

Tourisme saharien et développement durable

Enjeux et approches comparatives

Jean-Paul Minvielle⁽¹⁾

1 - L'histoire du tourisme au Sahara

Le Sahara a de tout temps été un territoire particulier. Tellement particulier d'ailleurs que, comme le rappelle Jean-Mehdi Chapoutot, en 1964, les statistiques officielles donnaient une superficie de la Tunisie de 125.130 km² «une fois retranchés les territoires empiétant sur le Sahara proprement dit» (Despois, 1964), ce qui revenait à prélever près de 39.000 km de la superficie nationale, sans doute considérés comme un «ailleurs» ayant sa propre spécificité. Une spécificité consacrée par le premier guide touristique publié en 1931 par le général Meynier et le capitaine Nabal, le «*Guide pratique du tourisme au Sahara*» édité par la Société d'Editions Géographiques, Maritimes, et Coloniales. Cet ouvrage fondateur sera rapidement suivi, dès 1934, par la première édition du «*Guide du tourisme automobile et aérien au Sahara*» édité par la société pétrolière Shell Editeur Algérie et régulièrement réédité par la suite. A partir de l'édition 1955, qui faisait suite à celle de 1948, les textes se rapportant au tourisme aérien étaient supprimés, celui-ci ayant pratiquement disparu depuis 1939.

1) Economiste, UMR 063 C3ED de l'IRD/Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines, Université de Sousse, Faculté de Droit et des Sciences Economiques et Politiques de Sousse. Unité de recherche Tourisme et Développement. jeanpaul.minvielle@free.fr.

Le tourisme au Sahara est récent : en 1919 seules les limites nord du Sahara avaient été survolées et il faudra attendre 1922 pour que la mission Citroën dirigée par Haardt, Audoin et Dubreuil traverse pour la première fois le Sahara en automobile. En une douzaine d'années, les pistes les plus importantes seront progressivement ouvertes aux «touristes» : la ligne du Hoggar de 1922 à 1929, celle du Tanezrouft en 1923, celle de Mauritanie en 1934. En 1924, le capitaine Delinguette et son épouse partaient sur une «six roues» Renault et réalisaient la traversée de l'Afrique toute entière, d'Oran au Cap, qu'ils atteignaient en 1925. Mais il s'agit là d'un exploit isolé. Les choses changeront fondamentalement en 1930 quand, à l'occasion du centenaire de la prise d'Alger, était organisé le premier rallye transsaharien qui sera remporté par l'équipe Cottin Desgouttes sur des roadsters 14 cv «Sans Secousses». Partis d'Alger, Oran, Bône ou Tunis, les participants, regroupés en équipes de quatre véhicules, devaient effectuer en un temps imparti l'aller-retour vers le Soudan via Tamanrasset, Gao et les bords du Niger. Ce rallye, qui traversait deux fois le Sahara du nord au sud et dont le but était de *«prouver que la traversée du Sahara est possible pour les automobiles de toutes marques»*, préfigurait, avec un demi-siècle d'avance, le Paris-Dakar des premières éditions. Cet événement, comme le souligna d'ailleurs la presse de l'époque, marquera véritablement le début de la pénétration touristique au Sahara. En effet, alors que la première traversée réalisée par les autochenilles Citroën sept années auparavant relevait d'une expédition considérée à l'époque comme hasardeuse, ce rallye avait été effectué par quarante voitures de tourisme à deux roues motrices seulement, appartenant à des particuliers et n'ayant pas subi de transformations spécifiques à part des filtres à air plus performants et des condenseurs pour certains radiateurs. On trouvait là un échantillon significatif de la production automobile de l'époque : Bugatti, Chenard et Walker, Citroën, Cottin-Desgouttes, Delahaye, Fiat, Ford, Hotchkiss, Panhard, Renault et Voisin. Le «Grand Désert», désormais à la portée de simples particuliers disposant d'un véhicule de série, s'ouvrait au tourisme. Parallèlement, la SATT (Société Algérienne des Transports Tropicaux créée en 1933) assurait un service régulier d'autobus sur la ligne Ghardaïa, El Goléa, In Salah, Tamanrasset, Kano et la CGT (Compagnie Générale Transsaharienne créée en 1923) faisait de même depuis 1926 sur la ligne Colomb Béchar, Beni Abbès,

Reggane, Gao et Niamey. Cette dernière disposera, à partir de 1930, d'un parc d'autobus de luxe équipés de couchettes qui permettront à une clientèle fortunée de pratiquer la chasse au gros gibier.

Dans ce contexte de développement des transports et du tourisme, des infrastructures d'accueil seront progressivement mises en place afin d'accueillir les voyageurs et la société Shell installera des postes de ravitaillement en eau et essence tous les 300 ou 400 km sur les axes transsahariens principaux. Ainsi, dès sa seconde édition (1936), le *Guide du tourisme automobile et aérien au Sahara* débutait son éditorial par ces mots «*Le Sahara est devenu la terre d'élection du tourisme automobile et aérien. Nombreux sont désormais ceux qui, chaque hiver, parcourent le Sahara en tous sens ; plus nombreux sont encore ceux qui voudraient le connaître mais que rebutent les obstacles qu'il présente à première vue... Nous avons désiré vous aider à préparer votre voyage et à parcourir l'hallucinant Désert en vous débarrassant de la plupart de vos soucis.*». On trouve déjà ici, en condensé, les ingrédients essentiels de l'offre des voyageurs telle que nous l'analysons plus loin : débarrasser le touriste de la plupart de ses soucis...

Après la seconde guerre mondiale, durant laquelle les infrastructures et les pistes ont été pour la plupart laissées sans entretien, certains axes ont été abandonnés, comme par exemple les pistes du Djouf et du Sel, et la circulation automobile s'est recentrée sur les lignes les plus importantes, principalement les deux grands axes transsahariens du Tanezrouft et du Hoggar reliant l'Afrique du nord à l'Afrique noire.

Face à cette organisation progressive du tourisme au Sahara, le «*Guide du tourisme automobile au Sahara*» s'inquiétait dans sa sixième édition datant de 1955 sur la disparition possible d'un désert qui désormais, en raison de l'afflux des touristes, ne l'était plus : «*Il n'y a donc plus de Sahara ? Si... Mais la plupart de ses difficultés ont été vaincues pour que vous ne trouviez plus en lui qu'une terre fabuleuse, hallucinante, inoubliable... Seule demeure aujourd'hui la Féerie Saharienne*»⁽¹⁾. La Féerie Saharienne... Aujourd'hui encore, cette féerie demeure savamment entretenue par les professionnels du tourisme au Sahara, comme nous

1) op. cit.

l'analyserons plus loin dans cet ouvrage⁽¹⁾, même si les réalités du tourisme de masse ont profondément changé l'environnement et la nature du voyage au Sahara. Malgré tout, les fondamentaux de l'imaginaire saharien demeurent et l'on trouvait déjà, en 1936, tous les ingrédients de l'attractivité du désert pour les touristes occidentaux regroupés sous ce vocable de Féerie Saharienne :

«La Féerie Saharienne...

Montagnes ! Le mystérieux Hoggar - visages voilés, dentelles de pierres- ses falaises rutilantes, ses gouffres et ses canyons que peuple le silence... Djanet et ses roches monstrueuses, ses plateaux déchiquetés, ses aiguilles vertigineuses, ses gorges si étranges, couleur d'opale et d'émeraude... Le Tibesti et ses torrents impétueux aux cascades gigantesques qui ruissellent, inlassables...

Oasis ! Les villes rouges blotties auprès d'océans de dunes... Les coupoles blanches qui se mirent sur les rives de lacs aux ondulations indolentes ou moutonneuses... Les ksours bleus accrochés au sommet de pitons mauves et noirs... Les palmeraies et les jardins fleuris, à la senteur si délicatement douce, qui s'alanguissent au vent tiède...

Plaines ! Bidon-5 perdu au milieu du Tanezrouft, l'épouvantable désert de la soif... Les mornes horizons de galets éclatés, flambant sous le soleil... Les fascinantes prairies de lichens mouchetés d'arbustes nains... L'immensité merveilleuse des étendues infinies que cernent les mirages...

Et, grandiose, l'océan de sable aux vagues furieuses ou calmes, vermeilles...»⁽²⁾ ;

Comme nous l'analyserons en détail plus loin, on trouve déjà dans ce texte tout les composants qui, un demi-siècle plus tard, constitueront les arguments de vente des professionnels du tourisme vendant le produit Sahara suivant ainsi, avant la lettre, les principes du marketing expérientiel présentés par Wided Majdoub comme devant trouver dans la destination Sahara un champ d'application privilégié.

1) Minvielle, J.-P. p.33

2) Guide du tourisme automobile au Sahara, 1936, Alger, Shell Editeur, p.5.

2 - Les spécificités du tourisme au Sahara

Cette évolution qu'a connu le tourisme au Sahara depuis trois quart de siècle conduit à se poser tout d'abord la question de la spécificité du tourisme dans les zones concernées. Elle pourrait être déclinée sous la forme «Tourisme au Sahara» vs «Tourisme saharien»⁽¹⁾ et articulée autour de la différenciation établie par Wided Majdoub entre touristes classiques et touristes à la recherche d'expériences. A l'heure actuelle, en Tunisie par exemple, le tourisme au Sahara s'effectue principalement sur la base de prestations génériques identiques à celles du modèle balnéaire : grands hôtels climatisés avec piscines, golf (18 trous inauguré à Tozeur en 2006), activités récréatives (quad, équitation), excursions en 4x4 et promenades en dromadaires. Cependant, quel que soit le pays (Tunisie, Maroc, Algérie, Mauritanie), on assiste à la généralisation, en aval des unités hôtelières, de certaines prestations spécifiques au désert : dîners dans les dunes, campements et bivouacs, petites randonnées «bédouines», etc.⁽²⁾ Parallèlement, se développent, essentiellement du fait de petits tour-opérateurs, des produits de niche plus ciblés vers l'«aventure» («raids» en 4x4, quad ou dromadaires), le sport (randonnées pédestres, cyclistes ou équestres), le sport-aventure⁽³⁾ le ressourcement ou l'incentive d'entreprise. Ces formes alternatives de tourisme ne peuvent être, par essence, que limitées puisque les actifs spécifiques sur lesquels elles reposent peuvent être assez vite mis en danger par une augmentation du nombre de touristes au-delà de la capacité de charge liée à ce type de tourisme. On assiste en effet, sur l'ensemble des destinations, à une massification du tourisme au Sahara devenu un produit marchand de grande consommation. Les exemples proposés par Asmae Bouaouinate sur l'évolution du tourisme dans les zones sahariennes de l'Erg Chebbi et de M'Hamid au Maroc en sont une triste illustration⁽⁴⁾ Un danger également relevé par Mohalmed Boukherouk qui souligne les effets désastreux de la massification en termes de pollutions diverses : bruit, ordures, destruction des écosystèmes, etc.

Les «produits» proposés à la consommation des touristes s'avèrent également standardisés, montrant par là même que les populations locales

1) Minvielle, J.-P., p.33

2) Bahani, A.

3) Mottiaux, A.

4) Bouaouinate, A.

ont su faire émerger partout les mêmes pratiques afin de capter au mieux la manne touristique. Pour n'en donner qu'un seul exemple, on ne peut qu'être frappé par la similarité de l'offre «coucher de soleil» que l'on peut trouver dans les dunes de Laariguët, au nord de l'oasis de Nefta dans le Sud-tunisien, et celle offerte dans les dunes de Ras el Erg, au bord de l'Erg Chebbi au Maroc⁽¹⁾: arrivée en 4x4, fin de parcours à dos de dromadaire ou à pied encadrée par des «guides» locaux, consommation du verre de thé, achat de babioles, etc. Dans les deux cas les ingrédients sont les mêmes, subtil mélange d'authenticité (organisée et parfois folklorisée), de fraternité (marchande) et de complicité entre touristes et accompagnateurs locaux, d'émotion face à un spectacle extraordinaire pour le touriste occidental. Bien évidemment, la présence parfois de plusieurs dizaines de 4x4 et d'encore plus de touristes massés sur LA dune officielle, peuvent venir dégrader quelque peu la perception d'une expérience que la plupart des touristes souhaiteraient authentique et unique. Il peut alors être frustrant de ne se retrouver que «consommateur» (parmi d'autres) alors que l'on se rêvait spectateur, voire même acteur, d'une aventure individuelle. Cette consommation rapide du désert, «désert express» pour reprendre l'expression d'Asmae Bouaouinate qui permet, à défaut d'un contact authentique et d'un véritable investissement de voyageur, de «faire le Sahara» dans des conditions optimum de rentabilité marchande pour les opérateurs, se retrouve dans toutes les activités dites «de circuit»: le touriste consommateur se doit d'effectuer un certain nombre de tâches en un temps limité. L'achat de ce package commercial parfaitement adapté à la demande (thé, repas local, ballade à dos de dromadaire, contact avec les bédouins, 4x4, etc., le tout en un temps limité et dans des conditions occidentales de confort et de sécurité) permettra ainsi au visiteur de se prévaloir ensuite d'avoir «fait le Sahara». Il est d'ailleurs intéressant de noter l'importance de la «restitution» de cette aventure après le retour du touriste dans son pays d'origine: la capture de l'image est primordiale dans l'expérience⁽²⁾: on relève ainsi des arrêts photo obligatoires parmi lesquels l'immobilisation du 4x4 en position périlleuse au sommet ou au creux d'une dune de sable est quasiment une figure imposée. La régularité de métronome de cette mise en scène avec le défilé incessant des groupes observant les mêmes trajets et les mêmes arrêts est particulièrement intéressante pour

1) Bouaouinate, A.

2) Minvielle, J.-P.

l'observateur acceptant de stationner, sur les dunes de Laariguet par exemple ou au bord de l'Erg Chebbi⁽¹⁾ durant l'heure précédant le coucher de soleil. Le spectacle des ces masses canalisées parcourant des dunes défigurées par le passage incessant des 4x4 laisse songeur au regard de l'imaginaire saharien déjà considérablement dénaturé par les hôtels cinq étoiles ou, à l'opposé, les campements «berbères ou bédouins» surpeuplés, bruyants, souvent contigus les uns aux autres et environnés d'ordures mal dissimulées apparaissant et disparaissant au gré des vents de sable successifs. Par ailleurs, comme le souligne Jean-Mehdi Chapoutot, l'utilisation de dromadaires de bât pour les méharées à la place des dromadaires de monte, qui plus est souvent équipés de selles avec poignées de maintien pour sécuriser les touristes, ne contribue pas à améliorer l'image du tourisme au Sahara. Toutes ces pratiques se positionnent en directe opposition avec les demandes des touristes telles qu'elles se sont manifestées à travers les enquêtes menées par Wided Majdoub et qui font apparaître, avant toute chose, un recherche d'authenticité. Enfin, l'absence de formations de guides sahariens spécialisés qui pourraient servir de médiateurs entre les touristes et l'environnement qu'ils parcourent, constitue également un handicap important souligné par plusieurs contributeurs.⁽²⁾

Ce tourisme au Sahara, s'il se développe, n'en pose pas moins certaines questions quant à ses retombées de tous ordres.

3 - Les effets sur l'environnement

Sur le plan environnemental, la mise en tourisme peut avoir, en même temps, des effets négatifs et positifs. Pour ce qui concerne la gestion de l'eau par exemple, on sait que les oasis du sud-tunisien, outre les nappes phréatiques, recourent également aux nappes fossiles du SASS (Système Aquifère du Sahara Septentrional). D'un point de vue théorique, ce seul recours interdirait de parler de développement durable dans la mesure où ces dernières ne constituent pas des ressources renouvelables. Leur utilisation constitue donc un prélèvement net et oblitère d'autant la capacité des générations futures à répondre à un besoin vital. D'après les projections

1) Bouaouinate, A.

2) Chapoutot, J.-M., Majdoub, W., etc.

effectuées par les hydrogéologues, même en restant dans les systèmes productifs oasiens traditionnels (palmiers dattiers et cultures «sous-étage» fruitières et maraîchères, arboriculture, élevage, etc.), l'exploitation des nappes fossiles au rythme actuel ne permettra pas le maintien de l'activité au-delà du milieu du siècle. Il est souvent avancé que le développement d'un tourisme de masse fortement consommateur d'eau (zones hôtelières de Douz ou Tozeur par exemple) avec des équipements pas toujours adaptés à l'environnement (piscines, golfs) est susceptible d'accélérer ce processus⁽¹⁾. En fait, les travaux menés par Amel Souissi dans l'oasis de Tozeur conduisent à fortement nuancer cette assertion : même si la gestion de la ressource par les opérateurs du tourisme n'est pas toujours exemplaire, il n'en demeure pas moins que la consommation totale du secteur ne représente que 1 % de la consommation d'eau de la ville, très loin derrière l'agriculture qui en accapare plus de 90 %. Si l'on s'attache à la seule eau potable fournie par la SONED, le secteur touristique n'en consomme que 5,5 % contre plus de 70 % pour la consommation des ménages tozeurois et 10 % pour les usages industriels.

A l'inverse, comme le rappellent Géraldine Froger et Mehdi Marzouki à travers une revue de la littérature, le développement d'un tourisme naturel et patrimonial peut permettre, en leur accordant une nouvelle valeur «marchande», une protection de la biodiversité, des systèmes de production traditionnels et de la qualité des paysages. Sur ce plan des paysages, on relève ainsi que c'est dans un souci de valorisation touristique que certains ouvrages, comme par exemple l'oued de Tozeur, ont pu être préservés afin de conserver à l'oasis un de ses principaux attraits.⁽²⁾ En contre exemple, on constate que certaines autres oasis, comme celle de Nefta située à 25 km de Tozeur, ont fortement pâti de la disparition de certains éléments caractéristiques des lieux. En effet, dans le cas de Nefta, la plupart des analystes attribuent à la transformation, après assèchement des sources et tarissement de l'oued qu'elle alimentait, de son principal attrait, la «Corbeille de Nefta», en un triste bassin cimenté, la raison principale de la

1) De 1987 à 2006, la capacité hôtelière des oasis du sud-tunisien a triplé, passant de 3.300 à 11 046 lits, principalement dans les oasis de Tozeur, Nefta et Douz.

2) Boulifa, F.

désaffection dont souffre cette petite ville qui fut, autrefois, un des hauts lieux du tourisme saharien. Herbert Popp souligne de son côté le paradoxe de la disparition progressive du patrimoine architectural marocain constitué par les Kasbahs, Ksars et Tighremts de la pente méridionale du Haut-Atlas au sud du Maroc. Ces bâtiments, dont on retrouve des descriptions enthousiastes dans les premiers guides de voyage datant de la période du protectorat français, sont à présent délaissés par les populations locales qui leur préfèrent désormais le «tout-béton» des constructions modernes, détruisant ainsi des paysages ancestraux à très fortes potentialités touristiques. Herbert Popp, face à la modernisation de ces paysages, conclut que, plus que d'une «*route des Kasbah*» (appellation officielle de ce circuit touristique), il conviendrait mieux à présent de parler d'une «*route des téléboutiques*»... Et pourtant une clientèle particulièrement aisée existe pour ce type de produit, prête à payer des prestations à forte valeur ajoutée pour consommer cet «orientalisme» adapté à leurs goûts par quelques promoteurs privés, le plus souvent européens. En fait, pour satisfaire cette demande, Herbert Popp soulève une nouvelle problématique qui est que, face à la difficulté d'acheter et de transformer aux normes occidentales les anciennes Tighremts, on assiste à la construction de «copies», directement adaptées à des usages hôteliers pour la plus grande satisfaction de clients toujours soucieux de leur confort. L'usage commercial du mythe se fait alors au détriment de l'authenticité : dans la mesure où ces «produits» correspondent à la demande, il n'est plus nécessaire de préserver le patrimoine véritable... On retrouve d'ailleurs certains aspects de ces problématiques pour ce qui concerne les ksour du sud-tunisien.⁽¹⁾

Si le tourisme écologique ou patrimonial pourrait permettre d'envisager la protection de ces espaces, il n'en demeure pas moins que, comme le rappelle Abdelkabar Bahani, la population des touristes étant encore loin d'être constituée principalement d'écotouristes ou de touristes solidaires ou responsables, il est difficile de demander aux opérateurs locaux, soumis aux exigences de leurs clients, de faire passer la préservation des potentialités naturelles avant leurs intérêts commerciaux.

1) Abichou, H., Sghaier, M., Rey-Valette, H.

Ceci concerne en particulier les oasis qui constituent de véritables réservoirs génétiques dans la mesure où les espèces qui y sont cultivées proviennent souvent de souches spécifiques, anciennes et adaptées, qui ont évolué sans influences extérieures. Les oasis constituent aussi des réserves biologiques ainsi que des étapes pour les oiseaux migrateurs. Les parcs nationaux constituent également une potentialité de développement d'un tourisme écologique et de nature. A l'heure actuelle, pour ne prendre que cet exemple, le parc national de Sidi Toui dans le Sud-est tunisien, n'est que très peu mis en valeur et sa fréquentation est principalement le fait des populations locales ou régionales (95 % des visiteurs sont tunisiens)⁽¹⁾. Un potentiel important existe pourtant, mais qui ne semble pas tenter les opérateurs du tourisme qui considèrent qu'un tel «produit» ne présente pas suffisamment d'atouts sur le plan commercial⁽²⁾.

A la suite de Géraldine Froger et Mehdi Marzouki, on relèvera d'ailleurs que cette notion d'écotourisme demeure imprécise et reste sujette à de multiples interprétations et la citation qu'ils font de Ceballos-Lascurain pourrait s'appliquer à diverses formes de tourisme : *«l'écotourisme est une forme de tourisme qui consiste à visiter des zones naturelles relativement intactes ou peu perturbées, dans le but d'étudier et d'admirer le paysage, les plantes et animaux sauvages qu'elles abritent, de même que toute manifestation culturelle (passée et présente) observable dans ces zones»*. Au regard de la problématique reliant tourisme saharien et développement durable, ce qui nous intéresse cependant au premier chef est le souci manifesté par l'écotourisme de respecter et protéger l'environnement humain et naturel. Ainsi d'après Godwin, cité par Froger et Marzouki *«l'écotourisme est une forme de tourisme, ayant de faibles impacts sur la nature, qui*

1) Abdelkader, E.I., Tbib, A., Ferchichi A.

2) Lors d'une conversation à « bâtons rompus », un des plus importants opérateurs touristiques en Tunisie nous indiquait que la première attention qu'il portait avant la mise en marché d'un site était la qualité des infrastructures locales de restauration, sachant que la plupart des retours qu'il avait de ses clients étaient des réclamations concernant l'insuffisance des prestations hôtelières et de restauration, et quasiment jamais des félicitations sur l'intérêt des sites visités. Par ailleurs, on sait que l'inexistence de telles infrastructures, en ne permettant pas aux guides et chauffeurs de prélever leur pourcentage sur les produits ou services vendus à leurs touristes par les prestataires locaux, fait que ces accompagnateurs délaissent ces sites qui ne présentent pour eux aucun intérêt financier.

contribue au maintien des espèces et des habitats soit directement via sa contribution à la conservation et/ou soit indirectement via les retombées économiques octroyées aux populations locales, retombées suffisantes pour leur permettre de valoriser et de protéger leur héritage naturel comme source de revenus».

Au-delà de l'écotourisme en tant que tel, la valorisation par le tourisme de ces spécificités environnementales pourrait avoir des effets bénéfiques sur la préservation de ce patrimoine. Si certains paysages peuvent être ainsi protégés, voire valorisés (meilleure gestion des ordures ménagères par exemple) l'introduction du tourisme peut également entraîner des dégradations importantes accentuées par la contrainte commerciale d'une consommation «confortable» et rapide du Sahara qui conduit à surexploiter les zones proches des hôtels à quatre ou cinq étoiles. Le résultat est parfois préoccupant. A Douz par exemple, la «grande» dune d'Ofra située à proximité de la zone touristique, surpiétinée, n'est plus qu'un mamelon de sable durci par le passage journalier des piétons, dromadaires, 4x4, motos et quads. Les dunes de Laariguet à une vingtaine de km au nord de Nefta, connues pour avoir été le lieu de tournage du film Starwars, ne sont plus qu'un champ labouré, surencombré de véhicules à certaines heures de la journée. Les dunes environnant le site de Starwars, qui reçoivent la majorité des campements touristiques temporaires constitués de tentes bédouines souffrent des pratiques irresponsables de certains opérateurs qui abandonnent sur place leurs déchets après la levée de leurs bivouacs, créant ainsi un contraste affligeant entre des barkhanes magnifiques au pied desquelles s'entassent des «spots» d'ordures abandonnées. Un phénomène que l'on retrouve malheureusement dans tous les espaces sahariens mis en tourisme comme le déplorent Abdelkabar Bahani pour la vallée du Drâa, Asmae Bouaouinate pour l'Erg Chebbi et M'hamid et plus globalement pour l'ensemble des zones sahariennes du Maroc, Mohamed Boukherouk. Auparavant enfouie dans le Sud tunisien, la petite oasis de Ksar Ghilane est désormais vouée à la banalisation depuis l'ouverture en 2007 d'une nouvelle route goudronnée, souhaitée par certains tour-opérateurs afin de ménager leurs véhicules et d'en augmenter la fréquentation touristique de masse, qui détruira par là même ce qui en faisait la spécificité et l'originalité. Comme nous le développons plus loin, cette extension des réseaux routiers, en en

facilitant l'accès, banalise les destinations qui perdent ainsi l'essentiel de ce qui fait leur attractivité pour les touristes. Désormais, les opérateurs touristiques n'ont plus pour seul choix que de pousser encore plus loin leurs circuits, consommant ainsi l'espace saharien en le banalisant et le détruisant, progressivement mais implacablement. Ainsi, après construction de sa nouvelle route d'accès goudronnée, l'oasis de Ksar Ghilane va subir directement l'impact d'un tourisme de masse qu'elle ne pourra accueillir qu'au prix de sa banalisation et de la destruction de son identité, sans même parler du coût écologique qui s'ensuivra... Elle sera donc dévalorisée pour les opérateurs se prévalant d'un tourisme authentique et d'aventure qui la feront ainsi progressivement passer du statut de lieu de destination à celui de lieu de départ pour des pénétrations toujours plus profondes, et destructrices, dans le désert... Un phénomène de consommation de l'espace décrit par ailleurs pour le Maroc par Asmae Bouaouinate. Hormis le lieu où il se déroule, ce **Tourisme au Sahara** ne ressemble en rien à ce que l'on pourrait imaginer être un véritable **Tourisme Saharien**⁽¹⁾.

4 - Les effets sur l'économie

Sur le plan économique, l'évolution climatique et la raréfaction des ressources (eau en particulier), combinées aux pressions sur les activités agricoles (impératifs d'adéquation à l'évolution des débouchés marchands), conduisent à une fragilisation des systèmes économiques oasiens traditionnels, à une augmentation de la pauvreté et de la vulnérabilité et à des mouvements de populations. Face à ces difficultés, le développement du tourisme pourrait apparaître comme une réponse adaptée. Il peut cependant revêtir des formes tellement différenciées qu'une appréciation unique ne peut être avancée. Le tourisme de masse, susceptible de générer le plus de valeur ajoutée, accapare des ressources rares au détriment d'autres activités, et n'est donc pas forcément le plus favorable en termes de contribution au développement local. De plus, l'expérience montre que seule une très faible partie de la valeur ainsi créée profite aux populations locales, un biais que l'on constate même dans les formes de tourisme a priori les plus

1) Minvielle, J.-P.

respectueuses de l'environnement naturel et humain comme l'écotourisme.⁽¹⁾ En effet, dans le Sud tunisien par exemple, on constate que les plus grands hôtels appartiennent à des promoteurs du littoral ou à des sociétés à forte participation bancaire et étrangère et que leur approvisionnement s'effectue principalement à partir de Tunis et des grandes villes littorales : Sfax, Sousse et Gabès. Ce constat peut également être fait dans les zones touristiques sahariennes du Maroc⁽²⁾. Au-delà de ces cas précis, se pose la question des jeux d'acteurs et des divergences de stratégies et d'objectifs entre les différents intervenants des systèmes touristiques⁽³⁾, rapports de force qui déterminent un tourisme saharien aux composants pouvant parfois apparaître incohérents.

Les achats d'artisanat sont faibles⁽⁴⁾ et concernent principalement de l'artisanat «industriel» en provenance de lieux de production éloignés, comme par exemple les poteries de Nabeul que l'on retrouve sous une forme identique dans tous les sites touristiques de Tunisie.

A la frontière des considérations économiques et culturelles, Abdelkabar Bahani insiste sur le cas des infrastructures créées par des associations entre des hommes originaires du lieu d'implantation, qui apportent leur connaissance du milieu local et parfois la propriété foncière, et des femmes étrangères qui apportent les financements nécessaires au projet, associations souvent conclues sur la base d'amitiés ou de mariages mixtes au devenir parfois improbable.

La durée réduite des séjours des touristes dans les zones sahariennes pose également un problème récurrent : 1,4 nuitées en moyenne dans la région de Tozeur en Tunisie, taux quasiment identique à celui relevé dans la vallée du Drâa moyen au Maroc⁽⁵⁾ ainsi que, globalement, dans l'ensemble de l'espace saharien marocain⁽⁶⁾. Ceci résulte principalement du fait que le tourisme au Sahara demeure pour l'essentiel un sous-produit du tourisme balnéaire et se décline principalement sous la forme d'excursions de durée limitée⁽⁷⁾. Ceci est particulièrement manifeste dans les lieux touristiques

1) Froger, G., Marzouki, M..

2) Bahani, A. ; Ramou, H.

3) Jaziri, R., Bousaffa, A., Moumni, Y., Helal, M. ; Zougar, M.

4) Ramou H.

5) Bahani, A.

6) Boukherouk, M.

7) Chapoutot, J.-M.

comme la chaîne des Matmatas⁽¹⁾ qui, malgré leur grand intérêt patrimonial, culturel et paysager, restent de simples lieux d'excursion à la journée ou de transition vers les destinations plus «sahariennes» que peuvent être Douz ou Tozeur.

Il semblerait ainsi que le désir de «faire» le Sahara soit important, y compris dans ses composantes «authenticité» et «aventure», mais dans le confort et sans perte de temps inutile : les hôtels quatre étoiles représentent ainsi près de 70 % des nuitées dans la vallée du Drâa, les trois étoiles et plus 96 % des nuitées dans la région de Gafsa-Tozeur (41 % pour les quatre et cinq étoiles). Parallèlement, on note un très fort développement de l'hébergement chez l'habitant au Maroc (la fréquentation des maisons d'hôtes a augmenté de 196 % entre 2005 et 2006⁽²⁾ alors que ce type d'accueil n'en est encore qu'à ses balbutiements dans le Sahara tunisien. D'après Bahani, il résulte de cette fréquentation principalement «secondaire» une sous-utilisation des infrastructures hôtelières : 16 % de taux d'occupation en 2006 dans la vallée du Drâa moyen au Maroc 33 % dans la région de Tozeur en 2004.

Concernant les emplois directs créés, l'impact est à première vue positif : la seule zone touristique de Douz par exemple emploie 400 chameliers et 800 personnes dans l'hôtellerie. Le développement touristique du village de Matmata a eu des effets directs et indirects positifs sur l'économie locale⁽³⁾. De tels effectifs ne doivent cependant pas faire illusion. En effet, la structuration de la filière et les relations de pouvoir qui y opèrent sont telles que la majorité de la valeur ajoutée est captée par les intermédiaires. Ainsi, qu'il s'agisse des chameliers ou des conducteurs de calèche, les recherches de terrain montrent qu'en moyenne 70 % du coût de la prestation est prélevé par des intermédiaires, interdisant ainsi à ces opérateurs locaux de fournir une qualité de service correspondant à l'argent déboursé par les touristes⁽⁴⁾. Ces prélèvements, bien que variables, se retrouvent dans toutes les activités liées au tourisme : boutiques d'artisanat, restaurants, cafés, etc., une situation particulièrement bien analysée par Hassan Ramou dans la zone de Saghro dans le Sud marocain.

1) Hammami Z.

2) Bahani, A.

3) Hammami, Z.

4) Hammami Z. ; Zougar, M..

Pour ce qui concerne les emplois salariés créés, ils sont le plus souvent précaires, saisonniers et mal rémunérés. L'impact économique réel au niveau local est donc considérablement inférieur à celui que l'on pourrait estimer à partir des dépenses des touristes. Se trouve ainsi posée la question de l'intégration des activités touristiques dans les systèmes locaux d'activités et les formes de relation des acteurs de ces territoires impliqués dans l'activité touristique avec les filières touristiques au plan national et international. L'expérience conduite par le projet PAOTIC dans l'oasis de montagne de Chebika dans le Sud-ouest tunisien est particulièrement intéressante de ce point de vue⁽¹⁾. Les objectifs du projet visaient une réorientation vers des activités éco-touristiques, directement prises en charge par les populations locales, de la fréquentation importante de cette petite oasis. Au terme du projet, et malgré la très grande qualité des réalisations effectuées et leur parfaite intégration dans le milieu local, force est malheureusement de constater que les acteurs traditionnels du secteur (guides, chauffeurs, agences locales) ont parfaitement su le vider de sa substance afin de réduire quasiment à néant les efforts entrepris. Ainsi, la boutique destinée aux femmes du village, dont la construction est terminée depuis 2007, n'a toujours pas pu ouvrir ses portes et seuls demeurent les marchands «traditionnels» de pacotilles artisanales normalisées importées des centres industriels de production d'«artisanat» touristique bas de gamme de Tunisie. Le «jeu des acteurs» commerciaux traditionnels⁽²⁾ a ici parfaitement montré sa capacité à bloquer toute innovation visant à une meilleure redistribution locale des revenus tirés de l'activité touristique. Ce sont là des difficultés rencontrées également dans la région de Tataouine⁽³⁾. Une approche intéressante est proposée par Hassan Ramou qui, après analyse de la situation prévalant dans le Saghro au sud du Maroc, et considérant la faiblesse des retombées économiques du tourisme au niveau des acteurs locaux, en vient à conclure que, finalement, les activités touristiques des oasiens étant insuffisamment rémunératrices pour les faire vivre, elles peuvent être considérées comme une subvention apportée à l'agriculture locale en permettant à ces acteurs de survivre sur place. Parallèlement à cet investissement des acteurs locaux, on note également l'apparition de nouveaux acteurs (étudiants des Beaux-arts, nouveaux diplômés de

1) Lakhdar, H.

2) Jaziri, R., Bousaffa, A.

3) Mounni, Y., Helal, M.

l'enseignement supérieur par exemple) qui viennent intégrer ces activités touristiques⁽¹⁾.

Les interrogations sur la valeur ajoutée et sa répartition font directement référence, dans le cas du tourisme saharien, à la question de la valorisation de la destination par des politiques de prix plus «élitistes». On le sait, pour des raisons conjoncturelles remontant aux années 90 (forte augmentation de l'offre d'hébergement et effondrement de la demande en raison des événements internationaux tels que la guerre du Golfe et les attentats du 11 septembre), les destinations balnéaires tunisiennes ont fait l'objet d'offres de prix «cassés» sur le marché international. Face à la puissance des tour-opérateurs, de conjoncturelle au départ cette pratique de prix bas est devenue véritablement structurelle. Il serait souhaitable que la destination 'Sahara', pour laquelle la Tunisie dispose d'avantages comparatifs considérables (proximité avec l'Europe, infrastructures hôtelières et d'hébergement, aéroports internationaux, sécurité, etc.), et qui est encore une destination «émergente», puisse ne pas tomber à son tour dans ce travers. Cependant, comme le notent Géraldine Froger et Mehdi Marzouki, les indicateurs du moment, avec des taux annuels de remplissage des hôtels de l'ordre de 30 %, ne laissent pas transparaître de grands espoirs. De ce point de vue, le fait que le tourisme au Sahara soit essentiellement, en Tunisie tout au moins, un sous-produit du balnéaire, ne permet pas d'espérer la captation d'une clientèle plus aisée que celle alimentant actuellement le tourisme de masse des zones côtières. Par ailleurs, on le sait, il est illusoire d'espérer capter une clientèle acceptant de payer cher des prestations de qualité si on la met au contact direct d'un tourisme de masse à «bas coût». Ainsi que l'analysent Géraldine Froger et Mehdi Marzouki, le développement de l'écotourisme, sans pour autant méconnaître ses difficultés et mésestimer ses limites, pourrait ainsi apparaître comme une forme alternative de tourisme mieux adaptée que le tourisme de masse aux ambitions du développement durable des zones sahariennes.

5 - Les effets sur le plan culturel et social

Sur le plan culturel et social les populations vivant dans les zones sahariennes, et particulièrement dans les oasis, ont bâti des systèmes

1) Zougar, M.

anthropiques spécifiques. Etablis dans un environnement «hostile», ces systèmes sont en effet de bons exemples d'un développement durable construit en harmonie avec une nature extrêmement contraignante. Cette construction repose sur des cultures, des identités et des relations sociales fortes, établies au fil des siècles. Ces éléments constituent des «aménités patrimoniales» qui viennent s'articuler aux aménités environnementales pour constituer la base de l'attraction touristique. Le tourisme saharien s'y intéresse donc, mais de manière différente suivant son *modus operandi*. Pour la masse des excursionnistes (les visiteurs à la journée venus de gros centres balnéaires côtiers) la rentabilité conduit à une consommation culturelle rapide et superficielle. Il existe alors un fort risque de folklorisation des cultures locales dans des représentations marchandes souvent dévoyées. Pour les touristes venus chercher plus d'authenticité, certains tours opérateurs proposent des contacts plus personnalisés *chez l'habitant* au sein de villages ou de campements⁽¹⁾.

Malgré une volonté affichée d'éthique et de bonne pratique, il semble nécessaire de mener des investigations sur l'impact réel de cette introduction répétée de consommateurs du nord au pouvoir d'achat considérable et à la culture dominante au sein de communautés fragiles. Dans les deux cas, les risques résultant de la mise en contact de cultures différentes par le biais de relations qu'il faut bien considérer comme fondamentalement marchandes et déséquilibrées, quelle qu'en soit leur forme, demeurent. On relève ainsi, parmi d'autres, les risques soulevés par Abdelkabar Bahani concernant l'attraction vers l'occident qui se manifeste pour les jeunes marocains et marocaines par les mariages mixtes et leurs effets déstructurants. Cet attractivité des touristes et, à travers eux, de l'accès au monde occidental, se manifeste par le développement chez les jeunes des activités locales de «bezeness⁽²⁾», le refus de ce qu'ils considèrent désormais comme l'«arriération» de la société locale, et finalement la recherche par tous les moyens de l'émigration vers l'occident. Enfin, comme le relève Zayed Hammami dans la zone de Matmata, on constate l'apparition de comportements de mendicité totalement en contradiction avec les pratiques traditionnelles locales.

1) Abichou, H., Bahani A.

2) Sont regroupées sous ce vocable toutes les activités de « services » que les jeunes peuvent offrir aux touristes de passage.

Le développement du tourisme dans certaines zones, par les activités qu'il génère et l'intérêt qu'il soulève auprès des populations locales, a également des effets sur la répartition démographique des zones touchées. Dans la région de Matmata, Zayed Hammami relève ainsi une forte concentration de la population de la région dans l'imada de Matmata et plus encore à l'intérieur du seul périmètre communal au sein duquel sont concentrés les centres d'intérêt touristiques : hôtels, restaurants, certaines maisons troglodytes, etc. Pour autant, ce développement touristique n'apparaît pas suffisant pour limiter l'émigration traditionnelle des matmatis vers les villes du littoral, particulièrement la capitale Tunis.

La mise en tourisme ne peut donc être, de ce point de vue, totalement neutre, et se pose alors la question de savoir par quelles adaptations ces cultures et ces identités, qui représentent le véritable patrimoine humain saharien, peuvent y survivre sans tomber dans les travers de l'acculturation, de l'assujettissement ou de la folklorisation, de cette réinvention du passé dont Mourad Zougar souligne les risques. Par ailleurs, l'introduction de nouvelles activités peut entraîner un bouleversement des hiérarchies économiques et sociales, par exemple en détournant la main d'œuvre vers les services rendus aux activités touristiques au détriment des activités traditionnelles nécessaires à l'entretien du milieu oasisien⁽¹⁾. On assisterait alors au paradoxe ultime d'oasis périlissant par manque d'entretien, et donc perdant une grande partie de leur attractivité. Enfin, dans les centres urbains et villageois, la mise en scène «typique» des lieux susceptibles de répondre à l'attente des touristes présente également des risques de dérapage vers une authenticité de pacotille telle qu'on la retrouve déjà largement dans l'offre d'artisanat.

Un cas à part nous est fourni par l'exemple des troglodytes de Matmata. Cet habitat présente des particularités qui en font, en tant que tel, un produit touristique à part entière. Zayed Hammami démontre l'impact positif de la mise en tourisme de ces habitats particuliers et qui a conduit à la préservation et la rénovation de nombre d'entre-eux, précédemment voués à l'abandon. Un autre intérêt est que cette mise en valeur est le fait des populations locales elles-mêmes qui ont ainsi pu ouvrir aux touristes leurs demeures ancestrales pour la plupart délaissées, les entretenir et en tirer quelques profits.

1) Hammami, Z.

Plus spécifiquement, un point particulièrement intéressant concerne la perception par les populations du sud de leur environnement et des modifications qui y ont été apportées par le tourisme. Pour les populations sahariennes, confrontées à un environnement rude et difficile, l'oasis représente l'incarnation du paradis. A l'inverse le désert, à l'exception notable des populations nomades les plus récemment sédentarisées pour lesquelles il nourrit encore une identité forte, représente un espace répulsif qui inspire la peur. Si la perception de l'impact du tourisme est alors ambivalente dans le cas des oasis (positive lorsqu'elle permet la préservation des paysages et des oueds, voire la création d'espaces de loisirs respectant l'environnement naturel, négative lorsqu'elle conduit à des réallocations totales de l'espace), elle est clairement positive dans le cas du désert puisqu'elle permet la valorisation d'un espace naturel considéré comme sans intérêt⁽¹⁾. Un point particulièrement instructif de l'étude de terrain menée par Fathi Boulifa dans les villes de Tozeur et Douz, concerne l'appréciation très positive portée par les habitants de ces villes sur les zones hôtelières touristiques. Considérées par les observateurs étrangers comme des «verrues» posées en bordure du désert et des oasis, ces zones urbanisées sur le modèle balnéaire le plus banal (grands hôtels 4 ou 5 étoiles avec piscines, normalisés pour la plupart sur les modèles standards internationaux), constituent paradoxalement pour les habitants des lieux des «emblèmes» de leurs villes. On notera cependant que les réalisations les plus appréciées sont celles qui valorisent au mieux l'authenticité et la culture arabo-musulmane, comme l'hôtel et les musées Dar Chraïet à Tozeur. On assiste alors quasiment à une véritable «re-création» d'une identité locale idéalisée sur le modèle orientaliste (mille et une nuits). En conclusion, Fathi Boulifa souligne l'impact important de la mise en tourisme sur le regard que les autochtones portent sur eux-mêmes et sur leur environnement : pour beaucoup d'entre eux, c'est «à travers les dépliants de l'ONTT⁽²⁾» qu'ils ont découvert leur propre région et la valorisation, à travers le regard de ces touristes étrangers, d'un environnement qui leur était jusqu'alors inconnu ou banal.

1) Boulifa, F..

2) ONTT : Office National du Tourisme Tunisien

6 - La place du tourisme saharien

Sur le plan de l'imaginaire, malgré toutes ces réserves présentées par les différents contributeurs, le Sahara demeure le lieu de tous les rêves. Ainsi, il est surprenant de constater la prééminence absolue des images des régions sahariennes dans les achats de cartes postales. Ces images représentent ainsi près de la moitié des cartes envoyées depuis l'ensemble de la Tunisie alors que les nuitées dans les régions sahariennes ne représentent que 3 % du total des nuitées touristiques du pays ! Il ressort de ce constat que le Sahara fait vraiment rêver et que, contrairement à ce que l'on pourrait penser pour un pays balnéaire bénéficiant de destinations phares comme Hammamet ou Djerba qui ne représentent à elles deux que 9 % des ventes totales de cartes postales alors qu'elles accueillent plus de la moitié des nuitées touristiques du pays, il constitue une image forte de la Tunisie⁽¹⁾.

Ce constat doit être mis en relation avec l'une des critiques les plus souvent formulées à l'égard du tourisme tunisien qui est son image de tourisme bas de gamme, bon marché. L'analyse conduite par Houssine Choyakh montre que l'on relève, dans le cas du tourisme dans le Sud tunisien, une très faible élasticité de la demande par rapport aux prix pratiqués et, à l'inverse, une forte élasticité par rapport aux niveaux de revenus des pays émetteurs. La combinaison de ces deux constatations, effectuées à partir d'une approche économétrique menée sur des séries chronologiques de 35 ans et portant sur la fréquentation des trois nationalités les plus représentées au Sahara (français, allemands et italiens), laisse supposer que le tourisme saharien présente des caractéristiques très différentes du tourisme balnéaire en matière de captation de la demande. En effet cette destination, par sa spécificité, est considérablement moins exposée à la concurrence internationale que ne l'est le balnéaire. Il en résulte que le tourisme saharien se positionne d'emblée comme une destination plus haut de gamme, considérablement moins sensible aux prix. Ces résultats ouvrent des perspectives intéressantes en termes de stratégies de développement du tourisme au Sahara en démontrant la possibilité d'augmenter la valeur ajoutée créée localement par des politiques de prix plus « élitistes », politiques qui seraient, par ailleurs, considérablement plus compatibles avec les

1) Minvielle, J.-P.

spécificités de la destination saharienne que les pratiques de masse actuellement mises en œuvre et qui posent d'importants problèmes par leurs retombées négatives sur l'environnement global de la région.

7 - Conclusion

Ces quelques considérations montrent que le tourisme au Sahara pose des questions de recherche qui ont été abordées dans d'autres configurations.

- Le risque d'une forme de «tragédie des communs» : l'activité touristique s'appuie sur un certain nombre de biens communs, de nature environnementale ou patrimoniale, ce qui a notamment conduit à la définition des «tourism commons». Or ce risque peut être renforcé par le jeu même des activités liées au tourisme. La question des formes de propriété et d'accès à ces «tourism commons» est cruciale du point de vue de la gestion de ce risque.

- Les formes de qualification des territoires oasiens liées à l'activité touristique : les activités touristiques contribuent, conjointement avec d'autres activités, à la production d'une «caractéristique de qualité territoriale», dans la mesure où les biens et services touristiques vont s'intégrer dans un «panier de biens», qui comprendra aussi un certain nombre de biens communs et d'autres biens privés, comme par exemple des produits agroalimentaires de terroir, qui participeront à ce processus de qualification. Cette caractéristique constitue un actif spécifique dont peut bénéficier l'ensemble des activités concernées. Toutefois la contribution de cette caractéristique de qualité à la génération de revenus pour les acteurs locaux dépend largement de la structuration des activités touristiques et des formes de la constitution du panier (panier à proprement parler ou «bundle» composé par les «tour-operators»).

- Ces considérations débouchent sur une interrogation sur l'impact des revenus générés par les activités touristiques valorisant les actifs environnementaux ou patrimoniaux dans les zones concernées : sont-ils comparables à ceux obtenus par des activités, éventuellement touristiques elles aussi, contribuant à la destruction de ces actifs. Ce débat a notamment déjà été posé dans le cadre du transfert de gestion aux populations locales dans les aires protégées et pourrait être étendu au cas des oasis.

- Cela conduit à envisager le rôle du tourisme saharien dans le développement local des zones concernées et à poser la question du rapport entre développement local et stratégie nationale de développement.

- Se pose également le problème de la mono-orientation vers le seul tourisme et des risques que cela induit.

- Enfin, le tourisme saharien peut-il satisfaire aux conditions requises pour un «tourisme durable», et à quel prix ?

Au terme de ses travaux, le colloque de Tozeur s'est avéré fort riche d'enseignements. Tout d'abord en raison du nombre important de communications proposées, plus de 70 dont 35 ont été retenues et ont fait l'objet d'une présentation durant la rencontre ; ensuite en nous ayant permis de regrouper un ensemble diversifié d'études, fournissant ainsi les matériaux de base à une réflexion plus globale et plus approfondie sur le tourisme saharien ; enfin en nous permettant de débiter une dynamique collective de recherche qu'il nous appartiendra désormais d'entretenir à travers un réseau de chercheurs sur le Tourisme Saharien.