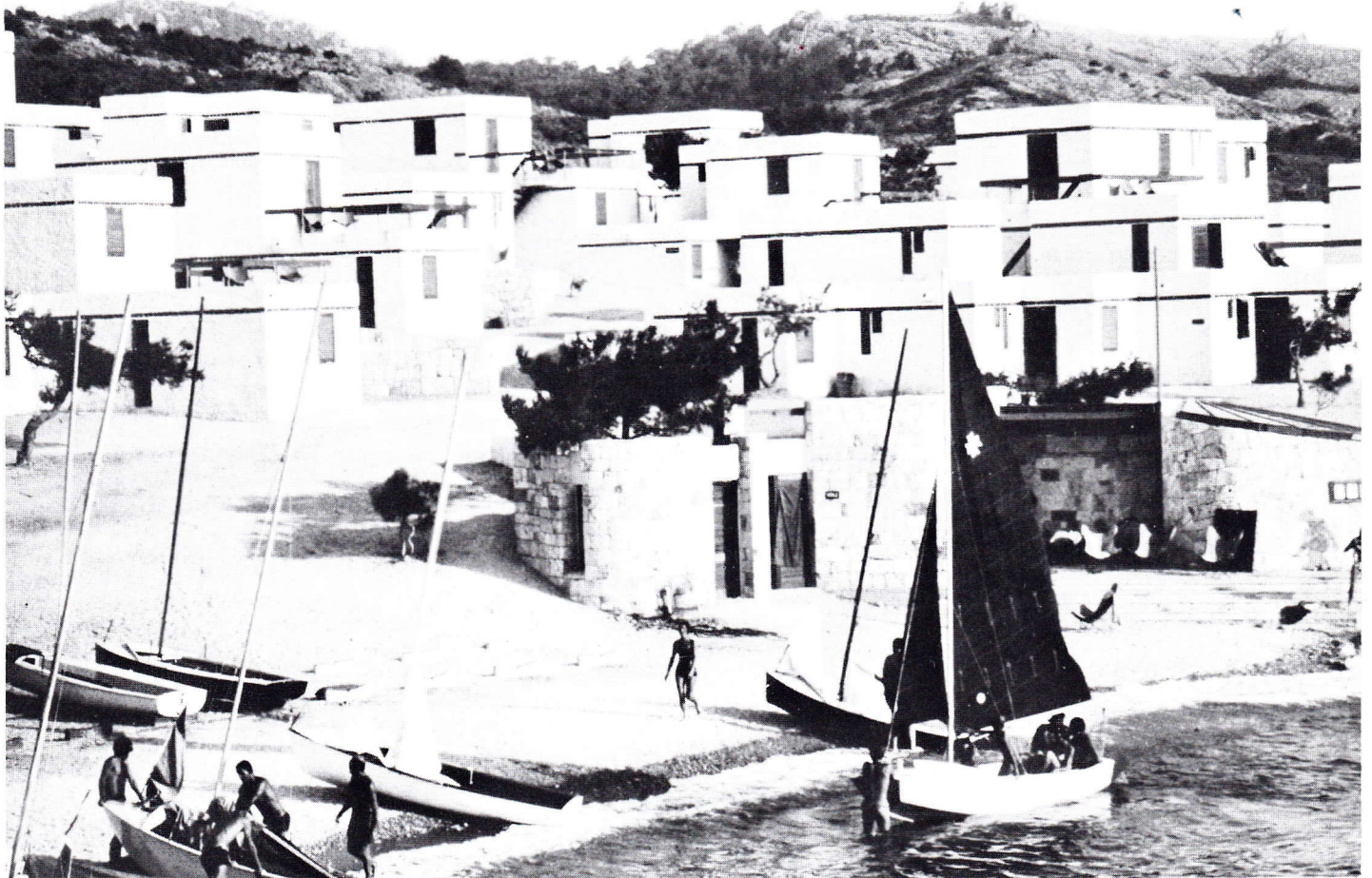
(2) Voir plus loin à quoi correspond la valeur basse de la fourchette.

Le tourisme 60-73



Graphique : Le Nouvel Économiste (1976)

	Nombre de touristes			Part du marché %	
	1960	1973	%	1960	1973
Nord-Ouest France, Italie, Espagne	18 000 000	52 000 000	+188,8	88,6	85,8
Nord-Est Yougoslavie, Malte, Grèce, Turquie	1 107 000	4 884 000	+314,	5,4	7,5
Sud-Ouest Maroc, Algérie, Tunisie	790 000	2 472 000	+212,9	3,9	4,0
Sud-Est (Libye), Égypte, Israël, Liban	400 000	1 535 000	283,7	1,9	2,5



thèse d'une aide internationale permettent de proposer 20 ou 30 % (1). La zone N.E. pourrait absorber vers 1985 entre 15 et 18 M. de touristes; la zone S.O., entre 6 et 8 M. de touristes.

Les valeurs inférieures de la fourchette représentent le retard inhérent aux éventuelles difficultés économiques qui affectent actuellement l'Europe. Comme on le voit, l'incidence qu'on leur attribue est faible : il apparaît que la société occidentale à tous les échelons est de moins en moins disposée à sacrifier les vacances. Il n'est pas exclu non plus que dans une période socialement agitée, le « système des loisirs » ne fasse pas de l'accès à la Méditerranée, une sorte de « loisir populaire minimum garanti ».

A l'horizon '85, le développement de certains problèmes, abordés d'ores et déjà en 1975 avec trop de légèreté, aura probablement bloqué progressivement la situation, ce qui aura pour effet de provoquer des tensions, des conflits locaux,

et de ralentir les flux pendant la phase aiguë de la crise.

Marinas prétextes

Il faut en effet admettre, au vu de l'évolution du marché des résidences secondaires en Méditerranée, que la pression de la demande sur certains secteurs (Costa Brava, Rivières) qui n'accepte pas de solution de rechange (Sud Espagne, Sud Italie) aura fait voler en éclat la réglementation qui limite les constructions en condominium de style Floridien dont on a constaté l'apparition timide dans les sites réputés (2) ainsi que les Marinas-prétextes, dans des conditions qu'il est difficile de prévoir, mais qui surprendront le législateur ou l'économiste, tant l'agilité de l'imagination, dans ce secteur, est vive.

Quoi qu'il en soit, on pourra assister à la généralisation et surtout au renforcement de l'activité des syndicats de défense des utilisateurs, sur le modèle du syndicat

Architectures touristiques méditerranéennes : entre de nouvelles Florides de béton et un réel effort d'adaptation au site :

- 1 Cannes.
- 2 En 1985, au Nord-Ouest du Bassin : 90 millions de touristes.
- 3 Porquerolles (France) : Le Pré des Palmiers.
- 4 Foça (Turquie) : Un village du Club Méditerranée.

(1) La croissance de 60 % ne concerne que des petits pays très proches de gros marchés; ex. les Bahamas (1,2 M de touristes en '73).

(2) Le succès de la formule, qui réside dans la plus value immobilière et non pas dans des revenus de location, comme on le dit, suppose que ces modules soient implantés dans des zones recherchées et non pas sur la Costa del Sol, par exemple.

qui regroupe les 101 comités de la Côte d'Azur. Indépendamment de la multiplication des conflits ponctuels, la tentation de jouer un rôle politique sera grande, pour ces syndicats. L'élément local recevra l'appui de l'estivant non-résident. Il n'est pas exclu que le conflit prenne l'aspect d'un affrontement entre pouvoir régional et pouvoir central, comme l'indiquent les initiatives du président du Conseil Régional de la Provence.

La croissance du marché fournit, compte tenu du retard du pouvoir central à trouver les moyens financiers susceptibles de pallier les premières difficultés - approvisionnement en eau, nettoyage des plages, etc. - la base de conflits qui porteront sur les équipements collectifs (1), la pollution, l'accès à la mer, etc...

Une étude complète de ces problèmes serait d'ores et déjà indispensable : mais il est à redouter qu'au simple niveau de l'étude, se cristallise déjà l'affrontement : le pouvoir central déléguant des sociétés d'études issues des métropoles, donc « suspectes », le pouvoir régional créant des bureaux d'études ad hoc fortement contrôlés politiquement.

L'idée (rassurante) que les zones N.E. et S.O. pourraient jouer le rôle de soupape de sécurité, ne peut être retenue. D'abord parce que la pression sur le N.O. sera une pression exercée par des masses à relativement faible pouvoir d'achat, et nouvelles sur le marché. Les marchés ayant le moyen d'émigrer, surtout vers le S.O., sont comparativement plus étroits. Il y aura donc une impossibilité d'équilibrer l'arrivée des uns par le départ des autres. Un goulot d'étranglement se situe également au niveau des capacités d'accueil.

Il est peu probable que le N.E. et le S.O. trouvent entre 77 et 85 les moyens de financer l'accès de ces régions à un flux supplémentaire qui ne devrait pas être inférieur à 25 millions d'individus pour que les problèmes prévus pour le N.O. ne se posent pas.

En admettant enfin que ces moyens financiers soient réunis, il faudrait trouver la possibilité de rentabiliser en 3 mois d'occupation les structures d'accueil. En effet, le marché du tourisme d'hiver en Méditerranée, qui sera fortement concurrencé par les programmes d'Agadir, du Sénégal, soutenus par la Banque Mondiale et le développement des Canaries, ne saurait satisfaire l'offre qui deviendra alors pléthorique.

Il n'est pas exclu que, de toute manière, un certain nombre de pays ayant anticipé une saturation du marché Nord Méditerranéen susceptible d'engendrer ipso facto une demande sur le Sud, n'aient déjà posé les bases d'une crise du tourisme moyenne distance pour les années 80 (2). Si c'était le cas, en 1985, ce serait à un marché sud démuné et affaibli qu'on demanderait d'absorber les excédents du Nord.

Un cul de sac ?

Il faut enfin considérer que la zone Nord restera également un cul de sac touristique, pour une troisième raison qui est

celle des goulots d'étranglement autoroutiers et douaniers à destination du N.E.; ces goulots pouvant constituer néanmoins une protection pour cette même zone N.E.

En conclusion, la zone N.O. aura à affronter de sérieux problèmes à partir de 1980; il lui faut d'ores et déjà s'organiser en vue du rendez-vous que lui fixe la conjoncture. En revanche, les autres secteurs ne seront pas concernés par cette crise. Toutefois, pour profiter de la conjoncture, il est souhaitable que ces pays ne se lancent pas dans des programmes de développement optimistes : les gains qu'ils enregistreront par suite de la crise du N.O., ne seront, toutes choses égales par ailleurs, que relativement marginaux. Le tourisme moyenne distance reste pour longtemps le secteur touristique le plus fragile.

Pour le N.O., il faut admettre :

- que les pouvoirs régionaux et centraux - tant en Espagne (Catalogne qu'en France et qu'en Italie, où des éléments militent en faveur d'un développement des conflits entre les deux sortes de protagonistes - se soient entendus sur le problème des équipements collectifs.

- que les différentes idéologies ne voient pas dans la situation un terrain idéal (gauchisme, régionalisme, séparatisme, croissance zéro) pour développer leur influence. De toute manière la contestation-myope hélas - du tourisme par des éléments marginaux est un phénomène mondial, qui se nourrit des exemples que peut fournir le voisin.

- que les autorités et les partenaires économiques auront réussi à modifier les comportements touristiques.

On peut étudier différentes hypothèses de travail complémentaires. On peut proposer déjà une évolution vers un style Floridien : i.e. très urbanisé, avec généralisation du système des piscines à eau de mer.

En effet, à l'extrême limite, il serait moins compliqué de multiplier en 20 ans un réseau de piscines intérieures, que d'espérer rationaliser l'occupation des rivages dont la congestion atteindra bien avant 85 un degré limite.

On peut aussi favoriser le développement du tourisme actif soit en direction du large : nautisme, sous toutes ses formes, soit en direction de l'intérieur : activités terrestres variées, (parcs, pistes pédestres et équestres etc.), activités culturelles (mini-festivals, etc.). Enfin, créer, parallèlement à la multiplication des stations d'épuration, des jetées-plages pour tout le segment adulte et bon-nageur de la clientèle, en laissant les plages proprement dites aux enfants.

Si une politique, quelle qu'elle soit, arrivait à décongestionner l'espace - loisir d'une population qui par ailleurs continuera à choisir le Nord parce qu'elle aura définitivement pris l'habitude de vivre en zone urbanisée et n'envisagera pas de vivre ailleurs - quoi qu'elle dise (3) alors on peut imaginer que la Méditerranée pourra poursuivre sa croissance. Il faut en effet concevoir que le Marché Méditerranéen dépasse largement l'Europe et que par exemple l'Amérique du Nord n'a fait que commencer à y arriver. Il est en effet raisonnable de penser que l'occident arrive peu à peu dans une phase de narcissisme culturel, où la Méditerranée occupe une place privilégiée.

Sans évoquer pour autant l'imminence d'une sorte de Disneyland Méditerranéen, dont St-Tropez, Porto Fino, Monte-Carlo donnent déjà des avant-goûts, la Méditerranée N.O. est appelée à se transformer, tandis que le Bassin Méditerranéen se structurera en 3 zones :

- le Nord-Ouest surpeuplé, urbanisé, qui présentera un brassage social très prononcé, et où la masse garantira un certain anonymat qui autorisera des défolements sociaux, dont certaines stations offrent déjà de bons exemples.

- le Nord-Est : sorte de moyen terme où la concentration touristique très localisée s'accommodera, compte tenu de l'espace disponible, de retours périodiques ou quotidiens au tourisme méditerranéen traditionnel.

- Le Sud-Ouest : (Maghreb), qui pourrait sous l'impulsion de l'Algérie qui pratique actuellement une sorte de mise en réserve touristique, choisir de limiter ses infrastructures, et pratiquer une politique élitiste. Le Maroc Méditerranéen, extraordinaire Riviera totalement vierge et accessible d'ici 5 ans en voiture, ne peut que donner du poids à cette hypothèse.

En 1995

La zone N.O. pourrait alors arriver à 150 millions de touristes, avec un plus fort recrutement nord américain d'une part et un élargissement du recrutement national d'autre part. Ces flux seraient répartis sur une saison élargie de 3 mois qui ramènerait la densité touristique moyenne au niveau estival 75-80. Cette évolution aurait sur l'économie régionale des effets bénéfiques qui permettraient de financer les coûts très élevés de toute politique touristique.

Le Nord-Est arriverait à 25-30 millions de touristes, avec un recrutement essentiellement étranger, où la part nord-américaine resterait moyenne, et le Sud-Ouest à 10-12 millions, avec un recrutement principalement européen, dont les périodes de présence correspondraient aux poussées saisonnières en zone N.O..

Il resterait en principe à envisager l'hypothèse où la crise ne serait pas surmontée : Cette hypothèse ne traduirait qu'une incapacité plus générale des sociétés industrielles européennes à régler les problèmes d'environnement, et de croissance qui ont commencé à se manifester. Il est probable que si cette crise survenait, ce serait globalement tout le tourisme méditerranéen qui serait remis en cause, et non pas un secteur particulier. Nous nous avouons incapables à ce stade de tirer les conséquences de cette éventualité, compte tenu du fait que nos activités nous ont appris à quel point de plus en plus, toucher aux loisirs de l'homme, sera désormais ouvrir la boîte de Pandore.

R.B.-J.T.

(1) L'allongement de la saison élargit progressivement la période par exemple où les téléphones sur les Rivières sont bloqués et bloquent à leur tour l'activité économique normale qui ne s'arrête, elle, qu'en août.

(2) cf. projet de développement touristique sur la côte égyptienne (40.000 lits pour 1980).

(3) cf. St-Tropez et la concentration touristique entre Cannes et San Rémo.