

Université de Sousse
Faculté de Droit et des Sciences Economiques
et Politiques de Sousse
UR Tourisme et Développement

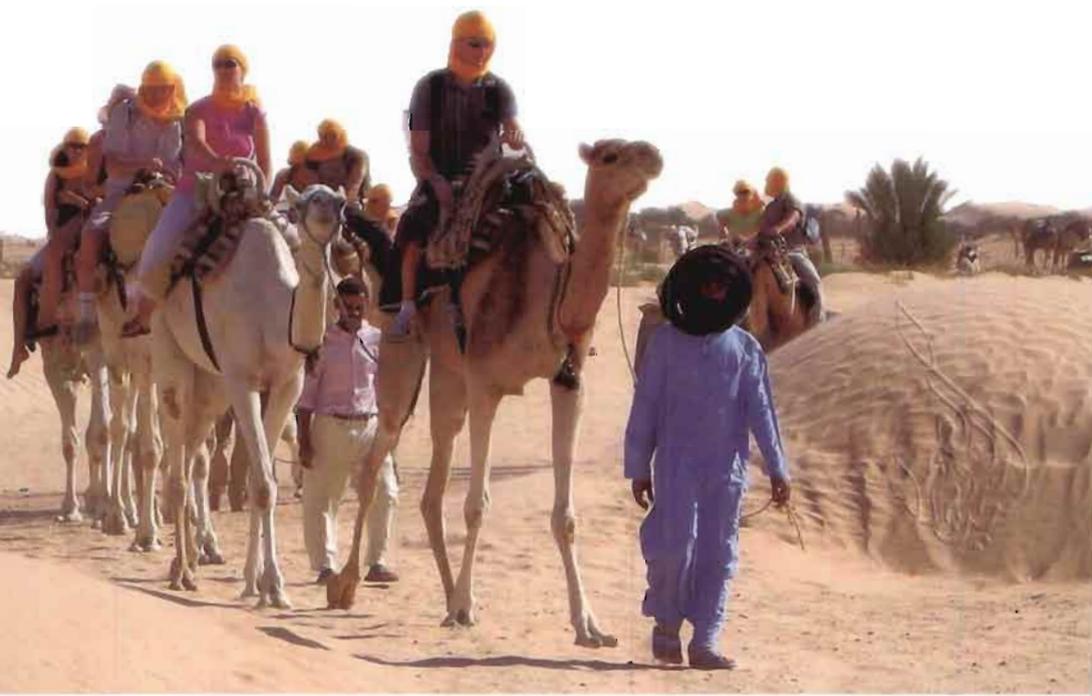
Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines
Institut de Recherche pour le Développement
UMR 063 C3ED



Tourisme saharien et développement durable

Enjeux et approches comparatives

Colloque international de Tozeur (Tunisie)
9 au 11 novembre 2007



Editeurs scientifiques

Jean-Paul Minvielle

Mounir Smida

Wided Majdoub

Actes du Colloque International



Tourisme saharien et développement durable

Enjeux et approches comparatives

Tozeur (Tunisie)
9 au 11 novembre 2007

Editeurs scientifiques

Jean-Paul Minvielle

Mounir Smida

Wided Majdoub

NOTE LIMINAIRE

Le colloque Tourisme et développement durable : enjeux et approches comparatives, co-organisé par l'UMR 063 C3ED de l'IRD et de l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines (UVSQ) d'une part, l'Université de Sousse et l'UR Tourisme et Développement de la Faculté de Droit et des Sciences Economiques et Politiques de Sousse d'autre part (FDSEPS), s'est déroulé à Tozeur (Tunisie) du 9 au 11 novembre 2007. Le présent ouvrage regroupe 28 des 36 communications présentées durant la rencontre, communications retenues parmi les 70 propositions qui avaient été faites au comité d'organisation en provenance de Tunisie, du Maroc, d'Algérie, de France, de Belgique, d'Italie et d'Allemagne.

Le but de cette rencontre était de faire émerger les problématiques qui se posent dans le cadre de la mise en tourisme des espaces sahariens et des zones fragiles, sensibles ou protégées, et d'en identifier les convergences et divergences. Au-delà du débat scientifique, il avait également pour objectif de jeter les bases d'un réseau international de chercheurs sur le tourisme saharien.

Les communications présentées dans cet ouvrage sont principalement basées sur des travaux de terrain conduits à la fois par des doctorants et des chercheurs confirmés. Ils proposent donc des analyses originales sur les réalités du tourisme au Sahara, principalement au Maroc et en Tunisie.



Sommaire

Jean-Paul Minvielle	Tourisme saharien et développement durable : enjeux et approches comparatives.....	9
Les formes de tourisme au Sahara		
Jean-Paul Minvielle	Tourisme au Sahara et imaginaires sahariens	33
Jean-Mehdi Chapoutot	Le Sud tunisien : objets, enjeux et perspectives dans le domaine touristique.....	67
Mounir Smida	Les mutations de l'offre dans l'activité touristique. Quelles perspectives pour le tourisme au Sahara ?.....	85
Géraldine Froger Mehdi Marzouki	Les formes de tourisme dans les régions ouest de la Tunisie : enjeux, opportunités et limites.....	107
Aude Mottiaux	Le tourisme sportif ou comment les sports-nature et sports-aventure contribuent au développement durable des zones sensibles.....	141
Pierre A. Reynaud	L'écotourisme ornithologique dans le Sud tunisien : analyse des carnets de birdwatcheurs.....	163
Azouz Ben Temessek	Tourisme saharien, tourisme écologique, tourisme culturel, l'inévitable interdépendance : étude du cas tunisien.....	191

Méthodologies d'analyse du tourisme au Sahara

Wided Majdoub	Proposition d'un nouveau cadre d'analyse du tourisme saharien : l'expérience de consommation.....	209
Jaziri Raouf Bousaffa Ali	Etude prospective du développement du tourisme saharien en Tunisie : analyse des jeux d'acteurs par la méthode Mactor.....	233
Houssine Choyakh	Estimation d'un modèle économétrique de la demande touristique pour la région du sud tunisien.....	263

Enjeux et impacts locaux du tourisme au Sahara

Mohamed Boukherouk	Le tourisme dans l'espace saharien à travers les expériences du Maroc et de la Tunisie. Réalité, enjeux et alternatives pour un développement durable.....	289
Fathi Boulifa	Le tourisme saharien et les transformations des paysages du sud-ouest tunisien.....	319
Adeline Cézeur	Valorisation des savoir-faire locaux par la mise en place d'un tourisme durable. Le cas du Tafilalet (Maroc) et du Nefzaoua (Tunisie)....	343
Mourad Zougar	La gouvernance des actifs touristiques culturels dans le Sud tunisien.....	357
Youssef Bokhbot	Tourisme, patrimoine et développement dans les zones sahariennes du Maroc.....	373
Amor Tbib Vincent Meyer El Idi Abdelkader	Tourisme saharien entre espoir de développement durable et menaces de perturbations environnementales en zones arides tunisiennes.....	381
Hammami Zayed	Tourisme et développement local dans les Matmatas (sud-est tunisien).....	399
Hakim Lakdhar	Produits et pratiques d'aménagement touristiques à l'oasis de montagne de Chébika : un enrichissement pour le tourisme saharien dans le sud-ouest tunisien.	433

Amel Souissi	Les problèmes de l'eau dans l'oasis de Tozeur : Insuffisance ou mauvaise gestion ?	443
Abdelkabar Bahani	Le tourisme dans le Draa moyen au Maroc : facteur de développement ou de concurrence ?	469
Hassan Ramou	La dimension économique de la durabilité du tourisme saharien : acteurs et retombées financières. Cas du Saghro, sud du Maroc....	503
John Shoup	Decline of the Tafilalt Oasis ?.....	537
Asmae Bouaouinate	Vers une massification du tourisme saharien au Maroc : le cas d'Erg Chebbi et de M'hamid..	553
Herbert Popp	La <i>Route des Kasbahs</i> , produit touristique d'une région présaharienne marocaine.....	583
Abdelkader El Idi Amor Tbib Ali Ferchichi	Le parc national de Sidi Toui : atouts pour une valorisation touristique.....	591
Hanane Abichou Mongi Sghaier Hélène Rey-Valette	La valorisation des ksour sahariens au sud-est tunisien : un essai d'orientation stratégique d'un développement touristique durable.....	609
Youssef Mourni Mustapha Helal	Le tourisme des franges pré-sahariennes: potentialités, aménagement et structuration. <i>IRZOD</i> à Béni Khédache et <i>Sur la route des caravanes</i> à Tataouine	629

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 Féérie Saharienne*»⁽¹⁾. La Féérie Saharienne... Aujourd'hui encore, cette féérie 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.

**FORMES DE TOURISME
AU SAHARA**

Tourisme au Sahara et imaginaires sahariens

Jean-Paul Minvielle⁽¹⁾

1 - Introduction

«Voici donc le désert, espace natif, préhumain, polymorphe, dont le vide naturel est offert à toutes les solitudes. Il fascine car il n'a précisément plus rien d'humain»⁽²⁾.

Cette citation de Jean-Didier Urbain, qui résume en quelques mots l'essentiel de ce qui fait l'attractivité du désert pour les voyageurs occidentaux, pose d'emblée la question sous-tendant notre réflexion dans cette communication : l'introduction du tourisme de masse au Sahara est-elle compatible avec cette vision, idéalisée mais cependant exacte, du désert ? En effet, le tourisme au Sahara pose une problématique très spécifique dans la mesure où il se construit et se développe en opposition immédiate avec tout ce qui fait la spécificité et l'attractivité du lieu. Pour être concis et provocateur, on pourrait simplement rappeler que, dès lors qu'il devient pénétré par les touristes, le désert n'est plus...

Il n'est plus préhumain, ni vide, et ne peut donc plus être offert à toutes les solitudes. Ceci d'autant plus que la consommation du désert par les touristes se fait sur la base d'une demande en parfaite opposition avec ces

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.

2) Jean-Didier Urbain, L'idiote du voyage, p. 227.

caractéristiques : pour être visité, le désert doit être «humanisé», on doit pouvoir s'y restaurer, y circuler dans un confort et une sécurité minimums, y dormir, etc. On est alors confronté au paradoxe de l'impossibilité théorique de la mise en tourisme d'un lieu pourtant fortement attractif, si ce n'est au prix de la destruction immédiate de ce qui en fait, justement, la valeur touristique.

Si le désert est polymorphe, les pratiques touristiques qui s'y exercent le sont également. Dès lors, émerge une interrogation qui est celle de savoir si ces différentes pratiques pourraient être classées à partir d'une différenciation entre **Tourisme Saharien** et **Tourisme au Sahara**, différenciation dont on sent, de manière intuitive, qu'elle pourrait être basée sur la plus ou moins grande adaptation des pratiques touristiques au milieu, sur le respect des lieux visités et de leur nature très particulière. Au-delà de son intérêt purement intellectuel, cette différenciation pourrait fournir une grille de lecture utile à la compréhension du phénomène touristique dans les zones sahariennes et à la définition de stratégies de développement durable. Ce questionnement de départ est basé sur l'hypothèse que certaines formes de tourisme dans les régions sahariennes sont d'une nature telle qu'elles sont totalement spécifiques à ce Désert. En d'autres termes, qu'elles ne peuvent s'exercer qu'au Sahara et nulle part ailleurs. Mais qu'à l'opposé d'autres pratiques plus génériques sont profondément destructrices des lieux car elles n'en respectent pas l'identité. On est alors amené à considérer que le tourisme dans les régions sahariennes recouvre au moins deux types de pratiques :

- un tourisme au Sahara articulé autour de la simple transposition de pratiques touristiques de masse habituelles en d'autres lieux (excursions, piscine, golf, etc.) ;

- un tourisme saharien articulé autour de la mise en valeur d'actifs spécifiques, matériels ou immatériels, qui justifierait de pratiques particulières.

Pour autant, si l'on peut établir avec certitude que les pratiques actuelles du tourisme au Sahara (généralement des pratiques de tourisme de masse) se révèlent fortement destructrices des lieux, des cultures et de certains patrimoines (alors qu'elles peuvent conduire à en préserver certains autres), cette différenciation ne permet pas d'avancer que les pratiques du tourisme saharien, s'il existe vraiment, ne le seraient pas tout autant. En effet

à l'inverse des premières, canalisées sur des itinéraires spécifiques qui, bien que surencombrés ont au moins le mérite de limiter la diffusion des nuisances, les secondes s'avèrent beaucoup plus perverses dans la mesure où la soif d'exploration et de sables vierges les conduit à pénétrer toujours plus loin au sein du désert.

Notre objectif dans cette communication n'est pas de conduire cette réflexion dans son ensemble mais, plus modestement, d'en aborder la première étape par l'analyse de la spécificité de la destination Sahara à travers l'imaginaire construit autour de celle-ci par les consommateurs d'une part (les touristes), les professionnels qui en font commerce d'autre part (tour-opérateurs, agences spécialisées, etc.) et qui fait du Sahara **bien plus qu'une simple destination touristique.**

2 - Désert : le dernier lieu des voyages ?

Il est généralement admis que le terme de touriste a été introduit en France en 1816, issu de l'anglais *tourist*, lui-même composé à partir de l'anglicisation du mot français «tour» au tout début du XIX^{ème} siècle. A l'origine, ce mot correspondait à la pratique du Grand Tour par les gentlemen anglais débutée au XVIII^{ème} siècle. Le mot tourisme, pour sa part, a été imposé en 1838 avec la publication des «*Mémoires d'un touriste*» de Stendhal.

Les termes de *touriste* et de *voyageur* sont alors à peu près synonymes et se réfèrent à l'itinérance, en opposition au tourisme de villégiature qui se développera par la suite. Très vite cependant, dès la seconde moitié du XIX^{ème} siècle comme le rappelle avec force documentation Jean-Didier Urbain dans «L'idiote du voyage», la dénomination de touriste devient péjorative puis injurieuse. C'est avec l'apparition des premiers voyages organisés (création de l'agence Thomas Cook en 1851) que l'opposition voyageur/touriste deviendra progressivement violente. Les écrits des voyageurs de cette seconde partie du XIX^{ème} siècle (ou du moins de ceux qui se considéraient comme tels) fournissent un florilège conséquent de critiques acerbes à l'égard du tourisme de groupe, «*ce mal nouveau et croissant*»⁽¹⁾, et de touristes devenus «*un objet qu'on transporte et qui*

1) Blackwood Magazine, février 1865.

subiti»⁽¹⁾. Cette analogie du touriste avec une marchandise se manifeste comme un écho étrange à une évolution plus ancienne, celle qui a fait que le terme de passeport, initialement appliqué au document accompagnant les déplacements des marchandises a été progressivement attribué à celui permettant le déplacement des personnes.

Depuis plus de 150 ans, cette dévalorisation du touriste n'a fait que croître, aidée en cela par la démocratisation des voyages et l'explosion du tourisme de masse : «*Ne soyez plus un touriste, devenez un voyageur*»⁽²⁾. Au-delà de ce simple constat, il est instructif de tenter de comprendre les racines de cette opprobre. Sans prétendre être exhaustif, ce qui demanderait l'écriture d'un livre entier, on peut en relever certaines :

- la masse : le touriste se déplace en groupe, ce qui limite ses interactions avec le milieu environnant, humain en particulier ;

- la non autonomie : le touriste voyage au même titre que ses valises et il est, comme elles, transporté d'un lieu à l'autre ;

- le parcours d'itinéraires balisés et sécurisés : le touriste emprunte toujours les mêmes itinéraires balisés, gage de sécurité, mais rendant de ce fait impossible toute découverte. La spontanéité des rencontres nouvelles n'est désormais plus possible ;

- etc.

Ces quelques caractéristiques font que certains des composants essentiels du voyage sont absents de la pratique touristique :

- la rencontre originale ;

- la découverte ;

- l'authenticité ;

- etc.

En fait, au sein de notre planète désormais mondialisée, on peut s'interroger sur le fait que cette recherche d'itinéraires vierges et de

1) G. Freund, cité par Urbain J.-D., 2002, p. 58

2) <http://magavoyage.net/>

rencontres imprévues ne relèverait plus tout simplement d'un Impossible Voyage : *«l'impossible voyage c'est celui que nous ne ferons jamais plus, celui qui aurait pu nous faire découvrir des paysages nouveaux et d'autres hommes, qui aurait pu nous ouvrir l'espace des rencontres»*⁽¹⁾

La question qui se pose alors est de savoir si le tourisme dans les régions sahariennes, en raison des caractéristiques particulières de ce milieu, peut permettre de retrouver ces caractéristiques fondamentales du voyage et sortir de la banalité normalisée et marchandisée du tourisme de masse. En effet, par son essence même d'espace non quadrillé par les réseaux de communication, le désert est supposé renfermer encore ces lieux et ces gens hors de portée du tourisme marchand de masse. Plus encore que la mer et les océans, souvent pollués par les manifestations humaines même dans leurs confins les plus éloignés (par exemple le rassemblement de déchets américains et asiatiques au sein du *trash vortex* situé au nord de Hawaï, au milieu du Pacifique, hors de toute ligne de communication) et souvent lieux de rencontres sur les routes transocéaniques, le désert est le seul espace terrestre demeuré identique à ce qu'il était depuis la nuit des temps. A l'encontre du reste du monde, désormais quadrillé, sillonné de voies de communications, envahis de constructions humaines, le désert, en offrant la possibilité de s'extraire des réseaux, des itinéraires domestiqués, des habitats, des commerces et des industries omniprésents partout ailleurs, est devenu un des derniers espaces permettant la différenciation de l'individu par rapport à tous ses autres semblables : celui qui pénètre le désert devient raider, baroudeur, aventurier, anachorète ou explorateur. C'est dans ces interstices résiduels d'une planète désormais mondialisée et connue dans ses moindres recoins que l'homme de passage peut ne plus se vivre «touriste». Et la demande est forte pour de telles destinations...

D'où il résulte que, immanquablement, l'«explorateur» du moment se verra rapidement suivi par d'autres puis, après que les stocks de désert déjà mis sur le marché auront été épuisés par la surfréquentation et les pollutions de toutes sortes, par les masses des touristes transportés par les tour-opérateurs. Le désert est alors peu à peu dévoré par l'inexorable avancée d'une industrie touristique prête à tout proposer pour capter toute demande solvable.

1) Marc Augé, 2008. *L'impossible voyage*, p.13.

Par cette pénétration de la consommation touristique normalisée et marchande du Sahara, les routes deviennent tracées, les plus rectilignes possibles afin de réduire les distances, ménager les véhicules et leurs passagers. Piste améliorée dans un premier temps, la route, dans la phase ultime du processus, se trouve réduite à sa forme la plus triviale : le revêtement macadamisé délimité par des lignes blanches et sécurisé par des panneaux indicateurs. Les masses empruntant ces itinéraires de «communication» sont désormais tenues de respecter les voies autorisées, les lignes directrices, les limites et les injonctions réglementaires. Toute l'infrastructure concourt à limiter, en fait à tenter de supprimer totalement, l'aventure, l'aléa et l'imprévu qui, s'ils sont les moteurs du voyage, sont également, malgré tous les discours qui les mettent en avant et que nous approfondirons plus loin, la hantise des touristes et des professionnels qui les prennent en charge.

Dans ces conditions, les touristes modernes et les tour-opérateurs qui les véhiculent n'ont plus rien de commun avec le Bernard Moitessier de «La Longue Route» refusant de couper la ligne d'arrivée de la première course en solitaire à la voile autour du monde, méprisant l'argent (dont il avait, alors, pourtant tant besoin) et les honneurs, pour poursuivre son voyage dont le but devient désormais d'éviter, justement, d'arriver à destination. La route moderne des touristes transportés n'est plus aventure, découverte, rencontres, elle n'est même plus un lien. Dans le tourisme au Sahara, la route n'est plus qu'une contrainte incontournable, une voie de transit entre les destinations où se nichent les gains des opérateurs du tourisme, les étapes marchandes particulièrement rémunératrices pour les chauffeurs et les guides : parkings, boutiques d'artisanat, cafés, restaurants, hôtels. Elle doit être parcourue le plus rapidement possible, dans les conditions les moins coûteuses. Dans le Sahara découpé en réseaux «...la sœur Anne, définitivement muette, ne voit plus rien venir et regarde les voitures filer, d'un parking l'autre, à travers un paysage encombré de zones artisanales et commerçantes...»⁽¹⁾. Comme l'écrivait Victor Segalen au début du siècle, «l'imprévu n'existe plus en exotisme depuis le perfectionnement des voyages, et surtout des récits de voyage»⁽²⁾. La dose indispensable d'aventure, sans laquelle le désert ne

1) Marc Augé, L'impossible voyage, p.9.

2) Cité par J.-D. Urbain, op. cit. p.68.

saurait être ce qu'il est, sera cependant préservée par une incursion de quelques kilomètres dans un erg surfréquenté et le franchissement de quelques dunes avec arrêt photo obligatoire pour en témoigner plus tard.

Chaque étape franchie conduit ainsi le touriste vers l'accomplissement de son objectif qui était de «faire» le Sahara. Dans le Sahara automobilisé, tour-opérateurisé, guidé et encadré, les touristes partagent cette approche productiviste de la consommation du produit : le Sahara devant être «fait», autant le «faire» donc dans les meilleures conditions de confort, de sécurité et de coût, mais aussi (surtout ?) de rapidité. Les images rapportées permettront de témoigner d'un «voyage» qui s'appréciera surtout au retour, lorsque l'aventure sera exposée aux amis avec son cortège de marqueurs : l'authenticité d'un repas berbère, la méharée (en fait généralement une simple ballade sur le dos de dromadaires de bât équipés pour la circonstance de «sièges» avec poignées de maintien), la relation amicale établie avec le guide et qui sera conservée par la suite (guide qui aura, ce faisant, reconnu ainsi dans son interlocuteur un «voyageur» différent des autres touristes), les difficultés du climat, les dangers des pistes et des ensablements. Persuadé d'avoir fait des **rencontres**, le touriste, en réalité, n'aura eu que des **rendez-vous...**⁽¹⁾.

On est ici très éloigné de l'imaginaire d'un Théodore Monod qui, dans sa quête incessante d'une «gigantesque et mystérieuse météorite tombée dans le désert», répondait «peu importe...» lorsqu'on lui faisait remarquer que, si une telle météorite existait, les hélicoptères, avions et satellites l'auraient inmanquablement déjà découverte. On est loin également du voyage immobile du Désert des Tartares de Dino Buzzati, construit autour de l'attente de l'Autre, du regard vers l'inconnu, du silence. Ici rien de tel. L'inverse même pourrait-on dire : le touriste n'attend rien de mystérieux, au contraire. Tout est organisé, programmé, planifié, contractualisé par le transporteur engagé sur des prestations bien définies et qui se basera sur cet imaginaire pour élaborer ses argumentaires de vente. L'important n'est pas l'attente mais le déplacement, l'activité : le touriste de circuit circule...

1) Rendez-vous prévus contractuellement par l'organisateur et réalisés par le guide. On ne s'échappe pas si facilement de son modèle culturel et les règles de l'entreprise et du marketing s'appliquent également ici.

Nous l'avons rappelé, l'opposition est ancienne entre touristes et voyageurs, et principalement articulée autour des revendications du voyageur que sont l'individualisation de la découverte, la différenciation d'avec la masse, l'antériorité du parcours. Si ces ambitions sont désormais difficiles à nourrir au sein d'itinéraires touristiques battus et rebattus, le désert apparaît malgré tout comme une des ultimes destinations susceptibles d'assouvir ce fantasme. Ceci est d'autant plus vrai que, quel que soit le moyen utilisé pour s'y rendre et y circuler, le désert nourrit un imaginaire qui a toujours fasciné les hommes.

Avant de devenir un espace attractif pour les touristes occidentaux, et à l'exception des populations nomades habituées à y vivre, le désert a d'abord été une menace : un espace hostile à l'homme. C'est ce que l'on retrouve dans les récits des voyageurs du Moyen-âge mais également, à l'époque actuelle, dans les perceptions des populations vivant en marge du désert. Pour le touriste au Sahara, le désert captive pour la même raison qu'il effrayait ceux-là : il n'a rien d'humain, en tout cas au sens moderne du terme, et son attractivité se décline en termes opposés à ceux régissant nos sociétés modernes hyper-organisées, sécurisées et règlementées (tout au moins pour ce qui concerne les sociétés développées du Nord dont sont issues les masses des touristes se rendant au Sahara). On y recherche le vide, le silence, l'authenticité lorsque des populations y habitent encore, l'imprévu voire même parfois l'aventure, même si elle doit se décliner sans véritables risques.

Ces valeurs du désert ont été parfaitement comprises par les tour-opérateurs qui ont su les transformer en propositions marchandes en organisant autour d'elles leurs argumentaires de vente autour d'une mise en condition symbolique des candidats au «voyage» dans le désert.

3 - Le Sahara vu à travers les discours des agences de voyage

«Pour exister, les choses doivent être d'abord rêvées»⁽¹⁾. Comme l'énonce de manière parfaitement explicite ce proverbe chinois cité par l'agence Atalante, plus que tout autre, le voyage au Sahara fait appel à l'imaginaire. Les agences spécialisées vendent donc, avant toute chose, du «rêve». Elles proposent une «extraction» du monde matérialiste dans lequel nous vivons notre vie

1) <http://www.atalante.fr/>

professionnelle, sociale et familiale habituelle. Face à nos sociétés sécurisées, normalisées et encadrées, le rêve saharien procède de valeurs autres : la prise de risque, l'imprévu, l'aventure, largement mises en valeur dans tous les discours des agences spécialisées. Pour autant, par un paradoxe qui n'est qu'apparent, ces valeurs revendiquées sont immédiatement tempérées par des engagements antinomiques, tout à fait standards du point de vue des règles commerciales, concernant la sécurité, le confort, l'accessibilité à tous.

*«Le désert pour tous : notre but n'est surtout pas de monter des itinéraires musclés. Nos voyages sont ouverts à tous. De 7 à 77 ans ; en deçà et au-delà ! Il s'agit avant tout de **mettre en scène le terrain** dans une approche de plaisir et d'itinérance pour tous. Marche, méharée, ces mots définissent la même nécessité : celle de la lenteur. Notre confort c'est le silence, les grands espaces, les nuits étoilées. Ce confort est accessible à tous et il serait dommage de s'en priver.»⁽¹⁾*

Ce sont ces argumentaires des professionnels du tourisme, bâtis autour de ces perceptions de l'imaginaire touristique au Sahara, que nous analyserons rapidement ici en partant du principe que, directement confrontés à la demande des touristes, ils sont les mieux à même de la comprendre et de proposer des offres adaptées, donc de nous informer sur sa nature. Nous nous sommes donc penché sur ces argumentaires à partir d'un rapide dépouillement des discours et des galeries photos proposés par les agences spécialisées sur leurs sites WEB et dans leurs brochures.

Les discours des agences de voyage tournent autour d'un certain nombre de thèmes récurrents qui montrent bien les attentes de leurs clients : authenticité, liberté, aventure, mais aussi sécurité et accessibilité. De ce point de vue, le dépliant de présentation de l'agence Globe Trotter mérite d'être cité car il synthétise clairement les composants essentiels du voyage moderne au Sahara :

1) <http://www.deserts.fr/>

- l'authenticité : «Rechercher des parcours insolites et authentiques, là où les autres ne vont pas (du moins pas encore car nous sommes suivis de près !))»⁽¹⁾ ;

- le confort : «Proposer des étapes d'une longueur modérée (beaucoup de nos raids sont avant tout des découvertes)⁽²⁾. Fournir des prestations d'hébergement de qualité (toujours les meilleurs hôtels)»;

- l'aventure et la liberté : «Laisser chaque équipage libre de circuler à son rythme avec road-books et Gps (pas de convoi)»;

- la sécurité : «Assurer une assistance mécanique et médicale professionnelles (radios VHF, téléphones satellites...) et sur certains raids renforcer cette assistance par un camion. Partir dans des contrées sécurisées, nous nous fions pour cela aux informations légales et officielles du Ministère des Affaires Etrangères.»;

- la vérité du Voyage : «Tout mettre en œuvre pour garantir une véritable convivialité. Les «vrais» voyageurs attachent une valeur particulière aux mots 'partage' et 'rencontre'».⁽³⁾

3.1 - La vacuité et l'infini

C'est sans doute là la principale attraction du désert, rejoignant ce que nous énoncions en préambule : le désert c'est avant tout la fin des réseaux, des lieux construits et habités, finalement un espace non «humanisé».

«Désert... de l'évocation du nom, il subsiste au fond de nos esprits, la notion d'absence et de vide. Désert : ne pas être. Cette vacuité est devenue la

1) Le touriste se voit ici clairement proposer le statut d'explorateur, de premier voyageur sur des parcours que d'autres (des touristes, eux...) viendront ensuite découvrir alors que Globe Trotter sera déjà parti plus avant dans ses explorations...

2) Ici encore, le voyageur est convié, de manière subliminaire, à participer à l'exploration avec Globe Trotter. Rien ne peut donc être garanti concernant les terrains qui seront rencontrés, supposés inconnus. Les étapes sont donc programmées courtes afin de pouvoir faire face aux imprévus et aux surprises que les «raiders» ne manqueront pas de rencontrer... Malgré tout, les hébergements seront de qualité : le raid s'effectue «hors réseaux», mais l'hébergement se fera, lui, au sein des réseaux hôteliers, après réservation préalable, bien entendu... L'argumentaire commercial l'emporte ici largement sur la logique du discours...

3) <http://www.raids-globe-trotter.com>

grande peur de nos sociétés. Plus aucune place n'est laissée à l'absence, au dénuement et, en définitive peut être à la simplicité. Il nous faut à tout prix remplir notre quotidien de faits novateurs matériels et de pensées aux détours complexes pour nous éloigner le plus possible du silence, de l'espace de la lumière et du calme. Le désert est une antidote à ce trop plein.»⁽¹⁾

Avec cette disparition des empreintes humaines, le désert devient le lieu de l'infini, géographique et temporel, dans lequel le voyageur du moment ne ferait que passer : *«Etapes. Bivouacs d'un soir en des lieux sans nom qui ne nous reverront plus. Départs, ces éternels départs sans arrivées qui sont trop la poignante image de notre voyage intérieur pour ne nous point déchirer l'âme.»⁽²⁾* Ces lieux sans nom qui ne reverront plus les touristes du moment en reverront très bientôt d'autres : le soir de ce même jour peut-être, qui parcourent sans cesse ces itinéraires touristiques qui ne s'avouent point mais se remarquent au regard des traces laissées par ces passages. Ces lieux qui *«ne nous reverront plus»* en voient déjà beaucoup trop, marqués qu'ils sont par les cheminements et les campements, souillés par les déchets de ces gens de passage et de leurs accompagnateurs. Malgré tout, cet infini prend très vite un goût d'éternité et, surtout, d'immuabilité qui fait que le voyageur, débarrassé des scories de la vie moderne, renaît à lui même : *«Désert... et déjà un goût de sel et d'éternité se dépose sur tes lèvres. Désert... grand poème du monde où se condensent tous les mystères de la Vie. Désert... nudité souveraine qui révèle l'écho lancinant de l'Infini. Comme le papillon s'élève vers le ciel à l'instant où il déploie ses ailes, une force intérieure te pousse vers l'éblouissement. Pressens-tu que ce silence inépuisable te fait naître à toi-même ? Que ton être profond émerge joyeusement en cette terre originelle ? Et qu'au plus clair de l'âme, le désert fait jaillir l'Étincelle ?»⁽³⁾* Quelque usage qu'il soit fait de ces parcours touristiques, cette *«terre originelle»* reste profondément authentique aux regards du touriste occidental qui y trouvera le vide et la sérénités recherchés : *«Votre caravane poursuivra son chemin, au pas régulier des dromadaires, durant les quatre jours à venir,*

1) <http://www.deserts.fr/>

2) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>.

3) <http://www.lamiduvent.com/>

traversant des plateaux rocaillieux, relâchant sur de grands ergs ou au creux des dunes. Vos étapes du désert, au milieu d'un vaste «nulle part» envahi par les sables, auront pour nom Sidi Merzoug, Boujouhif, Bir el Ghar et Ben Chroud...»⁽¹⁾

3.2 - L'authenticité.

Dans le monde normalisé et uniformisé du début du XXIème siècle, l'authenticité est devenue une valeur marchande pour les tour-opérateurs.

«Allez dans les déserts pour y rechercher un art de vivre oublié. Les nomades dans leur isolement et dans leur farouche volonté à préserver leur identité sont les derniers gardiens de traditions qui remontent à l'aube de l'humanité. Il est encore temps d'apprendre des Maures, des Touaregs, des Mongols.. comment traverser un désert à chameau. Les bédouins du Moyen-Orient ou les nomades d'Asie Centrale vous donneront à vivre leur culture avec un naturel déconcertant. Il est encore temps, mais ne tardez pas trop...»⁽²⁾ Ne tardez pas trop, effectivement... L'agence vend ici le mythe du voyageur/découvreur d'arts de vivre oubliés. Oubliés... mais néanmoins vendus sur Internet par des dizaines d'agences à des milliers de candidats touristes qui se verront proposer sur place la mise en scène d'une authenticité folklorisée adaptée à la demande. En effet, l'authenticité actuelle des populations du désert et de ses franges, largement incluses dans la mondialisation de la planète, ne peut plus faire rêver, bien au contraire. A quelques rares exceptions près, touareg, peuls et bédouins roulent en camionnette ou dans des 4x4 qui n'ont rien de commun avec les véhicules customisés des touristes «baroudeurs» ; les hommes bleus, à l'exception des professionnels du tourisme costumés pour l'occasion⁽³⁾, sont en majorité vêtus de vêtements occidentaux recyclés dans les circuits internationaux de fripes et leurs rêves, à quelque exceptions près, portent plus sur l'intégration au monde moderne que sur la poursuite des modes de vie anciens. Le bédouin

1) <http://www.deserts.fr/>

2) <http://www.deserts.fr/>

3) Bien souvent, les « hommes bleus » costumés des circuits touristiques ne sont que des figurants dont les origines n'ont rien de commun avec les véritables touareg auxquels ils ne font qu'emprunter une « image ».

du désert, recherché et mythifié dans son milieu d'origine s'il y est paré des attributs attendus de son authenticité⁽¹⁾, disparaît du cercle des rencontres possibles dès qu'il se trouve ailleurs : l'homme du désert, travailleur immigré en Europe, n'existe plus...

Si la réalité est celle-ci, on note cependant que l'intérêt porté par les touristes étrangers aux cultures autochtones peut conduire ces populations à porter un nouveau regard sur des traditions qu'ils avaient jusqu'alors souvent considérées comme passistes et obsolètes. Cette valorisation à travers l'œil du touriste étranger emmène alors à de nouvelles lectures de leur environnement global (naturel, culturel, social) et donc à envisager d'autres modalités d'insertion dans le monde moderne que l'émigration ou l'acculturation. Il s'agit là d'un point extrêmement important mais qui ne relève pas de notre propos dans cet article qui vise uniquement à analyser la demande des touristes se rendant au Sahara.

Cette authenticité se révèle aussi dans le contact avec des éléments naturels exotiques, imprévisibles, contact d'autant plus fort et impressionnant qu'il peut être soudain et qu'il se pratique sans aucune protection possible autre qu'un simple feu de bois ou une tente : *«Soudain l'espace tournoie et les dunes s'abandonnent aux ondulations du sirocco, à la calligraphie de l'harmattan, à la fantaisie inspirée du simoun. Seuls quelques frissons de lumière parcourent le temps uniforme. A la tombée du jour, un peu fatigué, il s'invite à la veillée, attise le feu pour que le bois crépite vaillamment et emporte au loin les chants des conteurs des sables et de l'Ailleurs.»*⁽²⁾ L'authenticité du désert se décline ici de deux manières largement idéalisées, «rêvées» devrait t'on dire. Le Sirocco «ondule», l'Harmattan «calligraphie» et le Simoun dessine sa «fantaisie» : des visions poétiques bien éloignées des réalités du désert, comme d'ailleurs les chants des «conteurs des sables et de l'ailleurs» qui, dès lors que les touristes se trouvent à leur contact, n'existent plus que par des représentations folklorisées. On en revient ici, encore et

1) Les relations sexuelles entretenues par des touristes de passage avec leurs accompagnateurs bédouins dès la première nuit passée dans les dunes sont une constante des circuits dans le désert. Ces accompagnateurs, adulés en «hommes bleus» dans le désert, ne pourraient, vêtus en travailleurs immigrés, nourrir les mêmes espoirs à Paris. Et pourtant...

2) <http://www.lamiduvent.com/>

toujours, aux fondamentaux de l'expérience saharienne : les éléments, auxquels le touriste s'expose sans protection, sont imprévisibles et peuvent se déchaîner soudain. Pour autant, ils demeurent malgré tout sans grand danger et, après leurs manifestations du jour, le soir, à la veillée autour du feu, ils s'inviteront en amis caressants.

Parfois cependant l'environnement est décrit de manière plus réaliste, plus conforme à la réalité des faits. Le trait est alors suffisamment grossi pour en devenir attractif : le touriste ne vient plus rechercher la sérénité d'un environnement authentique mais au contraire sa dureté. Dans les deux cas se dessine cependant le contrepoint de sociétés modernes caractérisées par l'agitation et le stress d'une part, par la domestication de l'environnement d'autre part. Rien de tout cela dans le désert : *«La terre, nettoyée, décharnée jusqu'à l'os, pulvérisée au souffle des siècles, est morte. Le vent, qui siffle sur les dunes couronnées d'une légère buée de poussière, chante un cycle révolu et le repos définitif d'un sol qui ne connaîtra plus la pluie. Entre les rochers de grès qui s'effritent lentement, implacablement, au long des plages claires, des hommes se cramponnent à la carcasse de cette terre qui meurt : parasites malchanceux, ils ont soif, ils ont faim, piétinant dans le sable mou qui feutre et ralentit leur marche, ou trébuchant dans les cailloux, luttant sans trêve contre l'aigre vent des plaines sans limites, tout à tour transis de froid, mouillés de rosée ou grillés de soleil.»*⁽¹⁾

La rudesse du voyage proposé, hors des sites touristiques organisés et confortables, devient garant d'une authenticité qui ne se marchande pas. Le voyageur ne se voulant plus touriste devra s'y attendre mais, en contre partie, accèdera à des niveaux supérieurs de conscience et de pratique qui l'élèveront au-dessus de la masse des autres : *«Dès que l'oasis, ses maisons, sa vie facile et confortable – pensez donc, un lit, du camembert, des chaises, du pain ! – auront disparu à l'horizon, ce sera de nouveau la vie sauvage, élémentaire, brutale et dépouillée à souhait, mais il faut le reconnaître, parfaitement salubre. Toujours 'agréable', non ; saine, oui, et pleine d'enseignements pour des 'civilisés' ayant fini par confondre l'accessoire et l'essentiel, et par encombrer leur existence d'une foule d'éléments artificiels, de besoins*

1) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>

factices, de malsaines inutilités qu'ils considèrent naïvement comme l'indispensable.»⁽¹⁾

A l'inverse du touriste transporté, le voyageur, ici, n'est plus passif. Il devient lui-même acteur authentique de pratiques ancestrales, transcendantes, qui vont à l'essentiel des nécessités de la vie humaine : la recherche de bois pour le feu, l'arrimage des maigres bagages sur le dos des dromadaires, la guerba pour l'eau, la viande boucanée, les restes de bois de feu conservés, tous bagages indispensables à la survie dans ces contrées hostiles : *«Le changement commence et il vous faut seller. C'est une science. Et qui a ses écoles, divisées sur la façon de nouer le contre-sanglon, sur le trajet de l'asfel, ou le mode de suspension des guerbas. Les chameaux protestent bruyamment, pour le principe, par acquit de conscience. Ca y est, tout le monde est 'paré' ? C'est le moment des arrimages in extremis, celui où, comme par enchantement, une multitude de bricoles, des bouilloires, un reste de riz dans une marmite, des débris de kessara sur une peau de mouton, des morceaux de bois à demi brûlés (qui pourront servir ce soir), une entrave, un quartier de viande boucanée, disséminés il y a un instant sur cent mètres carrés de reg, vont s'envoler soudain au sommet des charges : l'heure du bout de ficelle.»*⁽²⁾. Le voyageur vend de la rencontre là où il n'y a que rendez-vous, de l'authenticité là où il n'y a que mise en scène, de l'imprévu là où tout est organisé...

Au-delà même de l'authenticité, le voyageur au Sahara encadré par les agences spécialisées dans le *raid* et le *baroud* en 4x4, devient un véritable explorateur de terres vierges dans des circuits organisés pour *«de VRAIS voyageurs»*⁽³⁾ : *«Ce raid vous emmènera vers une Tunisie inconnue de la majorité des raiders»*⁽⁴⁾. *«Rechercher des parcours authentiques et insolites, là où les autres ne vont pas (du moins pas encore car nous sommes suivis de près)»*⁽⁵⁾.

1) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>

2) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>

3) <http://www.raids-globe-trotter.com>

4) <http://www.imagine4x4.com>

5) <http://www.raids-globe-trotter.com>

3.3 - Le silence

Le silence est certainement un des mots-clefs les plus importants du tourisme saharien. Ainsi, ce sont les premiers mots qui apparaissent lors de l'ouverture du site de l'agence algérienne Akar-Akar : «*Le silence en dit autant que des paroles*»⁽¹⁾. Les déserts «*...préservés de l'homme, sont les derniers espaces vierges de la planète où l'idée de nature conserve peut être un sens... tous ces lieux ont un puissant dénominateur commun : celui de l'essentiel, de l'essence des choses. Au-delà de l'exotisme, le voyageur y est sans cesse ramené à lui-même. Aucun refuge, aucune échappatoire dans cette confrontation. Le bruit du silence dans la nuit étoilée est l'écho de sa vie intérieure. Face à une nature aussi démesurée et aussi belle dans sa simplicité, les contingences quotidiennes apparaissent rapidement dérisoires.*»⁽²⁾

3.4 - L'imprévu

La recherche de l'authenticité, avec son corollaire d'imprévu apparaît clairement à travers les discours des agences : «*Chaque matin, dès que la mousseline bleue de la nuit se sera dissipée, vos chameliers partiront à la recherche de leurs bêtes, que la quête de nourriture aura déjà entraînée aux quatre coins de l'horizon, malgré les entraves serrées...*»⁽³⁾ Une fois reparti, il faudra alors composer avec les contraintes (la chaleur et la lumière) et les dangers du désert (trouver la piste, les points d'eau) : «*Lorsque la chaleur sera moins forte, que la lumière se fera plus douce, alors la caravane reprendra son chemin, sur des pistes que seul le guide saura voir dans sa quête de l'eau et du pâturage souvent maigre pour la nuit*».

Les agences, dont la fonction est d'organiser les voyages et d'en éliminer les imprévus et les risques, revendiquent paradoxalement, dès qu'il s'agit du Sahara, l'imprévu, l'inorganisé : «*Le Sahara, d'ailleurs, n'est pas le pays des projets trop scrupuleusement détaillés ; la servitude du Livret Chaix y est inconnue et l'imprévu y règne en maître. On sait, bien évidemment, tout de même, où l'on veut aller, mais l'on ignore quand, comment, par quel*

1) <http://www.akar-akar.com/>

2) <http://www.deserts.fr/>

3) <http://www.deserts.fr/>

chemin on y parviendra ; inutile de trop s'en soucier d'avance ; on verra bien.»⁽¹⁾ Le client se laisse alors entraîner dans ce rêve tout en sachant néanmoins que l'aventure sera parfaitement organisée entre l'arrivée et le départ de ses vols internationaux desservant l'aéroport le plus proche. Nul risque de rater l'un ou l'autre, en tout cas, pas pour des raisons liées à l'aventure au désert.

Ainsi l'imprévu (le rassemblement des bêtes, dont la récupération est supposée vitale pour la poursuite de l'expédition, la recherche des pistes, de l'eau et des pâturages, l'ignorance supposée de chemins pourtant régulièrement parcourus par des cohortes successives de touristes) demeure maîtrisé. Il ne s'agit pas là d'incertitude mais d'une simple touche picturale, de la fourniture, quasiment contractuelle, d'un frémissement d'adrénaline qui donnera tout son sens à l'«aventure» vendue au consommateur occidental, y compris aux «baroudeurs» clients des agences spécialisées dans les «raids» en 4x4 : *«Après un passage à El Borma où nous ravitaillons, nous entrons dans les grands cordons qui défendent l'accès du lac d'Er Reched, franchissements difficiles, ensablement, efforts... et si tout va bien, bivouac près d'un lac !»*⁽²⁾ «Si tout va bien» : même à dose homéopathique, le voyage organisé et sécurisé recèle malgré tout sa part indispensable d'imprévu.

C'est ce frémissement qui contribue à donner tout son sens à l'aventure saharienne. Cependant, derrière cette apparence d'une incertitude purement marchande et virtuelle, l'aventure demeure totalement sécurisée. Pour de multiples raisons, le risque se doit d'être totalement maîtrisé. Pour répondre à la demande des touristes tout d'abord qui, en bons consommateurs occidentaux, demandent des produits sûrs, vérifiés et estampillés, garantis sans danger pour leur santé ou leur bien-être et dont le déroulement s'effectuera suivant un planning précis compatible avec leurs engagements familiaux ou professionnels et les dates de leurs congés. L'aventure saharienne s'achète sur catalogue et ne peut déroger aux engagements pris par le voyageur : les dates doivent être respectées et les prestations sûres.

1) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>

2) <http://www.tagoulmoust.com>

Pour de simples raisons légales ensuite, la responsabilité du voyageur étant engagée.

3.5 - L'aventure

Le Larousse, comme le Robert, définissent l'aventure comme une entreprise qui comporte des risques, susceptible d'évènements imprévus.

Si l'aventure se définit fondamentalement par le risque et l'imprévu, force est de considérer qu'absolument aucune des propositions des agences, spécialisées ou non, et ce quelle que soit leur dénomination ou leurs ambitions affichées, ne propose de tourisme d'aventure. Ceci est facilement compréhensible si l'on considère que la raison première de l'existence de l'agence est d'organiser le voyage et d'en supprimer, dans toute la mesure du possible, tout risque ou imprévu. On imagine mal, en effet, une organisation touristique qui mettrait en avant son inorganisation, les risques encourus par ses clients, son incapacité à tout prévoir... L'aventure oui, mais «*en toute sécurité*»⁽¹⁾.

Il suffit de visiter les sites WEB des opérateurs ou de lire leurs brochures pour s'en convaincre. Même celles n'affichant pas explicitement l'élimination des risques et des imprévus insistent sur leur professionnalisme et leur expérience du terrain, ce qui est une manière indirecte d'affirmer la sécurité de leurs prestations et la minimisation des risques de toutes natures. De manière apparemment paradoxale, cette sécurisation de l'aventure est également clairement affichée par les opérateurs très spécialisés se réclamant du «raid» ou du «baroud» mais néanmoins ouverts à tous : «*Orpist : Des raids pour tous, modulables et adaptés à l'expérience de chacun, peu importe son niveau, débutants, initiés ou baroudeurs chevronnés... Si vous n'avez jamais osé, ou si vous êtes un baroudeur reconnu, Orpist a la réponse.*»² L'acheteur du service n'est plus ici un touriste mais, de manière explicite, un «baroudeur». Débutant lors de son premier voyage accompagné, il entrera dès le second dans le cénacle des «baroudeurs reconnus».

Le participant à ces «raids» (terminologie officielle de ces sites spécialisés) doit donc se différencier des touristes transportés. Afin de

1) <http://www.orpist.com/>

2) <http://www.orpist.com/>

favoriser cette illusion, une certaine liberté lui est accordée qui favorisera le frisson et l'émergence du statut de baroudeur, mais avec tout de même la sécurité du professionnel prêt à intervenir dès que le jeu se compliquera. La mise en scène de l'aventure ne doit pas se transformer en véritable aventure : *«Nous tenons au principe de la «liberté surveillée», c'est-à-dire une certaine liberté d'évolution mais avec un encadrement très présent lorsque vous en ressentez le besoin (aide au franchissement, problème mécanique, etc.) et qui sait se faire oublier pour vous laisser profiter de la piste ou des dunes à votre rythme.»*¹ Le frison d'adrénaline procède de l'effacement du bon professionnel qui sait *«se faire oublier»* tout en demeurant proche en cas de difficultés, répondant ainsi exactement à la demande d'aventure imaginaire de son client.

S'ils en affichent tous les marqueurs (véhicules préparés et suréquipés conformément aux standards des magazines spécialisés, tenues vestimentaires de baroudeurs destinées à les différencier des touristes qu'ils ne pensent pas être, etc.), il n'en demeure pas moins que les précautions prises, tant dans la vente que dans la mise œuvre de leurs prestations, ramènent à du tourisme organisé et sécurisé les «raids», «barouds» et «aventures» proposés. Cette adaptation à la demande se manifeste par les énoncés oxymoriques relevés sur d'impressionnants camions «Dakarisés» accompagnant des caravanes de 4x4 caricaturalement préparés pour des séjours de quelques jours dans le désert : *Adventure Service : l'aventura per professione ; Tanezroufti Voyages : l'aventure organisée*, etc.

Ceci n'est en fait pas si étonnant que ça dans le contexte d'une époque où la publicité propose des véhicules 4x4 pour vivre «l'aventure urbaine». L'aventure de l'occidental urbain du début du XXI^{ème} siècle est à sa mesure, essentiellement construite à partir d'images et de représentations tirées des magazines spécialisés. De ce point de vue, la transformation et l'équipement de son véhicule à partir des catalogues des marchands qui vendent à des tarifs prohibitifs une quincaillerie généralement inutile si ce n'est pour l'ego du conducteur, quincaillerie que l'on ne retrouve d'ailleurs bizarrement jamais sur les véhicules des usagers habituels du désert, revêtent certainement autant d'importance que leur usage effectif sur le terrain. Ces équipements relèvent plus du *tuning* et de sa valeur de représentation que de leur valeur d'usage. Ils permettent de se rêver une identité valorisante d'aventurier en s'appropriant une image construite sur la base des représentations

1) <http://www.sudexpe.com>

normalisées imposées par les médias et les fournisseurs d'accessoires spécialisés qui trouvent là des marchés juteux. Si ces équipements n'ont que peu d'intérêt sur le terrain, où ils se révèlent inutiles et souvent même ridicules au regard du dépouillement des autres véhicules habitués des lieux, ils revêtent par contre une grande importance après le retour du touriste sur son lieu de résidence habituel. Par ce biais de ces ornementations qui demeureront sur son véhicule, le «baroudeur» existe désormais aux yeux de ceux qui ne sont plus tout à fait ses semblables. Il s'en différencie ainsi, non pas l'espace des quelques dizaines ou centaines de km effectués sur des dunes, mais de manière durable, tout au moins aussi longtemps que le véhicule durera lui-même. Et peu importe que le «baroud» saharien n'ait été qu'une excursion organisée de quelques jours : le rêve est là, indiscutable et visible par tous. La machine, différenciée de tous les autres 4x4 «urbains», devient un insigne, une preuve de l'identité supérieure de son possesseur, un témoignage d'avoir vécu le «baroud».

La transcription de cette démarche sur le terrain va s'avérer coûteuse pour un environnement qui s'en serait bien passé. Les «baroudeurs» se doivent d'utiliser les équipements coûteusement assemblés et d'en comparer les capacités respectives dans une compétition dont le désert fera les frais : les dunes sont franchies, et mutilées au passage ainsi que la micro-faune et la micro-flore qui les habite. Certaines portions d'erg, les plus accessibles et les plus proches des zones touristiques oasiennes, sont ainsi devenues de véritables champs labourés qui rappellent plus les terrains de cross des banlieues urbaines que l'imposante sérénité des barkhanes du désert.

Même le touriste transporté par un voyageur sera confronté à l'aventure, à la dureté des conditions. De par cette confrontation, il acquerra un statut nouveau, supérieur à celui du simple touriste qui lui autorisera le port du chèche offert par le tour-opérateur⁽¹⁾. *«Des sables, des cailloux, des*

1) A la différence des touristes qui évoluent en milieu protégé, allant d'une halte à l'autre, le port du chèche s'impose pour le vrai voyageur saharien *« La période des brûlures. Il faut se protéger le visage : les enroulements du chech laissent une simple fente pour les yeux. Champ visuel en forme d'étroit croissant, par lequel on aperçoit tout juste un petit bout de reg et deux pattes de chameau. Impressions moyenâgeuses, chevalières, car le heaume est aussi bien un turban d'acier que le chech, un casque de mousseline : dispositifs jumeaux à fins semblables : écarter des traits, de fer ici : et là de feu. »* (<http://www.capsurlemonde.org/sahara/>). Dans la zone chamélière de Douz, le port du chèche a une toute autre fonction : de couleurs différentes (bleus, rouges, noirs, verts, etc.) et affectés aux touristes pour la seule durée de la randonnée, ils permettent simplement aux guides

acacias épineux, du thé vert trop sucré, du riz au beurre rance, de l'eau sale et tiède, d'interminables étapes, un soleil féroce, impitoyable aux chairs longtemps déshabituées de sa morsure, la quotidienne routine du travail, programme certes indécemment uniforme, et pourtant d'un singulier intérêt. Monotone, sans doute, incroyablement ; ennuyeux, jamais. Et puis il y a une certaine saveur de liberté, de simplicité, pour ne pas dire plus, une certaine fascination de l'horizon sans limites, du trajet sans détour, des nuits sans toit, de la vie sans superflu, qu'il est bien impossible de décrire, mais que ceux-là reconnaîtront qui l'ont peut-être éprouvée eux aussi.»⁽¹⁾

3.6 - La sécurité, le confort et l'accessibilité

L'aventure oui, mais en toute sécurité. Ce thème de la sécurité est omniprésent dans toutes les présentations des agences de voyages spécialisées sur le Sahara, même les plus brèves.

«Nos guides touareg possèdent une parfaite connaissance de leur pays et avec eux, vous voyagerez en toute sécurité, que ce soit en méharée ou en 4x4.» énonce ainsi l'agence Zériba Voyages⁽²⁾ dont l'accroche liminaire est la suivante : *«Découvrez le désert avec une équipe de professionnels. Des années d'expérience pour votre sécurité et votre confort.»*. Le guide local (targui en l'occurrence), outre l'intérêt qu'il présente en termes de coût et de mise en conformité avec les impératifs d'un tourisme éthique, présente également des garanties d'authenticité et de sécurité. Il devient un facteur de symbiose avec l'environnement, un véritable «passeur» d'émotion, un lien intelligible. Dans ces conditions, le touriste peut se lancer sereinement dans une aventure dont il sait que la combinaison de compétences internationales et locales lui garantira l'absence de risques. *«Pose un pas en confiance dans l'inconnu, accueille l'inattendu, jouis de l'instant.»⁽³⁾* L'inconnu et l'inattendu certes, mais en toute confiance. Par un apparent paradoxe, la recherche de l'illimité temporel et géographique ne peut être envisagée que dans le cadre strict de la limitation des risques : l'agence touristique véritablement professionnelle garantit la jouissance immédiate, sans soucis. Le frisson sans le risque.

d'identifier immédiatement leurs groupes au sein de la masse. En effet, il existe là un véritable risque de se perdre... dans la foule des touristes.

1) <http://www.capsurlemonde.org/sahara/>.

2) <http://zeribavoyage.free.fr/>

3) <http://www.lamiduvent.com/>

Ce souci de la sécurité est au cœur des préoccupations de toutes les agences, quelles qu'elles soient, y compris, nous l'avons vu précédemment, celles dédiées aux «barouds» et «raids». Ainsi, l'agence Tagoulmoust Aventure («l'esprit du raid»), démarre sa page voyages par l'engagement suivant : *«Comme toujours, la sécurité reste l'une des préoccupations essentielles de l'agence, et nous recherchons avant tout à vous proposer des voyages souvent hors des sentiers battus, et le plus souvent en hors piste, mais avec le maximum de sécurité...médecin réanimateur sur tous les voyages, lot médical type SAMU, téléphone satellite dans tous les véhicules d'organisation, navigation avec cartes satellites, liaison permanente avec l'agence et nos différents correspondants, itinéraires toujours déposés auprès des autorités locales et validés par elles, mallettes de sécurité obligatoires pour tous les participants, avec procédures de sécurité incluses dans nos road book.»*⁽¹⁾

Le confort est également présent dans la plupart des offres : la consommation du désert est ainsi encadrée, et souvent allégée dans son déroulement, par des séjours dans les meilleurs hôtels de la région. Ces étapes de confort proposées avant, après et parfois pendant l'aventure, permettent, au sens premier du terme, de «conforter» ou «réconforter» les touristes dans leur épreuve et ainsi de renouer avec la «conformité» de leurs existences habituelles⁽²⁾. La coupure doit exister, et elle est d'ailleurs souvent revendiquée par les agences qui mettent l'accent sur l'inconfort du voyage, mais sur une durée et dans des limites bien définies.

Dans ce cadre, le désert reste ouvert à tous, comme l'indique explicitement la brochure de l'agence Déserts : *«de 7 à 77 ans ; en deçà et au-delà ! Il s'agit avant tout de mettre en scène le terrain dans une approche de plaisir et d'itinérance pour tous»*. On ne saurait être plus explicite sur l'appel à l'imaginaire : l'agence offre le rêve de l'aventure, la mise en scène du terrain, sans le risque. La présentation des prestations se conclue d'ailleurs, de manière définitive, sur la sécurité : *«Au-delà d'un mauvais vent de sable ou de concessions à certaines facilités de confort, y a-t-il en définitive plus de danger à aller dans les déserts qu'à visiter notre monde plus urbanisé ? Non !»*.

1) <http://www.tagoulmoust.com>

2) On se souviendra ici que le terme confort est issu du latin confortare signifiant « renforcer ».

4 - Le Sahara vu à travers l'iconographie des agences de voyage

Au-delà des discours, un autre aspect particulièrement intéressant de cette rapide analyse de l'imaginaire saharien véhiculé par les agences de voyage consiste à s'intéresser à l'iconographie de leurs sites et brochures. Nous partons de nouveau ici du même préalable que précédemment, à savoir que les agences vont mettre en valeur les images correspondant le mieux aux attentes de leurs clients, attentes qu'elles sont bien placées pour analyser. On notera cependant que l'iconographie des agences peut varier en fonction de leurs spécificités, par exemple pour ce qui concerne les agences spécialisées dans la géologie ou le tourisme sportif. Cependant, quelles que soient ces spécificités, des lignes directrices fortes demeurent, universelles pourrait t'on dire. Ces lignes de force correspondent précisément aux orientations des discours sur l'imaginaire saharien que nous avons précédemment analysées et viennent les renforcer.

On remarque ainsi que, bien que le désert soit vaste et polymorphe, les images qui en sont proposées ne sont que très partielles. Sans grande surprise, on notera que ces images correspondent précisément aux valeurs que l'analyse des discours des professionnels du tourisme au Sahara avaient laissé entrevoir :

- la vacuité et l'infini (ergs et barkhanes) ;
- l'authenticité (ergs et barkhanes, oasis, populations) ;
- le silence (ergs et barkhanes) ;
- l'imprévu et l'aventure (ergs et barkhanes).

4.1 - Les ergs et les barkhanes

Les ergs (champs de dunes) et les barkhanes (cordons de dunes en forme de croissant) symbolisent au mieux le caractère inhumain du désert et synthétisent ainsi la plupart des valeurs imaginaires qui y sont recherchées et que nous avons précédemment recensées. C'est donc en toute logique que l'on constate l'écrasante suprématie de ces images sur toutes les autres. Ils sont la matérialisation transcendante parfaite de cet «ailleurs» que recherchent les voyageurs au désert. A ce titre, et bien qu'ils ne représentent en réalité que 20 % de la surface du Sahara, on les retrouve dans TOUS les

sites et brochures étudiés. Les dunes de sable sont présentes sur la totalité des pages d'accueil des sites que nous avons recensés. Même dans le cas de sites spécialisés sur des domaines très particuliers, comme par exemple le *Sahara Meteorite Prospecting*⁽¹⁾ la page d'accueil s'ouvre inmanquablement sur une vue d'erg ou de barkhane. Il s'agit donc là bien d'un identifiant premier du Sahara : pas de désert sans erg ou sans barkhane...

Construit en opposition à l'environnement habituel des touristes, l'imaginaire du désert trouve dans ces envahissements de sable une réponse à cette attente d'un monde vierge, inhumain, mouvant, à la fois attirant (la caresse du sable) et inquiétant (les tempêtes de sable, l'engloutissement et la suffocation). Même si cela est devenu inexact face à la surfréquentation des sites, l'erg a certaines capacités d'effacement des traces de passage. Aidé par le vent, il semble pouvoir se régénérer pour présenter toujours cette image native de l'espace saharien. Contrairement aux sites rupestres gravés et tagués, l'homme ne peut laisser sa trace dans des ergs et des barkhanes sans cesse renouvelés (tout au moins apparemment car les détritiques, un moment recouverts, finissent toujours par réapparaître, aidés en cela par la sécheresse de l'air qui les conservera longtemps).

Globalement, sur l'ensemble des sites dépouillés, les ergs et les barkhanes seuls représentent plus de la moitié de l'iconographie totale, 70 % si l'on y ajoute la combinaison erg/dromadaire, et près de 90% si l'on y ajoute encore les combinaisons ergs/tassilis et erg/4x4 en situation.

4.2 - Les tassilis

Les tassilis (montagnes de grès) représentent environ 10 % de l'iconographie totale des agences de voyage, mais très rarement seuls. Le plus souvent ils apparaissent en arrière-plans d'ergs qui restent ainsi l'objet principal de l'image.

4.3 - Les regs et les hamadas

Les regs (sols caillouteux) et les hamadas (plateaux rocheux) sont les grands exclus de l'iconographie des agences de voyage dont ils sont quasiment totalement absents. Ces vastes étendues rudes et minérales se posent ici en directe opposition aux ergs et barkhanes. Et pourtant ce sont elles qui constituent, avec 70 % de sa superficie totale, les paysages principaux du Sahara. Pour autant, ils ne semblent pas constituer un intérêt quelconque pour les touristes venant au désert qui, véritablement, ne les

1) <http://www.saharamet.com/>

comprennent pas. Nous avons ainsi relevé, de manière quasi systématique, le désappointement manifesté par les visiteurs confrontés à des paysages qu'ils ne peuvent considérer comme étant le Sahara : «quand arriverons-nous dans le désert ?». On notera par ailleurs, comme nous le verrons plus loin, que les regs et hamadas sont également totalement absents de l'offre de cartes postales. Les regs et les hamadas sont la grande déception des voyageurs au désert.

Ce manque d'intérêt est confirmé par un détail amusant : le site de l'agence marocaine Hamada Tours⁽¹⁾ malgré sa dénomination commerciale explicite, ne comporte aucune vue de hamada. Au contraire, la page d'accueil ouvre sur la vue... d'un erg avec affleurements rocheux...

Il faudra consulter le site de l'oasis de Mezgarne⁽²⁾ pour trouver des photos de la hamada du Guir, mise en valeur comme un désert différent, une alternative aux itinéraires classiques : «*Un désert noir, caillouteux, inquiétant parfois, une étendue minérale où une rare végétation très clairsemée arrive à survivre en tendant ses longues racines vers les dernières traces souterraines de l'Oued Guir. La fin en pente douce des montagnes de l'Anti-Atlas, qui va peu à peu s'ensabler et se perdre dans l'immense Sahara, c'est notre désert, aux portes de Tazzarine, la Hamada du Guir ...*». La non attractivité, a priori, de la hamada est alors accentuée, la transformant ainsi en une destination exceptionnelle, un désert d'initiés en quelque sorte : «*La chaleur de la Hamada peut tuer, en quelques heures, un à deux jours au plus, si on l'affronte en plein été, sans eau. La réverbération du soleil sur les pierres noires crée une lumière très particulière, peut être la concrétisation de cette 'obscurité clarté', et les feuilles sombres des quelques épineux se fondent dans le paysage.*».

4.4 - Les oasis et les populations locales

Les oasis sont des territoires typiques des déserts. Combinées aux populations qui y vivent, elles deviennent très spécifiques du Sahara. A priori, on pourrait donc supposer que ces images devraient être largement mises en avant dans l'iconographie des agences de voyage. Dans les faits il n'en est rien et les oasis et les populations locales, généralement associées au sein de mêmes représentations, n'apparaissent que très marginalement, même si ceci peut varier d'une agence à l'autre en fonction des créneaux commerciaux visés.

1) <http://hamada-tours.com/>

2) <http://www.mezgarne.com/maroc/>

S'inscrivant en contrepoint du désert «natif et inhumain», il semblerait donc que, malgré leur très grand intérêt écologique, humain, culturel et patrimonial, ces milieux anthropisés et leurs populations n'intéressent que peu les visiteurs du Sahara qui, justement, viennent principalement pour voir un Sahara... désert... Dans le tourisme au Sahara, les oasis constituent avant tout des lieux d'hébergement, des étapes confortables permettant d'accéder au désert dans les meilleures conditions possibles. Le temps de leur visite y est généralement compté et limité à une rapide promenade en calèche éventuellement complétée par un bref passage dans un musée, ce qui conduit l'essentiel des observateurs à considérer que ces courtes étapes ne constituent en aucune manière un véritable tourisme oasien.

Dans la pratique, comme dans l'iconographie des agences de voyage ainsi d'ailleurs que dans leurs discours, les oasis apparaissent donc comme peu attractives. En tout cas, elles ne constituent que des argumentaires très secondaires au regard de la prééminence absolue des ergs et des barkhanes.

4.5 - Les touristes en situations : 4x4 et dromadaires

Cette catégorie d'images revêt un statut particulier dans la mesure où elle opère la synthèse entre les diverses catégories de l'imaginaire saharien. Elles mettent en scène le touriste en situation de «baroud», d'«aventure» ou de «raid» au sein de son environnement de prédilection : les ergs et les barkhanes. Cette catégorie offre ainsi de bons échantillons des situations que vivra le touriste et des images qu'il pourra à son tour ramener, puis montrer à son entourage, après son aventure dans le désert. Bien évidemment, elles sont particulièrement nombreuses pour ce qui concerne les agences spécialisées dans le «baroud». Dans ce cas particulier, le Sahara est généralement ramené au simple statut de terrain de sport encore ouvert à la pratique totalement libre du tout-terrain, contrairement à ce qui se passe désormais dans une Europe totalement réglementée en la matière.

5- Le Sahara des touristes vu à travers les envois de cartes postales

A la suite de l'analyse de l'imaginaire saharien vu à travers les discours et l'iconographie des brochures et sites Web des professionnels du tourisme, nous nous sommes attachés à celle de l'imaginaire des touristes eux-mêmes. Plutôt que de procéder à des investigations directes auprès de cette population, il nous est apparu judicieux d'utiliser les résultats d'une enquête exhaustive et permanente, menée chaque jour durant toute l'année auprès des touristes : les achats de cartes postales.

Si l'on part de l'hypothèse que le touriste en voyage au Sahara enverra à ses correspondants des images représentatives de ce qu'il considère lui-même comme beau, intéressant, typique ou caractéristique de son voyage, en somme digne d'intérêt, nous disposons là d'une source d'information considérable et exhaustive. En effet, ce sont plusieurs centaines de milliers de cartes postales qui sont ainsi envoyées, chaque année, par les touristes visitant la Tunisie et susceptibles de nous informer directement sur leurs centres d'intérêt.

Nous avons donc conduit cette recherche grâce à un partenariat avec le plus important éditeur de cartes postales de Tunisie, les Editions Mirage⁽¹⁾, qui a mis à notre disposition toutes les informations qui nous ont permis de classer en quelques catégories significatives environ 833.000 cartes postales vendues en 2006.

Nous avions l'intention, au départ, de ne nous intéresser qu'aux seules cartes vendues dans les régions du sud (gouvernorats de Tataouine, Kebili et Tozeur en particulier), les seules concernées par le tourisme saharien. Les premiers résultats obtenus, particulièrement surprenants pour nous mais extrêmement significatifs, nous ont conduit à élargir le travail à l'ensemble du territoire tunisien. Les résultats finaux sont synthétisés dans le tableau ci-dessous :

Répartition par thème des cartes postales vendues en 2006

Thèmes des cartes	Milliers d'ex.	%
Hôtels, restaurants, villes	178	21
Régions du nord	142	17
Région de Djerba	33	4
Régions du sud (hors Djerba)	227	27
Dromadaires	155	19
Régions du sud + dromadaires	382	46
Autres	98	12
TOTAL	833	100

1) Est-il vraiment anecdotique de faire remarquer que le plus important éditeur de cartes postales de Tunisie a pris pour dénomination commerciale MIRAGE, un phénomène caractéristique du désert ? L'omniprésence de l'imaginaire du désert se retrouve vraiment dans tous les domaines... Nous tenons ici à remercier tout particulièrement Monsieur Nejib Chouk, directeur-fondateur des Editions Mirage, sans lequel cette recherche n'aurait pas été possible.

Nous mentionnerons dès le départ, pour ne plus y revenir, une catégorie particulière qui ne nous intéresse pas particulièrement ici, celle des cartes postales portant sur les hôtels, restaurants et vues de villes. Représentant 21 % du nombre total de cartes postales vendues, ces images concernent quasi exclusivement des infrastructures touristiques ou leur environnement proche.

5.1- Les régions du sud sont surreprésentées par rapport à leur fréquentation touristique

Plus intéressante est la répartition par thème des cartes postales vendues au niveau national dans l'ensemble du pays.

Avec 27 % du total des cartes vendues, les régions du sud⁽¹⁾ sont le thème privilégié des acheteurs. Ceci est d'autant plus intéressant que ces régions ne représentent que 3 % du total national des nuitées à la même époque. Il est particulièrement instructif de rapporter ces chiffres à ceux relevés dans les régions phares du tourisme balnéaire tunisien :

- La région de Djerba⁽²⁾, avec près de 25 % des nuitées totales ne représente que 4 % des cartes postales vendues au niveau national ;

- La région de Hammamet, avec 18 % des nuitées globales et près de 27 % en incluant Yasmine Hammamet, ne représente que 5 % des cartes postales vendues.

Ce qui revient à constater que Djerba et Hammamet, qui représentaient en 2006 plus de la moitié des nuitées touristiques totales de toute la Tunisie, n'étaient le thème que de 9 % de toutes les cartes postales vendues sur l'ensemble du territoire. Si l'on calcule un indice synthétique en rapportant le nombre de cartes vendues dont le thème porte sur la région concernée au nombre de nuitées effectives dans cette même région, celui-ci s'élève à 0,22 pour les régions du sud, 0,007 pour la région de Hammamet et 0,004 pour celle de Djerba, soit un rapport de 1 à 55 !

1) Régions situées au sud de la ligne Gabès-Tozeur auxquelles nous avons rajouté les oasis de montagne de la région de Tameghza située à une cinquantaine de km au nord de Tozeur et dont nous avons retranché Djerba et Zarzis que nous considérons comme des zones balnéaires.

2) En fait la zone Djerba/Zarzis/Gabès.

Ces quelques chiffres, malgré leur apparente simplicité, se révèlent très instructifs :

- les deux destinations-phares du tourisme balnéaire tunisien, Djerba et Hammamet, malgré leur renom international, ne mobilisent pas beaucoup l'imaginaire des touristes qui viennent les visiter, en tout cas si l'on en juge à travers leurs envois de cartes postales ;

- les régions sahariennes par contre, mobilisent l'imaginaire bien au-delà de leur importance réelle en terme de fréquentation touristique. En effet, ces images sahariennes sont envoyées de toutes les destinations tunisiennes, et pas seulement des régions du sud...

Le Sahara fait donc rêver, bien au-delà de ce que pourraient laisser penser les seules statistiques de sa fréquentation...

A travers cette première analyse des cartes postales, il apparaît donc que les régions sahariennes constituent une image identitaire dominante de la Tunisie. Cette image est encore confortée si l'on s'intéresse à l'animal mythique du Sahara : le dromadaire...

5.2 - Le dromadaire : emblème de la Tunisie

Avec 19 % de l'ensemble, le dromadaire est le grand gagnant au palmarès des cartes postales les plus vendues. Ainsi, les deux cartes postales les plus éditées (50.000 exemplaires chacune, soit 25 % de plus que l'ensemble des cartes se rapportant à la région de Hammamet et 50 % de plus que l'ensemble de celles se rapportant à la région de Djerba...) représentent des dromadaires⁽¹⁾. La troisième (30.000 exemplaires) associe dromadaire et bédouin sur fond de... dune de sable, évidemment. La quatrième (16.000 exemplaires) combine des vues de bédouins, dromadaires et barkhanes ; la cinquième enfin (15.000 exemplaires) est une vue du grand erg oriental.

Vendues dans tout le pays, ces images de dromadaires font un score supérieur à la totalité des cartes portant sur l'ensemble des régions de la moitié nord du pays (au-dessus de la ligne Gabès-Tozeur) ; 3,8 fois plus que

1) On notera cependant que certaines représentent cet animal dans des postures humoristiques pour lesquelles on ne saurait parler d'imaginaire saharien...

l'ensemble des cartes portant sur la région de Hammamet et 4,7 fois plus que l'ensemble de celles portant sur la région de Djerba...

5.3- Près de la moitié des cartes postales vendues en Tunisie ont pour thème le Sahara

Si l'on additionne les vues du sud saharien à celles portant sur les dromadaires, nous constatons que 46 % du total des cartes postales vendues dans l'ensemble du pays portent sur ces deux thèmes (ou l'un des deux). Ainsi, toutes les cartes postales tirées à plus de 14.000 exemplaires portent sur le Sahara. Il s'agit quasi exclusivement de photos montrant des dromadaires, des dunes et des caravanes.

Si l'on accepte l'hypothèse que les choix des touristes en matière de cartes postales sont représentatifs des centres d'intérêt qu'ils ont trouvé dans le pays et dont ils souhaitent faire part à leurs correspondants, force est de constater que l'image de la Tunisie ainsi transmise est celle d'un pays fortement caractérisé par son espace saharien.

Avant de conclure sur ce point, nous constaterons que si les paysages oasiens apparaissent dans l'ensemble de la production étudiée, les regs et hamadas en sont, par contre, totalement absents, venant ainsi confirmer les analyses menées en première partie de cet article.

6 - Imaginaire et réalités du tourisme au Sahara

A la fin de ce rapide inventaire, on voit clairement se dessiner les composants, largement mythiques, de ce que les opérateurs dénomment le «voyage» ou l'«aventure saharienne» mais qu'il nous semble plus adéquat de qualifier de «**Tourisme Saharien**». Il est alors intéressant de comparer cette vision idéalisée et largement fantasmée à la réalité des pratiques touristiques au Sahara. L'épreuve des faits est sévère. Il suffit pour s'en convaincre de lire dans cet ouvrage les diverses communications portant sur les réalités du «**Tourisme au Sahara**» tel qu'il est actuellement pratiqué pour constater le décalage effrayant entre les promesses de l'imaginaire et le choc des réalités.

Mais pourrait-il en être autrement ? En d'autres termes, est-il imaginable que le tourisme organisé des marchands de Sahara puisse être

autre chose qu'un simple tourisme au Sahara ? Comme le rappelle Jean-Didier Urbain, le touriste de *circuit* ne voyage pas : il ne fait que *circuler*⁽¹⁾. Il ne faut donc pas attendre des marchands plus que ce qu'ils peuvent donner : du «voyage» organisé, sécurisé, formaté au plus près des demandes de leurs clients. Si certains jouent plus sur la quantité que sur la qualité avec des offres de masse bas de gamme, beaucoup d'opérateurs proposent des produits de niche parfaitement calibrés au regard de la demande de la clientèle. Ces produits sont essentiellement basés, grâce à différents argumentaires, sur la mise en scène de l'authenticité du voyage, pratique paradoxale s'il en est... On peut trouver une des manifestations les plus exemplaires de ce paradoxe dans une des recommandations faites par la JICA⁽²⁾ en 2001 pour développer le tourisme au Sahara tunisien : «*Il serait nécessaire de développer l'authenticité du Sahara et du sud tunisien afin d'attirer plus de visiteurs.*». Développer l'authenticité...⁽³⁾, cet énoncé oxymorique⁽⁴⁾ pourrait paraître parfaitement dérisoire s'il n'était représentatif de la réalité des pratiques touristiques au Sahara : la recherche de l'authenticité étant la première des demandes des touristes, celle-ci va être re-créeée à la demande, mise en scène et organisée de façon à répondre aux attentes des consommateurs occidentaux. Et le tout sur des territoires qui n'en peuvent plus...

Alors quelles conclusions, provisoires..., tirer de ce court survol ?

Le Tourisme au Sahara existe, marqué par un gouffre entre promesses et réalités. Il ne saurait d'ailleurs en être autrement puisque toutes les valeurs d'authenticité et d'aventure mises en avant par les agences se définissent en opposition exacte avec leurs pratiques d'opérateurs responsables de l'organisation du voyage, de la sécurité et du bien-être de leurs clients. Tous ne s'en rendent pas compte, heureusement, et de toutes façons quelles autres alternatives s'offrent à des touristes pressés et inexpérimentés ?

1) Urbain, J.-D., L'idiote du voyage, p. 16.

2) Japanese International Cooperation Agency

3) JICA, 2001, p.110

4) On rappellera que le terme « authentique » vient du grec *authentikos* (qui agit de sa propre autorité) mettant ainsi l'accent sur le caractère endogène de la « chose » qualifiée d'authentique. Impulsée par l'extérieur, cette « chose » ne peut donc être authentique. L'authenticité se définit par la vérité profonde des « choses » et non par leur expression sous forme conventionnelle (celle des faits culturels « folklorisés »).

Le Tourisme Saharien existe aussi, mais de manière diffuse, marginale : il s'agit d'un tourisme d'individus se glissant dans les interstices encore vacants d'un univers de plus en plus organisé, sécurisé et contrôlé, marchandisé finalement... Autonomes, ces voyageurs des interstices survivent car ils ne constituent aucun marché. Cependant, à l'heure de l'insécurité grandissante du Sahara sur fond de terrorisme, d'enlèvements et de banditisme, il y a fort à parier que cet espace de liberté ne se rétrécisse encore dans les années à venir.

A la fin de notre rapide lecture, et au regard des réalités du terrain, nous pouvons terminer cette rencontre avec le Sahara sur ces quelques mots tirés d'un ouvrage d'Amélie Nothomb⁽¹⁾ et qui reflètent malheureusement l'appréciation de nombreux touristes revenus d'un circuit au Désert :

***«La vulgarité du nombre a accompli son œuvre :
une rencontre ce n'est plus rien...».***

1) Journal d'Hirondelle, p. 62.

Bibliographie

- Augé Marc, 2008, L'impossible voyage,
Japanese International Cooperation Agency 2001
Nothomb Amélie Journal d'hirondelle
Urbain Jean-Didier, L'idiot du voyage,
- <http://www.akar-akar.com/>
<http://www.atalante.fr/>
<http://www.capsurlemonde.org/sahara/>
<http://www.deserts.fr/>
<http://hamada-tours.com/>
<http://www.imagine4x4.com>
<http://www.lamiduvent.com/>
<http://magavoyage.net/>
<http://www.mezgarne.com/maroc/>
<http://www.orpist.com/>
<http://www.raids-globe-trotter.com>
<http://www.saharamet.com/>
<http://www.sudexpe.com>
<http://www.tagoulmoust.com>
<http://zeribavoyage.free.fr/>

Le Sud tunisien :

objets, enjeux et perspectives dans le domaine touristique

Jean Mehdi Chapoutot⁽¹⁾

1- Introduction

En 1964, les statistiques officielles donnaient une superficie de la Tunisie de 125130 km² «une fois retranchés les territoires empiétant sur le Sahara proprement dit» (Despois, 1964). Bien plus surprenant, les documents relatifs aux statistiques touristiques ont, pendant de nombreuses années, représenté «une Tunisie tronquée de sa partie sud»⁽²⁾. La superficie de la Tunisie est bien de 164000 km². C'est dire si pendant longtemps, le littoral a tourné le dos au sud.

Pourtant, le premier guide⁽³⁾ date de 1931 et dès 1953, le Bulletin économique et social de Tunisie proposait des circuits dans le Sud. Le

1) Expert -Enseignant. jmmc@gnet.tn

2) *Le Tourisme en Chiffres - 1961-1965* – graphique A-4 : répartition de la capacité d'hébergement par gouvernorat et carte B.8 : répartition des entrées non résidents, Commissariat Général du Tourisme et du Thermalisme, Tunis. Il en est de même pour les publications de 1966, 1967, 1968, éditées par le Commissariat Général du Tourisme et du Thermalisme ; pour celles de 1970 de l'Office National du Tourisme et du Thermalisme ; de 1974, 1975, 1976, 1977, 1978 et 1979 de l'Office National du Tourisme Tunisien.

3) Meynier et Nabal, 1931, Guide pratique du tourisme au Sahara.

tourisme et l'artisanat étaient alors considérés comme les seules alternatives au développement du Sud (Bergaoui, 1997).

Dès que l'offre balnéaire a été développée, au cours des années 1960 et 1970, il a fallu tout d'abord consolider «la place que la Tunisie s'est faite [...] en tant que destination touristique méditerranéenne»⁽¹⁾ en privilégiant le tourisme balnéaire.

Ce n'est qu'en 1979 que «la conviction que le tourisme n'est pas seulement la mer, le soleil et l'hébergement» est affichée⁽²⁾. Vingt ans ont été nécessaires pour une prise de conscience de l'importance d'une offre particulière, à même d'attirer une clientèle en quête d'exotisme.

C'est le tourisme de découverte et d'aventure dans le Sud tunisien qui est l'objet de cette réflexion. En près de 30 ans, depuis 1979, date de l'ouverture de l'aéroport international de Tozeur-Nefta, le Sud a vu se développer des activités touristiques qui permettent aujourd'hui de parler de tourisme saharien ; il en existe un effectivement grâce à la volonté des pouvoirs publics et surtout à une politique éclairée qui, depuis 1987, a mis en œuvre toute une stratégie afin de promouvoir le tourisme. Néanmoins, qu'en est-il du produit touristique saharien ? Des niches «produit-clientèle» qui, depuis quelques années, se multiplient ? De l'environnement ? Tenter d'apporter des réponses à ces questions et de présenter des préconisations est l'objectif de ce travail⁽³⁾.

2- Une volonté politique

2.1 - Des atouts

A travers l'histoire, le Sahara a constitué pour le Maghreb la porte de l'Orient et également une voie de passage vers l'Afrique sub-saharienne. Aussi, tout le Sud est-il marqué par une grande richesse du patrimoine culturel, témoin de la succession de plusieurs civilisations, mais également par la diversité des paysages avec les oasis de montagne : Chébika, Midès ou Tamerza qui offrent des îlots de verdure contrastant avec les montagnes

1) Préface, *Tourisme en Chiffres - 1977*, Office national du Tourisme Tunisien, Tunis.

2) Préface, *Tourisme en Chiffres - 1979*, Office National du Tourisme Tunisien, Tunis.

3) Ce travail n'aurait pas pu être mené sans la collaboration de Nour El Kéfi de l'agence «Siroko Travel».

dénudées environnantes ; les oasis du Jérid : Tozeur, Nefta, Douz ou Kébili qui offrent aux touristes leurs palmeraies ; le chott el Jérid avec ses sols salés étincelant sous l'effet du soleil.

Les atouts architecturaux n'en sont pas moins nombreux avec les ksours (Zaïed - 2006)⁽¹⁾ : ksar Hadada, ksar Mourabtime, ksar Ouled Debbab, ksar Tazeghdanet et ksar Ghilane. Matmata et son paysage à l'aspect lunaire avec les troglodytes d'un intérêt très fort ; ici l'essentiel de l'habitat est enfoui sous terre, creusé dans des roches tendres, ce qui permettait d'augmenter les pièces au fur et à mesure que la famille s'agrandissait. Tozeur avec son architecture typique réalisée avec des motifs décoratifs en imbrication.

2.2 - Un espace organisé

Dès la fin des années 1970, une politique volontariste a vu le jour dans le domaine spatial avec l'élaboration de plans d'aménagement touristique, intégrés aux plans d'urbanisme des villes de Tozeur, décret n° 78-1034 du 27/11/78⁽²⁾ et de Nefta, décret n°79-416 du 7/05/79.

En 1979, l'aéroport de Tozeur est mis en exploitation. Les problèmes d'accessibilité pour le tourisme international sont résolus, du moins le croyait-on à l'époque !

Le Sud tunisien devait se faire aimer. Il fallait lui donner une visibilité internationale. Des manifestations riches en thèmes et couleurs ont été créées : le festival international du Sahara à Douz ; le festival des ksours de Tataouine ; le festival des oasis à Tozeur et la Journée nationale du tourisme saharien. Ces manifestations, organisées pendant plusieurs jours, attirent plusieurs milliers de spectateurs de toutes nationalités et présentent des spectacles culturels et sportifs.

2.3 - Des résultats mitigés

Si au cours de la décennie 70, l'objectif des pouvoirs publics en matière de développement touristique a été de consolider le produit balnéaire, à partir des années 80, avec l'ouverture de l'aéroport de Tozeur en 1979, le

1) Pluriel de ksar : grenier collectif ou ensemble de greniers individuels. Il en existe plus de 150 dans le sud tunisien dont une quarantaine est visitable.

2) Plan révisé en 1990.

nouvel objectif était la diversification du produit touristique tunisien. Qu'en fut-il réellement ?

L'offre d'hébergement a stagné : 3000 lits en 1982 et 3500 lits en 1988, soit moins de 17% de croissance en six ans. 5 établissements ont été mis en exploitation en cinq ans de 1983 à 1988. A cette même date, sur les 38 unités hôtelières, 20 sont des hôtels classés dont un seul établissement est de 4*, sept de 3* ; en outre, ce sont des établissements de petite taille, ne dépassant pas les 300 lits.

A l'évidence, une offre à l'hébergement si peu développée **ne pouvait permettre** le développement d'un produit saharien. Les nuitées totales, 421.500 en 1987, n'ont jamais franchi le cap du demi-million ; les taux d'occupation sont restés particulièrement bas, entre 36,4% en 1983 et 43,3% en 1987 et la durée de séjour a connu une baisse continue de 1980 à 1987, de 1,5 à 1,1.

Une saisonnalité marquée, plus de 40% des nuitées pour les mois de juillet, août, septembre et octobre⁽¹⁾ dont pratiquement 12% pour le seul mois d'août, n'a pas permis l'étalement de la saison touristique.

Au niveau des flux, seul le marché français dépasse les 100.000 nuitées ; 194.000 nuitées en 1980, soit 45% des nuitées de la région Tozeur Gafsa ; 112.500 nuitées en 1985, soit 32,5%. Les marchés allemand et italien suivent avec 56.000 et 32.600 nuitées.

L'impact en matière d'emplois est faible. 1200 emplois directs générés par le tourisme en 1987.

En conclusion, la seule prise en compte d'éléments constitutifs du produit touristique, comme les équipements et infrastructures, ne pouvait suffire au développement du secteur. Et malgré la diversité et la richesse des atouts, la sécurité et la qualité de l'offre à l'hébergement, seule une mobilité touristique-patrimoniale a été mise en place, engendrant une activité de survol.

Malgré la volonté politique de développement régional, ce tourisme du sud n'a bénéficié d'aucune stratégie touristique en termes de produit. Il a servi à l'enrichissement du produit balnéaire.

1) Les vacances de Pâques, mars, avril ou mai, permettent de contrebalancer cette tendance, avec 12% des nuitées.

3- Une stratégie de développement

Depuis 1987, le Sud a été au premier rang des préoccupations du chef de l'Etat. Le premier conseil ministériel restreint, tenu le 12/11/87, a eu pour objectif la réactivation de l'activité du tourisme saharien.

3.1 - Le contexte

A cet effet le cadre législatif et institutionnel a été remanié de manière à ce qu'il puisse garantir les meilleures conditions de développement du secteur :

- Loi n°93-120 du 27/12/93 relative au code des incitations aux investissements qui comporte des incitations spécifiques aux investissements touristiques pour le développement saharien dans les gouvernorats du sud dont celui de Tozeur ;

- Décret n°94-822 du 11/04/94, les villes de Tozeur et Nefta sont promues zones touristiques municipales ;

- Arrêté du ministre du tourisme et de l'artisanat du 18 juillet 1994, portant approbation du guide des investisseurs et des promoteurs privés dans le secteur du tourisme, et prévoit également des avantages spécifiques dans les zones de développement régional pour les projets d'hébergement et d'animation.

Par ailleurs, des équipements ont été créés à Tozeur :

- Une école hôtelière pour former des techniciens professionnels dans le secteur ;
- Une station d'épuration ;
- Un parcours de golf de 150 hectares, irrigué par l'eau rénovée de la station d'épuration, a été ouvert en 2006 ;
- Un musée du Sahara à Douz.

En outre, une Journée du tourisme saharien, le 12 novembre de chaque année, a été instaurée depuis 1995 ; les festivals ont été réorganisés⁽¹⁾ ; des réserves et des parcs naturels ont été ouverts⁽²⁾.

1) En particulier, le festival international de Douz avec le marathon de méharis dont la 1^{ère} épreuve a eu lieu en 1999.

2) Parc naturel national de Jbil créé en 1994 et qui s'étend sur 150000 hectares.

Enfin, de nouvelles structures publiques, les Commissariats régionaux au tourisme (CRT), ont été ouverts au public⁽¹⁾.

3.2 - Les pratiques

C'est dans le grand erg oriental, région de dunes de sable dont les plus élevées peuvent atteindre 250 mètres de hauteur, et qui exerce une fascination incontestable, que les pratiques touristiques ont été développées :

- Les **excursions classiques** : il s'agit d'excursions organisées par les hôtels des régions côtières, mais également par les hôtels de la région, pour un tourisme de découverte du sud, des hautes dunes de sable et des oasis avec une durée qui ne dépasse pas les trois jours ;

- Les **circuits de récréation**, ceux du «bruit» motorisés⁽²⁾. Il s'agit le plus souvent d'un tourisme motorisé, en 4x4, moto ou quad, dont la motivation est le sport mécanique, l'aventure sportive et la vitesse ;

- Les **circuits de re-création**, ceux du «silence», pour lequel le cadre est primordial et la consommation touriste est essentiellement symbolique, à savoir celle du regard, du silence, de l'immensité du Sahara avec :

- Les circuits «confort personnalisé» : il s'agit de touristes qui souhaitent combiner promenades, repos, rencontres et soins du corps traditionnels dans le dépaysement de campements fixes au cœur des dunes en plein désert ;

- Les randonnées⁽³⁾ à dos de dromadaires ou méharées, les randonnées pédestres ou trekking de 2 à 3 heures de marche régulière, sur une période 6 jours et même parfois plus. Il s'agit d'un voyage physique, d'un voyage intérieur, de moments d'introspection, de réflexion au milieu de cette immensité de sable.

1) Tozeur avait un CRT ; il en existe maintenant un à Kébili et un à Tataouine.

2) Ces pratiques ont été dopées par le Paris – Dakar ainsi que par le rallye de Tunisie, organisé chaque année au mois d'avril et qui est une excellente séquence médiatique pour cette activité mais également pour le sud tunisien.

3) Elles se pratiquent des mois d'octobre à mai ; les journées ne sont pas trop longues ni trop chaudes. Les départs matinaux permettent de profiter du lever du soleil sur les dunes et de la fraîcheur matinale.

Dans le cas des circuits de re-création, «les clients sont très sensibilisés au respect des habitants, des animaux, de l'environnement et des paysages». Ce sont des amateurs de voyages de découverte, de voyages nature ; c'est une clientèle aisée⁽¹⁾.

Les groupes sont parfois hétérogènes mais rarement déséquilibrés. Sur un échantillon⁽²⁾ de 30 personnes⁽³⁾, il apparaît que les randonneurs sont surtout des cadres supérieurs ; ils voyagent le plus souvent en couple et ont entre 40 et 60 ans.

Tableau 1 : Clientèle des randonneurs pédestres en 2006

Profession	60% cadres supérieurs et professeurs 39% cadres moyens
Sexe	51% sexe masculin 49% sexe féminin
Age	40-60 ans (50%) 20-40 ans (15%) +60 ans (15%)
Nationalité	Anglais 44% Français et autres (francophones) 52%

Les résultats de ce sondage confirment le profil des consommateurs tel que cerné par l'OMT⁽⁴⁾ : «le voyageur d'aventure type est instruit, [. . .], se trouve au sommet de sa carrière et dispose d'un revenu important⁽⁵⁾. [. . .], il n'est pas rare que des personnes de 40 à 60 ans jouissent d'une forme physique qui leur permet de marcher cinq heures par jour ou plus, ou de passer la nuit sous une tente.» (OMT, 2002)

1) Tirelli Eric, chargé de communication à l'agence « Voyageurs du Monde »

2) Il est à noter l'absence de statistiques.

3) Travail de terrain effectué par Nour El Kefi de l'agence « Syroko Travel ».

4) Organisation mondiale du tourisme, Madrid.

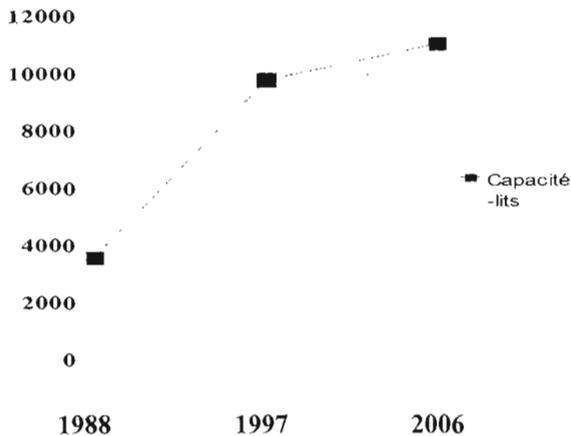
5) Dans le cas des randonnées, le forfait ne concerne que les prestations de service. Le coût du transport, le plus souvent Europe – Tozeur (A/R), n'est pas intégré au forfait à la différence des séjours. Les prix sont donc beaucoup plus élevés.

Cette multiplication de pratiques touristiques n'a pas permis la mise en place d'un produit touristique saharien. Aussi, et malgré les efforts consentis, les résultats ne sont pas à la hauteur des espoirs placés dans le tourisme du sud tunisien.

3.3 - Des «non-performances»

Très rapidement, de 1987 à 1997, la région a connu un boom en matière d'offre d'hébergement. Au cours de ces dix années, 22 établissements ont été construits, entraînant un profond changement catégoriel, avec l'introduction d'unités de haut standing : six hôtels de 4* et 5*.

Graphique 1 : Evolution de la capacité en lits Gafsa - Tozeur

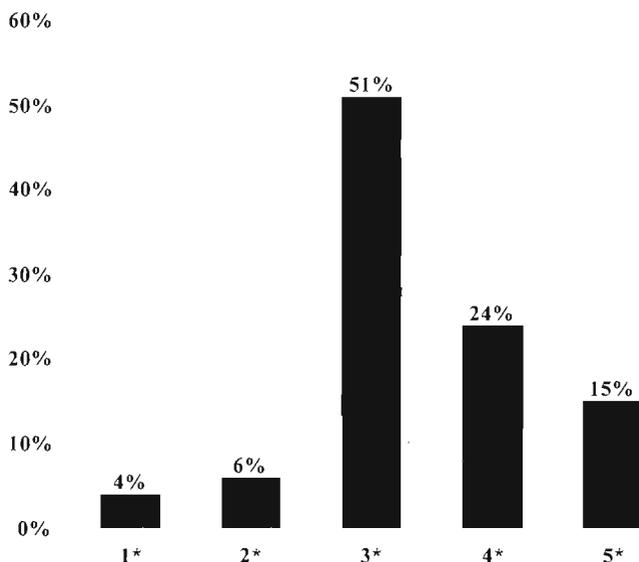


Certes la capacité en lits a plus que doublé, mais elle représente à peine plus de 4% de la capacité totale de la Tunisie. Si, en termes de nuitées, le cap du million a été dépassé, 1.205.155 en 2000, elles ne représentent que 3% des nuitées totales de Tunisie. Par contre, la durée du séjour n'a pas progressé.

Compte tenu du nombre d'hôtels non classés, 31% pour la zone de Gafsa-Tozeur et 18% pour l'ensemble de la Tunisie, l'analyse des taux d'occupation doit être différenciée entre les zones de Tozeur, 35,1%, et de

Douz, 49,5%, et l'ensemble régional Gafsa-Tozeur, 34,6%. Il est possible d'affiner ces performances en se limitant aux établissements 5*, 43,8%, et 4*, 45%. Tout en étant loin des moyennes nationales, 53% pour les hôtels 5* et 60,6% pour les établissements 4*, ces performances marquent bien la préférence des touristes pour les établissements de standing.

Graphique 2 : Répartition de la capacité en lits par catégorie, Gafsa – Tozeur, 2006



Alors qu'il n'existait pas d'établissements de standing dans les années 80, les établissements 4* et 5* représentent actuellement 39% de la capacité en lits des hôtels classés (1* à 5*) de la région de Gafsa – Tozeur.

**Tableau 2 : Offre à l'hébergement et performances
touristiques, 2006⁽¹⁾**

Zones	Capacité lits	Arrivées	Nuitées	Taux occupation	Durée de séjour
TOZEUR	3800	295163	488700	35,1	1,6
NEFTA	790	39875	57298	20,0	1,4
TAMERZA	300	11932	15253	14,1	0,8
KEBILI	330	57769	60354	50,0	1
DOUZ	2200	363430	398378	49,5	1
KSAR GHIL.	550				
NOUAÏL	120				
AÏN ESSABAT	120				

Les performances présentées sont nettement inférieures aux moyennes nationales pour lesquelles la durée moyenne de séjour est de 5,2 et le taux d'occupation moyen est de 51,5%.

Elles font également ressortir la place prise par Douz qui est en train de devenir le centre du tourisme saharien.

En conclusion, la volonté de développement touristique existe réellement mais face à la multiplication des pratiques touristiques, la question se pose quant à la définition de la stratégie de développement du tourisme saharien, à la différenciation des espaces et à la définition des demandes.

1) En réalité, les campements sont rarement fixes sauf exception.

Excepté à Tozeur et Nefta et à un moindre degré à Douz et Kébili, le tourisme n'a aucune fonction territorialisante. C'est un territoire de l'imaginaire, un territoire de motivations où les pratiques touristiques sont constituées à partir de valeurs et de représentations.

La multiplication des projets touristiques, dont les modalités de conception et de promotion se fondent sur des spécificités rêvées, a engendré des pratiques néfastes au tourisme du sud.

4 - Les impacts

Ils sont nombreux et ce, en termes de :

4.1 - Commercialisation

La stratégie de commercialisation des pratiques dans le Sud tunisien passe par différents niveaux :

- la commercialisation directe ou le phénomène de «bouche à oreille» qui présente l'avantage financier induit par la suppression des intermédiaires et qui, le plus souvent, est un marketing positif ;
- la commercialisation sur Internet avec visuels, mais qui, avec les avis des internautes, est une pratique commerciale à double tranchant et ce, en fonction de la satisfaction de la clientèle.⁽¹⁾
- la commercialisation classique via des tours opérateurs généralistes ou spécialisés.

La tendance consumériste, du touriste - aventurier mais sans changement de programme, devrait faire l'objet de plus d'attention de la part des voyagistes. Les conditions météorologiques changeantes entraînent des modifications de programme qui ne sont pas toujours bien admises des touristes.

Par ailleurs, la différence entre les images de marketing, dunes à l'infini et paysages époustouffants, et la réalité, monotonie des paysages, n'est pas toujours bien comprise par des touristes qui n'ont pas été suffisamment

1) Linternaute.com/voyage/tunisie, 23 avril 2007.

préparés. La recherche de sensations nouvelles, dans un milieu complètement étranger, est une mise à l'épreuve des capacités de tolérance du touriste.

L'utilisation de dromadaires de bât pour les méharées à la place des dromadaires de monte n'est pas pour améliorer l'image du tourisme du sud.

4.2 - Communication

Entre les différents acteurs, la communication est particulièrement ambiguë. En effet, dans les comportements des acteurs, le regard de l'autre et sa perception jouent un rôle important.

Le chamelier a une double fonction : il a en charge l'installation des camps et la préparation de la cuisine, fonction subalterne ; mais il a également, et surtout, en charge les dromadaires et à ce niveau, il est la connaissance du désert ; il est la sécurité, fonction capitale.

Le touriste, riche de ses voyages mais pauvre de sa connaissance du milieu, se retrouve en situation de communication sociale de dépendance, n'en est-il pas plus altruiste pour se valoriser ?

En réalité, les protagonistes appartiennent à deux «bulles socioculturelles» qui ne se rencontrent pas et les regards croisés ne sont en réalité qu'un jeu de miroirs en trompe-l'œil qui donne lieu à de subtils faux semblants entre les protagonistes où tout n'est qu'illusion.

Quant au guide, le plus souvent son rôle se limite à celui de relais «linguistique».

Dans la majorité des cas, le touriste, dans cette immensité de sable, part à la recherche d'expériences personnelles.

4.3 - Produit

«On ne voit rien. On n'entend rien. Et cependant quelque chose rayonne en silence...» (Le petit prince, Antoine de Saint-Exupéry). Que reste-t-il de cette re-création, où le silence et la délectation sont indissociables face aux paysages, lorsque se produit cette rencontre inattendue entre les randonneurs et les motorisés sur des parcours trop fréquentés : *«Nous organisons des voyages en caravane traditionnelle au cœur du Sahara [. . .]*

un dépaysement vrai et profond [. . .] loin de tout . . . sauf des rencontres bruyantes !». La multiplication de circuits différents sur un même espace entraîne des rencontres préjudiciables entre le monde du silence et le monde du bruit.

La modestie des distances, qui est considérée comme un atout supplémentaire du tourisme tunisien, se révèle être un point négatif compte tenu de la fréquentation des circuits. Le cadre saharien perd de son authenticité et les excursions classiques à partir des hôtels sont les plus à même de satisfaire la demande⁽¹⁾.

4.4 - Environnement

2006, année internationale des déserts et de la désertification, a été l'occasion de mener une réflexion sur une conception de la durabilité adaptée aux déserts (OMT, 2006). Aussi, est-il fondamental de rappeler que la mise en valeur des richesses naturelles, humaines et culturelles de ces milieux ne doit pas faire oublier leur très grande vulnérabilité.

L'activité touristique dans le Sud tunisien doit être gérée de manière à réduire le plus possible ses impacts sur l'environnement. Cette activité est adossée à un cadre unique *«où entre sol et ciel, rien ne s'insinue»*⁽²⁾. Pourtant, tout baroudeur qu'il est, le randonneur transporte avec lui un confort d'occidental inadapté au lieu. Les touristes laissent souvent des traces de leur passage. Mégots, emballages, papiers toilettes, kleenex marquent trop souvent les lieux de bivouac, ce qui fait dire que *«25 touristes individuels font plus de dégâts qu'un groupe de touristes»*⁽³⁾.

La première chose à faire est donc d'en produire le moins possible et de brûler tous les papiers utilisés. Reste un problème majeur, celui des bouteilles en plastiques, tubes de crème solaire et plastiques. Dans le cas d'une randonnée dans le désert, un randonneur adulte consomme pour boire en moyenne 2 bouteilles d'eau minérale ; pour les toilettes, l'eau peut être substituée par des lingettes humides ou par une utilisation très économique de l'eau. Dans tous les cas, les déchets rejetés doivent être récupérés.

1) Cf. note 20.

2) Ayachi (T.), 2007, *La Presse de Tunisie*.

3) Dora Valayer, Présidente de l'association « Transverses »,

Dans la mesure du possible, il y a lieu de préserver les animaux et les végétaux. En effet, la vie animale est également perturbée, voire parfois menacée par l'activité touristique, en particulier par les bruits produits par les engins à moteur.

4.5 - Image de la destination

Au niveau de l'image, l'absence de guides spécialisés, écologiques, sur le Sahara ne permet pas une bonne visibilité et compréhension de cet espace qui est défavorisé par un «brouillage de l'image - destination Sahara». Du reste, les commentaires des internautes concernant «l'intérêt du tourisme saharien conseillent aux futurs clients d'opter pour quelques jours de détente dans un hôtel de Douz ou Tozeur⁽¹⁾ et de s'offrir 2 jours de ballades en 4x4 avec bivouac». Le tourisme du sud tunisien a besoin d'une identité.

En conclusion, devant la fragilité du milieu saharien et la volatilité de la clientèle, la question relative à la pérennité des activités touristiques en milieu saharien doit être posée afin de rendre ce milieu compréhensible à l'ensemble des acteurs.

5- Préconisations

La situation telle que présentée nécessite l'établissement de préconisations qui prennent en compte :

- l'utilisation des espaces naturels et de leurs ressources,
- la fidélisation de la clientèle.

Ces deux aspects passent par la gestion intégrée de la qualité (GIQ) à savoir, le développement durable et la satisfaction de la demande.

5.1 - Le développement durable

Au niveau de l'offre, il s'agit de l'utilisation d'un espace naturel et de ses ressources ; au niveau de la demande, il s'agit du comportement citoyen des clientèles touristiques. Le rôle des acteurs du tourisme est donc capital dans l'amélioration et la protection de l'espace. C'est pourquoi, il y a lieu

1) Il est précisé que le parc hôtelier est d'excellente qualité.

d'adapter rapidement le produit saharien aux attentes de la demande. Ce travail passe par :

- la mise en place d'un système de collecte, d'analyse et de gestion des données et ce, par l'intermédiaire de l'Observatoire tunisien de l'environnement et du développement durable ;

- l'identification des stratégies d'adaptation face aux attentes et exigences de la demande ;

- la mise en place de stratégies de partenariat entre public-public et public-privé.

En outre, le Sud correspond à des espaces touristiques en quête de singularité. Il est donc nécessaire de :

- développer une offre fondée sur une attraction spécifique ;

- établir des critères écologiques pour l'obtention des aides et incitations de l'Etat.

Par ailleurs, et en termes d'équité sociale, il est opportun de :

- offrir à toutes les parties concernées des avantages socio-économiques équitablement répartis ;

- consommer, dans la mesure du possible, des produits régionaux ;

- créer pour le tourisme national, une offre axée sur une attraction particulière et non sur un séjour à l'hôtel. En effet, les flux vers les régions du sud, hors l'île de Djerba, sont faibles parce que le marché national est réticent par manque d'informations sur le Sud tunisien. Des actions doivent être entreprises afin que cette clientèle exprime une envie de découvrir cette offre.

5.2 - La satisfaction de la clientèle

Les nouvelles formes de sociabilité et les nouvelles valeurs, dont le développement durable, passent par la diversification des temps, des formes et des finalités des loisirs. Aussi, y-a-t-il lieu de :

- adapter les offres aux attentes de la demande face à des propositions de plus en plus variées ;

• instaurer un label «Drapeau jaune», label d'une démarche de territoire qui permet un niveau d'intégration important et qui concourt à des objectifs inter-sectoriels. Ainsi, la démarche territoriale permet l'émergence d'une distinction territoriale et donc d'une différenciation régionale ;

• élaborer une charte dont les objectifs viseraient à l'établissement :

- d'un code de bonne conduite,
- d'un outil d'accompagnement,
- d'un support stratégique,

et dont les fondements s'appuieraient sur :

- le principe de développement régional,
- des activités différenciées,
- des engagements de l'ensemble des acteurs.

La satisfaction de la demande passe également par la formation de **nouvelles figures professionnelles** susceptibles de créer de nouvelles compétences professionnelles dans le domaine du patrimoine, du tourisme et de l'environnement. A cet effet il est dans l'obligation de former des guides spécialisés «Sahara» et ce, afin d'éviter le simple rôle d'intermédiaire que joue actuellement le guide entre les randonneurs et les chameliers.

Aussi, le guide doit-il être un excellent connaisseur du milieu mais également un animateur, conscient de l'ensemble des aspects pris en compte dans le cadre du développement durable.

En conclusion, l'approche territoriale, qui doit prendre en compte l'intégration des inégalités sociales et écologiques, a pour avantage la mise en place de solutions pragmatiques à l'ensemble des produits à développer sur un même espace. Il s'agit, en effet, avant tout de promouvoir des "projets de destinations" et de créer une "marque Sahara Tunisie", territoire identitaire touristique qui doit être tourné vers la demande autour d'une démarche de qualité, de manière à faire face aux défis rencontrés et à renforcer la place de la destination Tunisie sur les marchés internationaux.

Bibliographie

- Abdelkéfi (H) (études réunies par) – 2002 – *La représentation du désert*, Equipe de recherche en civilisation et littérature de Sfax, Université de Sfax pour le Sud.
- Banque Mondiale – 2002 - *Stratégie de développement touristique en Tunisie*, Tunis : Ministère du Tourisme.
- Bergaoui (M) – 1997 – *Tourisme et voyages en Tunisie. Les années régence*, Tunis.
- Despois (J) – 1964 – *L'Afrique du nord*, PUF, Paris.
- Gandini (J) - 2000 – *Pistes du Sud tunisien à travers l'histoire*, Calvisson : Extrêm'Sud,.
- JICA – 2001 - *Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, conditions de valorisation des ressources touristiques culturelles, écologiques et sahariennes*, Tunis : Ministère du Tourisme, des loisirs et de l'Artisanat.
- Nations Unies – 2004 - *Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie, situation actuelle et perspectives*, Tunis.
- OMT – 2006 - *Développement durable du tourisme dans les déserts - Lignes directrices à l'intention des décideurs*, Organisation mondiale du tourisme, Madrid.
- OMT – 2002 – *Tourisme : horizon 2020 Prévisions globales et profils des segments de marché*, Organisation mondiale du tourisme, Madrid.
- Smaoui (A) – 2001 - «Le développement du tourisme en Tunisie et le rôle des organisateurs de voyages étrangers» in *Tourismes chances pour l'économie risquée pour les sociétés ?* sous la dir. de J-L Michaud, Nouvelle Encyclopédie Diderot, Paris : PUF, 1992.
- Vatin (JC) – 1984 - «Désert construit et inventé, Sahara perdu ou retrouvé : le jeu des imaginaires», *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée*, n°37, Aix en Provence.
- Zaïed (A) – 2006 – *Le monde des ksours du Sud tunisien*, Tunis : Centre de publication universitaire.

Les mutations de l'offre dans l'activité touristique. Quelles perspectives pour le tourisme au Sahara ?

Mounir Smida⁽¹⁾

«.. et le palmier se mit à pleurer

Je ne supporterai pas ton absence parce qu'en me voyant, tu ne t'empêcheras point de m'arroser et de me fumer»⁽²⁾.

Dialogue entre le palmier et son propriétaire.

Résumé

D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme international rapporte plus de 2,4 milliards de dollars par jour⁽³⁾. A l'exportation, cette activité se classe au quatrième rang après les carburants, les produits chimiques et les automobiles. Cette source de revenus profite essentiellement aux pays industriels et émergents. Ce constat nous interroge sur la pertinence des recommandations des organisations internationales qui considèrent cette activité comme un «outil de développement des pays sous-développés». Dans ces économies, l'expansion de l'activité est tributaire d'une adaptation de l'offre aux mutations de la demande, au

1) Maître de conférences en sciences économiques à l'Université de Sousse. Faculté de Droit et des Sciences Economiques et Politiques de Sousse. Unité de recherche Tourisme et Développement. lumineu@yahoo.fr

2) Dialogue entre le palmier et son propriétaire. In « Revoir El Jerid ».

3) Organisation Mondiale du Tourisme. Baromètre OMT, vol. 5, n°2, juin 2007.

risque de voir «les nouvelles destinations chasser les vieilles destinations», évolution malheureusement confirmée par les tendances lourdes.

1- Introduction

Le tourisme est souvent présenté comme une activité qui favorise le développement économique. Il contribue à la production de richesses, présente des effets directs, indirects ou induits, et bénéficie ainsi aux populations locales.

Plusieurs études se sont attachées à l'analyse des perspectives de développement de cette activité et ont relevé ses tendances lourdes. Conformément à ces études, le nombre de touristes ainsi que les recettes touristiques croissent très fortement. Cette évolution quantitative, enregistrée depuis les années 1970 au moins, n'a pas été affectée par les incertitudes qui ont marqué l'activité pendant les dernières années. Globalement, l'évolution enregistrée a été accompagnée d'une modification qualitative qui ne semble pas favoriser notre région.

L'observation de cette dynamique montre qu'elle s'est traduite par une nouvelle répartition des voyageurs et des revenus touristiques à l'échelle internationale. Deux régions se distinguent : l'Asie-Pacifique et le Moyen-Orient.

Futur grand pays émetteur et récepteur, la Chine confirme sa position parmi les dix premières destinations. Elle est considérée comme le principal bénéficiaire de cette activité dans le futur. D'une façon générale ces principales tendances semblent reléguer l'Afrique et notre sous-région à un rôle secondaire.

La survie et la croissance du tourisme saharien dépendent de la connaissance de ce marché, tant au niveau national que régional, du profil des clients actuels et potentiels et de la forme que prendra la concurrence dans le futur. La percée du Moyen-Orient et des pays du Golfe (désert arabe), le redressement de l'Égypte (désert du Sinaï) constituent des données à prendre en compte pour assurer la durabilité d'un «produit Sahara».

L'objet de cet article est de commenter, à la lumière des grandes tendances du tourisme international, le devenir de cette activité.

Le travail rappelle les grandes mutations que connaît l'activité, tant au niveau qualitatif que quantitatif, évoque les incertitudes qui la caractérisent et recense les attentes des clients compte tenu des nouvelles mutations socio-économiques et technologiques. Une attention particulière est accordée à la filière «tourisme saharien» thème principal de ce colloque.

2- Le tourisme international connaît une croissance fulgurante

Conformément aux estimations de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), l'industrie touristique est en progression croissante, essentiellement depuis les trente glorieuses.

A l'échelle internationale, le nombre d'arrivées atteindra un milliard en 2010 et un milliard 600 millions en 2020. Ces estimations sont basées sur un taux de croissance annuel de l'ordre de 4% et n'ont pas été démenties par des événements défavorables comme la grippe aviaire en Asie, l'insécurité du transport aérien ou la variation à la hausse des prix du carburant qui constituent a priori des facteurs d'incertitude qui pourraient freiner cette croissance. Cette augmentation vertigineuse du nombre de touristes affecte d'une manière plus ou moins inégale, les dépenses générées par l'activité (les recettes des pays récepteurs).

- Le secteur a enregistré un taux de croissance plus rapide que celui des échanges internationaux. En cinquante-cinq ans c'est-à-dire entre 1950 et 2005, le nombre d'arrivées a été pratiquement multiplié par 31. Il est passé de 25.300.000 à 806.800.000. Le nombre de voyageurs a pratiquement doublé durant les décennies soixante et soixante-dix. Il a quadruplé entre 1970 et 2000. Cette tendance à la hausse a été interrompue provisoirement durant les deux années 2001 (- 0,04 %) et 2003 (-1,75 %) mais s'est redressée rapidement.

- Exprimées en dollars américains courants, les recettes générées par l'activité ont été multipliées par 325 entre 1950 et 2005 et par 38 entre 1970 et 2005. Elles ont connu un taux de croissance annuel moyen de 8,1 % entre 1981 et 2005 et 7,5 % entre 2002 et 2005. L'essoufflement constaté en fin de période a été rapidement compensé et le taux de croissance des recettes a largement dépassé celui des arrivées.

L'évolution des recettes touristiques internationales, en milliard de dollars américains courants

Année	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2005
Recettes touristiques	2,1	6,9	17,9	104,4	270,2	481,6	682,7
Tx de crois. en % (nbre de fois)	-	228,5 (3,2)	159,4 (2,6)	483,2 (5,8)	158,8 (2,6)	78,2 (1,8)	41,7 (1,4)
Multiplication par rapport à 2005	325	99	38,1	6,5	2,5	1,4	1

Source : Calculs effectués à partir des statistiques de l'OMT

Cette variation à la hausse est confirmée par la croissance des variables réelles telle que présentée dans le tableau ci-dessous :

Les variations d'une année sur l'autre à prix constants des recettes du tourisme international, en pourcentage

Année/Unité monétaire	2001/2002	2003/2002	2004/2003	2005/2004	2006/2005
US Dollar	2,2	7,3	17,0	3,5	5,2
Euro	-3,8	-10,1	7,0	4,7	5,2

Source : Organisation Mondiale du Tourisme.

2.1 - Une activité qui profite aux pays industriels

Le tourisme est une activité qui profite principalement aux pays industriels (principaux pays récepteurs et émetteurs) pour la double raison suivante. Premièrement, les mutations de la demande dépendent essentiellement de facteurs socio-économiques propres à économies (Splinder J., 2003) (Vellas F., 2003), deuxièmement, le secteur a été a été qualifié d'industrie lourde à financement onéreux (Durand H., Gouirand P. Splinder J, 1994) en raison des coûts élevés des investissements et de la lenteur de l'amortissement.

L'industrie touristique nécessite l'intervention de différents acteurs dont des multinationales étrangères. Elle est caractérisée par une forte concentration des entreprises dont certaines sont en situation de dominance (dans certaines régions)⁽¹⁾. Sa mondialisation conduit les pays récepteurs à

1) Voir à titre indicatif le classement des dix premiers groupes mondiaux en janvier 2005 en annexes.

développer un tourisme de masse pour rentabiliser les investissements engagés. Face à la multiplication des pays récepteurs (concurrence plus aiguë), les entreprises locales des pays les moins avancés cherchent à rabaisser la recette unitaire pour augmenter la fréquentation. Même si cette politique des prix est pratiquée par un nombre limité d'acteurs (sous la pression des distributeurs, par exemple), elle finit par avoir des effets non recherchés sur l'ensemble du secteur. La détérioration de l'image de marque d'une chaîne touristique finit par détériorer l'image du produit. «Le 'bon touriste' fuyant toujours 'le mauvais' qui finit par l'imiter⁽¹⁾».

La démocratisation du voyage (explosion de l'offre) s'explique essentiellement par deux principaux facteurs :

- premièrement par le rétrécissement des distances virtuelles (mass média, Internet) et réelles (développement de la technologie dans le transport, libéralisation des tarifs aériens etc.) ;

- deuxièmement par l'amélioration du niveau de vie de certaines classes sociales en Occident et dans certains pays émergents.

La distribution des revenus engendrés par cette activité économique profite néanmoins, à certaines régions aux dépens d'autres. Ce constat est confirmé par les analyses prospectives qui indiquent que l'industrie bénéficiera essentiellement aux pays les plus avancés considérés individuellement et dans une moindre mesure à certains pays méditerranéens tant en leur qualité de pays émetteurs que récepteurs.

- La Méditerranée continue à exercer une attraction sur les voyageurs. Les pays du Nord essentiellement la France, l'Espagne, et accessoirement l'Italie et la Turquie continuent à jouer un rôle de premier plan.

- A plus long terme, cette dynamique profitera davantage aux régions de l'Asie-Pacifique et accessoirement au Moyen-Orient.

- Globalement, l'Afrique présente des performances assez médiocres et ne semble pas bénéficier de cette forte croissance. Un effet de rattrapage est cependant remarqué en fin de période en termes de recettes.

Sur une longue période (1950-2005), l'analyse de l'évolution des parts de marché des différentes zones montre que c'est plutôt la région Asie Pacifique qui

1) La phrase est empruntée à Duterne, B., 2007.

se distingue du reste du monde. Sa part relative dans le nombre d'arrivées est passée de 0,7 % en 1950 à 19,2 % en 2005. Ce résultat a été réalisé aux dépens des régions Amériques et Europe. L'Afrique occupait la dernière place en 2005 avec une part de marché représentant 4,6 % seulement, contre 1,9 % en 1950.

L'évolution des parts régionales sur une longue période

Zone	Afrique	Amérique	Asie Pacifique	Europe	Moyen-Orient
1950	1,97	29,6	0,79	66,4	0,79
2005	4,62	16,5	19,26	54,7	4,83
2005-1950	2,64	- 13,09	18,47	- 11,68	4,04
2010	4,39	18,64	23,13	50,28	3,53
2010-2005	1,75	2,09	3,87	- 4,40	- 1,29
2020	4,68	17,72	28,52	44,75	4,30
2020-2010	0,28	- 0,91	5,39	-5,53	0,76
2020-2005	0,06	1,18	9,26	- 9,96	-0,52

Source : Calculs effectués à partir des statistiques de l'OMT

Les taux de croissance moyen selon la zone (1981-2005), (le signe indique si le taux de croissance moyen est supérieur ou inférieur à la moyenne monde)

Zone	Monde	Afrique	Amériques	Asie Pacifique	Europe	Moyen-Orient
Nombre d'arrivées	4,40	6,96 +	3,20 -	8,16 +	3,72 -	7,52 +
Recettes touristiques	8,10	8,15 +	7,41 -	11,19 +	7,26 -	11,28 +

Source : Calculs effectués à partir des statistiques de l'OMT

En conclusion :

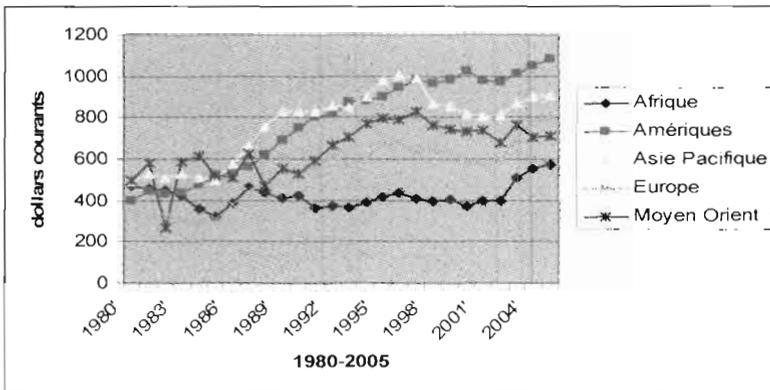
- La bonne performance de l'Asie-Pacifique s'explique par la forte croissance des arrivées et des recettes. Entre 1981 et 2005, le nombre des touristes ainsi que les revenus engendrés par cette activité ont connu des taux

de croissance annuels moyens équivalents à 8,1 % et 11,9 %, dépassant largement les moyennes mondiales.

- Cette tendance est confirmée durant la période 2002-2005 pendant laquelle l'Asie-Pacifique et le Moyen-Orient se distinguent par une plus grande dynamique et croissent à des taux de l'ordre de 9 % (contre 7,45 % pour la région monde)

- En termes de recettes unitaires (par arrivée), la région Amériques qui perd en parts de marchés bénéficie des dépenses les plus élevées. L'Asie-Pacifique occupe la deuxième position et le continent africain affiche le quotient le plus faible. Il a bénéficié d'une moyenne annuelle simple de 422,06 dollars seulement contre 612 dollars pour la région monde (en moyenne annuelle simple pendant la période 1980-2005).

La variation de la recette unitaire en dollars américains courants selon la région (1980-2005)



L'analyse de données plus fines pour l'année 2005, confirme que l'activité profite essentiellement, tant en nombre d'arrivées que de recettes, à une dizaine de pays européens. Sept pays occidentaux (pays récepteurs) attirent 35,8 % des touristes. Six pays drainent 41,5 % des recettes, le quart de ces recettes revenant à trois pays seulement : les USA (12 %), l'Espagne (7 %), la France (6,2 %).

- S'agissant des pays émetteurs, quatre puissances cumulent le tiers des dépenses touristiques internationales (Allemagne, USA, Royaume-Uni et Japon).⁽¹⁾ (Voir tableau ci-dessous)

1) Dans l'ensemble, l'activité profite aux sept pays les plus industrialisés.

- Sauf choc imprévu, l'OMT prévoit à l'horizon 2020, une consolidation nette de la position de l'Asie-Pacifique et du Moyen-Orient. Comparée aux statistiques de 1950, leurs parts relatives connaîtront une augmentation de 27,8 pour cent pour la première et de 3,6 pour cent. Le continent africain connaîtra pour sa part, un taux de croissance de l'ordre de 5% et présentera une situation intermédiaire.

En 2005, l'Europe et l'Amérique du Nord se présentaient comme les principaux émetteurs (70 % du total mondial) et récepteurs (66 %). Cette position est confirmée par leurs parts prépondérantes, aussi bien dans les recettes que dans le processus de production.

Rappelons à titre indicatif que trois pays seulement sont représentés dans le 'top-ten' des groupes hôteliers : les Etats-Unis (76 %), la France (13 %) et le Royaume-Uni (11,3 %our cent).

Les principales destinations touristiques (arrivées et recettes en 2005)

Rang. Pays	Arrivées en millions	Part dans Le marché international	Rang. Pays	Recettes en milliards US Dollars	Part dans le marché international et cumul en pourcentage
1. France	75,9 Europe	9,4	1. USA	81,7	12,0
2. Espagne	55,9 Europe	6,9 (16,3)	2. Espagne	47,9	7,0 (19,0)
3. USA	49,2 Amérique	6,1 (22,4)	3. France	42,3	6,2 (25,2)
4. Chine	46,8 Asie	5,8 (28,2)	4. Italie	35,4	5,2 (30,4)
5. Italie	36,5 Europe	4,5 (32,7)	5. Royaume Uni	30,7	4,5 (34,9)
6. Royaume-Uni	30,0 Europe	3,7 (36,4)	6. Chine	29,3	4,3 (39,2)
7. Mexique	21,9 Amérique	2,7 (39,1)	7. Allemagne	29,2	4,3 (43,5)
8. Allemagne	21,5 Europe	2,7 (41,8)	8. Turquie	18,2	2,7 (46,2)
9. Turquie	20,3 Europe	2,5 (44,3)	9. Australie	16,9	2,5 (48,7)
10. Autriche	20,0 Europe	2,5 (46,8)	10. Autriche	15,5	2,3 (51,0)
11. Tunisie	6,4	0,8	Tunisie	2,06	0,3
Monde	806	100	Monde	683	100

NB : les valeurs entre parenthèses représentent le cumul

Source : Calculs effectués à partir des statistiques de l'OMT

2.2 - ...et qui vire à l'Est

S'agissant des pays les moins développés, des projections pour 2020 confirment le bon positionnement de la Chine qui deviendra le premier pays récepteur (130 millions d'arrivées), de Hong-Kong et du Mexique.

Le classement des dix premiers pays. Horizon 2020

Pays/Année	1990	2000	2004	2020
France	1	1	1	2
Espagne	3	3	2	4
USA	2	2	3	3
Chine	12	5	4	1
Italie	4	4	5	7
Royaume-Uni	7	6	6	6
Hong-Kong	19	14	7	5
Mexique	8	8	8	8
Allemagne	9	10	9	
Autriche	6	11	10	

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Projection des parts de marchés des principaux pays touristiques

Pays	Part de marché	
	1995	2020
Année de référence		
1 Chine	3,5	8,3 (+ 4,8)
2 France	10,6	6,8 (- 3,8)
3 Etats-Unis	7,7	6,6 (-1,1)
4 Espagne	6,9	4,7 (-2,2)
5 Hong-Kong	1,8	3,6 (+1,8)
6 Italie	5,5	3,4 (- 2,1)
7 Royaume-Uni	4,2	3,4 (-0,8)
8 Mexique	3,6	3,1 (-0,5)
9 Russie	1,6	3,1 (+1,5)
10 République Tchèque	2,9	2,8 (-0,1)

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

2.3- ...aux dépens de notre région

Compte tenu des informations statistiques publiées par l'OMT, l'activité reste dominée par la zone nord en Afrique. Les données sur les autres pays sahariens ne sont pas disponibles ou sont insuffisantes. Celles dont on dispose sont suffisamment faibles au point de ne pas changer fondamentalement les tendances observées pour cette sous-région.

Le croisement de ces chiffres permet cependant d'avoir une vue globale de la situation du tourisme au Sahara pour deux raisons. Premièrement, en Afrique du Nord, le tourisme balnéaire domine largement, deuxièmement, dans les autres pays riverains du Sahara, les incertitudes sur la sécurité sont réelles.

En bref, ces données permettent d'affirmer que :

- La part relative des pays maghrébins et de l'Egypte augmente (nombre d'arrivées, recettes).

- Les performances du continent africain s'expliquent essentiellement par la plus grande agressivité de l'Afrique subsaharienne.

- L'Afrique du Nord voit sa part de marché diminuer (recettes touristiques) face à la zone sud. Ces performances sont imputables essentiellement aux bons résultats réalisés par le Maroc en fin de période (concurrent saharien).

Taux de croissance de l'arrivée des touristes internationaux par destination

Taux	Afrique	Afrique du Nord	Afrique subsaharienne	Maroc	Tunisie	Moyen Orient	Egypte
2004-2003	9,1	15,1	5,8	15,0	17,3	22,7	35,7
2005-2004	8,5	8,9	8,2	6,7	6,3	8,4	5,8
2006-2005	8,1	5,8	9,4	-	2,7	3,9	-

Source : OMT, 2006, Market trends.

- Le Moyen-Orient affiche de bons résultats malgré les incertitudes géopolitiques. L'Egypte redresse largement sa situation.

- Quoique la Tunisie se distingue par le niveau élevé des recettes touristiques par habitant (198 dollars en 2005), les revenus par touriste (330

dollars) sont beaucoup plus faibles que ceux du Maroc (715 dollars) ou des moyennes enregistrées par les autres sous-régions africaines.

En bref, au vu de cette analyse, un certain nombre de remarques s'impose :

1. L'industrie touristique profite davantage aux pays industriels et aux pays émergents de l'Est.

2. La dynamique du continent africain ne bénéficie pas particulièrement à notre région.

3. En Tunisie, la contre-performance enregistrée pendant les dernières années est relevée par la baisse de son poids relatif dans la région et en termes de recettes par touriste essentiellement.

4. S'agissant de la zone riveraine du Sahara, la Tunisie dispose d'un avantage en matière de sécurité. A niveau comparable de sécurité, l'Egypte (désert du Sinaï), et les pays du Golf semblent bénéficier a priori, d'avantages appréciables (sites archéologiques, shopping).

3- Le profil du touriste de demain et l'adaptation de l'offre.

Les changements que connaît l'activité touristique au début du XXIème siècle sont révélés par deux principaux faits majeurs : la démocratisation du voyage (demande) et l'explosion de l'offre (multiplication de pays récepteurs parmi les pays les moins développés). A l'échelle globale, les bénéfices de l'activité demeurent inégalement distribués : les deux tiers des touristes choisissent l'Europe ou l'Amérique du Nord et les concentrations (intégration verticale et horizontale des chaînes internationales, des distributeurs, transporteurs etc.) ne favorisent pas les entreprises touristiques indépendantes du Sud.

Le profil du touriste d'aujourd'hui est certainement différent de celui des décennies précédentes. Il est (ou sera) plus âgé, plus expérimenté, mieux informé et plus exigeant. La satisfaction de ce nouveau client (demandeur) exigerait de nouveaux investissements et l'intervention de plusieurs acteurs économiques. Les nouveaux financements sont tributaires des rendements attendus, de la tendance en termes de gains donc d'arrivées et de prix unitaires.

A ce propos, l'Etat et les groupes socioprofessionnels peuvent jouer un rôle de premier ordre tant au niveau de l'innovation (nouveaux produits, modification des caractéristiques des produits existants) que de la mise en place d'une infrastructure qui s'adapte aux mutations de la demande. Dans le cas contraire, la massification de l'activité peut avoir un coût social élevé conformément au schéma suivant :

Baisse des prix ..>...massification ..>...baisse de la qualité ...> désertification (écologique, touristique)
--

Dans la pratique, l'opération d'adaptation de l'offre à la demande est assez complexe. Le produit touristique est à plusieurs composantes. Il comprend les ressources naturelles, l'infrastructure, les équipements, les moyens de communication, l'hébergement, l'animation⁽¹⁾.

L'offre se présente comme un panier de biens et de services. Le vecteur de produits proposé aux consommateurs est composé de sous-produits qui nécessitent l'intervention de plusieurs agents économiques. Elle recouvre un grand nombre d'activités, difficiles à modifier à court terme, et doit s'adapter à une demande dont les motivations et les besoins du demandeur sont faits d'images quelquefois difficiles à matérialiser. J. Stafford (1999) résume ces particularités en relevant ses caractères disparate, rigide et intangible.

Les différentes facettes de l'offre (artisanat, cuisine, transport aérien, etc.) sont difficiles à harmoniser, l'ajustement à la demande se fait lentement et à des coûts importants. Les motivations et les besoins de l'acheteur embrassent des éléments divers et entremêlés, ce qui rend malaisée la mise en place d'un produit précis pour satisfaire toute nouvelle demande.

D'autre part, l'activité est assez instable. Elle dépend des fluctuations saisonnières, de la forte substitution entre certains produits et certaines destinations. Au niveau global, elle est favorablement influencée par le développement technologique (réduction des coûts) mais dépend aussi de facteurs psychologiques (l'idée qu'on se fait de l'autre, l'idée qu'on se fait du lieu à visiter ou à revisiter) et sociologiques (effets de mode)⁽²⁾. Ces

1) J. Raboteur, 2000, L'Harmattan.

2) Ce phénomène a été résumé par l'adaptation de la loi de Gresham à l'activité. « Le bon touriste fuyant toujours le mauvais touriste qui finit par l'imiter ».

motivations déplaceraient la courbe d'offre imposant la baisse des prix pour maintenir la même quantité.

3.1 - Les nouveaux facteurs qui influencent l'offre et la demande

Il est généralement admis que les grands facteurs qui vont influencer l'offre touristique se résument comme suit : l'intensification de la concurrence, le renforcement des fusions et acquisitions dans le secteur, l'apparition de nouvelles richesses en temps libre et en revenus, le développement de la technologie et le climat d'incertitude (guerre, insécurité, prix du carburant etc.).

- L'intensification de la concurrence dans l'activité touristique

Les tendances observées plus haut en termes d'évolution des arrivées et des recettes ne rendent pas compte du phénomène d'explosion de l'offre. L'activité a été longtemps considérée comme un facteur de développement pour les pays les moins avancés qui disposent d'un avantage en termes de coûts et d'environnement physique attrayants.

Le tourisme présente un effet direct sur la consommation des biens et services locaux, il participe à la correction de la répartition des revenus entre nations et couches sociales et participe au financement des déficits budgétaires et du commerce extérieur.

Dans certains petits états insulaires l'activité contribue largement au revenu national. La multiplication des destinations dans les pays en voie de développement s'est cumulée avec celles des vieux pays touristiques traditionnels. Ces derniers maîtrisent mieux l'activité et le processus de distribution ce qui contribue probablement à la baisse des prix. A défaut de la maîtrise de l'ensemble de la chaîne touristique⁽¹⁾, ces nouvelles destinations sont tenues de se distinguer par un rapport qualité prix exceptionnel.⁽²⁾

1) La chaîne touristique est utilisée au sens de Raboteur : tour opérateur, transporteur, hébergement, animation, environnement physique, social et culturel.

2) Ce rapport qualité prix serait à l'origine de la bonne tenue de la destination Maroc pendant les dernières années.

- La modification du profil du consommateur, l'imperfection du marché et l'incertitude

La forte croissance du nombre de voyageurs s'explique par l'augmentation des richesses, les mutations démographiques et l'amélioration de l'information du consommateur. A côté des vieux marchés émetteurs de touristes, de grands pays émergents comme la Chine ou l'Inde vont progresser rapidement.

➤ Les mutations démographiques et socio-économiques

Les mutations démographiques des pays émetteurs se traduiront par un vieillissement de la population, la prolongation de l'âge de la retraite des actifs, la diminution du temps du travail et l'augmentation du temps consacré aux loisirs. L'avenir semble présager d'un fractionnement des séjours et d'une multiplication du nombre de voyages de courte durée.

Au niveau qualitatif, le changement des conditions de vie de certaines ethnies vivant en Europe⁽¹⁾, des femmes, etc. mettra sur le marché de nouveaux clients qui peuvent avoir des exigences et des motifs différents.

En bref, le touriste senior expérimenté et cultivé s'imposera pour se reposer, faire une cure de jeunesse. Il peut rester plus longtemps, à la recherche d'une certaine authenticité et rentrer avec l'impression qu'il a été dépaycé d'avoir établi des contacts avec la population du lieu visité et qu'il l'a mieux compris.

La donnée écologique sera nécessairement présente pour répondre à cette demande.

➤ Le développement de la technologie de l'information

Le développement des techniques d'information et des moyens de communication permet désormais au touriste d'être mieux informé sur les différentes destinations ainsi que sur les différents prix.

En Occident trois principaux phénomènes ont modifié le comportement du consommateur de voyage. Il s'agit de l'utilisation des méta moteurs de recherche qui dirigent les clients sur les sites Web des

1) Voir par exemple le cas des maghrébins vivant en Europe .

fournisseurs, la consultation des agences en ligne (intermédiation en ligne)⁽¹⁾ et des sites spécialisés ainsi que la participation aux «communautés virtuelles».

L'identification, sur Internet, de voyages et de parcours conçus et expérimentés par d'autres voyageurs et la conception d'itinéraires personnalisés⁽²⁾ contribue largement à augmenter le pouvoir du touriste face aux intermédiaires classiques (informations, prix et réservations). Il peut maximiser ses choix compte tenu de ses contraintes budgétaires tout en limitant l'imperfection de l'information.

Au niveau de l'offre, cette révolution technologique peut profiter aux «indépendants» et aux petites unités qui voudraient adapter leurs produits à cette nouvelle demande.

➤ **Le climat d'incertitude**

L'incertitude recouvre aussi bien l'instabilité économique, politique, climatique que celles relatives à la hausse du prix du carburant, l'insécurité dans les avions etc. Le secteur touristique est instable et très sensible aux chocs.

Une hausse du prix du pétrole pourrait, par exemple, entraver l'activité des destinations longues et la multiplicité des courts séjours. Elle rendrait les produits proposés par les pays les moins avancés plus vulnérables. A priori, les tourisms interrégional et domestique en profiteront. Cette tendance peut être nuancée à plus long terme par les développements technologiques et les soins apportés à l'image de marque des destinations qui veulent résister à ces mutations.

➤ **Le renforcement des fusions et des acquisitions**

L'augmentation du pouvoir du consommateur grâce à l'Internet est contrebalancé par le large mouvement de fusions et acquisitions dans l'hôtellerie, les compagnies aériennes, les réseaux de distribution. Associé au

1) Il s'agit essentiellement des hôtels indépendants.

2) Certaines études ont confirmé qu'aux USA, un itinéraire bien conçu et mis en ligne inspirera 1400 planifications de voyages d'autres touristes.

mouvement de vente de prestations forfaitaires et à la présence quelquefois exagérée de grands groupes internationaux, ce phénomène s'est traduit dans certains pays par une baisse relative des prix et/ou un transfert des revenus touristiques à l'étranger.

En 1996, la Banque Mondiale a rapporté que dans certains cas, plus des 3/4 des recettes touristiques revenaient à de grands groupes aux dépens des populations locales.

3.2 - Le tourisme saharien, de quoi réfléchir ?

La vision que nous avons tenté d'avoir sur le tourisme saharien part de l'hypothèse que cette filière est influencée par les grandes tendances et les principaux facteurs qui affectent l'offre et la demande internationales.

Il n'en demeure pas moins, que le tourisme «Sahara en Tunisie» présente des caractéristiques qui lui sont propres.

Les facteurs internes sont aussi importants que les facteurs externes. L'identification du produit, son positionnement dans la gamme de l'ensemble des activités touristiques ainsi que son adoption par les populations locales déterminent sa dynamique. Sa relation «dépendance indépendance» vis-à-vis des autres filières affecte sa propre dynamique.

Notons à ce propos, que les indicateurs d'offre et les appréciations des populations locales n'annoncent pas a priori, un développement rapide à court terme.

Ainsi,

- Cette activité reste dominée par les excursions dans le désert.
- La durée de séjour dans ces contrées est très courte. Les villes concernées semblent jouer le rôle de cités de transit. Rapporté aux données nationales, le pourcentage des arrivées est supérieur à celui de la part en nuitées.
- Le taux d'occupation hôtelière dans ces zones sahariennes est inférieur à la moyenne nationale (34,6 % contre 51,5 %).

Durées de séjours et taux d'occupation dans la zone Gafsa-Tozeur

Année	2004	2005	2006
Durée de séjours hôteliers	1,3 (6,3)	1,3 (6,2)	1,3 (6,3)
Durée de séjours hôteliers des résidents	1,6 (2,3)	1,6 (2,2)	1,6 (2,2)
Taux d'occupation	33,2 (51,5)	35,2 (51,5)	34,6 (51,5)

Source : ONTT, 2006. Le tourisme en chiffres.

En termes relatifs⁽¹⁾, le nombre de nuitées représentait 12,8 % en 2005 contre 12,3 % en 2006. S'agissant du profil des touristes, 83 % des nuitées globales reviennent aux non résidents dont 76,3 %, viennent d'Europe.

D'autre part, dans ces régions, le caractère saisonnier du tourisme est atypique⁽²⁾. L'analyse des statistiques par région montre que le taux d'occupation mensuel présente des pics importants aux mois d'avril et août. En hiver, les valeurs observées sont comparables à celles des régions⁽³⁾.

Cette situation est relatée par la position de la population concernée. Au niveau socio-économique, des études ont montré que le tourisme n'est pas accepté de la même manière que dans le reste des régions. Dans les zones dites sahariennes⁽⁴⁾, la population est moins favorable à cette activité. Des études ont confirmé qu'à Tozeur la population affiche plutôt une opinion négative quant à ses effets sur la culture et l'emploi. Ses habitants ne semblent pas franchement intéressés par les activités de services liés à ce secteur.

Dans l'ensemble, l'avenir du tourisme au Sahara sera probablement marqué par les grandes tendances qui ne manqueront pas de caractériser la demande à l'échelle internationale. Il s'agirait essentiellement de la manifestation de comportements et d'attentes diversifiés (diversification des produits, diversification de l'offre), qui sera exprimée par un nombre plus important de seniors en âge de la retraite qui imposeront une évolution différente de la demande et par la suite de l'offre, de touristes (probablement plus jeunes) provenant de pays émergents, d'européens originaires de la région (à la recherche de la trace de leurs familles). Compte tenu de

1) Par rapport aux statistiques nationales

2) ONTT, 2006, Le tourisme tunisien en chiffres.

3) Doit-on relever une dépendance vis-à-vis du tourisme balnéaire de masse.

4) Voir les villes de Tozeur et de Matmata qui ont fait l'objet de l'enquête.

l'évolution attendue, il est probable que ce tourisme sera marqué par une conscience environnementale plus forte et un intérêt marqué pour la connaissance et la culture locale.

4- Conclusion

La présentation des grandes tendances de l'évolution de l'activité touristique apparaît plutôt favorable aux nouvelles destinations et aux nouveaux pays émergents de l'Est. En termes relatifs, cette industrie profitera aux pays industrialisés qui présentent une plus grande capacité d'adaptation.

Dans plusieurs pays moins avancés le tourisme continuera à être perçu comme une activité créatrice de richesses et d'emplois. Ces tendances d'ordre quantitatif doivent cependant être relativisées. Elles ne tiennent pas compte de divers facteurs non moins importants comme un contexte international plus déréglementé et plus turbulent, la crise de l'Etat protecteur, etc.

Au niveau national, la concurrence dans l'activité est assez atypique. La dégradation de la qualité de services dans un nombre limité d'unités n'augmente pas nécessairement la part de marché des sociétés concurrentes. Les clients peuvent désertier la destination ou imposer une révision des prix préalable à une massification dont les conséquences sont difficilement contrôlables. La différenciation du produit Sahara, son adaptation aux besoins des populations locales et aux grandes mutations qui s'annoncent (mutations de la demande) assurera sa soutenabilité.

Bibliographie

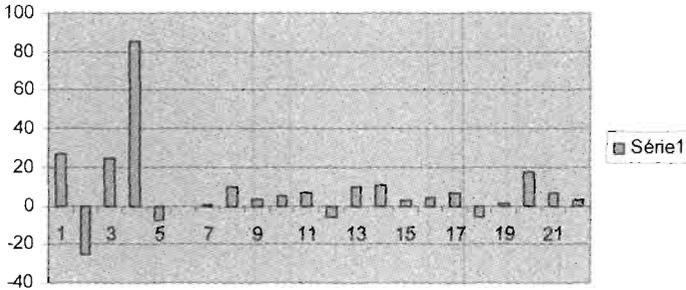
- Banque Mondiale, 2002, Stratégie de développement touristique en Tunisie.
- Cazelais, N., Nadeau, R., Beudet, G., 2000, «L'espace touristique». Presses Universitaires du Québec.
- Durand, H., Gouirand, P., Splinder, J., 1994, «Economie et politique du tourisme», Paris : LGDJ, coll. Systèmes.
- Durand, H., Jouvet, F., 2003, «Le temps du tourisme triomphant» in *Le Tourisme au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Durand, H., Jouvet, F., 2003, «L'espace-temps 'flou' des touristes» in *Le Tourisme au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Duterme, B., 2007, «Expansion du tourisme international : gagnants et perdants». Réseau d'information et de solidarité avec l'Amérique latine (RISAL)
- Larguèche, A. (éd.), 2005, Revoir El Jerid, Tunis, Mirage, Coll. Villes.
- Mollet, M., Neffati, H., 2004, «Economie du tourisme : quels acteurs ? Pour quel développement ? Le cas tunisien à la lumière de l'exemple hongrois», *Mondes en développement*, vol. 32, n° 152.
- Moureau, N., Riveau-Danset, D., 2004, L'incertitude dans les théories économiques, Paris, La Découverte, coll. Repères.
- Organisation Mondiale du Tourisme, «Faits saillants du tourisme».
- Organisation Mondiale du Tourisme, «Baromètre OMT du tourisme mondial». Divers numéros.
- Organisation Mondiale du Tourisme, 2006, «Market Trends».
- Pantig, E. B, Smith, S. L.J., 2005, «Statistiques du tourisme et statistiques du commerce international : les défis et les besoins en matière de recherche». Conférences de l'OMT, le compte satellite du tourisme (CST) : *Comprendre le tourisme et concevoir des stratégies*, 3-6 octobre 2005.

- Py, P., 2002, «Le tourisme un phénomène économique», Paris, Les études de la documentation française.
- Raboteur, J., 2000, «Introduction à l'économie du tourisme», Paris, L'Harmattan.
- Réseau de veille en tourisme. Québec
- Rognant, L., 2003, «Les relativités de l'espace-temps touristique» in *Le Tourisme au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Stafford, J., 1999, «Microéconomie du tourisme», Presses de l'université du Québec.
- Tourisme Québec, 2000, «Grandes tendances de la demande touristique. Stratégie de marketing touristique 2000-2005».
- Veille info tourisme.*
- Vellas, F., 2003, «Le tourisme international et la mondialisation» in *Le Tourisme au XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Vellas, F., 1987, «Tendances du tourisme international 1986 – 1987». Paris, Economica.

Annexes

La croissance du nombre de touristes en Tunisie

Croissance du nombre de touristes en Tunisie



Le temps: 1984-2006

Les dix premiers groupes hôteliers mondiaux au 1er janvier 2005

Groupe	Pays	Hôtels	Chambres	Variation par rapport à 2005 En % pour les chambres	
InterContinental HG	GB	3532	537533	74	0,9 %
Cendant	USA	6344	532284	-52	2,2 %
MarriottINTL	USA	2672 (9016)	485979	108	3,6 %
Accor	FRA	4065	475433	92	2,6 %
Hilton Corp.	USA	2747 (11763)	472720	519	33,3 %
Choice	USA	5132 (16895)	417631	145	3,4 %
Best Western	USA	4195 (21090)	315875	98	2,5 %
Starwood Hotels	USA	845 (21935)	257889	112	11,8 %
Carlson Hospitality	USA	922 (22857)	147129	32	0,0 %
Global Hyatt	USA	738 (23595)	144671	383	29,6 %
Total		31192	3787144	355	6,9 %
Tunisie (2005)		816	229837 (nombre de lits)	16	

Les formes de tourisme dans les régions ouest de la Tunisie : enjeux, opportunités et limites

Géraldine Froger
Mehdi Marzouki⁽¹⁾

Résumé

Le tourisme tunisien se caractérise par une forte spécialisation autour d'un tourisme misant sur le trinôme «soleil-sable-mer», jouant de manière conséquente sur le volume des arrivées, et principalement orienté sur le littoral est du pays. Aussi, pour désengorger ces zones, deux pôles ont été développés dans le nord-ouest et dans le sud-ouest du pays, se distinguant des pôles de l'Est en adoptant un tourisme orienté vers l'exploitation des patrimoines culturels et naturels de ces régions. Dans ce contexte, il apparaît que le tourisme pratiqué dans les régions de l'Ouest s'avère en cohérence avec certaines caractéristiques de formes alternatives de tourisme, notamment celles d'un écotourisme «faible» (*soft ecotourism*). Aussi, les spécificités des ces régions conduisent à suggérer que la convergence accrue de l'activité actuelle vers une forme d'écotourisme constitue une alternative «win-win» dans le sens où l'activité ainsi développée serait apte à dynamiser sur un plan économique ces pôles, et à garantir le respect des milieux naturels et sociaux de ces zones.

1) Economistes, UMR 063 C3ED de l'IRD/Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines.
geraldine.froger@c3ed.uvsq.fr; mehdi.marzouki@uvsq.fr

Mots-clefs : tourisme de masse, écotourisme, développement touristique, Tunisie.

1 - Introduction

L'économie tunisienne est caractérisée par une forte spécialisation sur le secteur touristique depuis la fin des années soixante, la forme principalement développée étant le tourisme balnéaire (Belhedi, 1999). De ce fait, de grands pôles touristiques ont vu le jour tels que Hammamet, Jerba, ..., engorgeant de manière importante toute la côte littorale est⁽¹⁾. Aussi, pour désengorger ces zones, de nouveaux pôles ont été développés dès la fin des années 80, tels que Tozeur dans le Sud-ouest tunisien, et Tabarka dans le nord-ouest du pays.

Tabarka et Tozeur ont été marqués par une croissance du tourisme fortement accentuée, associée à l'amélioration des infrastructures de transport (aéroports, routes, etc.). Cette croissance se manifeste à travers des investissements massifs dans le secteur hôtelier, dynamisant de manière conséquente l'économie de ces régions (Vellas, 2007). Une des particularités apparentes de ces zones est de se distinguer des grands pôles de la côte est, en adoptant une forme de tourisme dite «intégrée». En effet, la Tunisie misait jusqu'à présent sur un tourisme qualifié de tourisme balnéaire enclavé, davantage orienté sur un tourisme de masse qui se caractérise par le trinôme «soleil-sable-mer». Dans ce contexte, Tabarka et Tozeur cherchent à rompre avec ce trinôme en adoptant un aménagement beaucoup plus intégré, dont les caractéristiques sont l'introduction d'animations, d'un tourisme de montagne et d'un tourisme culturel, permettant ainsi une diversification des activités touristiques (Belhedi, 1999).

Aussi, il semble intéressant de mettre en évidence, compte tenu des richesses naturelles et culturelles de ces deux zones (Tourisme info, 2007), un créneau touristique répondant de manière plus adéquate à cet objectif, à savoir l'écotourisme. Tout comme le développement durable, l'écotourisme n'a pas de définition claire et précise⁽²⁾, il est sujet à de multiples interprétations (Weaver, 2001 ; Tardif, 2003 ; Andrianambinina et Froger,

1) Selon l'ONTT, le nombre d'arrivées s'élevait en 2005 à 1211701 pour la zone de Jerba – Zarzis, à 1136066 pour celle de Nabeul -Hammamet conjuguée à celle de Yasmine -Hamnamet, et à 939150 pour celle de Sousse –Kairouan.

2) Voir, entre autres, Björk (2000), Diamantis (1999), et Diamantis et Ladkin (1999).

2006). Sans revenir sur les origines historiques et institutionnelles de ce terme, nous pouvons avancer que l'écotourisme a d'abord été identifié à un tourisme «vert» ou de nature, avec en second plan des attractions culturelles. Selon Ceballos-Lascuràin (1987), cité dans Boo (1990) : *«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»*. Dans le milieu des années 1980, c'est la recherche d'une proximité avec la nature qui passe le plus souvent au premier plan.

Actuellement, l'accent est mis sur divers principes associés au développement durable : maintien des sites visités (conservation des ressources et minimisation des impacts environnementaux) et satisfaction des besoins des pays et régions hôtes ainsi que des communautés d'accueil (allant de pair avec un développement local). Selon Allcock et al. (1994, p. 17), *«l'écotourisme est une forme de tourisme de nature qui implique l'éducation et l'interprétation de l'environnement naturel et qui est soutenable écologiquement. 'L'environnement naturel' inclut des composantes culturelles et la 'soutenabilité écologique' implique des retombées économiques pour les communautés locales et la conservation de long terme des ressources»*. D'après Godwin (1996, p. 288), *«l'écotourisme est une forme de tourisme, ayant de faibles impacts sur la nature, qui 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»*.

La diversité des définitions illustre un manque de consensus sur la signification précise de ce qu'est l'écotourisme ; toutefois elle permet de souligner un certain nombre de caractéristiques communes. Blamey (1997, 2001) a avancé trois critères principaux de l'écotourisme :

1. sans être synonyme de tourisme vert ou d'aventure, l'écotourisme est axé sur la nature ;
2. il comporte une composante éducative et culturelle (sans se limiter au tourisme culturel pour autant) ;
3. il repose sur le respect de principes de durabilité.

Weaver (2001) rajoute un quatrième critère :

4. c'est une forme de tourisme. Côté demande, il doit satisfaire les critères utilisés par l'OMT qui permettent de définir et de différencier les touristes et leurs motivations ; l'écotourisme correspond aux catégories : loisirs/vacances et éducation. Il doit également satisfaire les critères spatiaux et temporels permettant de distinguer les touristes internationaux des touristes nationaux, ainsi que les touristes des visiteurs (restant une seule journée sur place).

Au vu de ces critères, nous retiendrons la définition suivante : *«l'écotourisme est une forme de tourisme qui encourage les expériences d'apprentissage et la reconnaissance de l'environnement naturel, ou de quelques unes de ces composantes, au sein de son contexte culturel. Il s'apparente à un tourisme durable écologiquement et socioculturellement valorisant les ressources naturelles et culturelles tout en étant pérenne économiquement»* (Weaver, 2001, p. 15).

Dans cette optique, l'activité touristique dans le cadre des pôles du nord-ouest et du sud-ouest dans son ambition première se rattache dans une certaine mesure aux critères qui fondent cette définition. En effet, le tourisme pratiqué dans ces deux régions s'assimile à un tourisme foncièrement axé sur la nature et détenant une forte composante culturelle (Belhedi, 1999), avec de surcroît une composante éducative très marquée pour le Sud à travers une optique de découverte qui fonde la réalisation des circuits (Presse-Tourisme, 2005b). Le critère de durabilité quant à lui, dispose d'un caractère assez particulier du fait qu'il repose sur des principes discutables, dans le sens où le degré de la durabilité ainsi que sa nature dépendent des présupposés théoriques sous-jacents. Finalement, le quatrième et dernier critère s'insère de manière triviale dans la logique de l'activité touristique dans les deux pôles en question.

Dans cette optique, la problématique de notre communication est la suivante : l'activité touristique des pôles de Tabarka et de Tozeur converge-t-elle vers une forme de tourisme axée sur l'écotourisme, et dans quelle mesure celle-ci constitue-t-elle un atout spécifique au regard du tourisme tunisien ?

La réponse à cette question s'effectuera en trois étapes, avec tout d'abord, les enjeux gravitant autour du concept d'écotourisme et à son développement ; puis, la comparaison des tendances de l'activité touristique des pôles de Tabarka et de Tozeur par rapport aux pôles matures de la côte est de la Tunisie ; et finalement, l'étude plus particulière des zones de Tabarka et Tozeur quant à leur intérêt et à leur potentialité au regard de l'essor de l'écotourisme.

2- Les enjeux associés à l'essor du tourisme

2.1 - Les quatre «temps» du tourisme

Selon Jafari (1989), le secteur du tourisme, et en particulier le domaine des études sur le tourisme, a connu quatre grandes phases, -»temps», «moments», ou «courants» -depuis la fin de la seconde guerre mondiale et le début de l'ère de l'expansion du tourisme de masse (Weaver et Oppermann, 2000).

Selon le modèle de Jafari repris par Weaver (2001), les années 1950 et 1960 correspondent à un première temps : celui du plaidoyer du tourisme – *advocay platform* – pour des motifs économiques. Que ce soit le PNUD, la CNUCED, l'OCDE, la Banque mondiale..., tous s'accordent pour dire que si les pays riches bénéficient en premier lieu du tourisme, celui-ci peut être également un outil de développement des pays sous-développés (en mal de spécialisation internationale). En y créant des emplois, en y générant des devises, des services et des infrastructures, le tourisme permet de transmettre des richesses des pays riches vers les pays pauvres et les bénéfices seront d'autant plus importants que les pays en développement ont à leur disposition certains atouts (main d'œuvre peu coûteuse, cadres naturels et culturels, coûts des services relativement faibles, marché foncier peu onéreux, ...). Le tourisme comme «moteur de développement du tiers-monde» sert de leitmotiv durant cette période, ce qui justifie la construction de grandes stations touristiques (Dutorme, 2007). La croissance du tourisme doit être

encouragée et les gouvernements devraient faciliter cette expansion plutôt que de l'empêcher ou de la contrôler.

Au début des années 1970, le deuxième temps est celui de la «précaution» – *cautionary platform*⁽¹⁾ – caractérisé par la nécessité de dépasser les seuls aspects économiques. Plusieurs auteurs ont dénoncé les conséquences négatives de la croissance «incontrôlée» du tourisme (sans régulations), en particulier dans les pays en développement, que ce soit au niveau culturel ou naturel. En réponse aux effets observés de domination et d'acculturation, aux critiques sur les écarts constatés entre les promesses et les réalités d'un développement «par» et «pour» le tourisme, l'OMT en particulier va rappeler les fondements humanistes de son action et l'inscrire dans la Charte du Tourisme en 1980 (Dutermé, 2007).

Le troisième temps, correspondant aux années 1980, est celui de l'adaptation ou de l'appropriation – *adaptancy platform* – il s'inscrit dans la continuité du précédent mais s'en distingue par les efforts pour proposer et mettre en place des options touristiques ayant des effets positifs pour les pays et les régions hôtes (Krippendorf, 1984 ; Murphy, 1985). Ces options sont regroupées sous la bannière du «tourisme alternatif», car elles sont conçues comme des alternatives au tourisme de masse qui nuit (soi-disant) aux régions les moins développées. Chaque forme de tourisme est perçue comme un idéal type avec un tourisme alternatif présenté comme un «bon» tourisme et un tourisme de masse considéré comme un «mauvais» tourisme (Weaver, 2001). Le tableau ci-dessous décrit les caractéristiques contrastées de chaque type idéal de tourisme. Les premières formes de tourisme alternatif identifiées sous ce label incluent les chambres d'hôtes, les villages culturels et le tourisme solidaire (Dernoi, 1981), qui mettent davantage l'accent sur les retombées «responsables» sociales et culturelles que sur les impacts positifs sur l'environnement naturel. L'écotourisme qui a émergé au cours des années 1980 est apparu comme une forme alternative de tourisme mettant l'accent sur la préservation de l'environnement naturel, tout en reconnaissant simultanément l'importance des communautés d'accueil. Ainsi l'écotourisme a été généralement considéré (et dans une large mesure continue à être

1) Courant représenté entre autres par les ouvrages de Young (1973), Tuner et Ash (1975), Butler (1980).

considéré) comme une forme de tourisme de nature à petite échelle, contrôlé localement, qui permet le développement de l'économie locale sans dénaturer le paysage culturel local.

**Tableau 1 : Le tourisme de masse et le tourisme alternatif
comme idéaux-types**

Caractéristiques	Tourisme de masse	Tourisme alternatif
Marchés Flux Saisonnalité Structures	Elevés tous compris Distinction entre saisons haute et basse Quelques marchés dominants	Faibles ; arrangements individuels Pas de saisons distinctes Pas de marchés dominants
Attractions Caractéristiques Marque distinctive Destinataires	Fortement commercialisées Génériques, «forcées» Seulement ou principalement pour les touristes	Modérément commercialisées Spécifiques aux zones, «authentiques» Pour les touristes et les locaux
Logements Taille Caractéristique spatiale Densité Architecture Propriété	Grande échelle Concentrés dans les zones «touristiques» Forte Style «international» ; ruptures avec l'architecture locale Non locale, grandes corporations	Petite échelle Dispersés dans l'espace Faible Style vernaculaire ; discret, complémentaire à l'architecture locale, «petit <i>business</i> »
Statut économique		
Rôle du tourisme	Domination de l'économie locale	Compléments aux activités actuelles
Liaisons	Principalement externes (exogènes)	Principalement internes (endogènes)
Fuites	Étendues	Minimales
Effet multiplicateur	Faible	Important
Régulation		
Contrôle	Secteur privé non local	Communautés locales
Quantité	Minimale ; pour faciliter le secteur privé	Étendue, pour minimiser les impacts locaux négatifs
Idéologie	Libre marché	Intervention publique

Caractéristiques	Tourisme de masse	Tourisme alternatif
Caractéristiques	Croissance économique, profits ; secteur spécifique	Stabilité et bien-être de la communauté ; intégré, holiste
Cadre temporel	Court terme	Long terme

Source : adapté de Weaver et Oppermann, 2000.

Même si son ouvrage a été écrit en 1989, Jafari a prédit que les années 1990 (et les décennies suivantes) seraient dominées par le temps de la connaissance – *knowledge-based platform* – dans lequel les considérants «idéologiques» passés seraient remplacés par des fondements scientifiques et objectifs. Dans ce cadre l'écotourisme n'est pas forcément perçu comme une forme de tourisme alternatif à petite échelle et ne constitue pas une catégorie complètement étanche au tourisme de masse. On parle alors «d'écotourisme «faible» (*soft ecotourism*) contrairement à l'écotourisme «fort» (*hard ecotourism*) de la période précédente. L'écotourisme «faible» n'est pas limité aux voyages individuels, ou en petits groupes. Il répond aux principes et préceptes d'un tourisme «durable» sans se limiter à celui-ci. C'est dans ce contexte que l'on peut dégager les opportunités et les limites de l'écotourisme au sens générique du terme.

2.2 - Opportunités et limites de l'écotourisme⁽¹⁾

Cette section vise à analyser de manière non exhaustive, les impacts hypothétiques principaux, tant positifs que négatifs, de l'écotourisme aux niveaux environnemental, économique et socioculturel⁽²⁾ (en sachant que les frontières entre ces domaines ne sont pas toujours bien définies). Les travaux réalisés par Tardif (2003), Chaboud *et al.* (2004), Weaver (2001) et Andrianambinina et

1) Pour une analyse des limites du tourisme en général : dommages environnementaux délibérés, effets effets d'encombrement, nuisances sur les infrastructures, altérations de la culture locale, augmentation des crimes et de l'insécurité, fuites de revenus, destruction des terres agricoles, etc., voir entre autres, Krippendorf (1984), Mathieson et Wall (1982), Lea (1988), Weaver et Oppermann (2000).

2) Les effets socioculturels sont plus difficiles à identifier et à quantifier que les effets environnementaux et économiques : « *les impacts sociaux et culturels du tourisme renvoient aux changements induits dans les systèmes de valeur, les comportements individuels, les relations familiales, les modes de vie collectifs, le niveau de sécurité, la conduite morale, les expressions créatives, les cérémonies traditionnelles et l'organisation des communautés* » (Fox, 1997, cité par Tardif, 2003, p. 8).

Froger (2006) servent de base à notre analyse des coûts et des bénéfices potentiels de l'écotourisme (voir tableau 2, *infra*)¹⁾. Certains impacts sont plus liés à la forme spécifique d'écotourisme considéré : «fort» (*hard ecotourism*) ou «faible» (*soft ecotourism*).

1) L'analyse des divers impacts de l'écotourisme doit être alimentée par une pluralité d'études de cas même s'il convient d'aborder tout travail de terrain avec une certaine prudence (Buckley, 2003). La recherche en écotourisme gagnerait aussi à croiser des méthodes quantitatives et qualitatives dans une même étude (Tardif, 2003).

Tableau 2 : Les divers impacts de l'écotourisme

Écotourisme et effets sur l'environnement	
<p><i>Impacts positifs directs :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Encourage la protection de l'environnement -Incite à la restauration et à la conservation des habitats naturels. -Fonds pour la gestion et l'extension des aires naturelles protégées <p><i>Impacts positifs indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Avantages environnementaux des zones protégées (protection hydrologique des bassins versants, lutte contre l'érosion, maintien de la biodiversité, ...) -Conscience environnementale 	<p><i>Impacts négatifs directs et indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Restructuration environnementale permanente (pression sur les ressources naturelles), émissions de polluants et de déchets (dans le site et hors site) -Perturbations de l'activité touristique dans des sites «sauvages» (observation d'animaux, randonnées, introduction d'espèces exotiques ou invasives). -Valeur monétaire sur les attractions naturelles et déséquilibres écologiques.
Écotourisme et effets économiques	
<p><i>Impacts positifs directs :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Génération de revenus directs. -Création d'emplois directs (service d'accueil, transporteurs, guides, etc.). -Opportunités économiques pour les régions périphériques. -Initiation de projets de développement et financement de micro-projets de développement par les organismes d'aide. <p><i>Impacts positifs indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Source de revenus et d'emplois indirects (effet multiplicateur, augmentation de la vente de produits locaux, etc.). -Avantages économiques d'une utilisation durable des aires protégées valorisées par l'écotourisme (recherche médicale, plantes médicinales) 	<p><i>Impacts négatifs directs :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Coûts⁽¹⁾ d'investissements (infrastructures hôtelières, acquisition de terrains, établissement d'aires protégées, etc.) et coûts du maintien des sites en l'état (surveillance, etc.). <p><i>Impacts négatifs indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Incertitude des revenus (<i>cf.</i> réduction du nombre de touristes suite à la crise politique à Madagascar en 2002). -»Fuite de revenus» associée aux importations de produits et de services étrangers. -Coûts d'opportunité liés à la substitution de l'activité écotouristique aux autres activités traditionnelles.

1) Ces coûts se traduisent par des impacts négatifs si l'activité écotouristique ne génère pas assez de bénéfices économiques directs et indirects permettant de les compenser.

Écotourisme et effets socio-culturels	
<p><i>Impacts positifs directs et indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -»Stabilité» et bien-être des communautés via les bénéfices économiques et la participation locale. -Expériences esthétiques et spirituelles pour les touristes et les populations locales. -Ouverture d'esprit. -Accessibilité des expériences à un large éventail de la population. 	<p><i>Impacts négatifs directs :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Intrusion sociale et culturelle ; «Effet de jardin zoologique» avec la commercialisation des rites culturels et l'observation de cérémonies religieuses. -Facteur de destruction sociale (divisions claniques). -Domination des élites «étrangères». <p><i>Impacts négatifs indirects :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Opposition de cultures (écotouristes ; populations locales) avec possible ressentiment des uns envers les autres.

Source : Adapté de Weaver (2001)

En théorie, l'écotourisme favorise la gestion durable des ressources naturelles, ou est considéré comme un instrument de conservation de la biodiversité et des écosystèmes menacés, en particulier dans les pays en développement (Boo, 1990 ; WWF, 1995 ; Goodwin, 1996 ; Bookbinder *et al.*, 1998). Sous certaines conditions, l'écotourisme peut favoriser la protection de zones naturelles grâce aux programmes de conservation qu'il suscite, ces derniers étant financés par des organismes d'aide ou des organisations non gouvernementales (Brandon, 1996). Ensuite, les touristes issus des pays industrialisés peuvent exprimer un important consentement à payer pour la conservation de la biodiversité dans les pays en développement. Les retombées économiques correspondantes pourraient servir à financer la conservation des écosystèmes des pays en question (Gössling, 1999). Enfin, il peut exister des changements de comportement au niveau local. À titre illustratif, certains auteurs comme Wunder (2000), Wearing (2001) ou Lindberg *et al.* (1996), estiment que les revenus générés par l'écotourisme servent à améliorer le niveau de vie des populations locales, les incitant à réduire leur pression sur l'environnement : les diverses activités écotouristiques (guides, artisanat à destination des touristes, gardiennage, etc.) peuvent se substituer⁽¹⁾ aux activités traditionnelles moins respectueuses de l'environnement (exploitation irrationnelle et illicite des ressources

1) Notons que les possibilités de substitution risquent d'être partielles lorsque les retombées économiques liées à l'écotourisme ne sont pas immédiates et assez conséquentes.

forestières, agriculture sur brûlis, braconnage, prélèvement d'espèces de la faune et de la flore, etc.). Dans ce cadre, l'écotourisme serait une stratégie doublement gagnante (stratégie *win-win*).

Toutefois, si l'écotourisme stimule théoriquement la protection de l'environnement et encourage la restauration et la conservation des habitats naturels, il suffit qu'il soit mal géré et mal planifié pour qu'il puisse avoir des impacts négatifs sur l'environnement, que ce soit en terme de pression sur les ressources naturelles (comme l'eau) ou d'émission de polluants et de déchets (empreinte écologique). Par ailleurs certaines perturbations peuvent être induites par l'activité touristique dans certains sites naturels. À titre illustratif, «*au Zimbabwe, l'exceptionnelle forêt humide entourant les chutes Victoria serait irrémédiablement endommagée à cause du piétinement des milliers de visiteurs (...). Au Kenya, on a montré dans plusieurs parcs que les guépards ont modifié leur comportement de chasse à cause du tourisme*» (Wilkie et Carpenter, 1998, p. 15).

Comme le souligne Tardif (2003, p. 8), «*de par son emphase sur les voyages individuels ou en petits groupes, il serait utopique de croire que l'écotourisme puisse insuffler une vigueur nouvelle à l'économie d'un pays en difficulté. Cependant, nous pouvons reconnaître le fort potentiel de cette activité à améliorer l'économie locale*». Théoriquement, l'écotourisme favorise la création d'emplois (services d'accueil des touristes avec retombées financières à l'échelle locale, transporteurs, guides permanents⁽¹⁾ et temporaires⁽²⁾, etc.) ; il dynamise aussi l'économie locale *via* la génération de revenus directs (Lindberg *et al.*, 1996 ; Honey, 1999 ; Scheyvens, 1999) et le financement de micro-projets⁽³⁾. Des revenus indirects sont aussi générés par les activités écotouristiques avec l'augmentation de la vente de produits locaux par exemple. Cette condition est remplie si ce sont des producteurs locaux qui fournissent les infrastructures d'accueil du site (hôtels et restaurants) et s'il y a augmentation de

1) Les guides permanents sont présents toute l'année, y compris pendant les saisons où aucun touriste n'est présent. Leur tâche, outre le guidage des touristes est de maintenir les infrastructures touristiques en bon état.

2) Par exemple, les guides temporaires n'ont un contrat avec un parc naturel que durant la période de haute saison touristique.

3) À titre d'exemple, à Madagascar, jusqu'à 50% des droits d'entrée perçus par l'ANGAP à l'entrée des aires protégées et acquittés par les touristes (DEAP), servent au financement de micro-projets de développement au sein des villages en périphérie de l'aire protégée ; sous réserve que ce mode de gestion soit efficace et qu'il permette d'initier un nombre suffisant de micro-projets, il peut favoriser le développement local des communautés.

vente de produits locaux par vente directe aux touristes. Des effets multiplicateurs sont donc à escompter.

Si l'écotourisme recèle un fort potentiel pour le développement de l'économie locale, il n'en reste pas moins que plusieurs éléments viennent nuancer cette appréciation positive (Linderg, 2001 ; Tardif, 2003 ; Dixon et Sherman, 1990). Par exemple, les emplois créés pour les membres des communautés peuvent être «secondaires», sous-payés et saisonniers (gardiens, femmes de ménages, etc.), les «meilleurs» emplois étant détenus par des personnes extérieures aux communautés. Une grande part des bénéfices économiques que l'écotourisme est susceptible d'engendrer, ne revient pas toujours à l'économie locale : les sommes dépensées par les touristes vont d'abord aux compagnies aériennes internationales, aux agences de voyage des pays du Nord organisant les voyages «clés en main», ainsi qu'aux biens de consommation importés, plus familiers aux voyageurs⁽¹⁾. Les recettes économiques de l'écotourisme sont parfois modestes sur le court terme, et les micro-projets financés peuvent paraître dérisoires eu égard aux besoins vitaux des communautés locales. Enfin, il existe une incertitude conséquente quant à la régularité des flux d'écotouristes et donc des revenus de cette activité.

De manière générale, les revenus de l'écotourisme et les emplois créés favorisent la stabilité et le bien-être s'ils sont accompagnés d'un degré important de contrôle local (l'idéal du tourisme alternatif). De plus, les aires protégées valorisées par l'écotourisme sont à l'origine de bénéfices économiques et environnementaux indirects, et à ce titre, ils induisent aussi des bénéfices sociaux indirects via les expériences vécues par les résidents locaux et les autres visiteurs (Weaver, 2001). L'écotourisme est «virtuellement» accessible à tout le monde au

1) Si la Banque mondiale estime que 55% des dépenses touristiques dans les pays en développement sont captées par les pays du Nord, la proportion irait jusqu'à 90% selon d'autres analyses (Koch, 2001). Selon Wilkie et Carpenter (1998) qui citent IRG (1992), « *la plus grande source des fuites [de revenus] est constituée par les billets d'avion, qui sont le plus gros poste de dépense pour un voyage (33%), et sont rarement captés par des compagnies nationales assez faibles. Les voyageurs internationaux (23%) sont la deuxième source de fuite de revenus. Les droits d'entrée dans les aires protégées et les salaires des guides locaux constituent seulement 120 \$ (2,5%) des 4 850 \$ dépensés par l'écotouriste européen moyen en Afrique* » (Ibid., p. 10). Il est difficile de réduire ces fuites dans les pays en développement car le plus souvent, peu de fournisseurs de services locaux ont suffisamment de capitaux à investir dans les infrastructures nécessaires pour attirer les touristes (Ceballos-Lascurain, 1996).

sens où il ne requiert pas un équipement et un savoir-faire spéciaux (il est donc relativement peu onéreux). L'écotourisme peut induire des expériences esthétiques et spirituelles (Weaver et Lawton, 2001).

Toutefois, même bien intentionné, il peut induire des coûts sociaux directs au travers de l'intrusion culturelle et sociale (plus spécifique à l'écotourisme «fort»), l'imposition de systèmes de valeurs externes (système de valeur élitiste souvent imposé à des destinations sous l'hypothèse que l'écotourisme est le mode de développement touristique préféré par les communautés locales ; forme de néocolonialisme), l'érosion du contrôle local (Zurick, 1992), le déplacement des populations à travers la création d'aires protégées, et la dégradation des relations sociales locales (renforcement des inégalités avec la domination d'une famille ou d'un clan⁽¹⁾). Les effets indirects sont relatifs à l'animosité envers les écotouristes (notamment lors du déplacement de populations avec la création d'aires protégées et les perceptions de compensations inadéquates pour les pertes correspondantes), le ressentiment et l'hostilité des touristes à l'égard des communautés locales quant à certaines de leurs pratiques.

Au total, si la supériorité de l'écotourisme «fort» (*hard ecotourism*) était supposée dans l'ère de l'adaptation (*adaptancy platform*), cette hypothèse n'est pas toujours vérifiée actuellement. Par exemple, une masse critique de visiteurs joue en faveur de l'écotourisme «faible» (*soft ecotourism*), les économies d'échelle exigeant de mettre en place des stratégies soutenables économiquement. L'écotourisme «fort» peut induire des impacts négatifs (perturbation de la nature sauvage et intrusion sociale et culturelle) mais il est susceptible de favoriser des activités rapportant des bénéfices aux communautés «éloignées» ou «isolées», alors que le volume même de l'écotourisme «faible» accroît la probabilité d'impacts significatifs (non intentionnels) sur l'environnement naturel. Les coûts et les bénéfices potentiels sont associés aux deux formes d'écotourisme et la question importante n'est pas de savoir quel est le meilleur mais de voir quel est le mélange et quelle est la distribution qui sont les plus adéquats à toute destination particulière.

Dans cette perspective, avant de s'intéresser à la convergence de l'activité touristique de l'Ouest tunisien vers une forme d'écotourisme, il

1) Voir l'exemple de la forêt des sept lacs à Madagascar (Andrianambinina et Froger, 2006).

convient d'analyser les principales caractéristiques macroéconomiques spécifiques de l'activité touristique des pôles de l'Ouest en comparaison avec les pôles de l'Est du pays, qui sont marqués comme énoncé en introduction par une forte spécialisation sur un tourisme de masse de type balnéaire. Sur la base de cette comparaison, cette étude sera ainsi en mesure de mettre en évidence les caractéristiques spécifiques de l'activité touristique des pôles émergents vis-à-vis du tourisme tunisien de manière générale dans un premier temps ; puis dans un second temps, elle permettra de déterminer à travers ces caractéristiques, la manière dont se positionnent les pôles émergents par rapport à l'écotourisme.

3 -Vers un développement divergent des pôles tunisiens de l'Est et de l'Ouest

Dans cette section, l'évolution des composantes de l'offre et de la demande touristique sera analysée au regard de quatre grands pôles touristiques tunisiens. Cette analyse s'effectuera sur la base d'une comparaison des zones de 'Tabarka' et 'Tozeur' avec les pôles de 'Hammamet' et 'Jerba'⁽¹⁾, qui constituent deux stations touristiques traditionnelles de Tunisie. Le nombre de zones sélectionnées se monte à quatre pour des raisons incombant à la clarté des observations. L'intérêt de privilégier les zones de 'Hammamet' et 'Jerba' par rapport aux autres zones touristiques du pays réside dans la volonté de marquer l'opposition Nord/Sud en prenant en considération pour le Nord une zone émergente ('Tabarka') et une zone mature et significative au regard de l'activité touristique ('Hammamet'), et de la même manière pour le sud avec une zone émergente ('Tozeur') et une zone mature ('Jerba').

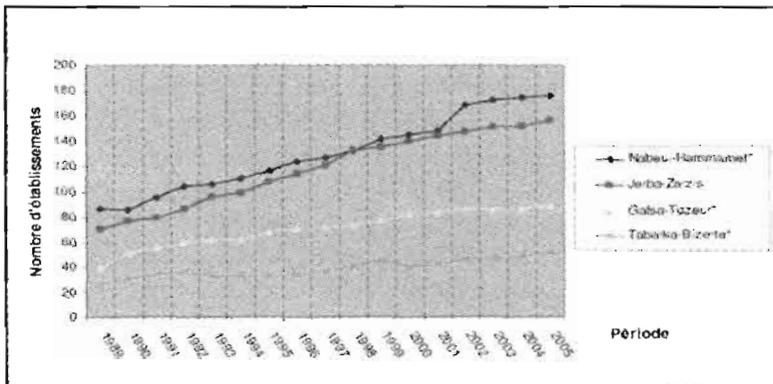
1) On considère de par leurs caractéristiques que la zone touristique appelée ici pôle nord-ouest se distingue de la classification administrative standard et comprend ainsi les régions de Tabarka -Ain Draham et Bizerte -Béja telles qu'elles sont définies par l'ONTT ; de même pour le pôle sud-ouest qui englobe, toujours selon le découpage de notre analyse, les régions de Gafsa -Tozeur et Sbeitla - Kasserine. Les pôles du Nord-Ouest et du Sud-Ouest seront également appelés de manière respective par le pôle de 'Tabarka' (ou 'Tabarka - Bizerte') et le pôle de 'Tozeur' (ou 'Gafsa - Tozeur') pour simplifier l'écriture, en faisant référence au site cœur de l'activité touristique dans les deux zones et en ajoutant des guillemets pour distinguer le site (ou la ville) de la zone touristique étudiée. Les pôles de 'Hammamet' (encore appelé 'Nabeul - Hammamet') et 'Jerba' regroupent quant à eux les régions de Nabeul - Hammamet et Hammamet - Yasmine dans le premier cas, et les régions de Jerba - Zarzis dans le second cas.

3.1 - Un dynamisme très timide de l'offre touristique des pôles émergents

Tout d'abord, l'analyse des composantes de l'offre s'avère nécessaire pour comprendre les enjeux qui régissent l'activité touristique au sein des pôles de 'Tabarka' et de 'Tozeur', l'étude de chaque pôle étant indissociable des éléments enregistrés en fonction des régions auxquelles ils appartiennent. En effet, l'activité touristique dans la première station touristique concerne également de manière plus ou moins accentuée les grandes villes touristiques du nord-ouest tunisien (Aïn Draham, Bizerte, etc.). Et pour 'Tozeur', les grandes zones touristiques du sud-ouest sont de la même manière concernées. Il est entendu sous le terme de composantes de l'offre touristique des aspects renvoyant aux établissements et capacités hôtelières, ainsi qu'aux investissements réalisés et à la main d'œuvre employée.

L'évolution du nombre d'établissements hôteliers et des capacités hôtelières, constitue un témoin permettant de juger du dynamisme touristique des zones étudiées.

Graphique 1 : Evolution du nombre d'établissements⁽¹⁾



Source : Adaptation des données de l'ONTT*

1) Pour les graphiques, les pôles 'Gafsa - Tozeur', Jerba - Zarzis, 'Nabeul - Hammamet' et 'Tabarka - Ain Draham' seront mentionnés respectivement de la manière suivante : Gafsa - Tozeur*, Jerba - Zarzis, Nabeul - Hammamet* et Tabarka - Bizerte*. De plus, les sources mentionnées par ONTT* (cf. graphique 1, graphique 2, graphique 3, graphique 4, graphique 5 et graphique 6) regroupent les brochures de l'ONTT (« Le Tourisme Tunisien en Chiffre »), pour les années : 1991, 1993, 1995, 1997, 1999, 2001, 2003, 2004 et 2005. Tous les graphiques présentés dans notre document ont ainsi été réalisés sur la base de ces 9 références.

L'évolution du nombre d'établissements hôteliers pour les quatre pôles considérés sur le graphique, met en évidence une croissance du nombre d'hôtels relativement significative pour les pôles de 'Tabarka-Bizerte' et de 'Gafsa-Tozeur' sur les dix-sept années considérées (1989 à 2005). Le taux de croissance moyen sur la période prise en compte pour les deux pôles est respectivement de 4,68% et de 5,51%. Tandis que les stations touristiques du nord-est ('Nabeul-Hammamet') et du sud-est (Jerba-Zarzis) enregistrent des taux de croissance moyen respectivement de 4,57% et de 5,19%.

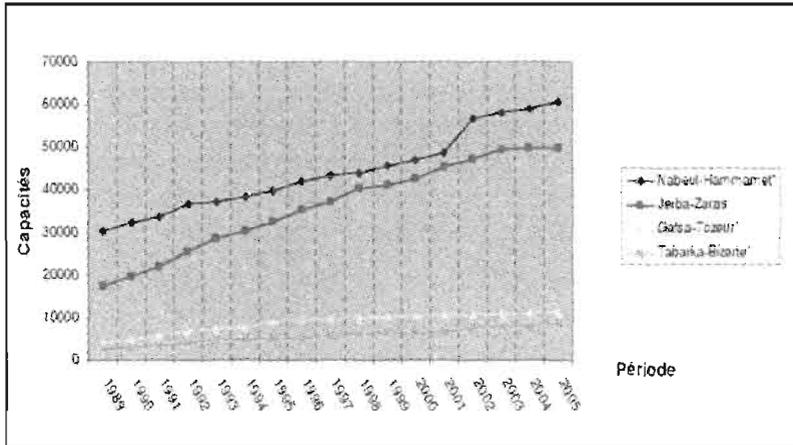
Néanmoins, cette tendance est contrebalancée par une évolution en faveur des zones du Nord depuis 2000 (période de court terme), avec les croissances annuelles moyennes suivantes :

- 'Nabeul-Hammamet' : 4,06% ;
- Jerba-Zarzis : 2,19% ;
- 'Gafsa-Tozeur' : 1,66% ;
- 'Tabarka-Bizerte' : 5,43%.

Ce phénomène s'assimile à un phénomène de rattrapage des zones du Nord par rapport à celles du Sud, du fait que le tourisme dans les régions nord s'est développé de manière plus tardive que dans les régions sud (Belhedi, 1999). Au regard de ces résultats, la dynamique d'évolution de l'offre de ces quatre zones semble assez homogène en terme de croissance, avec malgré tout une dynamique légèrement en faveur des stations touristiques du Sud sur le long terme. Il reste toutefois important de souligner, au vu du graphique précédent, que malgré ces dynamiques en terme de flux assez homogène des zones de l'Ouest par rapport à celles de l'Est, l'écart en niveau reste relativement considérable. Ce dernier renforce d'ailleurs l'idée que le rattrapage des pôles de l'Ouest au regard des régions Est n'est actuellement pas envisageable en raison du dynamisme et du niveau de capacité déjà atteint par les pôles matures.

Des constats assez similaires peuvent être tirés de l'étude des chiffres relatifs à l'évolution des capacités hôtelières.

Graphique 2 : Evolution des capacités



Source : Adaptation des données de l'ONTT*

En ce sens, ce graphique apporte un élément pertinent dans le cadre de cette réflexion vis-à-vis de l'évolution des structures d'accueil des stations touristiques du nord-ouest comparativement à celles du sud-ouest. Les deux courbes associées à ces stations dans ce présent graphe démontrent effectivement que le niveau des capacités de celles-ci semble assez proches, alors que le graphique précédent (Evolution du nombre d'établissement) relate un écart significatif (de l'ordre du double) entre le nombre d'établissements hôteliers des deux zones en question.

Ainsi, cette observation permet de distinguer la structure des infrastructures d'accueil hôtelières dans les deux pôles. La zone du nord-ouest ('Tabarka-Bizerte') est marquée par des structures d'accueil composées par des unités hôtelières de forte envergure (9 hôtels de capacité largement supérieure à 300 lits) se rapprochant de celles présentes sur les sites de 'Nabeul-Hammamet' et de 'Jerba-Zarzis' (Tourisme info, 2007). A l'inverse, il semblerait que les structures hôtelières du sud-ouest ('Gafsa-Tozeur') soient davantage constituées d'hôtels disposant de capacité moins importante (seulement 3 hôtels disposent de capacité supérieure à 300 lits), dénotant sa particularité avec les autres zones du pays (Tourisme info, 2007). Enfin, il ressort de ces observations que même des zones dites arrivées à maturité au regard du tourisme, comme celles de 'Nabeul-Hammamet' et de 'Jerba-

Zarzis', recèlent toujours un potentiel très important en matière de développement touristique, qui se concentre comme énoncé en introduction sur un tourisme misant sur le trinôme «soleil-sable-mer», en jouant de manière conséquente sur le volume des arrivées.

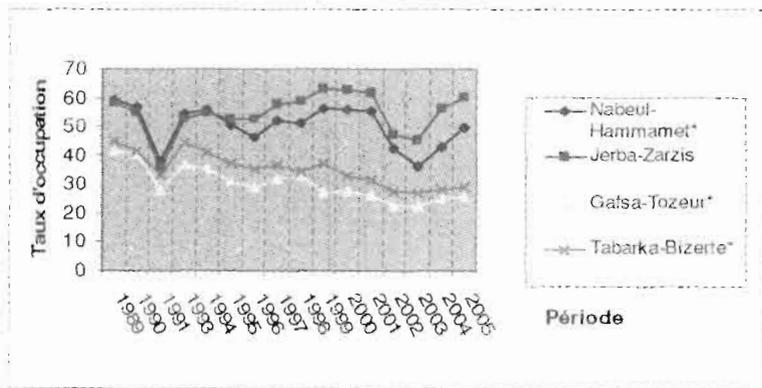
Aussi, il apparaît nécessaire de confronter ces résultats avec ceux issus de l'étude des composantes de la demande, afin de pouvoir mettre en lumière certains aspects relatifs à la spécificité de l'activité touristique dans les pôles de 'Tabarka-Bizerte' et de 'Gafsa-Tozeur'.

3.2- Autour d'un renforcement de la faiblesse de la demande à l'Ouest

Du côté de la demande à présent, certaines variables permettent d'apporter un début d'explication quant à la divergence d'évolution des zones naissantes par rapport à celles considérées comme matures. En ce sens, la tendance des taux d'occupation hôteliers, des recettes touristiques et des durées de séjours des touristes, constituent les principaux éléments disponibles pour l'étude de la demande touristique au niveau régional en Tunisie.

Les taux d'occupation dénotent une évolution divergente entre les pôles émergents de 'Tabarka-Bizerte' et de 'Gafsa-Tozeur', et les pôles anciens de 'Nabeul-Hammamet' et de 'Jerba-Zarzis', tel que le présente le graphique qui suit.

Graphique 3 : Evolution des taux d'occupation



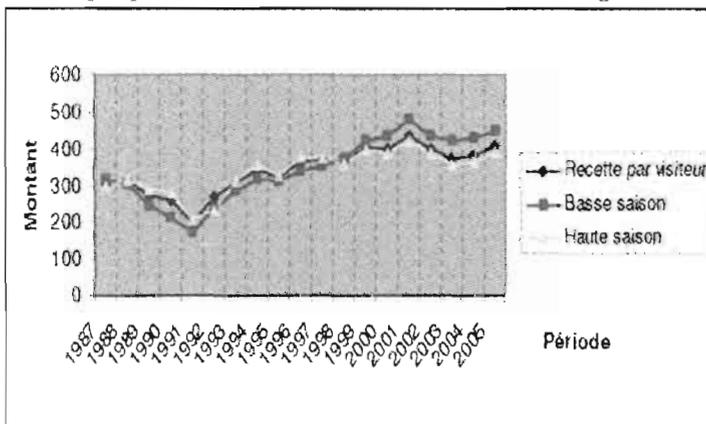
Source : Adaptation des données de l'ONTT*

D'une part, le constat se porte autour de la croissance moyenne des taux d'occupation : négatif dans le cas des pôles émergents (de l'ordre de -2 %), et positif dans la cas des pôles matures (environ 1 %). D'autre part, les taux d'occupation moyens des deux groupes se rapprochent d'un niveau relativement acceptable de 50% pour le groupe des pôles matures, et d'un niveau très faible de 30% dans le cas des pôles naissants. Ce phénomène est imputable à une problématique de remplissage des hôtels, et donc au fait que l'offre touristique dans ces derniers pôles reste sensiblement supérieure à la demande des touristes vis-à-vis des produits touristiques en place dans ces zones.

En somme, compte tenu des données relatives aux tendances des capacités et de ces nouvelles données, ces deux dernières zones s'avèrent marquées par une tendance qui renforcerait le problème de la surcapacité significative qu'elles connaissent depuis plusieurs années. A l'inverse, les zones du nord-est et du sud-est convergent malgré les chocs exogènes internationaux vers un taux d'occupation voisin de 60%. Ces chocs exogènes font notamment référence aux conflits tels que la guerre du Golf I en 1991 et le 11 septembre 2001, qui affectent négativement la demande touristique.

Dans cette optique, l'évolution des recettes touristiques à l'échelle globale confirme la sensibilité de la demande aux chocs exogènes issus des conflits politiques internationaux.

Graphique 4 : Evolution des recettes de manière globale



Source : Adaptation des données de l'ONTT*

Il est important de noter au regard des observations des deux graphes précédents, que les régions les plus matures en terme de tourisme restent les plus vulnérables vis-à-vis de ces chocs touchant la demande. Aussi, malgré le développement important que connaissent ces régions, ces dernières demeurent assujetties à un risque prépondérant, inhérent aux caractéristiques de l'activité touristique dans ces zones privilégiant un tourisme balnéaire axé principalement sur le volume des arrivées, et délaissant de manière plus ou moins conséquente le caractère qualitatif de la clientèle ainsi visée en période de haute saison (avril à octobre). Finalement, la tendance des recettes touristiques laisse apparaître à travers la courbe d'évolution des recettes pour la haute saison un renforcement du tourisme à faible valeur ajoutée durant la période estivale.

Néanmoins, à partir de la fin des années 90, l'observation de la courbe des recettes touristiques issues de la basse saison (du mois de novembre jusqu'en fin d'année, et de janvier à mars de l'année suivante) permet de constater une amélioration des rentrées de devises, qui semble correspondre à une amélioration de la gamme de clientèle durant cette période de l'activité touristique. Cette amélioration est susceptible de résulter du développement accru de produits axés sur la thalassothérapie et le golf (Presse-Tourisme, 2006a et 2006b), qui représentent des activités touristiques à forte VA (Vellas, 2007).

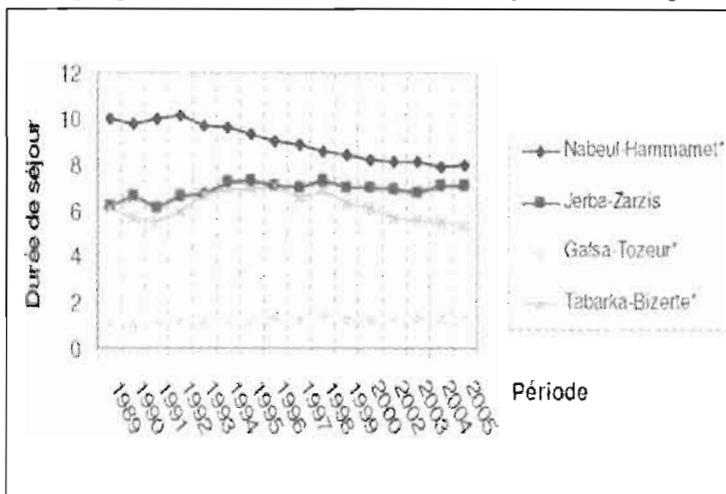
Enfin, l'évolution de la durée des séjours touristiques présente des aspects plutôt défavorables vis-à-vis des pôles émergents.

L'observation du graphique ci-dessus dénote effectivement une convergence de la durée des séjours pour les régions arrivées à maturité touristique vers une valeur proche de 7 jours. En revanche, les courbes associées aux zones de 'Tabarka-Bizerte' et de 'Gafsa-Tozeur' démontrent un recul de la durée des séjours pour la première zone depuis 1995, et une stagnation de la durée pour la seconde.

Ce constat reste en partie imputable à la structure de l'activité touristique dans ces régions. En effet, la région sud-est est davantage marquée par un tourisme de passage lié aux circuits mis en place pour la visite des sites du Sahara (Tourisme info, 2007). Ce type de tourisme se caractérise actuellement par une visite de plusieurs sites sahariens en un laps de temps très court par rapport aux distances à parcourir. Aussi, le rythme de visites et de passages des touristes sur les sites touristiques et dans les hôtels

de la région s'en trouve nécessairement affecté, et la durée des séjours fortement réduite. Dans le cas de la région de 'Tabarka' et plus généralement du nord-est finalement, les causes du déclin de la durée de séjour des touristes renvoient à différents facteurs (climat, excentricité, problématiques d'accès à la zone, etc.), affectant sensiblement la rentabilité de l'activité dans cette région.

Graphique 5 : Evolution de la durée des séjours touristiques



Source : Adaptation des données de l'ONTT*

Les résultats présentés dénotent ainsi une activité touristique toujours fortement ancrée sur les atouts des zones de l'est du pays. Les grandes stations balnéaires de ces zones demeurent très performantes en terme de rentabilité des structures hôtelières et de croissance de l'activité. Dans ce contexte, les pôles traditionnels (Hammamet, Jerba, Monastir, etc.), malgré leur maturité, disposent d'un potentiel très important vis-à-vis du développement touristique tunisien. En revanche, les espoirs suscités par les pôles émergents de 'Tabarka' et de 'Tozeur' restent fragiles, malgré des atouts en terme d'aménités naturelles et d'apports culturels relativement significatifs par rapport aux autres pôles de l'ensemble du pays. C'est pourquoi il convient d'analyser de manière plus approfondie la problématique du développement de ces deux zones, en mettant en avant dans un premier temps, les limites en terme de composantes actuelles du produit touristique, et

dans un second temps les atouts susceptibles de jouer un rôle prépondérant vis-à-vis de ce développement.

4 - L'écotourisme : amorce du développement touristique des régions Ouest ?

Dans cette seconde section, l'étude des caractéristiques du dynamisme enregistrée pour les pôles de 'Tabarka' ('Tabarka-Bizerte') et les pôles de 'Tozeur' ('Gafsa-Tozeur') sera étudiée dans un premier temps. Puis, dans un second temps, la convergence et les potentialités de ces deux pôles seront analysées par rapport à l'essor de l'écotourisme.

4.1 - Développement des pôles de l'Ouest : un équilibre très fragile

L'écart qu'enregistrent les zones de 'Tabarka-Bizerte' et de 'Gafsa-Tozeur' par rapport aux zones touristiques de l'Est est très relatif puisque le développement des capacités continue sa progression. Cependant, du côté de la demande les faibles performances réalisées par ceux-ci apparaissent inquiétantes en raison du fait qu'à terme la rentabilité des structures d'accueil hôtelières pourrait s'avérer menacée. En effet, les investissements hôteliers sont très lourds à supporter, notamment dans la région de 'Tabarka', puisque des hôtels à grande capacité ont vu le jour depuis le début des années 1990 (Belhedi, 1999). Aussi, l'amortissement de ces structures s'effectue sur plusieurs années, et nécessite le maintien d'un chiffre d'affaire capable de supporter cet investissement (Vellas, 2007), visiblement basé dans le cas présent sur des prévisions d'activité très optimistes par rapport à la réalité de ces dernières années (cf. chiffre sur la sous-occupation des hôtels).

Dans cette optique, il apparaît comme stratégique pour ces zones de pouvoir conserver un coefficient de remplissage assurant la rentabilité de l'activité et ne détériorant pas l'image de marque de ces zones à travers une stratégie de réduction des coûts. Cette image de marque est d'autant plus importante dans les cas de 'Tabarka' et de 'Tozeur' en raison de la démarcation initialement recherchée du produit touristique (Belhedi, 1999). Le pôle du nord-ouest mise effectivement sur un tourisme axé sur des aspects associés aux paysages naturels (tourisme de nature), voire aux considérations

artistiques et culturelles dans une certaine mesure (festival de jazz, et autres) ; et le pôle du sud-ouest se concentre plus particulièrement sur la découverte des sites naturels du désert et des oasis (cf. tourisme saharien), accompagnée de la mise en valeur de pratiques culturelles (Presse-Tourisme, 2005a et 2005b).

Aussi, la pression exercée sur les deux pôles en question est relativement conséquente, puisque les difficultés à atteindre un coefficient de remplissage suffisant pour garantir la pérennité économique de l'activité et du produit touristique initialement conçu, risque de se heurter à une contrainte de rentabilité induisant une stratégie de réduction des coûts. Cette stratégie conduit inévitablement à la réorientation de l'activité autour d'un tourisme bon marché de faible qualité (Vellas, 2007), favorisant un produit à faible valeur ajoutée. L'image de marque recherchée à la base peut ainsi être remise en question, et déboucher sur un déclin des régions concernées.

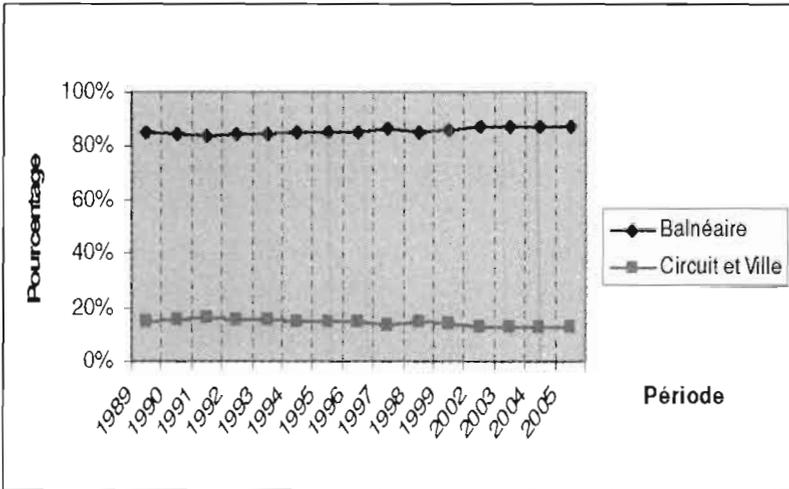
Ceci est notamment le cas de la zone de 'Tabarka', qui est marquée par un problème de surcapacité comme évoqué précédemment, impliquant une baisse des prix des prestations hôtelières (Presse-Tourisme, 2006c). Cette baisse des prix concerne certaines périodes de la haute saison (d'avril à juin et de septembre à octobre). Ceci se justifie à travers l'importante saisonnalité de la demande touristique que connaît cette région (Presse-Tourisme, 2005a).

La saisonnalité prononcée vis-à-vis de la région du nord-ouest peut s'expliquer en partie par les conditions climatiques beaucoup moins avantageuses par rapport aux autres régions (INS, 2004). Cette hypothèse qui semble être confirmée par les données climatiques, confirmerait le fait que 'Tabarka' tend à se recentrer autour d'un tourisme balnéaire. Cette logique, certes susceptible de jouer en faveur du coefficient de remplissage, reste très délicate à appliquer dans le cadre de cette zone balnéaire marquée par un «handicap» climatique par rapport aux autres zones touristiques balnéaires du pays. Ainsi, en période de moindre affluence comme c'est le cas d'avril à juin et de septembre à octobre, les régions touristiques les plus privilégiées par la clientèle demeurent celles qui disposent d'un «avantage comparatif» en terme climatique, à savoir les régions du nord-est et du sud-est (INS, 2004). Néanmoins, cette donne, bien qu'elle confirme dans une certaine mesure l'hypothèse de départ, fragilise les atouts naturels initialement perçus du pôle

de 'Tabarka' qui *de facto* ne sont pas mis en valeur. La richesse des milieux naturels s'avère dès lors sous valorisée, en faveur d'un tourisme balnéaire classique à faible valeur ajoutée.

Cette dernière tendance s'observe d'ailleurs de manière générale pour l'ensemble du pays à travers le graphique qui suit :

Graphique 6 : Evolution du tourisme en fonction de la motivation



Source : Adaptation des données de l'ONTT*

Ces courbes mettent en évidence le fait que la part du tourisme balnéaire dans l'activité touristique tunisienne reste très majoritaire et très stable, avec une légère tendance à la hausse. Les circuits et la visite des villes (tourisme culturel) à l'inverse sont sujets à un léger déclin relatif. La région du sud-ouest étant concernée non pas par un tourisme balnéaire, mais par des activités touristiques de type circuit ou visite des villes, s'avère fortement touchée par cette évolution de la motivation de la clientèle en faveur du tourisme balnéaire, du moins pour le cas tunisien. Cette donne affaiblit de manière conséquente les potentialités du tourisme saharien, et remet plus ou moins en cause sa capacité de développement au sein de la région de 'Tozeur'. Qui plus est, le développement de cette zone est menacé par les caractéristiques de la clientèle visée, qui reste majoritairement une clientèle de passage (cf. données sur la durée des séjours).

La combinaison de ces deux facteurs (motivation et durée) débouche de manière similaire au cas de 'Tabarka' sur un problème de surcapacité. Cette problématique de surcapacité se heurte là encore aux contraintes de rentabilité nécessitant une stratégie de réduction des coûts, et la réorientation de l'activité vers un tourisme à faible valeur ajoutée. Cependant, il est beaucoup plus difficile de jouer sur ce créneau dans le cas des pôles touristiques du sud-ouest, puisqu'il ne peut être question de tourisme balnéaire dans ces régions désertiques éloignées des côtes. De même que les coûts associés à la mise en place de circuits touristiques dans ces zones, rendent difficile la possibilité de création d'un produit touristique de type circuit capable de concurrencer les produits balnéaires bas de gamme. Aussi, le développement touristique du pôle en question implique vis-à-vis de ces contraintes de se recentrer autour de stratégies susceptibles de s'adapter à celles-ci.

Dans le cadre des pôles de l'Ouest tunisien, les éléments présentés permettent ainsi de poser les limites de l'application d'un tourisme de masse traditionnel au cas des zones émergentes, d'une part, et permettent d'envisager d'autre part, la problématique de la convergence de l'activité touristique vers une forme de type écotourisme. Toutefois, en fonction des caractéristiques de ces zones et de la structure de l'activité touristique énoncées, il peut être foncièrement inapproprié d'envisager un écotourisme «fort», ou à l'inverse de miser strictement sur un écotourisme «faible». C'est dans ce contexte que l'on peut analyser la problématique de la convergence des formes de tourisme actuelles des deux pôles en question vers une forme d'écotourisme ; en mettant en évidence par ailleurs les enjeux qui encadrent cette convergence.

4.2 - Autour de la convergence vers une forme d'écotourisme

Au regard des éléments précédents, il est intéressant d'analyser dans quelle mesure les caractéristiques des formes de tourisme pratiquées dans les zones de 'Tabarka' et 'Tozeur' s'assimileraient à celles d'un tourisme alternatif tel que l'écotourisme. Sur la base du tableau 1 et de l'étude du contexte empirique, plusieurs aspects sont susceptibles d'être mis en évidence dans le cadre de cette analyse.

Tout d'abord, dans le cadre des éléments relatifs aux marchés, les flux des touristes vis-à-vis des deux pôles restent relativement conséquents

(760.142 nuitées pour le nord-ouest et 1.143.968 nuitées pour le Sud-ouest en 2005, selon l'ONTT), en notant que ceux-ci ne rompent pas avec l'optique traditionnelle du tourisme tunisien, axée sur un produit packagé. De plus, la saisonnalité s'avère dans le cas du nord-ouest davantage marquée et problématique, par rapport au cas du sud-ouest. Aussi, ces données laissent entrevoir une convergence relative autour de ces caractéristiques vers un soft écotourisme pour 'Tozeur', dans la mesure où le flux touristique est relativement homogène et restreint (saisonnalité peu marquée et taux d'occupation de l'ordre de 30% en moyenne). Pour 'Tabarka', le bilan est plus contrasté car les arrivées conjuguées au phénomène de saisonnalité accentué sont susceptibles d'être en contradiction avec les objectifs d'un tourisme alternatif sur la base des caractéristiques appréhendées.

En ce qui concerne les éléments associés à l'attraction, les aménités naturelles et les aspects culturels spécifiques de ces deux zones au regard des autres régions du pays demeurent une marque de distinction à part entière, qui amènent à considérer que le tourisme pratiqué dans les pôles de 'Tabarka' et 'Tozeur' constitue un tourisme «authentique». Qui plus est, les nuitées des résidents se portent respectivement autour de 302.727 nuitées dans le premier cas, et de 162.185 nuitées dans le second cas cité précédemment (ONTT, 2005), impliquant le fait que les destinataires des produits touristiques sont non seulement les touristes, mais également les résidents locaux (résidents tunisiens). Dans ce contexte, il apparaît qu'en terme d'attraction, les caractéristiques des formes de tourisme des deux pôles étudiés s'assimilent à celles d'un tourisme alternatif.

Dans le cas des éléments liés aux logements, 'Tabarka' et 'Tozeur' présentent des similarités vis-à-vis de la répartition des hôtels dans l'espace, qui dénote une concentration des unités dans les zones touristiques, avec une densité pouvant être conséquente dans le cadre des zones telles que celles de 'Tabarka' et de 'Tozeur' (selon les chiffres de Tourisme info de 2007, à quelques exceptions près, l'ensemble des hôtels de 200 lits et plus sont situés principalement sur Tabarka et Bizerte pour le Nord, et sur Douz et Tozeur pour le Sud). La taille des unités touristiques s'avère marquée par des hôtels de plus grande capacité dans le cas de 'Tabarka', que dans le cas de 'Tozeur'. Le style architectural demeure dans les deux cas assez distinctif d'un style international, et peut dans une certaine mesure être considéré comme

complémentaire à l'architecture locale (Tourisme info, 2007). Ainsi, les aspects renvoyant aux logements ne permettent pas de déboucher sur des résultats très significatifs par rapport à la problématique de convergence, si ce n'est dans une certaine mesure dans le cas de 'Tozeur', puisque l'architecture spécifique et très typique des hôtels et la petite échelle des tailles de logements convergent malgré tout vers les caractéristiques d'un tourisme alternatif en terme de logements.

Dans le cadre du statut économique finalement, le caractère dominant de l'activité touristique dans le contexte des pôles en question, s'avère fortement rattaché à la concentration de cette activité dans chacun des sites couverts par ces pôles. En effet, sur les sites de Tabarka et de 'Tozeur', l'activité touristique s'assimile à une activité dominante, mais faisant dans tous les cas apparaître des liaisons internes assez fortes (Belhedi, 1999). De plus, l'effet de fuite est considéré comme peu conséquent en raison de la gamme de clientèle visée qui s'apparente à une clientèle moyenne gamme (majoritairement 3 et 4 étoiles aux normes locales), en sachant que l'effet de fuite sera d'autant plus élevé que la gamme visée se rapproche d'une gamme de luxe (Vellas, 2007). De même que l'effet multiplicateur apparaît relativement significatif dans le sens où, pour un emploi créé de manière directe dans le secteur du tourisme, il en résulte en moyenne trois emplois créés de manière indirecte (ONTT, 2005). Aussi, sur la base des caractéristiques économiques, il convient de conclure que les formes de tourisme des deux pôles étudiés s'assimilent aux caractéristiques économiques d'un tourisme alternatif.

Dans cette optique, le modèle de développement du tourisme de la côte Est, basé sur un tourisme balnéaire de masse, ne semble pas s'appliquer au cas des stations touristiques des régions du nord-ouest et du sud-ouest. Ces dernières sont effectivement caractérisées par une convergence partielle (davantage marquée dans le cas de 'Tozeur') vers une forme alternative de tourisme s'assimilant à de l'écotourisme. Toutefois, la nature de cet écotourisme renvoie plus spécifiquement à un écotourisme dit «faible», compatible avec la structure du tourisme tunisien de manière générale. Ceci permet de pallier certes aux limites de l'écotourisme «fort», en bénéficiant d'une majeure partie des avantages imputables de manière générale à l'écotourisme. Cependant, même si cette convergence est plus ou moins avérée, il n'en reste pas moins qu'elle demeure fragile du fait que

l'orientation délicate de l'activité touristique vers cette forme de tourisme dépend de plusieurs facteurs exogènes et endogènes souvent difficiles à maîtriser (capacité de régulation, demande, etc.).

5- Conclusion

Pour clore cette réflexion, l'écotourisme apparaît comme une solution «alternative» au tourisme de masse dans le sens où il permet de valoriser un patrimoine culturel ou naturel jusque là inexploité. Cette forme de tourisme permet dès lors le positionnement sur une stratégie touristique privilégiant des aspects qualitatifs susceptibles de constituer des activités à forte valeur ajoutée (AUDINET Tunisie, 2006), à l'inverse d'un tourisme de masse d'ordre balnéaire traditionnel, privilégiant des critères purement quantitatifs et pouvant déboucher sur des activités à faible valeur ajoutée (cf. sous-section 3.1.). Le positionnement de certaines régions de la Tunisie sur ce créneau touristique apparaît d'une part, comme une alternative pour les zones ne bénéficiant pas des caractéristiques adéquates au développement d'un tourisme de masse balnéaire classique, et d'autre part, comme une solution permettant, en guise de première étape, de converger vers un objectif de développement durable (Orams, 2002). Cette première étape implique une orientation vers un écotourisme présentant les spécificités d'un écotourisme «faible», compte tenu de la structure du tourisme tunisien et des contraintes associées.

Dans cette optique, les régions de l'Ouest disposent d'atouts en terme de milieux naturels et de richesses en biodiversité incomparables par rapport aux régions de l'Est du pays. En effet, la région du nord-ouest dispose d'espaces montagneux recouverts d'une forêt dense, regroupant une faune et une flore relativement conséquentes ; la région du sud est quant à elle marquée par la présence de milieux naturels spécifiques (oasis) disposant d'une faune et d'une flore très particulière (Tourisme info, 2007). Les atouts des zones de 'Tabarka' et 'Tozeur' en terme de biodiversité laissent ainsi entrevoir l'évolution d'un tourisme axé sur la valorisation de ce patrimoine naturel. Or les enjeux en terme de biodiversité disposent à l'heure actuelle d'un véritable engouement vis-à-vis des touristes, qui sont de plus en plus soucieux du caractère responsable et durable de leur consommation dans le cadre de leur séjour à l'étranger (Clarke, 2002).

En somme, le renforcement de l'écotourisme semblerait être une alternative aux difficultés que connaissent actuellement les pôles touristiques de 'Tabarka' et de 'Tozeur'. Cette nouvelle stratégie touristique serait en cohérence avec les objectifs de rentabilité de l'activité, de conservation et de valorisation des milieux naturels qui caractérisent ces deux zones. La perspective d'un essor de l'écotourisme dans ces dernières considérerait la réorientation au final d'un tourisme non plus axé sur des aspects purement quantitatifs, mais plutôt orienté vers des aspects d'ordre qualitatif, privilégiant une activité à forte valeur ajoutée et respectueuse des milieux environnementaux et socioculturels (Tardif, 2003). Cependant, il n'est pas évident que l'essor d'une forme de l'écotourisme dans une zone donnée, débouche automatiquement vers un développement durable de celle-ci. En effet, certaines conditions sont nécessaires pour converger vers cet objectif, à savoir : le respect de la personne, des cultures locales et de l'environnement, l'implication du touriste vis-à-vis des enjeux sociaux qui régissent son lieu de destination, etc. Le non respect d'une ou plusieurs de ces conditions peut mettre en péril partiellement voire totalement le caractère durable de l'activité. En ce sens, il apparaît au vu de ces éléments que le rôle de l'Etat demeure une donnée fondamentale dans le choix de l'orientation de l'activité en question vers un tourisme alternatif de type écotourisme, ou à l'inverse vers un tourisme de masse, en raison des moyens à mettre en œuvre et des conflits inhérents au choix de cette orientation.

Bibliographie

- Allcok, A., Jones, B., Lane, S., Grant, J., 1994, "National cotourism Strategy" , Canberra, Common Wealth Department of Tourism.
- Andrianambinina, D., Froger, G., 2006, «L'écotourisme, facteur de développement durable dans un contexte de mondialisation ? Le cas de Madagascar», dans : *Mondialisation contre le développement durable*, coordonnée par G. Froger, chez P.I.E Peter Lang, pp. 281-310, Bruxelles.
- AUDINET Tunisie, 2006, «Perspectives du développement de l'écotourisme en Tunisie», *AUDINET CONSEIL TUNISIE*, Article du 10-07-2006, disponible sur : <http://www.investir-en-tunisie.net>
- Belhedi, A.,1999, «L'espace touristique en Tunisie», *Communication : Les nouveaux espaces touristiques*, Institut Supérieur des Etudes Touristiques, Espagne, Université de Girona, 5 -6 Juillet 1999.
- Blamey, R.K., 1997, «Ecotourism : the search for an operational definition», *Journal of Sustainable Tourism*, 5, pp. 109-130.
- Blamey, R.K., 2001, «Principles of ecotourism», in Weaver D.B. (Ed.), *Encyclopedia of Ecotourism*, Wallingford, UK, CAB International, pp. 5-22.
- Boo, E., 1990, «Ecotourism: the potentials and pitfalls», Washington D.C, World Wildlife Fund, 72 p.
- Bookbinder, M., Diberstein, E., Rijal, A., Cauley, H., Rajouria, A., 1998, «Ecotourism's support of biodiversity conservation», *Conservation Biology*, 12, pp. 1399-1404.
- Brandon, K.,1996, «Ecotourism and conservation : a review of key issues», Environment Department Papers n°033, Washington D.C.,The World Bank, avril.
- Buckley, R.,2003, "Case studies in ecotourism", UK, Wallingford, CABI Publishing.
- Butler R.W., 1980, "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, 24, pp. 5-12.
- Cater, E., 2002, «Spread and backwash effects in ecotourism: implications for sustainable development», *International Journal of Sustainable Development*, vol. 5, n°3, pp. 265-281.

- Ceballos-Lascuràin, H., 1996, "Tourism, ecotourism and protected areas : the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development", UICN, Gland, Suisse.
- Chaboud, C., Méral, P. et Andrianambinina, D., 2004, «Le modèle vertueux de l'écotourisme : mythe ou réalité ? L'exemple d'Anakao et Ifaty-Mangily à Madagascar», *Mondes en développement*, vol. 32, n°125, pp. 11-32.
- Clarke, J., 2002, «A synthesis of activity towards the implementation of sustainable tourism: ecotourism in a different context», *International Journal of Sustainable Development*, vol. 5, n°3, pp. 232-250.
- Dernoi L.A.,1981, «Alternative tourism : towards a new style in north-south relations», *International Journal of Tourism Management*, 2, pp. 253-264.
- Dixon J., Sherman P., 1990, "Economics of protected areas : a new Look at benefits and costs", Island Press, Washington D.C.
- Dutermé B., 2007, «Expansion du tourisme international : gagnants et perdants», document internet, Réseau d'information et de solidarité avec l'Amérique latine, 2 février, disponible sur <http://risal.collectifds.net/spip.php?article2072>.
- Fox, M., 1977, «The social impact of tourism : a challenge to researchers and planners», in Finney B.R. et A. Watson (eds.), *A New Kind of sugar: tourism in the Pacific*, Honolulu, East-West Technology and Development Institute, East-West Center, pp. 27-48
- Goodwin, H., 1996, «In Pursuit of Ecotourism», *Biodiversity and Conservation*, 5, pp. 277-291.
- Gössling, S.,1999, «Ecotourism : a mean to safeguard biodiversity and ecosystem functions ?», *Ecological Economics*, 29, pp. 303-320.
- Honey, M.S., 1999, "Ecotourism and sustainable development : who owns paradise ?", Washington D.C., Island Press.
- Institut National de la Statistique, 2004, «Annuaire statistique de la Tunisie», Institut National de la Statistique (INS), République Tunisienne, Ministère du Développement et de la Coopération Internationale.
- IRG, 1992, "Ecotourism: A viable alternative for sustainable management of natural resources in Africa", International Resources Group, Washington D.C.
- Jafari, J., 1989, «An english language literature review», in J. Bystrzanowski (Ed.), *Tourism as a Factor of Change: A Sociocultural Study*, Centre for Research and Documentation in Social Sciences, Vienne, pp. 17-60.

- Krippendorf J., 1984, "The holiday makers : understanding the impact of leisure and travel", Heinemann, Oxford.
- Koch, E. (2001), «Écotourisme : un bilan mitigé», *Le courrier UNESCO*, juillet-août, http://www.unesco.org/courier/2001_07/fr/planet2.htm.
- Lea, J., 1988, "Tourism and development in the third world", Routledge, New York.
- Lindberg K., 2001, "Economic impacts", in Weaver, D.B., *Ecotourism*, Wiley, John Wiley & Sons Australia, Ltd, pp. 363-377.
- Lindberg, K., Jeremy, E., Sproule, K., 1996, «Ecotourism Questioned: Case Studies from Belize», *Annals of Tourism Research*, 23(3), pp. 543-562.
- Murphy, P., 1985, "Tourism: A Community Approach", Methuen, New York.
- Office National du Tourisme Tunisien, 2005, 2004, 2003, 2001, 1999, 1997, 1995, 1993, 1991, «Le Tourisme Tunisien en Chiffre», Ministère du Tourisme République Tunisienne, ONTT.
- Orams, M.B., 2002, «Marine ecotourism as a potential agent for sustainable development in Kaikoura, New Zealand», *International Journal of Sustainable Development*, vol. 5, n°3, pp. 338-352.
- Presse-Tourisme, 2005a, «Tabarka doit-elle s'investir pleinement dans le tourisme festif ?», *Presse Tourisme.com : Le Magazine Tunisien du Tourisme et des Voyages*, Article du 27/08/2005, disponible sur : <http://www.presse-tourisme.com>
- Presse-Tourisme, 2005b, «Le tourisme saharien», *Presse Tourisme.com : Le Magazine Tunisien du Tourisme et des Voyages*, Article du 27/12/2005, disponible sur : <http://www.presse-tourisme.com>
- Presse-Tourisme, 2006a, «Thermalisme : sortir des sentiers battus !», *Presse Tourisme.com : Le Magazine Tunisien du Tourisme et des Voyages*, Article du 23/01/2006, disponible sur : <http://www.presse-tourisme.com>
- Presse-Tourisme, 2006b, «Tourisme golfique en Tunisie : des atouts mais de nouvelles exigences», *Presse Tourisme.com : Le Magazine Tunisien du Tourisme et des Voyages*, Article du 20/02/2006, disponible sur : <http://www.presse-tourisme.com>
- Presse-Tourisme, 2006c, «La reprise se confirme mais à quel prix ?», *Presse Tourisme.com : Le Magazine Tunisien du Tourisme et des Voyages*, Article du 24/07/2006, disponible sur : <http://www.presse-tourisme.com>
- Scheyvens, R., 1999, «Ecotourism and the empowerment of local communities», *Tourism Management*, 20, pp. 245-249.

- Tardif, J., 2003, «Écotourisme et développement durable», *VertigO -La revue en sciences de l'environnement*, vol. 4, n°1, pp. 1-11.
- Tourisme info, 2007, «Annuaire du tourisme 2007», Tourisme info, Tunisie.
- Turner L., Ash J., 1975, "The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery", Constable, Londres.
- Vellas, F., 2007, «Economie et politique du tourisme international», Paris, Economica.
- Wilkie, D., Carpenter, J.F., 1998, «Le tourisme peut-il aider à financer les aires protégées dans le bassin du Congo ?», Document de travail soumis à Oryx, <http://www.grandslacs.net/doc/1220.pdf>.
- Wunder, S., 2000, «Ecotourism and economic incentives. An empirical approach», *Ecological Economics*, 32, pp. 465-479.
- Wearing, S. (2001), *Volunteer Tourism: Experiences that make a Difference*, Wallingford, UK, CABI Publishing.
- Weaver, D.B., 2001, "Ecotourism", Wiley, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Weaver, D.B., 2002, «The evolving concept of ecotourism and its potential impacts», *International Journal of Sustainable Development*, vol. 5, n°3, pp. 251-264.
- Weaver, D.B., Lawton L., 2001, "Overnight ecotourist market segmentation in the gold coast hinterland of Australia", *Journal of Travel Research*.
- Weaver D., Oppermann M., 2000, "Tourism management", Brisbane, Wiley.
- WWF, 1995, «Ecotourism: Tool or threat ?», *Conservation Issues*, 2(3), pp. 1-10.
- Young, G., 1973, "Tourism : blessing or blight ?", Harmondsworth, UK, Penguin.
- Zurick D., 1992, "Adventure travel and sustainable tourism in the peripheral economy", *Annals of the Association of American Geographers*, 82, pp. 608-628.

Le tourisme sportif ou comment les sports-nature et les sports-aventure contribuent au développement durable des zones sensibles.

Aude Mottiaux⁽¹⁾

1- Introduction

Vivre de façon permanente ou temporaire dans un espace mystérieux et fascinant tels les déserts et les parcs nationaux, et le respecter n'est pas donné comme allant de soi. La démarche touristique personnelle respectueuse de l'environnement naturel et culturel est une démarche consciente et volontaire. La situation du voyage a en effet ceci de particulier qu'elle bouleverse temporairement le quotidien et offre un espace de jeu avec les normes, dans lequel on assiste, de manière récurrente, à un renversement des pratiques. Cet espace du voyage est donc un espace où les individus jouent mais se rappellent qu'ils jouent. La civilisation reste présente même si le temps et le contexte favorisent le basculement temporaire des pratiques quotidiennes. Ces comportements qui semblent inhérents à la situation de voyage («tout est dû», «irrespect parce qu'on n'est pas chez soi», «pratique différenciée» liée au modèle d'expérience touristique familiale (Equipe MIT,

1) Assistante en anthropologie. Université Libre de Bruxelles. aude.mottiaux@ulb.ac.be

2002, p. 147), etc.) s'effacent dès le retour. Dans un tel contexte – et celui plus particulier du tourisme sportif en zone sensible –, qu'en est-il dès lors du respect de l'environnement « consommé » et/ou traversé (que l'individu soit ou non sensibilisé à sa préservation) sachant que dans l'imaginaire, la nature offre un espace privilégié de transgression des normes (Dalla Bernardina, 1998) ? D'autant qu'au-delà de la démarche personnelle de respect des lieux et des populations qui y vivent, persiste le paradoxe de l'écotourisme, à savoir que la sauvegarde d'un patrimoine naturel engendre un attrait accru pour le territoire reconnu officiellement par les autorités nationales ou internationales comme patrimoine à préserver pour ses richesses paysagère, faunistique et floristique, et sa corrélaire, une arrivée massive de touristes.

En recourant à l'exemple de manifestations touristiques et sportives se déroulant sur les sols marocain (trekking dans le Haut-Atlas et *Marathon des Sables*) et français (tourisme au coeur du Parc national de Port-Cros), nous serons amenée à interroger les possibilités d'un passage du « tourisme en nature » au « tourisme de nature » (Macouin, Pierre, 2003), du « tourisme au Sahara » au « tourisme saharien », qui ne sont pas sans lien avec la tension existante entre la conception d'une « nature-ressource » dont les populations locales peuvent jouir et celle d'une « nature-loisir » dont les trekkers⁽¹⁾, les ultramarathoniens⁽²⁾ et les snorkellers⁽³⁾ souhaitent profiter.

2- Genèse de ces pratiques touristico-sportives

Nous constatons depuis plusieurs années l'intérêt croissant -on parle même d'engouement- des sportifs et des touristes pour les espaces naturels,

1) Le trekker est un partisan du trekking comme mode de découverte touristique. Ce terme fait de lui un marcheur en montagne si l'on étend la définition du trekking tirée du dictionnaire *Le Robert* et entendue au sens de « randonnée pédestre dans des régions montagneuses difficilement accessibles ».

2) L'ultramarathonien est un coureur d'endurance qui parcourt une distance plus importante que celle d'un marathon classique, à savoir 42 km et 195 m, mesure fixée officiellement en 1908 à la suite du marathon de Londres qui joignit le stade au château de Windsor afin de permettre à la Princesse de Galles d'y assister.

3) Le snorkeller pratique le *snorkelling*. Cette appellation proviendrait, selon Riu-Maura (1998, p. 2), de l'extension du mot *snorkel* qui désignait à l'origine le pot d'échappement des gaz de sous-marins allemands, et est aujourd'hui utilisé par les anglo-saxons pour nommer le « tuba ». Le *snorkelling* désigne une randonnée subaquatique en surface pratiquée à l'aide de palmes, masque et tuba.

intérêt qui s'accompagne, par ailleurs, d'un processus de classement d'un nombre toujours plus important d'espaces naturels en vue d'une protection. La reconnaissance d'un particularisme culturel ou naturel d'un territoire séduit le public des voyageurs potentiels. Ce public est multiple. Nous retrouvons parmi eux cependant un grand nombre d'individus qui, par la pratique d'une activité sportive, cherche à s'approprier temporairement un bout de nature. Pouvons-nous dans ce cas de figure parler de "tourisme sportif" ? Quelle réalité - multiple?- recouvre cette notion ? Le concept de tourisme sportif est relativement récent. Les chercheurs du tourisme ont commencé à l'évoquer à la fin des années 80 (Sobry, 2004, 13) et observaient jusque-là une évolution incroyablement rapide «des activités individuelles et risquées qui prennent la *Pleine-Nature* pour cadre d'exercice, une mise en forme aventureuse d'activités sportives les plus traditionnelles (marche, courses, nages, vélo) et même une certaine «*sportivisation*» des activités touristiques» (Pociello, 1991, p.369). Dans le cadre de cette pratique touristico-sportive, l'objet sportif est intégré à la base du projet touristique (Pigeassou, 2004, p. 47).

Deux des trois phénomènes qui nous occupent relèvent d'une forme particulière, celle du "tourisme sportif d'action", puisqu'on entend par là, une modalité touristique de "séjour sportif à l'étranger", qu'il soit de courte ou de longue durée (Pigeassou, 2004, p. 55). Il s'agit du trekking dans le Haut-Atlas marocain et du *Marathon des Sables*. Le troisième, par contre, est plus proche de la découverte d'un lieu par le biais d'une expérience corporelle de nature sportive que par la réalisation d'un séjour sportif à proprement parler. Cette modalité touristique s'approche d'une "expérience de la nature" (Lequin, Carrière, 2004) qui, même si elle n'est pas toujours écologiquement responsable, nous ramène vers la notion d'écotourisme qui reste floue (Benabou, 2007, p.110). Il s'agit, en effet, plus généralement de comportements touristiques relevant d'un "tourisme en nature" (à savoir au coeur d'un environnement naturel qui peut être d'exception, et c'est le cas des eaux du Parc national de Port-Cros) plus que d'un "tourisme de nature". Précisons toutefois que le tourisme de nature n'est pas nécessairement un tourisme sportif. L'inverse est également vrai car, dans le cadre du tourisme sportif, les pratiquants sont mus par la volonté d'éprouver la nature, pas nécessairement de la connaître ou de la reconnaître. L'appréciation de l'activité s'attache, pour une large majorité d'entre eux, plus aux sensations produites par l'expérience de la nature -expérience corporelle s'il en est- qu'à

l'approche de celle-ci à visée naturaliste, éducative et/ou d'approfondissement de sa découverte. Il nous faut ainsi démêler ce qui relève du tourisme de nature de ce qui relève d'activités touristique et sportive dans la nature. Comme le souligne une étude de l'Agence française de l'ingénierie touristique (AFIT), certaines activités sportives et touristiques dans la nature relèvent plus d'«une confrontation avec l'espace naturel sans prise en considération de l'espace lui-même» (Macouin, Pierre, 2003, p.2) que d'une approche intéressée de l'environnement.

L'enjeu sur les territoires qui nous intéressent serait de «passer du tourisme en nature au tourisme de nature» afin d'assurer une préservation effective et efficace de l'environnement. Ce qui mène à s'interroger sur la nature des formes de tourisme sportif : sont-elles des freins ou des moteurs à la préservation des sites de pratique ? Examiner les rapports qu'entretiennent les usagers de ces sites avec la nature ainsi que l'aménagement de leurs comportements que les lieux et les médiateurs leur imposent va nous permettre de répondre à cette question. Mais commençons par présenter dans un premier temps l'émergence de ces trois phénomènes dans leurs contextes respectifs avant de tenter de comprendre la voie par laquelle ils nous mènent, peu ou prou, vers un développement durable.

2.1- Tourisme de montagne dans le Haut-Atlas marocain : le trekking

Alors qu'Edith Wharton, qui effectua un voyage au Maroc dans le courant de l'année 1918, voit «le jour, très prochain, où les voyages modernes en feront une destination banale et encombrée» (Wharton 1919-20, p.12), les autorités marocaines n'ont véritablement pris conscience du parti qu'elles pouvaient tirer du territoire national d'un point de vue touristique que dans les années soixante. Les autorités protectorales françaises (1912-1956) quant à elles surent se servir de l'intérêt touristique croissant en Europe dès les années 30. «Il est vrai que dans le cadre de la politique coloniale au Maroc, le tourisme montagnard, comme outil et alibi de «pacification», fut promu par Lyautey afin de soumettre la montagne rebelle» (Naciri ; cité par Urbain, 1991, p.11). La France avait tout intérêt à désenclaver les vallées de montagne afin de faire tomber les dernières zones refuges.

Les premiers à se déplacer à pied à travers les montagnes du Haut-Atlas, sans parler des autochtones, sont, dès le XIX^{ème} siècle, des aventuriers

(explorateurs et chercheurs). En 1938, l'Office Chérifien du Tourisme publie le premier «Guide alpin de la montagne marocaine». Au cours des années soixante, des guides et des accompagnateurs d'origine française principalement organisent à partir de l'étranger des randonnées pédestres dans le Haut-Atlas. Progressivement, un nouvel acteur vient se greffer sur ce noyau de base, à savoir de jeunes montagnards marocains dont le rôle était de montrer le sentier. A partir des années 70 se développe un tourisme plus organisé. Début 80, le guide étranger indépendant partage dorénavant cet espace de découverte avec des agences de voyage spécialisées, s'y ajoutent des guides marocains formés au CFAMM (Centre de Formation Aux Métiers de Montagne). Aujourd'hui, les circuits de trekking organisés attirent un nombre croissant de touristes, même si certains des touristes récidivistes s'adresseront sans intermédiaire à des contacts établis sur place lors d'un voyage précédent, le *Routard* en poche, cherchant à retrouver le paradis perdu du XIXème, qui renaîtrait juste pour eux.

La création du CFAMM s'inscrit dans le cadre du projet de développement rural intitulé PHAC, Projet Haut Atlas Central, expérience pilote intersectorielle d'économie rurale de haute montagne dans le Haut-Atlas central. Ce projet dit «intégré» a vu le jour en 1983 à la suite d'une convention passée entre les gouvernements français et marocain⁽¹⁾. Prévu initialement pour dix ans, ce projet multidisciplinaire a été complété en 1987 par le PDTM, Programme de Développement du Tourisme de Montagne, et en 1991, par le PADMM, Programme d'Appui au Développement de la Montagne Marocaine. Le PHAC a été mis sur pied suite à une volonté de développer économiquement et socialement une zone enclavée du Haut-Atlas central, de freiner l'exode rural, de créer des emplois lucratifs, de valoriser les ressources locales, d'améliorer le niveau de vie et les conditions sanitaires. L'objectif était de dépasser la situation de sous-développement endémique à cette zone de montagne⁽²⁾. Pour l'atteindre, le PHAC s'est doté d'un outil fédérateur : le CFAMM dont la construction a démarré en 1985 dans la vallée

1) Les acteurs effectifs sur le terrain furent pour la partie marocaine : la DAR du Ministère de l'Intérieur, la Direction des Collectivités Locales et la Direction des Aménagements et Investissements du Ministère du Tourisme, et pour la partie française : le Centre de Recherche Européen du Tourisme de montagne (CRET) de Briançon, assisté par l'Ecole Nationale de Ski et d'Alpinisme (ENSA) de Chamonix ainsi que la Grande Traversée des Alpes (GTA) de Grenoble.

2) Une route a été construite, un groupe électrogène a été installé afin de fournir de l'électricité dans les villages de la vallée plusieurs heures par jour et différents domaines ont été choisis comme axes d'intervention : l'agropastoralisme, l'artisanat et le tourisme.

des Aït Bouguemmez, près du village de Tabant (province d'Azilal), en même temps que le lancement de la formation des guides. Lors du démarrage du projet, les responsables français ont cherché à sensibiliser les jeunes gens de la région du Haut-Atlas central, initialement les quatre communes rurales de Tabant, Abachkou, Zawyat Ahansal (province d'Azilal) et Keela Mgouna (province de Ouarzazate), mais sans succès. Ils eurent du mal à convaincre la population de l'intérêt du projet. La sélection des stagiaires se faisait à l'époque essentiellement sur des critères d'appartenance montagnarde et berbère, et de résistance physique, le niveau d'instruction n'étant pas le critère le plus déterminant. Depuis lors, le CFAMM a connu un certain succès. Et afin de répondre plus complètement à la demande du marché, le cursus de formation des accompagnateurs de montagne s'est vu enrichi, il y a huit ans, d'un cours d'initiation à l'anthropologie, d'initiation à la sociologie rurale, de conservation et de protection de l'environnement ainsi que de comptabilité-gestion.

Malgré ces évolutions et cette ouverture de la profession de guide aux acteurs locaux, le tourisme de montagne au Maroc reste dépendant des marchés étrangers émetteurs de touristes car la clientèle marocaine, rare en montagne, se polarise plutôt autour des villes côtières, Agadir notamment, et des lieux de pèlerinage tel *Sidi Chamarouch* situé au pied du Jbel Toubkal. Cette insuffisance globale de la demande intérieure pour le produit «montagne» augmente les risques de «crise touristique». Le flux de touristes est, en effet, fortement corrélé à la conjoncture, ce que Valayer appelle des «fragilités passagères» (1998, p.108) qui provoquent des baisses immédiates de fréquentation. Ce facteur peut constituer un frein au développement durable des vallées de passage des trekkings.

2.2- Sport-aventure dans le Sud marocain : le Marathon des Sables (MDS)

Issue de la mouvance soixante-huitarde et porteuse d'un aspect écologique indéniable, la course à pied dans sa forme "ordinaire" (Segalen, 1994) est apparue à une période de remise en cause de la société, sorte de révolution culturelle à partir de laquelle on a constaté une certaine «sportivisation» de la culture (Pociello, 1991, p.376). Les coureurs cherchaient une forme de dépaysement social et environnemental : retourner

à la nature, respirer l'air pur, se rendre compte de l'existence des saisons, entre autres.

La course à pied dans le désert sous sa forme organisée est née, quant à elle, en 1986 dans le Sud marocain sous le nom de *Marathon des Sables*⁽¹⁾, une épreuve d'endurance de six étapes de kilométrages variables en autosuffisance alimentaire et en bivouac commun chaque nuit, organisée par un Français, Patrick Bauer. Le concept de cette épreuve est issu d'une expérience personnelle vécue par cet homme qui en 1984 réalise un rêve d'adolescent, la traversée du désert en solitaire et en autonomie complète. C'est de Tamanrasset dans le Sahara algérien qu'il part pour franchir en marchant les quelque 350 km qui l'amènent à In Guezzam, en 12 jours. La gestion personnelle de son «aventure» lui donne envie de la faire partager à d'autres. Deux ans plus tard, il monte le *Marathon des Sables* ainsi qu'Atlantide Organisation Internationale (AOI), un organisme privé français qui se charge de l'organisation de l'épreuve. Vingt et un participants sont sur la ligne d'arrivée en 1986, sept cent cinquante-sept en 2007 lors de sa 22ème édition⁽²⁾. Le *Marathon des Sables* se déroule depuis, chaque année, pendant sept jours dans le désert sur une distance de près de 230 km. Les ultramarathoniens sont responsables de leur «survie» à partir du petit-déjeuner le matin du départ jusqu'à leur arrivée, ou à leur abandon en cours d'épreuve. Seule l'eau leur est fournie aux «CP» (*check-points*)⁽³⁾ jalonnant le parcours.

Aujourd'hui, le *Marathon des Sables* n'est plus le seul ultramarathon à investir les espaces désertiques. D'autres courses moins médiatisées attirent elles aussi les coureurs dans le désert, notamment : le *Marathon des Dunes* et le *Marathon International de Djanet* (Algérie); le *Trans Oasis Sud Tunisien* et le *Défi du Chott* (Tunisie); l'*Egyptian Marathon*, le *100km Pharaonic Race*, le *Trophée du Nil*, le *Trans Sinaï* et *Les Dix Commandements* (Egypte); la *Mauritanie Race 200* et *Nomade* (Mauritanie); *La Route des Rois* et la *Desert Cup* (Jordanie) ; la *Trans333 Ténéré* (Niger) ; ainsi que certaines courses aux Etats-Unis. Chaque année, des courses naissent ou disparaissent

1) Un intitulé qui en assemblant deux mots évocateurs d'images fortes crée déjà l'atmosphère.

2) Parmi l'ensemble des participants, des moyennes de 12% de coureuses et de 28 nationalités ont été comptabilisées.

3) Ces points de contrôle proposent le ravitaillement en eau et un point de repos « aménagé » pour les coureurs.

au gré du marché, de la qualité de l'organisation et de la magie qu'elles suscitent.

Penser ce type d'événements sportifs est délicat dans la mesure où il ne s'agit ni tout à fait d'une forme de tourisme traditionnel, ni d'une compétition sportive ayant cours dans le milieu athlétique, pas plus que d'une aventure au sens strict du terme. Mais de quoi s'agit-il alors ? Dans la littérature scientifique, diverses hypothèses ont déjà été formulées à propos d'épreuves d'endurance. Marianne Barthélémy suggère en conclusion de sa thèse portant sur le *Marathon des Sables* que cette épreuve est à la fois trop «sportive» pour faire partie des activités touristiques, trop organisée pour être qualifiée d'aventure et trop «souple» pour être classée dans les pratiques sportives (Barthélémy, 1999, p.174-175), sans pour autant soumettre cette pratique aux divers concepts. Nous rejoignons plutôt Gisèle Lacroix en considérant le *Marathon des Sables* comme un «sport-aventure». Cette expression née à la fin des années 1980 désigne les formes d'innovation sportive proches de «l'aventure de masse» (Lacroix, 1995), soit les usages du sport auxquels s'ajoute une aventure réellement ou imaginaires risquée mais «sportivisée». Ainsi les sports-aventures donnent à voir un élargissement des cadres ordinaires de la pratique sportive et leur ouverture au domaine du tourisme.

2.3 - Des territoires... et des hommes

Les pratiques présentées ci-dessus montrent à quel point l'espace naturel constitue le support principal du tourisme sportif. La nature est devenue la condition de l'établissement de pratiques de sport-aventure et de sport-nature. C'est en effet dans la relation, voire la confrontation, avec elle que s'épanouissent les pratiquants, qu'ils soient trekkers ou ultramarathoniens. Le thème du «retour à la nature» développé par Norbert Elias est en effet toujours d'actualité (Amirou, 1995, p.235), comme l'atteste le succès des randonnées pédestres notamment ainsi que l'essor récent des sports-aventures. Dans les représentations, le concept de nature est, de plus, très fortement associé à ceux de liberté, d'évasion, de beauté, de plaisir et d'émotions (Theiller, 1991, p.381).

Il reste à se poser la question de la conception de la nature «sauvage» qu'ont développée ces touristes sportifs dans le cadre de leur pratique. S'agit-il d'une nature qui ne fait l'objet d'aucun aménagement pas même celui

permettant le développement d'un écotourisme, ni d'aucune artificialisation ; qui est montrée (lorsque l'altérité est prise en charge par l'offre marchande) et "mise en scène" au sens de Maccannell (1976) ; ou que le touriste découvre lui-même et sans médiation de regard ? Nous pouvons affiner encore ce questionnement. La nature sauvage correspond-elle à celle d'un territoire où il n'y aurait pas âme qui vive ou, au contraire, à celle où l'homme aurait une part directe à jouer dans son ensauvagement en mettant en place une série de mesures -de "mise en valeur" très souvent- qui permettent la mise sous cloche de l'espace naturel considéré, à savoir sa conservation ?

Il est primordial de s'interroger sur la nature dont on parle. La nature, entre guillemets sauvage, n'existe plus en tant que telle et n'est pas nécessairement accommodante⁽¹⁾. Les touristes s'en trouvent parfois profondément déçus dans leur approche du «sauvage» montagnoux, désertique ou sous-marin. Découvrir une nature que l'on pense vierge ou préservée ne répond pas toujours aux attentes du public, aveuglé qu'il peut être par une fausse idée de l'état sauvage. Mais justement, si elle est préservée, elle n'est pas sauvage et donc inévitablement artificialisée, nous disent les gestionnaires. On ne peut cependant pas aller jusqu'à dire que cette nature est fondamentalement mise en spectacle. Mais lorsqu'on évoque une zone sauvage dans une zone très fréquentée (comme c'est le cas du territoire du PNPC), on se réfère, à l'évidence, à la préservation. Et dans ce cas de figure, la manière même d'y vivre est artificialisée puisque s'y établit, si le médiateur en a le souhait ou les compétences, une série de contraintes et de règles à respecter et auxquelles l'individu est censé se soumettre, et ce, d'autant plus que sa venue provient d'un choix personnel, qu'il n'était nullement obligé de faire. La nature n'est donc pas conforme à l'image d'un espace de liberté comme certains se plaisent encore à le croire. La nature, c'est autre chose, peut-être même exactement l'inverse de l'impression initiale, à savoir un espace où l'impact de chacune de nos actions sur l'environnement apparaît de façon tellement limpide qu'il est intériorisé et engendre une modification de nos comportements. Dans le sens commun,

1) Dans le cas de Port-Cros par exemple, la nature regroupe sur la plage méduses, taons, morceaux d'herbier de posidonie desséchés et tamaris. Elle n'offre aucun abri à l'individu égaré lorsque souffle le mistral. Les rats noirs y remplacent les écureuils de nos forêts. Et la liste est encore longue.

nous retrouvons, en effet, l'idée d'un «respect de la nature» inhérent aux loisirs de pleine nature. Lorsque cette pratique touristique ou sportive nécessite l'usage de l'espace naturel pour se réaliser, on peut s'interroger sur les relations que les pratiquants entretiennent avec ce milieu. Ce questionnement prend tout son sens quand on raisonne au départ de la pratique de la nature non nécessairement corrélée au loisir. Quand on sait qu'avant d'être une activité sportive ou autre, la pratique de la nature est une manière de voir et de se comporter, on constate qu'elle est irrémédiablement liée à une conception morale de respect selon laquelle on ne peut pratiquer la nature sans la défendre. Peut-on pour autant découvrir la présence effective d'une telle logique chez les usagers des territoires en question ou, au contraire, des mécanismes qui la mettent à mal ? Les médiateurs, tels les prestataires de services touristiques, restent souvent le garde-fou des comportements irrespectueux de l'environnement, comme nous le verrons dans le point suivant.

Ajoutons qu'à côté de ces individus qui ne sont que de passage et perçoivent l'espace naturel, support de leur pratique, comme une «nature-loisir», les autochtones ont développé antérieurement leur propre perception de ce territoire qu'ils arpentent, dont ils jouissent, où ils vivent leur quotidien. Cette nature est pour eux une nature-ressource, celle qu'ils sollicitent pour assouvir tous leurs besoins. Dès lors, le fait de transformer leur espace de vie en territoire touristique par un processus, parfois lent, de touristification dont ils ne sont pas nécessairement les acteurs directs peut entraîner de multiples conflits d'usage, voire des modifications de leur rapport à celui-ci. Par territoire touristique, Rémy Knafou (1992, p.852) entend un «territoire que s'approprient même fugitivement, les touristes qui le fréquentent. Ce qui pose un problème lorsqu'on rappelle que ce même territoire est généralement propriété d'une population plus ou moins autochtone. Par définition, donc, le territoire touristique est un enjeu entre groupes aux intérêts divergents, différemment territorialisés». C'est dans ce même sens que nous utilisons cette notion. Cependant, au-delà de la dimension spatiale de l'appropriation du territoire qui distingue les usagers permanents et temporaires, la dimension temporelle s'éprouve inégalement. La simple consommation d'un «produit naturel» peut engendrer l'évacuation de la dimension de la

temporalité (Kalaora, 2007, p.3) et la difficulté d'inscrire son comportement dans une dimension, plus générale, d'impact et de responsabilité directe. Par méconnaissance de la «valeur écosystémique» de l'espace parcouru, les touristes entrent dans un schéma de jouissance *hic & nunc*. On aperçoit déjà à ce niveau l'aspect fondamentalement positif de la présence d'un médiateur.

3- Médiateurs, de quelle nature ?

Evoquer les effets locaux, de natures socio-économique et écologique, du tourisme sportif dans ces diverses zones sensibles (milieux montagneux ou désertique) sans aborder le thème des médiateurs tels l'accompagnateur de moyenne montagne marocain, Atlantide Organisation Internationale nous semble vain. Il en va de la compréhension du rôle qu'endosse chacun de ces médiateurs (acteur de changement, contributeur au développement durable, etc.) et de la mesure dans laquelle se crée à travers eux un enchantement au sens d'Yves Winkin (1996).

3.1 - Une place pour l'enchantement...

La recherche «d'authenticité» fait partie intégrante de la demande touristique (de Maret et Bouly de Lesdain, 2000, p.580). Pour Maccannell (1976), cette quête caractérise notre société. Hommes modernes que nous sommes, touristes et sportifs nous recherchons des expériences authentiques. L'expérience touristique de groupe, en milieu étranger, s'inscrit dans un cadre sociologique, celui d'interactions se déroulant dans un contexte de «mise en scène» organisée par un professionnel du tourisme, afin de produire l'«enchantement», et, malgré ce fait, l'«authenticité» est perçue et recherchée par les touristes. L'analyse dramaturgique d'Erving Goffman (1973) est le point de départ qui permet de mieux comprendre le cadre dans lequel se déroule la médiation réalisée par des guides ou des agents de voyage entre touristes et autochtones, touristes et espaces naturels. Maccannell (1976) a introduit cette notion dans le cadre du tourisme et en a fait un nouveau concept qu'il a appelé «mise en scène touristique». Cependant, c'est la thèse rédigée par Goffman qui va inspirer à Winkin (1996) sa notion d'«enchantement». Il est parti de sa théorie concernant l'état émotionnel des interactions entre le pôle «euphorique» et le pôle «dysphorique» pour expliquer cette notion et les liens qu'elle entretient avec celle d'«authenticité». Au cours des interactions dites euphoriques, personne n'est

mal à l'aise, à l'inverse des interactions dysphoriques. Winkin va ajouter à ces deux notions décrivant un état de fait et dénuées de sentiments personnels une dimension plus intime. Selon lui, «on pourrait suggérer que si l'euphorie est relative à l'interaction, et limitée comme celle-ci dans le temps et l'espace, l'enchantement se rapporterait à des lieux et paysages créés dans l'intention d'induire chez ceux qui les fréquentent un état de permanence euphorique» (Winkin, 1996, p.199). Il est certain que les paysages traversés au cours d'une randonnée pédestre ou d'un sport-aventure n'ont pas été créés de toutes pièces pour le tourisme mais, par le biais de médiateurs professionnels, les touristes vont vivre, «pour un temps, dans des lieux réels de manière «irréelle»»(Winkin, 1996, p.200). C'est ce qu'il appelle l'«enchantement», état qui ne verra le jour qu'au cours d'activités touristiques et de loisir médiées. Le processus de la montée de l'enchantement nécessite en effet la présence d'un guide, quelle que soit sa nature.

L'enchantement est un phénomène particulier au tourisme. En vacances, parce que le trekker et l'ultramarathonien sont sur scène, ils jouent leur rôle de touristes niant leur condition -paradoxe du touriste dont traite Jean-Didier Urbain dans *L'idiot du voyage* (1991) - et se permettent d'agir autrement que dans la vie quotidienne. Ainsi, parce qu'ils ne sont pas tout à fait innocents au départ, le cadre de l'expérience est déjà fondé -ils connaissent d'expérience ou par ouï-dire ce qui les attend-, ils participent à la montée de l'enchantement. Le guide (dans le cadre du trekking) ou le commissaire de course (dans le cadre de l'ultramarathon) a également sa part de responsabilité dans la réussite de cette expérience. Les deux acteurs doivent agir conjointement, dans une même logique, pour produire cette «alchimie» particulière. Cette base spécifique sur laquelle reposent les relations entre touristes et guides est nécessaire au bon déroulement de l'expérience du voyage et influence la perception que les touristes ont de l'authenticité du «vécu» et du «vu». Le déni de la base économique qui fonde les rapports entre eux, les «clients», et les autres, les «différents prestataires de services», finit par produire l'enchantement. Toutefois, l'enchantement reste une construction fragile car des deux côtés peuvent survenir des éléments qui risquent de miner les fondements de cette expérience : d'une part, les trekkers et les ultramarathonniens peuvent très vite, à cause de la

souffrance⁽¹⁾ ou de la maladie, revenir brutalement à la réalité ; d'autre part, l'équipe d'encadrement peut se trahir par l'élaboration d'une mise en scène trop visible et considérée comme déplacée par le touriste. «L'authenticité est donc une co-construction» (Winkin, 1996, p.203) dont l'existence et la viabilité nécessitent une bonne disposition de la part des acteurs en présence et des réponses adéquates de ceux-ci à la situation de trek et de course. L'enchantement est difficile à produire, sa retombée est quant à elle beaucoup trop facile, comme nous allons le voir.

Le coureur, comme le trekker, est préparé à l'enchantement même si sa production n'entraîne pas la participation des mêmes acteurs. En effet, le coureur a entendu parler de l'ambiance particulière régnant pendant la course, des sentiments ressentis par d'anciens coureurs, comme ceux de se sentir tout petit dans l'univers, de remettre énormément d'habitudes de sa vie en cause et de se sentir «re-vivre» en trouvant là un lieu où «survivre». Il s'attend à les éprouver et à vivre une expérience hors du commun. Le paysage y contribue. Le désert «enchante» les coureurs. Il est tel qu'il «doit» être, tel que le coureur s'attend à le vivre, à savoir beau mais contraignant. Atlantide Organisation Internationale, ses commissaires de course et de bivouac, sont là aussi pour faire monter l'enchantement. Le bivouac sous des tentes berbères, sans infrastructures visibles et isolé du «village organisateur», y participe. Les coureurs ne voient que ce que l'itinéraire de la course leur permet de découvrir, leur donne à voir, puisque la route a été tracée par des pisteurs aguerris qui jonglent entre leur expérience du désert et les attentes présumées des coureurs. Le coureur est «enchanté» par le sentiment qu'il a d'être privilégié avec sept cents autres, d'être là où peu de gens se rendent. Or, le désert est habité mais le tracé isole le coureur du monde qui l'entoure et lui donne l'illusion d'une chance inouïe de vivre ce qu'il vit. Des éléments difficiles à ignorer peuvent cependant empêcher certains coureurs d'être totalement pris au jeu de l'enchantement. Les va-et-vient des 4x4 dont les roues creusent des ornières les obligeant à longer l'itinéraire en se décalant légèrement ainsi que la présence de l'hélicoptère rappellent le dispositif de sécurité mis en place et font, dans certaines circonstances, retomber

1) Même si la souffrance participe en quelque sorte à la montée de l'enchantement par le dépassement de soi qu'elle rend inévitable.

l'enchantement. Toutefois, il peut remonter lorsque le reste de la course se passe sans accroc et que les contacts établis avec une tranche de coureurs aident à passer au-dessus de frustrations et à les oublier. Si l'on se replace au coeur du paradoxe touristique selon lequel «le touriste ne doit pas être là où il veut aller» (Urbain, 1991, p.214), on comprend que si là où il va, les choses ne sont pas comme il veut, autrement dit, si l'image rêvée du désert se décompose au contact de la réalité des changements et des conflits (d'intérêts) survenus pendant son séjour, le touriste, à cause de la retombée de l'enchantement, risque de participer à la diffusion d'une image négative du produit «désert marocain» et/ou «Marathon des Sables».

Dans le cas de ces trekkings et ultramarathons, «tout se passe comme si ce voyage n'était pas un "produit" mais une partie de plaisir entre copains» (Winkin, 1996, p.201), et ce, aussi longtemps que cela se passe bien dans le groupe des participants. La dénégation de la réalité économique du voyage et l'apparente transparence des rapports qui lient les trekkers aux guides et muletiers, les coureurs à Patrick et Marie Bauer, les maîtres d'œuvre du *Marathon des Sables*, créent l'illusion d'une microsociété fondée sur d'autres bases que celles qui fondent la société dans laquelle participants et organisateurs vivent. Les coureurs sont attirés par le *Marathon des Sables* car les risques -réels ou fictifs- font partie du décor et du concept de l'épreuve : autosuffisance alimentaire, milieu hostile (dénivelé, faible hygrométrie, abrasivité du sable) et permettent, par leur partage, de rapprocher les concurrents jusqu'à constituer une véritable communauté de destin. Les ultramarathonniens sont amenés, par cette expérience et par la médiation des bénévoles d'AOI, à produire une forme d'enchantement. Ce dernier prédispose ensuite l'individu à une compréhension des enjeux culturels, identitaires et/ou écologiques de son expérience et entraîne une conscience du cadre dans lequel il joue et des comportements attendus de lui. Trop attaché à la valeur suprême de l'enchantement, on constate un évitement de tout comportement le mettant en danger, pour autant qu'il soit consciemment maîtrisable.

3.2 - ... Une autre pour l'environnement

Si la recherche d'authenticité dans la relation aux autres et aux paysages est au fondement des pratiques de sports-aventures précitées, la recherche

d'authenticité et de nature sauvage (même si l'on ne s'accorde pas sur le sens que la notion recouvre) dans le rapport à l'environnement reste l'un des fondements d'une déambulation touristique sous la forme d'un sport-nature.

4 - Des solutions touristiques “durables” ?

La question de la durabilité d'une pratique touristique se pose en termes économiques, sociaux et écologiques, si l'on s'en réfère au triptyque du «développement durable». Nous sommes tombés ici dans le travers d'aborder de manière centrale l'aspect écologique du tourisme sportif, alors que Cohen (2002, p.267-268) nous amenait à repenser «the problem of prioritisation of environmental sustainability over social equity in touristic practice» dans le cadre des politiques et projets touristiques. Nous assumons ce parti pris mais ne résistons pas à l'établissement d'un tableau plus général prenant en compte les trois dimensions.

	Dimension économique	Dimension sociale	Dimension écologique
Trekking Haut-Atlas marocain	Profit des T.O., guides, muletiers, cuisiniers et gîteurs locaux	Inégale répartition des revenus entre familles, tensions liées au pôle d'affectation des mules (agriculture >> tourisme), mutation société montagnarde, modification du rapport au territoire	Peu d'impact négatif : gestion collective des déchets, suivi des sentiers, concentrations sur certaines vallées (Djbel Toubkal)
Ultramarathon Marathon des Sables	Profit AOI et équipe de monteurs-démonteurs locale	Pas ou peu de contact mais projet humanitaire ou d'aide au développement	Peu d'impact négatif : logistique, réglementation «coureur», philosophie AOI, prise de conscience par expérience sensible

Les coureurs, comme les randonneurs pédestres, ont leurs propre conception de l'environnement naturel et culturel traversé, liée aux rapports qu'ils entretiennent à la performance physique. Le coureur peut en faire un

but en soi, tandis que le randonneur est moins attiré par la performance physique que par le fait d'avoir arpenté tel ou tel coin du monde. Le type d'intérêt pour l'environnement naturel -espace dans lequel se déroule la majeure partie de l'activité- dépend donc, entre autres, des modalités de pratique, et plus particulièrement de la vitesse de déambulation (Urbain, 1991, p.133).

Nous avons pu le constater par les exemples développés ci-dessus, la course à pied est issue d'une mouvance écologique mais sa massification engendre le brassage d'une population aux moeurs diverses et variées. De son côté, la randonnée est plutôt issue d'une volonté d'un tourisme nouveau, plus proche du terroir, mais la prédominance de l'aspect «consommation de l'espace» du tourisme sur l'aspect plus écologique entraîne un respect moins important du milieu traversé. La perception d'un environnement dont on est usager régulier sera différente de celui dans lequel on n'est que de passage. Nous pouvons en effet rendre compte chez le touriste d'une plus grande tendance au respect des endroits dont il occupe quotidiennement l'espace qu'aux autres. Cependant, l'observation de la pratique de ces sports-nature et sport-aventure nous a permis de constater que plus le sentier est ardu, plus il est propre. La moindre fréquentation peut être retenue, mais aussi l'état d'esprit, la sensibilité de ceux qui les arpentent et le type de médiateur qui intervient.

Peut-être inspirées par les codes de bonne conduite proposés par l'industrie du tourisme, AOI a intégré dans son règlement des mesures visant à la préservation des espaces naturels «foulés» du pied. Une stratégie a en effet été imaginée pour conscientiser les coureurs et donner à cette épreuve une aura écologique. Nous pouvons lire à l'article 27 du règlement en vigueur qu'une pénalité porte sur la gestion de l'eau et nous citons : «toute bouteille retrouvée sur l'axe du parcours entraînera une pénalité». Depuis 1991, les bouteilles d'eau distribuées aux coureurs aux points de ravitaillement ainsi que leurs bouchons sont soigneusement numérotés du numéro de dossier du concurrent. Ainsi si le coureur n'y prend garde, il risque de 30 minutes à 1 heure de pénalité sur son résultat final. Cette démarche coercitive est payante et son impact dépasse largement le cadre de la course. Les coureurs, sensibilisés à la protection de l'environnement par un biais contraignant, reproduisent ce comportement respectueux, tant sur d'autres courses que sur leur footing du dimanche. Ajoutons qu'à cette politique «zéro déchet»

relevant du principe du pollueur-payeur et d'une éthique écologique, AOI a mis en service, depuis 2001, un camion incinérateur qui accompagne la caravane pendant toute la durée de l'épreuve afin de traiter pas moins de 30 m³ de déchets par jour, et a intégré les dimensions économique et sociale du développement durable dans ses actions. L'équipe des monteurs-démonteurs du bivouac est une équipe locale qui assure une redistribution équitable des revenus entre les différentes familles du village. De même, chaque édition du *Marathon des Sables* affecte une partie de l'argent récolté à l'élaboration de projets humanitaires dans la région (stations photovoltaïques, rénovation d'écoles et construction de sanitaires notamment). Comme nous pouvons le lire dans les *Sahara News*, magazine diffusé par l'association : "En matière d'écologie, AOI s'implique dans l'implantation de pompes à énergie solaire. Depuis le 10e MDS, sept pompes photovoltaïques sont venues équiper des puits, dont un au seul usage d'une ferme pour handicapés physiques. Quant aux actions humanitaires menées par les concurrents, qu'il s'agisse de lutter contre les maladies, d'aider des enfants, d'œuvrer pour la réinsertion ou de tout autre projet, elles sont innombrables." (*Sahara News 77* – www.darbaroud.com) Ces diverses mesures marquent tant la volonté de la part de l'organisation de préserver le milieu que celle de contribuer au développement local.

Si généralement c'est au médiateur que revient la charge d'agir sur le milieu naturel et culturel (par les mesures mises en place), c'est aussi les touristes sportifs qui peuvent être directement touchés par le milieu dans lequel ils s'immergent sans qu'aucun médiateur repérable n'intervienne. La nature semble faire office de médiateur ultime. Au-delà de ce rôle endossé par le médiateur, quelle que soit sa nature, nous constatons dans le domaine du droit un changement de perception qui pourrait améliorer l'acheminement vers un tourisme durable. Cette question du droit se pose de trois manières différentes mais complémentaires. Tout d'abord, on reconnaît depuis peu un droit à la nature d'exister par elle-même. Ce qui permet de la faire passer du statut de nature-ressource et nature-loisir au statut de nature-acteur. Elle émerge dès lors comme un partenaire (et non plus seulement un support, comme évoqué précédemment) du développement touristique. Ensuite, les habitants de ces zones sensibles se voient octroyer un statut d'ayant-droit (récent dans le droit français), à qui on reconnaît un accès au site ou un usage du lieu qui lui est propre, attaché à l'idée de légitimité acquise par

l'antériorité de ces individus sur le territoire que l'on souhaite préserver ou mettre en tourisme. Et enfin, on reconnaît aux touristes le droit de se rendre dans ces lieux à condition qu'ils intègrent les contraintes assorties à la qualité de l'environnement naturel ou culturel qu'ils découvrent de manière volontaire. Cette question du choix a amorcé une réflexion autour de l'acceptation de leur statut et de leur soumission aux règles explicites et tacites s'appliquant sur le territoire visité. Si ces réglementations ou incitations à certaines manières de se comporter ne leur conviennent pas, ils n'avaient d'autres choix que de décider de ne pas venir. Cette perception et cette attitude réflexive commencent à se répandre et semblent prometteuses. Reste à ce que les usagers permanents et temporaires deviennent «acteur intentionnel» (Kalaora, 2007, p. 5).

Nous évoquons au début de cette communication les possibilités d'un passage du tourisme en nature au tourisme de nature, du tourisme au Sahara au tourisme saharien. C'est en favorisant le développement de projets touristiques alternatifs recourant à la «mobilité douce» et permettant de vivre l'expérience de l'intérieur en créant les conditions d'une expérience sensible (dans la nature, non pas à l'écart de celle-ci et sans investissement corporel), et en «dénaturalisant la nature» (Kalaora, 2007, p.5) par une pratique touristico-sportive abordant celle-ci comme faisant partie de notre monde que nous contribuerons à une préservation plus efficace de l'environnement et à une avancée en terme de développement durable des espaces sensibles subissant la pression de ces usagers temporaires.

Ceci dit, s'il est observable que l'exceptionnel, le rare, le mystérieux, le préservé⁽¹⁾, le peu fréquenté favorise l'interaction de l'homme avec la nature, il faut éviter d'instituer ces lieux (montagne, désert et espace protégé) comme les seuls susceptibles de produire ce type d'expériences. Des alternatives dans une nature de proximité peuvent jouer ce rôle et contribuer, sans médiateur, à une approche compréhensive et respectueuse du milieu.

Les phénomènes de tourisme sportif choisis prennent valeur d'exemples. D'autres initiatives peuvent naître et orienter le développement dans le sens d'une plus grande durabilité. Gardons cependant à l'esprit que le

1) "There is a danger that protected areas provide a way of seeing and experiencing nature that excludes the mode prosaic and mundane (Cronon, 1995)." (West, 2006, p. 610-611)

nombre croissant de touristes intéressés par ce tourisme à petite échelle dans des lieux encore relativement préservés entraîne un développement souvent non soutenable du lieu. Son attractivité peut ainsi perdre de la puissance en raison d'une massification touristique trop importante, entraîner l'effondrement de la qualité d'accueil et le report du regard sur de nouvelles zones qui semblent être un peu plus «authentiques». Certains auteurs ont ainsi été amenés à suggérer de réduire la pression exercée sur ces territoires en limitant le nombre de visiteurs afin d'assurer leur durabilité. Cette limitation peut prendre une forme financière et faire émerger un tourisme d'élite. Le processus de développement touristique des zones sensibles se déroulerait-il en trois phases : tout d'abord, de l'aventure au sens premier du terme au tourisme en marge ; ensuite, du tourisme en marge au tourisme de masse ; et enfin, du tourisme de masse au tourisme de luxe ?

Serait-ce la seule évolution possible ou bien pouvons-nous compter sur des philosophies de management touristique soucieuses d'équité et de durabilité dans les trois sens recouverts par cette notion ? La question reste posée.

Bibliographie

- AMIROU, Rachid, 1995. *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*. Paris : PUF.
- BARTHELEMY, Marianne, 1999. *Le Marathon des Sables. Etude ethnologique et sociologique d'une épreuve multiple*. Université de la Méditerranée : Thèse de doctorat.
- BELLAN-SANTINI, Denis, BELLAN, Gérard, 2002. «Patrimoine, particularités et richesse patrimoniale des Côtes de Provence et d'Azur», in J.-C. Dauvin (éd.), *Gestion intégrée des zones côtières : outils et perspectives pour la préservation du patrimoine naturel*, pp. 178-182. Paris : Musée national d'Histoire naturelle.
- BENABOU, Sarah, 2007. "Les dimensions socioculturelles de la mise en écotourisme. Le cas de la réserve de biosphère Nanda Devi (Himalaya indien)", *Cahiers d'anthropologie sociale*, 3, pp. 109-121.
- COHEN, Erik, 2002. «Authenticity, equity and sustainability in tourism», *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (4), pp. 267-276.
- CORBIN, Alain, 2002. «Naissance de la politique du paysage en France», *Revue des deux mondes*, pp. 9-13.
- DALLA BERNARDINA, Sergio, 1998. "Les voluptés du plein air. Passions ordinaires et passions distinguées", in C. Bromberger (éd.), *Passions ordinaires. Football, jardinage, généalogie, concours de dictée...*, Paris : Hachette, pp. 375-406.
- DE MARET, Pierre, BOULY DE LESDAIN, Sophie, 2000. «L'aventure, la nature ... et le culture en plus ? De l'écotourisme à l'ethnotourisme», in S. Bahuchet (éd.), *Les peuples des forêts tropicales aujourd'hui / Programme Avenir des Peuples des Forêts Tropicales*, pp. 573-600.
- DUHAMEL, Philippe, 8 février 2006. *La Méditerranée européenne face au tourisme : dynamiques passées et tendances à venir*. Institut des Hautes Etudes de Belgique : Conférence.
- Equipe MIT, 2002. *Tourismes I : lieux communs*. Paris : Belin.

- GOFFMAN, Erving, 1973. «La mise en scène de la vie quotidienne.» Paris : Les éditions de Minuit.
- KALAORA, Bernard, 6 février 2007. «La nature entre désir et réalité : conserver ou consommer la nature. Les paradoxes du culte contemporain de la nature.» France Nature Environnement : Colloque «L'usage de la nature change(ra)-t-il la propriété ?».
- KNAFOU, Rémy, 1992. «L'invention du lieu touristique», in A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain (éds), *Encyclopédie de la Géographie*, pp. 851-864. Paris : Economica.
- LACROIX, Gisèle, 1995. «Déclinaison de l'aventure et stratégie de communication», in J.-P. Augustin et J.-P. Callède (éds), *Sport, relations sociales et action collective*, pp. 617-629. Talence : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.
- LANQUAR, Robert, 1995. *Tourisme et environnement en Méditerranée. Enjeux et prospective*. Paris : Economica.
- LEQUIN, Marie, CARRIERE, Jean-Bernard, 2004. "Concepts de nature et d'expérience écotouristique : prémisses pour une gouvernance des aires protégées", in J.-M. Breton (éd.), *Tourisme, environnement et aires protégées (Antilles-Guyane / Haïti / Québec)*, pp. 59-82. Paris : Karthala – Crejeta.
- MACOUIIN, Dominique, PIERRE, Isabelle, 2003. *Le tourisme de nature*. Paris : Afit.
- MACCANNELL, Dean, 1976. *The tourist. A new theory of the leisure class*. New York : Schocken Books.
- MOTTIAUX, Aude, 2005. *Sports-nature et environnement, une conciliation difficile. Les cas de la randonnée pédestre, de la course à pied et de la pêche*. Institut Roger Guilbert : Epreuve intégrée.
- MOTTIAUX, Aude, 2003. *Trajectoire de course, trajectoires de vie. Pour une anthropologie des pratiques sportives et du tourisme dit «de l'extrême» : les discours et le sens conféré à la pratique de la course à pied par les participants de la Desert Cup 2002*. Université de Provence Aix-Marseille I – Université Libre de Bruxelles : Mémoire de DEA en sciences sociales.
- MOTTIAUX, Aude, 2002. *Anthropologie du tourisme de montagne : cas des guides de randonnée au Maroc formés au CFAMM (Centre de Formation aux*

- Métiers de Montagne*) de Tabant, Aït Bouguemmez. Université Libre de Bruxelles : Mémoire de maîtrise en anthropologie.
- MUSARD, Olivier, 2003. *Les pratiques subaquatiques au sein des aires marines protégées de Méditerranée française : entre paysages sous-marins, représentations et impacts*. Université de Provence Aix-Marseille I : Thèse de doctorat en géographie.
- PIGEASSOU, Charles, 2004. «Le tourisme sportif : une réalité sociale aux contours incertains», in C. Sobry (éd.), *Le tourisme sportif*, pp. 13-30. Lille : Presses Universitaires du Septentrion.
- POCIELLO, Christian, 1991. «Sur quelques fonctions sociales de l'aventure : initiation, conjuration et ordalies juvéniles», *Société*, 34 : 367-378.
- RIU-MAURA, Fulbert, 1998. *Sentier sous-marin : une activité sous-marine en plein essor*. Sparailon Club.
- SEGALEN, Martine, 1994. *Les Enfants d'Achille et de Nike. Une ethnologie de la course à pied ordinaire*. Paris : Métailié.
- SOBRY, Claude, 2004. «Le tourisme sportif : de quoi parle-t-on ?», in C. Sobry (éd.), *Le tourisme sportif*, pp. 13-30. Lille : Presses Universitaires du Septentrion.
- THEILLER, Didier, 1991. «Jouissance immédiate et expériences de la nature», *Société*, 34 : 379-384.
- URBAIN, Jean-Didier, 1991. *L'idiote du voyage, histoires de touristes*. Paris : Payot.
- VALAYER, D., 1998. «Le tourisme sous le regard de l'autochtone», in F. Michel (éd.), *Tourismes, touristes, sociétés*, pp.107-126. Paris : L'Harmattan.
- WEST, Paige, 2006. «An Anthropological Perspective on Some Unexpected Consequences of Protected Areas», *Conservation Biology*, 20 (3) : 609-616.
- WHARTON, Edith, 2001 (1919-1920). *Voyage au Maroc*. Paris : Gallimard.
- WINKIN, Yves, 1996. «Le touriste et son double», in Y. Winkin, *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, pp. 193-204. Bruxelles : De Boeck Université.

L'écotourisme ornithologique dans le Sud tunisien : analyse des carnets de birdwatcheurs .

Pierre A. Reynaud⁽¹⁾

Résumé

Pour comprendre la demande du tourisme ornithologique, vingt carnets de voyages ornithologiques réalisés pendant ces dix dernières années dans le Sud tunisien sont analysés à deux niveaux :

- au niveau touristique : sur la définition du touriste ornithologue, son emploi du temps, ses critères de logements et de qualité de séjour.

- dans le domaine strictement ornithologique, sur la densité et la présence de l'avifaune dans trois zones caractéristiques : la zone montagneuse sud autour de Matmata, la zone des oasis de Douz et la zone des chotts de Tozeur.

Ces analyses permettent de préciser la localisation des espèces constituant l'avifaune entre novembre et avril, les pôles d'intérêt à mettre en valeur, et les caractéristiques d'un écotourisme assez rigoureux, en mettant l'accent sur son intégration et ses contraintes dans ces habitats fragiles.

Nous proposerons, à partir de ces analyses et des nombreuses données existantes sur les sites des oasis du sud tunisien, des améliorations pour favoriser l'attractivité touristique des espaces concernés en préservant leur patrimoine naturel et humain.

1) IRD. Les Orteaux, 05700 Trescléoux, France. pierre.reynaud@ird.fr

1 - Introduction

Avec les années 80, l'importance de l'écologie et la sensibilisation croissante à la nature et à l'environnement multiplie le nombre des ornithologues amateurs qui réservent à leurs amis ailés leurs week-ends et leurs vacances. Les oiseaux sont de merveilleux indicateurs de l'environnement en même temps que d'agréables compagnons de promenade. Sans renier l'ornithologie, science et matrice d'investigations, est né au Royaume-Uni le birdwatching : observation des oiseaux (Dubois, Duquet, 1992).

Un nouvel anglicisme est créé : le birdwatcheur (observateur des oiseaux) ; c'est un touriste d'un genre un peu particulier puisqu'il est toujours associé à une paire de jumelles, à un livre guide descriptif des espèces de l'avifaune qu'il pourrait apercevoir et à un carnet sur lequel il note toutes ses découvertes. Un carnet de birdwatcheur n'indique pas seulement le lieu où il a vu telle ou telle espèce. Il renseigne sur le temps, sur le type d'habitat, sur les difficultés d'observation, sur le parcours, l'accueil du touriste, sur les particularités du pays qu'il visite en ayant toujours pour référence la raison pour laquelle il est là, c'est-à-dire l'observation des oiseaux dans un environnement propice. Lorsque les rapports de l'homme à l'environnement ne permettent plus d'observations satisfaisantes, lorsque le milieu est par trop dégradé, le birdwatcheur le signale dans ses carnets et il change d'itinéraire, de région ou même de pays.

Le carnet de birdwatcheur publié sur Internet est une source primordiale d'information pour les ornithologues amateurs qui projettent une visite. Il est lu systématiquement, son analyse conditionne l'afflux ou la raréfaction de ce type de touristes beaucoup plus proches de la nature que le touriste balnéaire.

Pour le voyageur, c'est une variété de touristes très difficile à gérer, si ce n'est en petits groupes.

En effet, le birdwatcheur se lève avant le jour pour être au point d'observation qu'il a choisi à l'heure optimale pour l'oiseau qu'il espère voir. Si le temps le permet, il oublie les heures de repas et revient à l'heure de la sieste, espérant visiter le musée, la mosquée ou le château qui est invariablement fermé à cette heure-là, puis il repart en fin d'après-midi pour

profiter des éventuelles rentrées dans les dortoirs et se retrouve aussi en retard au repas du soir.

Trente six carnets de birdwatcheurs relatifs à la Tunisie ont été consultés, dont vingt sont principalement ciblés sur le Sud tunisien pour définir quels sont les besoins et les attentes de ces touristes. L'analyse définira qui ils sont, quels sont les points positifs et les problèmes qu'ils ont rencontrés. Elle présentera l'avifaune spécifique à chaque habitat et estimera l'effort à consentir par les futurs birdwatcheurs pour assouvir leur passion.

2- Matériel analysé et méthodologie

Les 20 carnets retenus pour l'analyse ont été rédigés entre 1997 et 2007 et diffusés sur la toile (tableau 1, les adresses courriel sont dans la bibliographie). Ils comportent une part de commentaires et des inventaires de l'avifaune. Les inventaires ne correspondent pas aux critères scientifiques car le temps passé par chaque observateur est très court, les trajets sont assez variables et il est impossible de déterminer l'expérience de chaque équipe. Par contre, ces données permettent d'avoir une représentation précise de ce que peut découvrir de l'avifaune du sud tunisien un amateur averti lors d'un voyage à thème ornithologique.

Les travaux scientifiques (Afafzaf, Hamrouni, 2002, Selmi et al., 2002, Afafzaf, Feltrup-Azafzaf, 2004, Insenmann et al., 2005) ne sont pas pris en compte pour établir les listes d'oiseaux observés (annexe 1) mais servent à en vérifier l'exactitude.

Les guides de références utilisés par les birdwatcheurs sont : Heizel et al., 1985 ; Hollow et al., 1988 ; Jonsson, 1994 ; Grant et al., 1999 ; Insenmann et al., 2005 ; avec pour les anglophones une préférence pour le guide Collins (Mullarney et al., 1999).

En général, les birdwatcheurs n'ont effectué qu'une partie de leur voyage dans le Sud tunisien. La répartition des espèces en fonction des régions est faite en suivant la succession des points d'observation sur les cartes routières Michelin 744 et Euro-carte au 1:800.000.

Le principe de la méthodologie est le même partout : il s'agit de multiplier des observations saisonnières pour identifier les espèces composant l'avifaune d'une zone. Ici l'accumulation des données permet la création :

- **de courbes cumulatives** des observations pour établir le nombre minimum d'observations pour un nombre optimum d'espèces (estimation de l'investissement).
- **d'indices de diversité** pour comparer la richesse relative des stations. Une espèce est dite dominante pour une station lorsqu'elle est présente dans plus de la moitié des dénombrements.
- **d'un indice de similarité** permettant de comparer les stations deux à deux. $IS = (2A - B - C) \times 50 / A$ où A est le nombre d'espèces dans une station, B, le nombre d'espèces dans l'autre station, C, le nombre d'espèces communes aux deux stations. L'IS varie de 0 : pas de similarité à 100 : stations identiques (Camargo, 1993).

Tableau 1 : Analyse de vingt carnets d'ornithologues ayant pratiqué le birwatching dans le Sud tunisien.

Nationalité	Période	Nb. jours	Nb. pers.	% temps passé dans le sud	Nb. total espèces	Nb. espèces au sud
Britannique	Jan-1997	7	1	50	87	48
Française	Jan-1999	14	3	50	137	81
Britannique	Mar-1999	7	3	43	140	73
Française	Mai-2001	18	1	90	74	70
Britannique	Déc-2002	7	2	50	57	17
Danoise	Jan-2003	14	2	46	101	47
Belge	Mar-2003	7	1	50	99	57
Britannique	Déc-2003	7	3	35	145	40
Britannique	Mar-2004	28	2	15	182	43
Française	Mai-2004	14	3	35	124	92
Hollandaise	Nov-2004	12	2	35	124	44
Britannique	Nov-2004	11	3	30	144	55
Britannique	Déc-2004	8	2	50	95	36
Danoise	Fév-2005	7	24	70	122	80
Polonaise	Juil-2005	11	1	12	72	17
Française	Jan-2006	5	2	65	118	47
Belge	Mar-2006	6	1	20	57	12
Française	Déc-2006	7	2	80	94	60
Française	Fév-2007	7	12	70	167	84
Française	Fév-2007	7	2	50	98	61

3- Analyse qualitative des carnets des birdwatcheurs

3.1 - Origines des birdwatcheurs

En Tunisie, les premiers carnets sont rédigés par des anglo-saxons (anglais, américains, sud-africains) mais en dix ans ils ne représentent plus que 30 % des rédacteurs, supplantés par les francophones, français et belges (36 %), les danois, les italiens et les suisses sont présents alors que les allemands ont un peu déserté le pays (fig. 1). Les deux sexes sont représentés également. Ils ont entre 10 et 85 ans, mais en hiver les retraités sont majoritaires.

Il y a deux types de voyages ornithologiques : les voyages organisés avec un organisateur et un accompagnateur du pays d'origine, ces groupes varient entre 8 et 24 personnes ; les voyages plus individualisés avec de un à quatre observateurs.

3.2 - Périodes des séjours

Les mois de juin à septembre sont très peu fréquentés (5 %) alors que la période de décembre à mai regroupe 77 % des rapports édités (fig. 2).

Pendant la saison chaude, c'est-à-dire entre mai et octobre, les birdwatcheurs ne viennent que rarement en Tunisie et cela pour trois raisons principales :

- Les oiseaux migrateurs sont repartis et ceux qui restent sont plus difficiles à voir car ils se cachent aux heures chaudes.
- L'afflux de touristes ne permet plus de trouver facilement des points d'observations tranquilles.
- Alors qu'à l'opposé et corrélativement, mis à part la période des fêtes, l'hiver est la basse saison de l'hôtellerie.

3.3 - Lieux des séjours

L'analyse des carnets permet de définir quatre zones d'intérêt centrées chacune sur un ensemble touristique important (fig. 3).

La zone la plus fréquentée est celle de Douz que l'on considérera comme le centre des activités ornithologiques dans le Sud tunisien. Malgré,

ou à cause d'un potentiel hôtelier plus important, la zone côtière (Djerba-Gabès) et la zone de Tozeur enregistrent moins de nuitées. La zone de Matmata, transition entre l'intérieur et la côte, peut être atteinte facilement d'un côté comme de l'autre sans nécessairement y coucher ; de plus, ses infrastructures hôtelières sont moins développées. L'analyse de l'avifaune des quatre zones justifiera l'intérêt relatif de chacune.

En moyenne le birdwatcheur réside dans le sud du pays quatre jours et le groupe comprend un peu moins de quatre personnes (3,6 pour 20 groupes).

3.4- L'opinion des birdwatcheurs sur leur séjour dans le Sud tunisien

- Les points positifs

➤ La qualité de l'accueil

«La réputation de la qualité de l'accueil des tunisiens n'est pas usurpée. Le mot «bienvenue» est celui que l'on entend le plus. Certes on est sans cesse interpellé par les vendeurs vous demandant de visiter leur échoppe ou des guides aux abords des hôtels et des sites touristiques vous proposant une excursion ou une visite guidée. C'est parfois un peu pesant mais c'est généralement fait sans pression exagérée et l'on finit par prendre le rythme. Les enfants aiment venir discuter avec vous et ne quémangent pas trop.»

«Alors que l'on a l'impression que les zones semi désertiques sont vides, il est surprenant de constater qu'à chaque arrêt, quelqu'un sort de nulle part pour venir vous voir, demander d'où vous venez et jeter un coup d'œil dans votre longue-vue (surtout les enfants).» (E. et B. Veillet, 2006).

«Tunisia is a superb area for birding, with a lot of good sites fairly close to the main holiday resorts. Surprisingly, we saw no other birders in our week long trip.» (Tucker, 2004).

➤ La diversité des sites

«Tunisia is an amazingly varied country with extensive wetlands in the east, mountains in the north west and some excellent desert birding in the south.» (Fuller, 2004).

«La Tunisie est pleinement représentative de l'Afrique du Nord et sa taille modeste présente l'énorme avantage de pouvoir la parcourir sur un court séjour. Paysages, cultures, nature, sympathie et bon accueil, on y retrouve tous les ingrédients d'une agréable virée. D'un point de vue ornithologique, but premier de ce voyage, la majorité des espèces maghrébines peuplent ce pays. Tout y est !» (Dujardin, 2003).

«Go from Gabès to inland oasis towns, such as Kebili, Tozeur and Douz. Stop in the middle of nowhere and forget the hurry when searching for cautious desert birds. Patience is your best friend. Try different types of desert: rocky, sandy, mountainous, bushy, semi and maybe even the worst of all, the salt desert.» (K. et I. Johnson, 2004).

➤ **Le réseau routier**

«Le réseau routier est en cours de rénovation et les routes du sud du pays autrefois réputées difficiles nous ont paru en bon état et permettent de rejoindre assez rapidement les grandes villes. Il est préférable de rouler de nuit, ce qui permet de circuler sans être ralenti par l'important trafic des camions. Se méfier toutefois des carrioles, tracteurs, cyclomoteurs sans feux présents autour des villes et villages.» (Di Liello, Durand, 2006).

«Les routes goudronnées sont excellentes, et il y a de nouveaux tronçons chaque année apparemment. La plupart des pistes sont praticables avec les deux roues motrices. La police est aimable avec les touristes. La conduite des tunisiens ne nous a pas gênés du tout.» (Bardei, Zabardi, 2007).

➤ **La sécurité**

«On one occasion boys hassling me did interfere with my birding but on no occasion did I feel unsafe or threatened.» (Tucker, 2004).

«Tunisia is probably one of the safest places to see Western Palearctic desert species, and if we go back, then we will probably try and spend more time in the desert and oases.» (Cameron, Dawson, 2002).

«Why don't more birders go? It's a major migration route for many species, with huge numbers and quality views. The people are friendly, the landscape and history fascinating, travel is easy and accommodation is

cheap and readily available. Above all it's safe, and largely hassle free.» (B. et D. Swan, 2006).

Les inconvénients

➤ **Les distances entre les sites ornithologiques et la signalisation**

«To travel in South Tunisia, the distances between desert towns are long and you feel all the daytime is passed in different vehicles. By the way, camel is not the best possible vehicle for bird identification...»

«La carte Michelin au 1/800 000 (en fait la 1/1 000 000 zoomée sur la Tunisie) est plus qu'imprécise quand on sort des grands axes, un vrai cauchemar pour qui aime les cartes ! La signalisation est absente sur les pistes, défaillante sur les routes secondaires. Sur les pistes, on peut se perdre très facilement, vu qu'elles sont autrement plus nombreuses que sur la carte et sans panneaux indicateurs.» (Bardei, Zabardi, 2007).

«Some of the exit ramps from the motorway do not have "no entry" signs from the national roads.» (Cameron, Dawson, 2002).

Les remarques qui accompagnent les listes journalières font état de l'absence à peu près complète d'infrastructures d'observation : il y a des endroits où l'on a une bonne vision mais trop rapide car il n'est pas facile d'y rester longtemps.

➤ **Les problèmes de conduite**

«La traversée des agglomérations est assez stressante et la nuit il faut compter sur les véhicules à l'éclairage défectueux (lorsqu'ils en ont un).»

«Il règne une certaine anarchie autour des ronds-points où l'on ne sait pas trop qui a la priorité : méfiance donc.»

«The driver tried to go beyond the tarmac road and got stuck in the sand. By the time the vehicle had been pulled out of the sand by another one it was time to get back to the hotel!» (Thompson, 1997).

«Driving at night is not to be recommended, but is survivable with a sense of humour and a defensive approach.» (Cameron, Dawson, 2002).

➤ Les déchets et l'hygiène

«L'absence totale de gestion des déchets est ahurissante. Des bouteilles de plastiques, des packs de lait, des bidons absolument partout, même en pleine zone désertique. Aux abords des villes, les pistes au sein des palmeraies sont jonchées de centaines de petits tas de remblais et autres déchets de toutes sortes. Nous avons constaté que des zones naturelles fortement patrimoniales (plan d'eau de Jemna par exemple) commençaient à être atteintes par les décharges sauvages galopantes. Outre les problèmes environnementaux manifestes qui se posent, on peut se demander si cela ne va pas devenir très rapidement un sérieux handicap touristique pour la Tunisie dont le patrimoine paysager est fortement atteint.» (Veillet, 2006).

«Les midis nous avons pris des sandwiches tunisiens dans des gargotes. Dans ces conditions et même en prenant certaines précautions hygiéniques et en évitant trop de plats chargés en harissa, il semble difficile d'échapper à une petite «tourista». Cela a été notre cas. Jamais très agréable mais supportable.»

«Take a toilet roll wherever you go! Toilets were generally the sit down, rather than squat variety but were generally disgusting and often without paper or a flush that worked. (Tucker, 2004).

➤ Les conditions météorologiques

Le brouillard : *"As we headed towards the desert, we suddenly went into a fog bank, a sight I didn't expect to find".*

Le froid en janvier : *"Lever avec le soleil, il fait froid, nous nous regroupons autour du feu pour nous réchauffer. Le soleil nous réchauffe rapidement, mais le fond de l'air reste frais et je marche souvent avec la polaire."*

Le vent : *"Un fort vent de sable se lève et soulève le sable très fin qui s'insinue partout dans les yeux, les oreilles, les cheveux... (et dans les sacs, attention aux appareils photos !)."*

La chaleur : *"The palm plantation was dry and uninteresting this year. However, if irrigated it can be a magnet for migrants. At nearby Nefta on april 26th 2000 we were so hot we spent hours in the palm tree shade".*

➤ Les traditions et la législation

«I went on an organised trip, and one big mistake was to go during Ramadan. I don't know if we were just unlucky but our driver and guide (no birdwatcher) insisted on being back at the hotel by 5.30PM to prepare for breaking the fast or to pray. As it didn't get dark until after 6 this was a large waste of birdwatching time.

A mistake of the trip here in that lunches were booked in hotels, and more good birding time lost. Had assumed lunch would be on the hoof, so to speak. Learned a lesson for the future.

Drove out of airport 5km before deciding to have a look at the salt pans. Got arrested. Spent all afternoon in Monastir Police station convincing officers that we were not photographing or videotaping the airport. Released about 17:10, by which time it was dusk.» (Thompson,1997)

4- Analyse de l'avifaune du Sud tunisien dans les carnets des birdwatchers

Parce qu'elles sont fragmentées, issues de plusieurs observateurs avec des compétences techniques différentes et parce qu'elles n'ont aucune représentativité dans l'espace et dans le temps, ces données ne peuvent pas être considérées comme une étude scientifique. Par contre, elles sont au plus près des possibilités d'observation de l'ornithologue amateur qui est l'objet de ce document.

Les birdwatchers ont passé un peu moins de la moitié de leur voyage en Tunisie (47,3 %) dans le Sud tunisien. Ils ont observé en moyenne 53 espèces d'oiseaux pour 58 dans le nord, le rendement par rapport à l'investissement en temps est équivalent (Tableau 1). En cumulant les observations, 204 espèces sont dénombrées dans le sud sur un total de 370 pour l'ensemble du pays.

Depuis que la diffusion des carnets sur la toile s'est généralisée, le nombre d'espèces trouvées par jour a doublé pendant les six dernières années (fig. 4) : preuve que les carnets sont très lus par les birdwatchers potentiels qui organisent leur séjour en tenant compte des expériences de

leurs prédécesseurs pour se focaliser sur les meilleurs sites aux meilleures époques.

Les meilleurs mois d'observation sont janvier et février, un bon observateur découvrira 15 à 20 espèces nouvelles par jour (fig. 5). Il pourra observer 50 espèces en trois jours et 60 en quatre jours (fig. 6). L'investissement d'une journée supplémentaire pour 10 espèces semble peu intéressant, mais en fait il l'est pour le birdwatcheur, car les dix espèces nouvelles sont souvent des espèces plus rares, ou bien cette journée va lui permettre d'affiner ses observations, d'obtenir de meilleures photographies.

4.1 - Définition des zones d'intérêt touristique et ornithologique

Dans l'annexe 1, les inventaires de l'avifaune ont été regroupés en fonction des quatre zones touristiques que l'on peut indifféremment aborder en venant de Djerba du sud vers le nord ou en venant de Gafsa, du nord vers le sud :

- la zone au nord-ouest du chott El-Djerid de Gafsa à Nefta, de Tozeur à Tamerza ;
- la zone au sud-est du chott El-Djerid: Kébili, Douz, Blidet, Zaafrane ;
- la zone au sud-est de la précédente, côte méditerranéenne non incluse, de Médenine à Tataouine centrée sur Matmata ;
- la zone côtière de Djerba au golfe de Gabès.

Pour décrire ces zones reprenons les notes du carnet de voyage de Lafont et al, 2004.

- Zone de Tozeur et des oasis de montagne

«A Tozeur, l'ambiance est bruyante, la palmeraie de 1000 hectares est coupée de réalisations touristiques et bordée d'un golf. Il y a un aéroport, et des quartiers modernes. Sur la route des Gorges de Selja, de grandes plaines entrecoupées d'oueds encore humides animent notre enthousiasme pour ces milieux très attractifs. Ces gorges abritent plusieurs mines d'extraction de phosphate gigantesques. Malgré la pollution notoire des oueds, ces

montagnes recèlent des paysages fantastiques méritant une prospection plus approfondie.

Sur la route de Tamerza, un détour par la piste de Dhafria dévoilera quelques observations intéressantes : Traquet à tête grise, Bergeronnette printanière feldegg, Sirli du désert, Alouette pissette, Cratérope fauve.

A l'approche des oasis de montagne, les premières tempêtes de sable se sont levées.

Sur la route de Nefta, on a une vue vertigineuse sur le Chott El Jerid, plat pays sableux densément recouvert de tamaris.»

- Zone des Chotts, Douz

«Au sud, aux portes du désert, le positionnement des populations est naturellement conditionné par la ressource en eau, d'où l'abondance d'oasis et palmeraies luxuriantes, abondamment irriguées au cœur des villes et villages. D'autre part la région abrite bon nombre de zones humides temporaires, plus ou moins profondes et de taille variable, sans oublier les dunes arbustives et leur cortège d'espèces sahariennes.

A Douz, les grandes dunes de sable vif se dessinent au sud de la ville. Autrefois simple bourgade, carrefour d'échanges commerciaux entre nomades et oasiens, Douz tend à devenir un haut lieu touristique. Elle n'en reste pas moins, à choisir, la plus paisible de la région. Sa palmeraie est très riche en passereaux.

Les principales pièces d'eau sont plutôt faciles à trouver, non loin en général des routes. Côté milieux arides, la densité est moindre évidemment et surtout la diversité spécifique est variable selon le type de végétation, et son recouvrement.»

- Zone de Matmata

«En partant de Douz par Techine via le puits de Bir Soltane, les paysages sont composés de grandes étendues steppiques tour à tour sablonneuses et caillouteuses, rappelant de près ou de loin la Crau. Malgré sa rare mention dans les rapports de voyage, la piste de Bir Soltane est un coin assez exceptionnel. Le tronçon menant à Ksar Ghilane l'est beaucoup moins... raids motorisés obligent...

On quitte la grande plaine pour s'enfoncer dans de petits vallons encaissés aux courbes arrondies. La terre et la roche affleurent à même le sol. La végétation rase se résume à quelques graminées et touffes d'épineux éparses.

Des jardins en terrasses sont cultivés ça et là quand le ruissellement d'un filet d'eau le permet. Les oueds sont particulièrement intéressants à prospecter. En direction de Toujane, la route sinueuse s'élève vers un plateau. Au sommet, on peut contempler par temps clair la grande plaine désertique qui s'étend vers Gabès et la Méditerranée.

Plus au sud entre Beni Kheddache et Ghomrassen, il y a une vaste plaine vallonnée.»

- Zone côtière

Nous classerons à part la zone côtière car le tourisme y est principalement balnéaire et donc sort un peu du cadre de ces rencontres. Les birdwatcheurs y continuent leurs observations car ils peuvent bénéficier de voyages à prix bas sur Djerba, voyage comprenant aussi des nuits d'hôtel.

Les oiseaux observés sur la zone côtière comprennent 18 espèces d'oiseaux de mer et de limicoles, spécifiques à ce type d'habitat et que l'on ne retrouvera pas dans les autres zones. Malgré cela, la biodiversité est plus importante (180 espèces au lieu de 130) dans la zone de Douz.

- Comparaison entre les zones

Les zones humides de Douz présentent un habitat exceptionnel peuplé par des massifs de phragmites et de thyphas, végétation qui valorise considérablement le milieu. Ce type d'habitat n'est pas très répandu en Tunisie et ne se trouve que dans certains grands canaux de drainage du nord, sur quelques lacs collinaires et sur certains plans d'eau du sud. Ce type de milieu est d'une grande richesse biologique. Ils dissimulent non seulement de nombreuses espèces d'oiseaux d'eau, mais aussi des mammifères, des reptiles, des batraciens et des insectes, dont certains y sont strictement inféodés (Afafzaf, Hamrouni, 2002).

Les zones sont très différenciées en les comparant deux à deux en fonction de leur indice de diversité (Tableau 2). Les zones de Tozeur et de

Matmata sont très différentes (IS =19) de même que les zones de Douz et de la côte (IS=32). Un total de 170 espèces a été dénombré sur les trois zones de l'intérieur, dont 61 sont communes. Les zones de Douz et Tozeur partagent le plus d'espèces communes (83). Par contre il y a seulement 66 espèces communes entre Matmata et Tozeur.

Tableau 2 : Indices de similarité (0 à 100) entre les quatre zones ornithologiques prospectées par les birdwatcheurs. Plus l'indice est élevé, plus les zones sont semblables.

	Nombre d'espèces	Indices de similarité entre:	IS	Espèces communes
Zone 1: Tozeur-Nefta -Tamerza	95	Z1 et Z2	44	83
Zone 2: Douz-Blidet-Zaafrane	160	Z1 et Z3	19	66
Zone 3: Matmata-Tataouine	88	Z1 et Z4	40	62
Zone 4: La côte Djerba-Gabès.	130	Z2 et Z3	50	73
		Z2 et Z4	32	87
Total	204	Z3 et Z4	45	54

4.2 - Espèces remarquables dans chaque zone

Cinq espèces sont dominantes dans les trois habitats : le Moineau espagnol, la Tourterelle maillée, le Traquet du désert, le Cochevis huppé et le Bruant striolé.

Parmi les espèces les plus communes dans les trois zones (tableau 3), onze d'entre elles (en caractères gras) sont assez rares pour justifier le voyage des birdwatcheurs (Wheatley, 1995). Il observe sur une surface à investiguer assez réduite des espèces qui ne se retrouvent ailleurs que très dispersées.

Chaque habitat a ces propres espèces dominantes.

Pour la région de Tozeur, il s'agit du Traquet à tête blanche, du Rouge-queue de Moussier, de la Bergeronnette grise, de l'Hirondelle de rocher, du Monticole bleu, du Faucon crécerelle. Le Rouge-queue de Moussier fait partie des espèces particulièrement recherchées. Ainsi dans

cette zone, avec le Moula moula, il y a plus de 50 % de chance que l'on puisse admirer deux des espèces les plus représentatives de l'avifaune du sud.

Pour la région de Matmata, les espèces dominantes spécifiques sont : le Corbeau brun, le Sirli du désert, l'Ammomane élégante, le Cochevis de Thékla, le Traquet rieur, le Traquet à tête grise. L'Ammomane élégante et le Cochevis de Thékla font partie de la famille des alouettes (Alaudidés) dont les dix espèces (sur les treize du pays) sont une des principales attractions pour les birdwatcheurs car l'identification se fait souvent au chant, ce qui demande des connaissances très solides et de bonnes conditions d'écoute.

Une espèce dominante est commune à Tozeur et à Matmata, il s'agit du Roselin githagine, oiseau dont l'habitat est le désert de rocaïlle, moins présent dans la région de Douz.

C'est la région de Douz qui additionne le plus d'espèces dominantes spécifiques. Les zones humides de Douz disposent d'une salinité extrêmement réduite. Elles jouent plusieurs rôles vis-à-vis de l'avifaune :

- le site de reproduction le plus important en Tunisie pour les sarcelles marbrées ;
- une zone d'étape migratoire assurant une escale traditionnelle et indispensable en cours de migration après une longue traversée du Sahara ;
- une aire d'hivernage importante et une zone de concentration remarquable des sarcelles marbrées ;
- une zone riche en possibilités de nourrissage.

Avec tous ces arguments présentés, cet habitat insolite nécessite alors un suivi régulier et durable. Dans la région de Douz, quatre sites sont classés "Zone Importante pour la Conservation des Oiseaux" parmi les six zones actuelles. Malheureusement la plupart de ces zones s'assèchent en été (Afafzaf, Hamrouni, 2002).

Les espèces remarquables de la zone de Douz sont classables en deux groupes:

- les oiseaux des zones humides : Echasse blanche, Chevalier sylvain, Sarcelle marbrée, Tadorne casarca, Busard des roseaux, Chevalier culblanc, Sarcelle d'hiver, Fuligule nyroca, Chevalier arlequin, Canard souchet, Bécassine des marais, Bécasseau minute. Ce sont des espèces relativement communes, mais qu'il est très intéressant de trouver souvent en grand nombre dans un très court laps de temps ;

- les oiseaux de broussaille: Pie-grièche méridionale, Cratérope fauve.

Deux espèces dominantes sont communes à Tozeur et à Douz, il s'agit de la Fauvette mélanocéphale résidente et migratrice, oiseau des buissons, et du Gravelot à collier interrompu, migrateur partiel que l'on trouve dans les zones boueuses mais aussi dans les lagunes salées (Chott).

Tableau 3 : Principales espèces présentes dans les trois zones du Sud tunisien (en gras les espèces qui intéressent particulièrement les birdwatcheurs)

Français	Latin	Anglais
Pie-grièche méridionale	<i>Lanius e. meridionalis</i>	Southern Shrike
Corbeau brun	<i>Corvus ruficollis</i>	Brown-necked Raven
Monticole bleu	<i>Monticola solitarius</i>	Blue Rock-Thrush
Rouge-queue de Moussier	<i>Phoenicurus moussieri</i>	Moussier's Redstart
Traquet à tête blanche	<i>Oenanthe leucopyga</i>	White-crowned black Wheatear
Traquet rieur	<i>Oenanthe leucura</i>	Black Wheatear
Traquet deuil	<i>Oenanthe lugens</i>	Mourning Wheatear
Traquet à tête grise	<i>Oenanthe moesta</i>	Red-rumped Wheatear
Fauvette mélanocéphale	<i>Sylvia melanocephala</i>	Sardinian Warbler
Cratérope fauve	<i>Turdoides fulvus</i>	Fulvous Babbler
Ammomane élégante	<i>Ammomanes cincturus</i>	Bar-tailed Desert Lark
Ammomane isabelline	<i>Ammomanes deserti</i>	Desert Lark
Sirli du désert	<i>Alaemon alaudipes</i>	Greater Hoopoe-Lark
Cochevis de Thékla	<i>Galerida theklae</i>	Thekla Lark
Bergeronnette grise	<i>Motacilla alba</i>	White Wagtail
Roselin githagine	<i>Rhodopechys githaginea</i>	Trumpeter Finch

5- Discussion

Lors de réunions de travail avec les autorités régionales et locales du Sénégal (Tréca et al., 1996), nous avons constaté que les renseignements et les connaissances sur la diversité biologique locale faisaient défaut aux populations autochtones. Il était nécessaire de développer d'urgence les moyens scientifiques, techniques et institutionnels propres à assurer le savoir fondamental nécessaire à la conception des mesures appropriées et à leur mise en œuvre.

Comment "vendre" le concept oiseaux aux birdwatcheurs, mais aussi aux partenaires locaux ?

5.1 - Les actions de recherche à mener

Diversifier et augmenter l'avifaune dans les zones attractives par quelques aménagements et bonnes pratiques (Parsemain, Reynaud 1991, Lagarde, 1998), par exemple sur les stations de traitement des eaux des terrains de golf.

Plus précisément, les systèmes oasiens sont typiquement des systèmes anthropisés à vocation aquacole. En termes de biodiversité, les objectifs de recherche-développement sont différents selon que l'on étudie des oasis de montagne ou de l'extrême sud. Aussi les objectifs principaux liés à un multi-usage de l'eau imposé par le tourisme et centrés sur l'avifaune sont :

- la caractérisation des états de dégradation et de résilience de l'avifaune d'origine ;
- l'étude des dynamiques provoquées par le changement d'état du milieu ;
- la définition et le suivi de populations aviennes bio-indicatrices;
- l'équilibre avifaune-tourisme ;
- la mise en place d'un réseau inter-oasis d'information sur les mouvements de l'avifaune.

5.2 - Les actions à développer

Mettre en place un réseau de sentiers de découvertes faunistiques et floristique, ce qui implique d'effectuer des études d'impact pour la

construction de trajets fléchés et commentés et de postes d'observation, pour recréer des mises en scène paysagées reconstituant les palmeraies dégradées.

Dans les agro-écosystèmes traditionnels, les techniques agricoles sont adaptées à leur environnement, ce qui a dans de nombreux cas un effet positif sur la richesse et l'abondance de la faune sauvage. Le développement ou le simple maintien de communautés floristiques ou faunistiques demande des interventions directes ou indirectes de l'homme. C'est le long terme qui est potentiellement important pour s'assurer du maintien de la biodiversité. Les oasis du sud tunisien sont des exemples où les pratiques traditionnelles sont largement responsables du maintien de la biodiversité. Le fait d'optimiser la production des dattiers pendant le XX^e siècle n'a pas été vraiment suivi d'études sur les implications écologiques (Kassab, 1996). Selmi et al. 2002, Selmi et Boulinier, 2003, évaluent la valeur biodiversité en effectuant des comparaisons entre les oasis aux méthodes de culture traditionnelles et les oasis dites modernes. Lorsque la complexité de la végétation augmente, la diversité des ressources (nourriture et possibilités de nidification) augmente, ce qui rend favorable les possibilités de survie d'un plus grand nombre d'espèces. Le microclimat des oasis est directement responsable de la survie d'espèces de forêt ou de buissons : Merle noir, Fauvette orphée, Gobe-mouche gris, Mésange bleue, Pie-grièche à tête rousse, Pinson des arbres, Serin. Ces espèces sont dans les oasis du sud tunisien à la frontière de leur répartition géographique. En utilisant les oiseaux comme indicateurs de biodiversité, on observe que celle-ci est dépendante de la façon dont l'homme utilise les ressources en eau en fonction des contraintes économiques.

Comme les transformations socio-économiques des oasis semblent irréversibles, il faut trouver des plans réalistes pour minimiser les pertes en biodiversité. Par exemple, comprendre l'importance du réseau d'irrigation traditionnel pour le maintien des communautés aquatiques des oasis (plantes aquatiques, invertébrés, amphibiens, poissons, oiseaux piscivores). Il serait alors possible de conserver ces réseaux et de retrouver une agriculture de primeurs de proximité bien plus économes au regard des dépenses de carbone dues aux problèmes de transport.

5.3 - Les actions de commercialisation

Faire une publicité ciblée par la création de catalogues, de cartes thématiques, d'affiches, de cartes postales.

Compenser les journées de mauvaises conditions ornithologiques :

- en intéressant le birdwatcheur au patrimoine immatériel autour de l'oiseau : édition de livres de contes et légendes, rencontres avec les conteurs ;

- en créant un nouveau produit touristique : la rencontre d'une passion et d'une production artistique et historique : le circuit "Mosaïques romaines et oiseaux". Le birdwatcheur surpris par la pluie va découvrir sur les mosaïques antiques des musées de Tunisie un monde d'oiseaux. Certaines espèces, trop chassées comme l'autruche, ont disparu, d'autres sont assez difficilement identifiables car le carreleur a privilégié le symbole par rapport à la rigueur . On y reconnaît des oiseaux domestiques comme le paon, la pintade, les tourterelles, mais aussi nombre d'oiseaux sauvages : la tourterelle maillée, le serin cini, la perdrix gabra, la poule d'eau, le moineau, la grue, le héron cendré, la grive, le merle métallique... Dans le petit musée du site archéologique de Makthar, dix espèces sont parfaitement identifiables !

5.4 - Les actions de formation

Coupés de toute communication avec la population locale, les visiteurs participent à cet apartheid touristique dans la juxtaposition d'un monde schizophrène où les quelques contacts existants sont d'origine commerciale. Ce qui ne permet à aucun moment aux deux mondes de se comprendre ou de partager les mêmes préoccupations. La solution est l'existence de guides naturalistes locaux.

Trochard (2007) décrit le métier de guide naturaliste. Il garantit l'éthique naturaliste car il est en contact avec les populations locales et la faune sauvage. Cela ne s'improvise pas. Il y a un travail de fond indispensable qui consiste à entretenir des relations diplomatiques et amicales avec les acteurs locaux de la protection de la nature, former des partenaires, proposer des destinations innovantes, cibler des espèces rares ou difficiles à voir par le naturaliste débutant ou même averti.

Il y a une obligation de résultat. Or le vivant, par définition, est libre et c'est à cet espace de liberté que tiennent les candidats au voyage ornithologique. Mais, ayant choisi d'être guidés, même s'ils acceptent l'échec

naturel (sinon, on visiterait des zoos), ils exigent tout de même un très haut niveau de réussite.

Les attentes des candidats aux voyages organisés sont plus exigeantes : qualité de l'hébergement, pas trop de difficulté à l'approche (routes et marches faciles). Cette attente entraîne une augmentation des prix qui interdit aux clients moins fortunés la possibilité de participer. Comme il faut travailler avec de petits groupes pour une bonne réussite du séjour, les frais fixes se calculent sur une base de 6-8 personnes.

Les attentes sont très différentes : certains veulent découvrir à leur rythme, ils privilégient la contemplation tout en découvrant de nouvelles espèces, d'autres sont des collectionneurs d'observations : les fameux «cocheurs».

Il y a aussi ceux qui surestiment leurs capacités au niveau des performances physiques mais aussi de la patience, des désagréments (moustiques), de l'alimentation.

Le birdwatcheur n'a pas de temps à perdre entre deux séries d'observations pour se trouver toujours au moment stratégique. Pour autant il ne reste pas insensible à la culture. Si le tour-opérateur peut combiner un point d'observation scientifiquement bien documenté et une visite patrimoniale le matin puis l'inverse l'après-midi, le bouche à oreille fonctionnera favorablement chez ces touristes très particuliers.

6- Conclusion

Un livre (Wheatley, 1995) rassemble toutes les places attractives pour observer des oiseaux en Afrique. Cinq pages y sont consacrées à la Tunisie, dont la moitié au sud tunisien, où la diversité des espèces est compensée par leur rareté : le voyage du birdwatcheur est valorisant s'il observe des espèces qu'il lui est facile de voir à cet endroit mais qui sont rares ailleurs (tabl. 3).

A la lecture de ces carnets on constate que le Sud tunisien possède des atouts importants pour attirer le touriste ornithologue : avifaune diversifiée sur un territoire assez restreint, espèces peu communes, sites ornithologiques proches des grands complexes touristiques, qualité de l'accueil, du réseau routier.

Par contre il faut encore améliorer la signalisation des routes et des pistes, résoudre le problème de la gestion des déchets et éliminer les décharges sauvages qui se développent souvent au détriment des zones humides riches en avifaune, installer des points d'observation à l'écart des espaces fréquentés par le touriste balnéaire.

Le birdwatcheur pratique un tourisme indépendant, en dehors des circuits classiques, dégagé des horaires classiques et ayant ses propres codes et ses propres informations. Il faut concilier les attentes des birdwatcheurs et les possibilités des partenaires locaux. Le marché des acteurs de la protection de la nature est étroit : hébergeants, animateurs locaux, car il y a un manque de valorisation et de reconnaissance du patrimoine naturel pour découvrir que l'on peut éprouver du plaisir à s'enrichir de la connaissance de la nature.

Pour arriver à une cohabitation harmonieuse entre culture, tourisme et écologie, il est indispensable qu'il y ait une prise de conscience des populations locales sur la nécessité de gérer leur environnement pour leur propre développement social, économique et culturel.

Ces initiatives endogènes méritent d'être modélisées dans leur ensemble afin d'être adaptées et reproduites. La démarche doit être globale, mais pour qu'elle aboutisse, il lui faut un élément fédérateur, un porte-drapeau facilement lisible pour tous.

L'oiseau en tant qu'indicateur de la biodiversité peut être ce porte-drapeau.

Bibliographie

- Afafzaf, H., Hamrouni, H., 2002. «Observations ornithologiques effectuées dans les zones importantes pour la conservation des oiseaux (ZICO) dans la région de Douz (Sud tunisien)-Tunisie» Groupe tunisien d'ornithologie, Association "les amis des Oiseaux". 18 p.
- Afafzaf, H., Feltrup-Azafzaf, C., 2004. "Dénombrement des Oiseaux d'eau en Tunisie, janvier 2003». Groupe Tunisien d'Ornithologie, Association "les Amis des Oiseaux". 19 p.
- Altenburg, R., 2004. "Trip report Tunisia, 30/10 to 13 /11 2004".
<http://www.xs4all.nl/~daarruud/tunisia/index.html>
- Bartei C., Zabardi, Y., 2007. «Le Sud tunisien». 28/01 au04/02 2007.
<http://oiseauxprovence.free.fr/Tunisie-012007.pdf>
- Bardet O., 2001. «Rapport ornithologique Sud Tunisien» 8/05/2001 – 21/05/2001.
<http://www.lpo.fr/voyages/tunisie.shtml>
- Betleja J., 2005. Trip report Tunisia 2/07-13/07/2005. [betleja@interia .pl](mailto:betleja@interia.pl)
- Camargo, J.A. 1993. "Macrobenthic surveys as a valuable tool for assessing freshwater quality in the Iberian Peninsula". Environ. Contam. Monit. Assess. 24, 1, p. 71-90.
- Cameron, C., Dawson, J.. 2002. Tunisia - December 9th - 15th 2002.
<http://www.birdtours.co.uk/tripreports/tunisia/tunis4Tunisia2002.htm>
- Di Liello M., Durand, E.. 2006. Tunisie 22 janvier-29 janvier 2006
<http://oiseauxprovence.free.fr/Tunisie-01-2006/>
- Dubois, P.J., Duquet, M.. 1992. La passion des oiseaux, guide pratique de l'ornithologue et du birdwatcheur. Eds. Sang de la Terre, Paris, 241 pp.
- Dubois P. J. & G. Olioso. 2007. Tunisie 19-26 février 2007.
<http://www.travellingbirder.com/tripreports/tripreports2.php>
- Dujardin, R., 2003. Belgique 9 au 16 mars 2003.
http://www.aves.be/index.php?option=com_content&task=view&id=73&Itemid=

- Fuller, R., 2004. Tunisia 17-28 November 2004
http://www.surfbirds.com/trip_report.php?id=591
- Grant, P-J ; Mullarney, K ; Svensson, L., Zetterstom, D.. 1999. *Le Guide Ornitho*.
 Delachaux & Niestle Ed. Beutes De La Nature.
- Hansen, J. H. 2003. Bird trip to Tunesia winter 2002-2003.
<http://club300.seresedatabasfilerTunesia2003JH.pdf>
- Heizel H., Fitter R., Parslow, J.. 1985. *Oiseaux d'Europe, d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient* . Éditions Delachaux et Niestley, 1985, 320 p.
- Hollow, P.A.D., Porter R.F., Christensen S., Willis, I. Birds of the Middle east and North Africa. 1988. Buteo Books , Butler & Tanner Ltd, Frome and London. 280 p.
- Isenmann P., Gaultier T., El Hili A. et al. 2005. Oiseaux de Tunisie - Birds of Tunisia. Société d'études ornithologiques de France (SEOF), Muséum national d'histoire naturelle, Paris, 432 p.
- Jonsson, L., 1994. Les oiseaux d'Europe, d'Afrique du Nord et du Moyen Orient. Ed. Nathan, Paris , France, 560 p.
- Jiguet, F., la CAF. 2007. Première mention du Traquet à tête blanche *Oenanthe leucopyga* en France. *Ornithos*. 14-4, p.230-233.
- Johnson, K., Johnson, I. 2004. Birding Trip to Tunisia from 3rd to 31st March 2004.
<http://www.birdtours.co.uk/tripreports/tunisia/tunis6/tun-mar-04.htm>
- Kassah, A. 1996. Les oasis tunisiennes, Aménagement Hydro-agricole et développement en zone aride. Centre d'études et de recherches économiques et sociales de Tunis, Tunis.
- Lafont, P., Artières, A., Magnier, M. 2004. - Itinéraires ornithologique Tunisien Printemps 2004. <http://oiseauxprovence.free.fr/glareola-index.htm>
- Lagarde, A. 1998. Protection et diversification de l'avifaune sur un site sensible: l'ensemble des niayes de Dakar –Pikine, Sénégal . Mémoire de fin d'études ISTOM.
- Leviez, F. 2005. Récit ornithologique 16-23/1/2005
<http://www.chezfred.info/index.php>
- Martin, R. , Moores, R.,Hoit, M. 2003. Birding Tunisia in winter, December 10th-17th 2003. [http://www.freewebs.com/punkbirder/Tunisia %202003.pdf](http://www.freewebs.com/punkbirder/Tunisia%202003.pdf)

- Mullarney, K., Svensson, L., Zetterstrom, D., Grant, P.J. 1999. The most complete field guide to the birds of Britain and Europe. Collins Bird Guide. HarperCollins, London. 512 p.
- Oliver, W. 1999. Trip Report: Tunisia, March 7-15, 1999- 7a Hendham Road, Wandsworth, London, SW17 7DH, England.
<http://www.birdtours.co.uk/tripreports/tunisia/tunis1/report.htm>
- Olsen J.C. et al. 2005. Dansk Ornitologisk Forening, Tunesien februar 2005.
<http://www.doftravel.dk/reports/tunis05.pdf>
- Paris, J.P. 1999. TUNISIE : Décembre 1998/Janvier 1999.
<http://www.baladeornithologique.com/tunisie.htm>
- Parsemain, M.-C., Reynaud, P.. 1991. Augmenter et diversifier l'avifaune par l'aménagement agroforestier d'une savane intertropicale (projet du Centre Nature, Sinnamary, Guyane). Série ORSTOM: Ressources Naturelles et Environnement; 50 p.
- Rapaille, J.P. 2006. Belgique AVES Voyage en Tunisie du 25 mars au 1 avril 2006
http://www.aves.be/index.php?option=com_content&task=view&id=128&Itemid=
- Selmi S., Boulinier T., Barbault, R.. 2002. Richness and composition of oasis bird communities: Spatial Issues and species-area relationships. *The Auk*, 119, 2, p. 533-539.
- Selmi S., Boulinier, T.. 2003. Breeding bird communities in southern Tunisian oases: the importance of traditional agricultural practices for bird diversity in a semi-natural system. *Biological conservation*, 110, p. 285-294.
- Swann, B., Swann, D.. 2006. Tunisia 9th-15th April 2006. A report from birdtours.co.uk.
<http://www.birdtours.co.uk/tripreports/tunisia/tunisia-9/tunisia-april-06.htm>
- Thompson, J. 1997. Trip Report: Tunisia, January 25 - February 1, 1997.
<http://www.osme.org/osmetrip/tuntrip3.html#Top>
- Treca, B., Galat-Luong A., Reynaud, P.. 1996. Développement local et gestion dynamique des ressources naturelles de la Petite Côte et du Sine Saloum. Document ronéo 19 p.
- Trochard, G. 2007. Guide naturaliste un métier! *L'oiseau magazine* 86, p. 20-23.

- Tucker, K. 2004. Birding trip report for Tunisia- 19th-26th December 2004.
<http://www.pterodroma.homecall.co.uk/Tunisia.htm>
- Veillet E. & B. Veillet. 2006. Compte Rendu Ornithologique, Tunisie 26/11 au
3/12/2006
<http://www.lpo.fr/voyages/docs/Tunisie2006Veillet.pdf>
- Wheatley, N. 1995. Where to watch birds in Africa. Christopher Helm Publishers,
London, 432 p.

Annexes

Liste des espèces de l'avifaune retranscrites de vingt carnets de birdwatcheurs (les nominations sont dans les langues principales : anglais, français, danois) en fonction des quatre zones ornithologiques du Sud tunisien. Au dessus de 50 % une espèce est considérée comme dominante dans cette zone.

Figure 1: Nationalité des birdwatcheurs en Tunisie d'après le nombre de rapports ornithologiques.

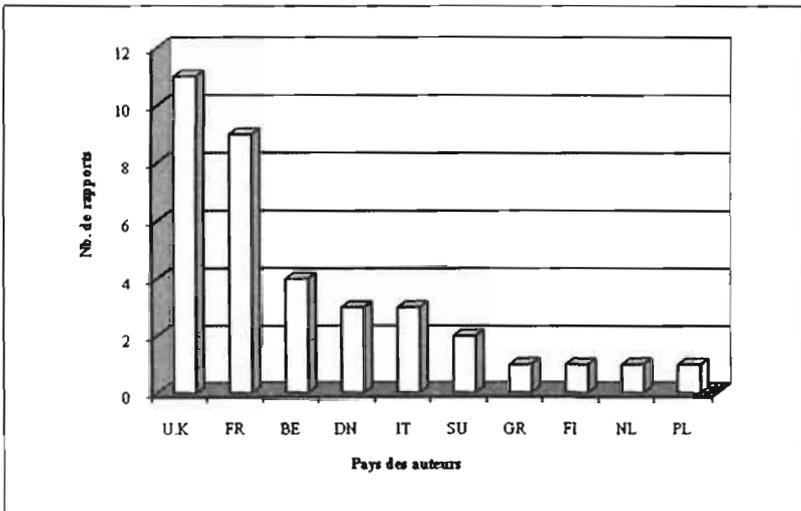


Figure 2: Activité des birdwatcheurs en Tunisie en pourcentage par mois du nombre de rapports édités (36)

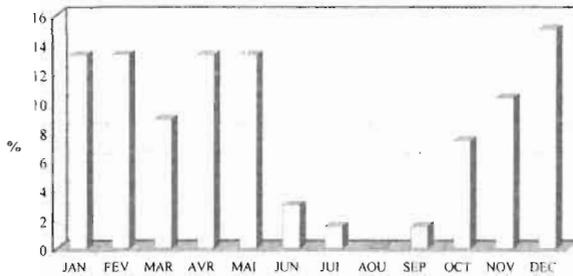


Figure 3: Pourcentage des nuitées d'hotel (77) des birdwatcheurs dans les quatre zones définies pour le Sud tunisien.

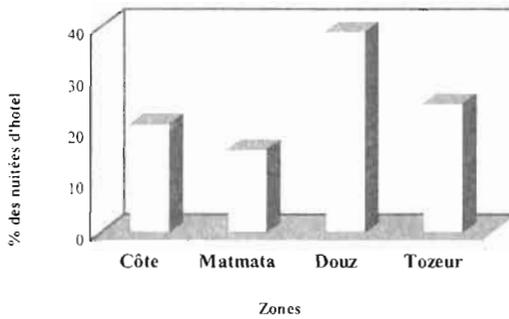


Figure 4: Nombre d'espèces observées pendant une journée pendant les six mois les plus propices dans le Sud tunisien.

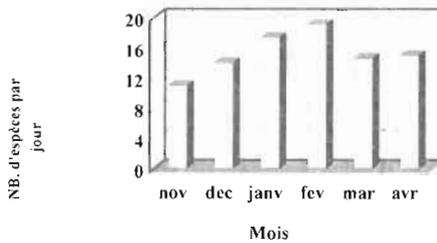


Figure 5: Rapport entre le nombre d'espèces trouvées par journée d'observation dans le Sud tunisien et les années de fréquentation par les birdwatchers.

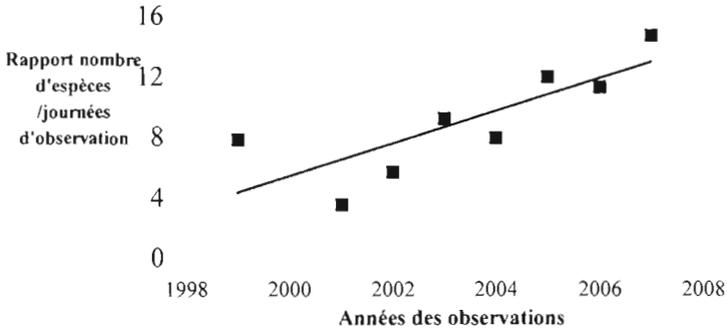
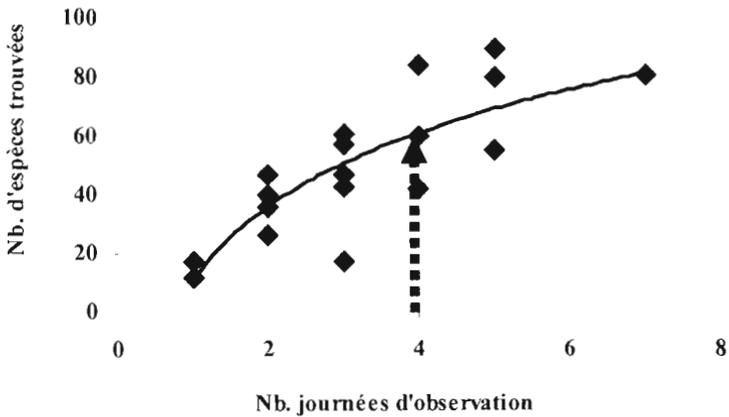


Figure 6 : Courbe cumulative du nombre d'espèces trouvées par journées d'observation de birdwatchers dans le Sud tunisien.



Tourisme saharien, tourisme écologique, tourisme culturel, l'inévitable interdépendance : étude du cas tunisien

Azouz Ben Temessek⁽¹⁾

1 - Introduction

Articulé aux concepts d'écodéveloppement et de développement durable, le tourisme saharien présente des objectifs de développement responsable ou éthique basé sur la préservation des ressources naturelles et du patrimoine culturel, l'implication des populations dans les choix de développement et dans le bénéfice des retombées économiques et la réduction des disparités régionales et sociales.

Comme partout ailleurs, en Méditerranée et dans le monde, la Tunisie a concentré l'essentiel de ses efforts touristiques sur la frange littorale. Ces dernières années, elle s'est intéressée, de plus en plus, à la promotion du tourisme saharien. Les investissements consentis et la politique des prix adoptée ont fait du tourisme saharien une activité majeure sur le plan des ressources en devises et permis à la Tunisie d'être la deuxième destination africaine.

1) Assistant à la Faculté de Droit, des Sciences Economiques et Politiques de Sousse.
abentemessek@yahoo.fr

Cependant, comme dans les autres pays à vocation touristique prononcée, les risques et les limites sont actuellement vécus au quotidien. L'extension des zones touristiques au Sahara se poursuit aux dépens de zones vulnérables et de faibles ressources renouvelables. Les maigres subsides ne profitent que difficilement aux opérateurs locaux et encore moins aux populations. Les disparités restent plus que jamais visibles entre les régions côtières et les régions sahariennes du pays malgré une réelle volonté d'y pallier. La volonté de diversification et de délocalisation est pourtant réelle, mais les résultats sont mitigés et forcément limités par l'image que s'est donnée la Tunisie en matière du tourisme saharien.

Pourtant, le tourisme saharien recèle, malgré les agressions assénées par l'homme, un riche patrimoine naturel et culturel encore peu ou pas exploité :

- la situation géographique de la Tunisie confère à ses écosystèmes une large interdépendance avec l'ensemble de la région méditerranéenne et saharo-indienne. Des sept grands écosystèmes représentés en Tunisie, découle une mosaïque très diversifiée de paysages et d'habitats naturels. Sur le plan de la biodiversité, le pays recèle également une richesse remarquable : parmi les 870 espèces de plantes rares, menacées ou endémiques de l'Afrique du Nord, 150 environ se trouvent en Tunisie. Au niveau national, il existe 239 espèces et 101 espèces très rares. La flore rare de la Tunisie inclut 6 espèces endémiques dans le pays et environ 80 espèces endémiques d'Afriques du Nord et du Sahara septentrional⁽¹⁾ ;

- la Tunisie est l'héritière privilégiée d'un legs patrimonial exceptionnel : les civilisations qui se sont succédées et le brassage culturel qui en a résulté ont engendré un étonnant mélange qui brille par son originalité, que ce soit sur le plan des vestiges archéologiques ou du patrimoine immatériel dans sa globalité.

Toutefois, de telles potentialités aussi fragiles ne sauraient être exploitées sans précaution, car la perte de ces valeurs naturelles et culturelles représenterait en quelque sorte une agression à la mémoire du pays. Ces richesses devront au contraire être exploitées dans un cadre de gestion strict et réglementé.

1) « Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie : situation actuelle et perspectives », Nations unies, avril 2004, p.1.

Consciente de la valeur de son patrimoine et des potentialités qu'il offre sur le plan du tourisme saharien, la Tunisie a affirmé sa volonté en entreprenant des études et des aménagements à même de servir d'assise au développement de cette activité. Mais de nombreuses contraintes et craintes subsistent et freinent le développement de ce concept :

- d'une part, et en ce qui concerne les gestionnaires actuels de ce patrimoine, une certaine possessivité à l'égard de ces richesses dont l'ouverture à une gestion collégiale et pluridisciplinaire découlant d'un concept flou pourrait constituer un danger imminent ;

- d'autre part, le côté social du tourisme saharien durable est souvent difficile à admettre par les décideurs et les opérateurs touristiques qui considèrent la gestion touristique comme étant une affaire à traiter par des spécialistes, devant obéir à de rigoureux standards et ne pouvant être pris en charge que marginalement par les populations locales ;

- enfin, c'est sur les plans législatif et institutionnel que l'essentiel reste à faire, car là également ce sont de nouveaux dispositifs qu'il s'agira de mettre en place afin d'aboutir à une gestion participative de ces espaces impliquant à la fois l'administration centrale pour les prises de décisions stratégiques, les institutions locales, les populations et la société civile.

Il apparaît donc, si les aspects liés à la gestion conservatoire ainsi que ceux liés aux aménagements et aux infrastructures semblent être maîtrisés par les gestionnaires du patrimoine, que les faiblesses se font surtout ressentir au niveau organisationnel qui constitue en soi un frein et un handicap au développement du tourisme saharien durable lié au patrimoine naturel et culturel, car celui-ci doit faire intervenir un parterre très hétérogène dans l'organisation de l'activité aussi bien en amont qu'en aval. Enfin, il semble que la marginalisation de la tradition orale, du savoir faire traditionnel du «terroir», trait d'union entre les hommes et leur patrimoine, réduit notablement l'authenticité des pays et des sites. C'est également ce «tout» qu'il s'agira de mettre en cohérence afin que le produit saharien puisse accrocher les visiteurs étrangers et locaux à la recherche d'authenticité et de nouveautés. Dès lors, comment arrive-t-on à mettre en place ce «tout» ?

A l'heure où la conscience des questions environnementales commence à pénétrer les habitudes de consommation, la recherche de produits touristiques originaux et respectueux du milieu dans lesquels ils sont consommés est un argument qui tend de plus en plus à être déterminant dans le choix des touristes. C'est pourquoi, aussi bien du côté des bailleurs de fonds (tels que les banques de développement) que des programmeurs de l'industrie du tourisme et des institutions publiques d'aménagement, les indicateurs du tourisme saharien durable ont acquis une position importante dans la définition des stratégies d'écodéveloppement et des politiques de développement durable (I).

Dans le même sens, le tourisme saharien durable pourrait se définir comme une volonté et une pratique du développement touristique et des activités récréatives dans un pays, une région, une destination touristique, qui intègrent les principes de base du développement durable et se montrent respectueuses de l'homme, de l'environnement, de la culture et de l'économie locale de la région d'accueil. Partant de là, il est possible de réaliser une amélioration de la qualité bénéficiant à toutes les parties concernées et assurant à toutes les générations, présentes et futures, la possibilité de jouir de la destination en question. Toutefois, la présence de certaines difficultés rend aléatoire la réalisation de cet objectif (II).

2- Le tourisme saharien durable : une combinaison de dimensions

2.1 - L'écodéveloppement

Pour parer aux dysfonctionnements et menaces globales liés au modèle productiviste qui a régné durant le XX^{ème} siècle, les institutions internationales puis la société civile œuvrent, depuis plus de trente ans (conférence de Stockholm de 1972) à faire émerger un nouveau modèle de développement qui tient compte des potentialités sociales et naturelles locales dans une logique de pérennité des choix de développement pour les générations à venir.

Selon Ignacy Sachs, le rapport de Founex a été le premier pas concernant la notion d'écodéveloppement⁽¹⁾. Ce rapport a identifié, en 1971,

1) Rapport Founex sur le développement et l'environnement, New York, Carnegie Endowment for International Peace, 1972.

les thèmes d'interactivité entre environnement et développement. Cependant, l'acte de naissance sera la Conférence de Stockholm en 1972. Le nouveau concept fait émerger une troisième voie entre les écologistes intransigeants et les économistes plutôt partisans d'un développement anthropocentrique.

Le rapport de Dennis Meadows, présenté au Club de Rome en 1972, soulignera le «caractère insupportable de la croissance indéfinie de la population, de l'utilisation des ressources épuisables et de l'augmentation de la pollution» ainsi que la nécessité d'atteindre un point d'équilibre afin d'éviter le retour des famines dans les pays pauvres et l'asphyxie des pays riches par l'accroissement des niveaux de pollution.

Les principes adoptés par cette troisième voie sont les suivants :

- L'équité et la rationalité dans l'utilisation des ressources.
- L'émergence de la société civile.
- L'implication des communautés locales et le réinvestissement des subsides de cette activité.
- La mise en œuvre d'un nouveau système de redistribution des richesses et des ressources naturelles.

Le processus d'écodéveloppement comprend cinq dimensions dont les grands principes respectifs sont les suivants :

- Une dimension sociale : un partage et un accès plus équitables à la richesse.
- Une dimension culturelle : une intégration des ressources et racines endogènes dans les modèles de développement et de modernisation.
- Une dimension économique : une répartition et une gestion plus équitables des ressources.
- Une dimension spatiale : une réduction des disparités régionales.
- Une dimension environnementale : une valorisation optimisée des ressources en faveur d'une utilité sociale et une réduction des impacts.

2.2 - Le développement durable

Le concept de développement durable est plus récent. Il est issu de la perspective sociale du Programme des Nations unies pour le Développement (PNUD) au début des années 80. Depuis, le développement durable est devenu le critère de base de la réflexion des Nations unies sur l'environnement et le développement. Le point de départ de ce concept est le rapport Brundtland de 1987 intitulé «Our Common Future» qui a exposé les premières définitions du développement durable. L'une d'entre elles présente le développement durable comme «celui qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins». Les autres étapes importantes sont évidemment la Conférence de Rio ou Sommet de la Terre de 1992 d'où sont issues la Charte de la Terre, la Convention sur le changement climatique, la Convention sur la biodiversité et l'Agenda 21.

Les principes du concept de développement durable sont :

- Assurer la pérennité d'un patrimoine naturel pour que les générations futures héritent d'une qualité environnementale au moins égale à celle reçue par la génération précédente.
- Adopter une optique temporelle.
- Avoir une responsabilité éthique envers les générations futures.
- Respecter les objectifs fondamentaux de conservation des ressources vivantes, de préservation de la diversité génétique et de maintien des équilibres écologiques essentiels.

Cependant, la conception du développement durable n'est pas unique. Ainsi deux courants sont partagés sur la question de la relation entre l'économie et l'environnement : d'une part, la vision de l'économie de l'environnement et, d'autre part, la vision qui replace l'économie dans l'environnement.

De fait, le développement durable se caractérise par son caractère multiforme. C'est à la fois un projet de réduction de la pauvreté et un projet

de préservation des écosystèmes⁽¹⁾. On retrouve ici deux des objectifs du tourisme saharien.

Le concept intègre donc par la force des choses la dimension économique. Le plus difficile est donc de rendre compatible ces trois pôles qui apparaissent à première vue antinomiques, une tâche irréalisable sans l'adoption d'une dimension éthique.

2.3 - Le tourisme écologique

Le tourisme écologique s'est développé dans la foulée du mouvement environnemental qui est apparu au début des années 1970. L'intérêt croissant du public pour l'environnement et les voyages orientés vers le plein air, couplé avec la croissante insatisfaction envers le tourisme de masse, a montré à l'industrie du tourisme qu'il y avait une place pour le tourisme écologique. De même, la compréhension et l'acceptation des principes de conservation de la nature et de durabilité par une portion grandissante de la population a également participé à l'évolution du terme «écotourisme».

Budowski (1976) est généralement cité comme le pionnier concernant le concept du tourisme écologique. Dans son article «Tourism and environmental conservation : conflict, coexistence or symbiosis ?», Budowski reconnaît que la relation entre le tourisme et l'environnement naturel tend à être conflictuel, mais que le potentiel existe pour une relation basée sur des bénéfices mutuels. Sa description de la relation symbiotique qui pourrait s'ensuivre ressemble à l'idée contemporaine qu'on se fait du tourisme écologique.

Le tourisme écologique est souvent décrit comme une forme de tourisme à forte motivation. Il n'y a pas de définition universelle de l'écotourisme, généralement considéré comme un tourisme favorable à l'environnement ce qui, sur un plan pratique, est diversement interprété selon le pays.

En l'absence de définition claire et reconnue, pour la Société Internationale de l'Écotourisme, il s'agit «d'un tourisme responsable en milieux naturels qui préserve l'environnement et participe au bien-être des populations locales». C'est le cas du tourisme saharien.

1) Reed, D., *Le développement durable* . in « Ajustement structurel, environnement et développement durable », sous la direction de David Reed, Paris, l'Harmattan, p.25.

Selon l'Union Mondiale de la Conservation, c'est «la visite de milieux naturels relativement intacts...à faible impact négatif...comportant une implication socio-économique des populations locales qui est à la fois active et bénéfique».

Bien qu'il soit difficile de définir le tourisme écologique, celui-ci présente certains éléments permettant de le caractériser :

- La destination est généralement un milieu naturel non-pollué.
- Ses attraits sont sa flore et sa faune et plus généralement sa biodiversité.
- Le tourisme écologique se doit de soutenir l'économie locale et la spécificité du milieu.
- Il doit contribuer à la conservation de l'environnement et, plus généralement, promouvoir la conservation de la nature.
- Les séjours écotouristiques comportent souvent un élément pédagogique.

Alors que les premières définitions du tourisme écologique mettaient l'emphase sur une proximité recherchée avec la nature par les touristes, les définitions plus récentes ont plutôt cherché à mettre en lumière une variété de principes associés au concept de développement durable en ce qui concerne les impacts de cette activité sur l'économie, la société et l'environnement. En outre, il comprend les principes particuliers suivants qui le distinguent de la notion plus large de tourisme durable :

- Le tourisme écologique contribue activement à la protection du patrimoine naturel et culturel.
- Le tourisme écologique inclut les communautés locales et indigènes dans sa planification, son développement et son exploitation et contribue à leur bien-être.
- Le tourisme écologique propose aux visiteurs une interprétation du patrimoine naturel et culturel.
- Le tourisme écologique se prête mieux à la pratique du voyage individuel ainsi qu'aux voyages organisés pour de petits groupes.

En résumé, une analyse des définitions nous amène à considérer trois dimensions qui constituent l'essence même du concept du tourisme

écologique : un tourisme axé sur la nature, une composante éducative et un besoin de durabilité⁽¹⁾.

2.4- Le tourisme culturel

Le tourisme culturel, comme le tourisme en rapport avec le milieu naturel, exploite également des valeurs patrimoniales en relation avec les acquis historiques d'une zone, d'une région ou d'un pays. Il peut s'agir de valeurs immatérielles comme les arts et les activités traditionnelles (artisanales, agricoles, architecturales) ou alors des éléments plus physiques en rapport avec le vécu historique : il s'agira alors principalement de vestiges archéologiques ou d'éléments significatifs rassemblés dans les musées. Les valeurs culturelles pouvant également être mises en avant en terme de valorisation touristique peuvent également concerner l'art contemporain.

En dehors de ce dernier cas de figure qui est l'expression de notre époque et qui présente intrinsèquement sa dynamique, les valeurs culturelles en rapport avec le passé sont à l'instar des valeurs patrimoniales naturelles vulnérables et sujettes à des menaces dont les conséquences sont souvent irréversibles.

Le tourisme culturel est actuellement et principalement compris et centré sur l'exploitation du patrimoine archéologique et moins sur le patrimoine culturel immatériel qui n'est encore intact que dans des zones confinées et peu accessibles, loin des grands centres où les modes de vie sont par la force des choses de plus en plus uniformisés et où l'âme vivante du passé n'est plus qu'un lointain souvenir.

Dans les pays les plus démunis, le patrimoine archéologique est, souvent, cloisonné par rapport à son environnement et par rapport aux populations. Il est présenté, s'il est préservé et s'il présente une certaine majesté, comme une curiosité sans âme à des foules de touristes dont l'unique conclusion de la visite est au mieux «j'ai fait le site x» alors qu'il recèle d'innombrables secrets jalousement gardés par les archéologues et les historiens.

1) Ce sont ces définitions qui différencient le tourisme écologique du tourisme vert ou du tourisme de nature. Ces derniers concepts étant des activités elles-mêmes liées à la nature, mais en tant que produit de consommation sans toujours se préoccuper de la durabilité autant sur le plan social parce que par exemple utilisant des ressources humaines étrangères que sur le plan de la conservation des habitats naturels et de la biodiversité.

En définitive, la menace commune envers le patrimoine culturel immatériel et matériel a trait à la banalisation de ces valeurs, notamment du fait de la tendance à l'idéalisation de la modernité par les populations et les décideurs.

Comme pour le tourisme écologique, le tourisme culturel pourrait se décliner en tourisme culturel durable dont les axes de mise en œuvre pourraient s'apparenter à ceux cités plus haut dans la définition de tourisme écologique. Le tourisme culturel durable doit être une activité responsable envers ce patrimoine et en faveur des générations actuelles et à venir. Il devrait avoir des principes similaires au tourisme écologique :

- Il doit contribuer activement à la préservation et à la réhabilitation du patrimoine culturel.
- Il doit impliquer les populations locales qui doivent également bénéficier de ses subsides.
- Il doit également avoir des objectifs éducatifs en faveur des populations et des visiteurs locaux et étrangers.

En conclusion, le tourisme saharien est un tourisme à la fois écologique et culturel. L'interdépendance de ces deux caractères donne naissance à un tourisme saharien durable. Cette durabilité se trouve menacée par la présence de certains problèmes concernant le cas tunisien.

3- Des interdépendances complexes... à réorganiser

En Tunisie, le tourisme, y compris saharien, constitue une part non négligeable dans le produit intérieur brut (6% en 2002). Les recettes touristiques globales constituent plus de 1/6 du montant global des exportations de biens et de services de la Tunisie (près de 18%)⁽¹⁾. Le tourisme occupe le deuxième rang après le textile et devant le pétrole. Les recettes touristiques couvrent près de la moitié du déficit de la balance commerciale tunisienne.

Le tourisme a également contribué à l'établissement de structures urbaines de bonne qualité avec un renforcement très sensible du niveau d'équipements des communes touristiques. Sur le plan démographique, on

1) « Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie : situation actuelle et perspectives », Nations unies, avril 2004, p.13.

assiste à une croissance rapide des villes littorales et à une intensification des flux migratoires depuis l'intérieur des terres vers les zones littorales. Il a également participé au déploiement d'un large éventail d'industries manufacturières et de prestataires de service.

Toutefois, des faiblesses ont été enregistrées :

C'est d'abord, la concentration quasi-exclusive des équipements sur le littoral oriental, la quasi-totalité des unités hôtelières se situant sur une frange étroite le long du trait de côte. Le reste du pays est sous-équipé et demeure relativement peu fréquenté. Ces aménagements ont entraîné la privatisation de vastes portions du littoral, les hôtels s'étant vu attribuer des surfaces largement surdimensionnées, une dégradation du milieu naturel, une absence d'intégration entre les hôtels et le milieu environnant. Le fonctionnement de tels aménagements se révèle excessivement coûteux car il nécessite la construction de plusieurs centaines de kilomètres de routes, de conduites d'eau, de lignes électriques, et surtout une consommation d'eau excessive. Le coût des investissements nécessaires à l'aménagement des zones touristiques et des hôtels s'est révélé très élevé, d'où la dépendance croissante vis-à-vis des capitaux étrangers et des tours opérateurs internationaux et l'obligation pour l'Etat de recourir à des crédits à long terme accordés par des organismes internationaux. Les tours opérateurs européens, très puissants, contrôlent l'essentiel des flux touristiques en Tunisie.

C'est ensuite la faible diversification des produits touristiques tunisiens et la très forte saisonnalité de la fréquentation. Les touristes sont en général intéressés par la plage, le soleil, la qualité de l'hébergement et le coût réduit du séjour. Les contacts avec la population sont réduits, presque ignorés. Les flux sont très fortement concentrés en haute saison estivale. Par ailleurs, il est important de rappeler l'extrême fragilité du secteur à chaque crise sécuritaire ou économique (conflit israélo-arabe de 1973, première et deuxième guerre du Golfe, attentats de Djerba...).

Pour faire face à ces crises et afin de remplir leurs établissements en basse et moyenne saison, les palaces bradent de plus en plus leur prix et pallient l'absence des touristes étrangers en faisant appel à la clientèle locale. Beaucoup d'établissements ont des difficultés financières. Certains ont beaucoup de mal à rénover, à entretenir et à recruter du personnel qualifié.

Ainsi, la qualité des établissements se dégrade plus vite que prévu de même que la qualité des prestations : un nivellement par le bas se fait ressentir et beaucoup d'hôtels tunisiens font la une des destinations bradées.

Pour pallier cet état de fait, les responsables tunisiens essaient de diversifier le produit touristique à travers la promotion d'activités diverses, principalement la navigation de plaisance, le golf et surtout le tourisme saharien et plus récemment un effort important est consenti pour la promotion de l'écotourisme et du tourisme culturel.

A cet égard, la stratégie à entreprendre en termes de développement durable du tourisme écologique et du tourisme culturel doit répondre aux critères fondateurs d'une gestion de type patrimoniale. A ce titre, les objectifs à atteindre doivent découler des enjeux à court, moyen et long termes.

Au regard de la grande valeur, de la diversité et de la fragilité des patrimoines culturel et naturel de la Tunisie, il est du ressort de l'Etat de chercher à gérer et à maîtriser le développement de l'activité touristique d'une manière générale et de celles en rapport avec la nature et la culture en particulier. Un développement précautionneux de cette activité conditionne la transmission de cet héritage légué par la nature et par l'histoire.

L'enjeu sur le long terme est à situer dans le cadre de la préservation et de la réhabilitation d'un patrimoine exceptionnel, d'en assurer la pérennisation et d'en promouvoir le bénéfice en faveur des générations actuelles et futures.

L'enjeu sur le moyen terme est de mettre en place une politique globale et cohérente à même de coordonner et d'administrer l'activité touristique à travers des modes de gestion capables de valoriser durablement les patrimoines nationaux, régionaux et locaux, répondant aux impératifs de protection et de réhabilitation des valeurs naturelles et culturelles, tout en assurant par ce biais un moyen de développement durable, équitable, éthique et responsable.

L'enjeu sur le court terme est de structurer rapidement et de rendre fonctionnels les concepts de développement durable du tourisme écologique et du tourisme culturel, tout d'abord, en fixant de manière claire et objective les objectifs et d'en assurer le développement en le dotant de moyens

adéquats. Il s'agira également d'intégrer cette démarche dans une prise de conscience collective.

Concernant le tourisme écologique, la Tunisie n'a pas encore capté de parts significatives de ce marché en expansion en dépit de la diversité des espaces naturels et de la qualité qu'ils présentent. Le nombre d'écotouristes étrangers est faible et se réduit le plus souvent aux chercheurs et universitaires. On pourrait également citer quelques groupes de touristes balnéaires qui font de temps en temps un détour par les parcs nationaux et quelques résidents étrangers qui effectuent de courtes visites dans les espaces naturels.

Les écotouristes tunisiens sont également très peu nombreux. Il est vrai que leur pouvoir d'achat est plus faible que celui des touristes étrangers. La proportion des nationaux faisant régulièrement du tourisme en Tunisie ne représente, en effet, qu'une faible part de la population (environ 15%).

Si on se réfère à la définition stricte du concept du tourisme écologique, c'est-à-dire celle des visiteurs concernés et motivés par les enjeux de la conservation et les impératifs d'un développement durable, le marché de l'écotourisme en Tunisie ne concerne actuellement qu'une proportion infime de la population. Il est essentiellement le fait de quelques étudiants-chercheurs. Si on se réfère aux indices de fréquentation des aires protégées, le volume de visiteurs est nettement plus conséquent. Mais il s'agit pour sa quasi-totalité d'une fréquentation motivée par l'activité récréative dans des zones naturelles dont la valeur n'est pas réellement comprise et dont la fragilité n'est pas souvent respectée⁽¹⁾. Par ailleurs, les prestations sont quasiment absentes mis à part les écomusées et les centres d'accueil et ni l'administration, ni les populations locales n'en retirent un quelconque revenu significatif.

S'agissant du tourisme culturel, la Tunisie est l'héritière privilégiée d'un legs patrimonial exceptionnel. Les civilisations qui se sont succédé et le brassage culturel qui en a résulté ont engendré un étonnant mélange qui brille par son originalité que ce soit sur le plan des vestiges archéologiques ou du patrimoine immatériel dans sa globalité.

1) Comolet, A., « L'évaluation et la comptabilisation du patrimoine naturel : définition, méthodes et pratiques », 1994, p.65.

Le sous-sol recèle d'innombrables vestiges antiques dont de nombreux édifices d'un grand intérêt patrimonial. En surface, ce sont les édifices et les villes arabes et ottomans qui dominent dans les centres historiques (mosquées, ribats, ksour...). Outre ces vestiges urbains, la Tunisie rurale dispose également de vestiges, de paysages ruraux (oasis, oliveraies, vignes...) et de pratiques qui persistent encore de nos jours témoignant de diverses périodes historiques.

Par ailleurs, un riche patrimoine immatériel a pu survivre malgré l'acculturation voulue à chaque avènement de nouveaux occupants ou de nouvelles civilisations, quoique celui-ci soit actuellement mis en danger par l'hégémonie moderniste. Une partie de ce patrimoine a néanmoins pu se maintenir. Les raisons de cette ténacité sont multiples :

- Volonté politique (habits traditionnels, musique andalouse, mémoire écrite...).
- Développement de l'industrie touristique (activités artisanales des régions touristiques tissage, poterie...).
- Adéquations particulières de pratiques avec le milieu (mode de vie oasien).
- Isolats culturels auprès de certaines communautés vivant dans des régions peu accessibles.

Toutefois, mal circonscrit et souvent peu connu des décideurs, le patrimoine immatériel est potentiellement menacé. Basé sur la transmission orale et l'apprentissage, cet héritage s'étiole rapidement du fait de l'acculturation des communautés qui le détiennent au profit de l'uniformisation des modes de vie. De nombreux éléments de ce riche savoir séculaire sont menacés de disparaître irréversiblement (poésie, prose rimée, pharmacopée et médecine traditionnelle...) donc principalement les éléments qui ne présentent pas ou peu de valeur marchande.

En Tunisie, le tourisme est accessoirement culturel. Les cinq millions de visiteurs étrangers ont effectué environ trois millions de visites sur l'ensemble des sites et musées du pays. Il est carrément marginal dans le

mode de vie des tunisiens lesquels ne présentent que 5% du nombre de visiteurs des sites archéologiques et des musées⁽¹⁾.

Pour les visiteurs étrangers, il s'agit souvent de visites comprises dans un package prévu par les voyagistes ou de prestations proposées par les agences de voyage locales à travers les hôteliers. Ces services sont planifiés et organisés au même titre que les autres prestations.

Les chiffres montrent malgré tout un certain engouement pour les vestiges archéologiques et les musées situés à proximité des zones touristiques. Cependant, en comparaison avec d'autres pays, les sites et les musées tunisiens apparaissent comme désuets et ne retiennent pas l'attention des visiteurs. Ceux-ci sont habitués à des conditions d'accueil de qualité, à disposer d'informations suffisantes sur les sites et les musées visités à travers une documentation et une signalétique adéquate.

Par ailleurs, la visite d'un site ou d'un musée est un spectacle en soi de fait, mais également grâce à des aménagements et une mise en scène appropriée. Son environnement représente un intérêt aux yeux du touriste : la richesse de l'espace voisin, son paysage, son histoire, ses hommes, ses cultures, son terroir, ses traditions contribuent à une meilleure perception du site et du pays.

Comme pour l'ensemble de l'activité touristique, l'intérieur du pays est perceptiblement marginalisé. La distance qui le sépare des grands centres constitue un handicap important pour sa valorisation même si d'énormes efforts sont consentis par les pouvoirs publics pour la promotion et la réhabilitation des sites s'y trouvant.

Il ressort de ce qui précède que le succès du développement durable du tourisme saharien est conditionné par l'adoption des principes suivants :

- L'exploitation durable de la biodiversité et des ressources naturelles.
- La réduction au minimum de l'impact sur l'environnement naturel comme sur l'environnement socioculturel.

1) « Ecotourisme et tourisme culturel durable en Tunisie : situation actuelle et perspectives », Nations unies, avril 2004, p.23.

- L'autonomisation et la participation, en pleine connaissance de cause, des acteurs locaux, en particulier des communautés locales.
- La sensibilisation et l'éducation écologique de tous les acteurs, mais surtout des voyageurs et de ceux qui les accueillent.
- L'obtention d'avantages économiques durables pour tous les acteurs.

Pour réaliser ces principes, les objectifs peuvent se décliner en trois axes :

- Conserver et réhabiliter le patrimoine naturel et culturel.
- Eduquer, sensibiliser et promouvoir les valeurs patrimoniales et le développement durable.
- Impliquer les populations locales dans le développement de l'écotourisme et du tourisme culturel et les faire bénéficier des retombées économiques.

Pour aboutir à ces objectifs, un programme peut comporter les actions suivantes :

- Union au sein d'une structure de concertation représentative et décisionnelle des différentes parties prenantes.
- Promotion du concept auprès des décideurs, des pouvoirs locaux, des ONG et des populations locales.
- Organisation de programmes personnalisés de sensibilisation aux enjeux culturels, environnementaux, sociaux du tourisme saharien pour les acteurs publics et privés du tourisme ainsi que pour les populations locales et les touristes.
- Etablissement d'une charte éthique globale et de chartes locales.

Ces actions ont pour but d'éclairer les décideurs et les opérateurs sur les principes du tourisme saharien durable, outil par excellence permettant de concilier des objectifs jusque-là considérés comme antagonistes : conservation du patrimoine, retombées économiques, moyen de lutte contre les disparités sociales et géographiques. Ces actions ont également pour but de convaincre les personnes clés des multiples avantages qui pourraient être apportés à court, moyen et long terme et de les impliquer activement dans le dispositif.

**METHODOLOGIES
D'ANALYSE DU TOURISME
AU SAHARA**

Proposition d'un nouveau cadre d'analyse du tourisme saharien : l'expérience de consommation

Majdoub Wided ⁽¹⁾

Résumé :

Ce travail étudie les différentes formes de tourisme existantes au Sahara tunisien. En nous basant sur l'évolution des désirs et le changement des valeurs du vacancier, nous cherchons à dégager les orientations de consommation qui s'ensuivent, l'aspect symbolique de la consommation touristique, dans une perspective expérientielle. Nous cherchons à distinguer entre deux formes de tourisme l'une classique, l'autre orientée vers l'expérience. L'analyse basée sur cette distinction, devrait permettre aux professionnels du secteur de repenser l'approche traditionnelle de la pratique touristique dans le Sud tunisien, à partir notamment du vécu des touristes. Il s'agit plus précisément de reconsidérer l'approche traditionnelle de la pratique touristique, qualifiée de "tourisme de masse", par la sensibilisation des entreprises du secteur à adopter une démarche plus proche des attentes, qui tienne compte de l'évolution des motivations de la demande et du déclin de certaines activités touristiques traditionnelles. Nous développerons l'idée que le cadre expérientiel est plus pertinent pour cerner les motivations des touristes. La recherche

1) Maître-assistante, Faculté de Droit et des Sciences Economiques et Politiques de Sousse, UR
Tourisme et Développement, contact : wided.majdoub@gmail.com

dans ce domaine n'est encore qu'à ses débuts, le cadre théorique ainsi que les recherches empiriques ne sont pas dominants.

Mots clés : tourisme saharien, recherche d'expériences, modes alternatifs de développement touristique.

1 - Introduction :

D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), nous assistons ces dernières années à un passage des vacances "classiques" vers des vacances qui permettent de vivre une expérience. Depuis les années 60-70, la consommation s'est progressivement désengagée d'une conception utilitariste, basée sur la valeur d'usage. La consommation est devenue une activité de production de significations (Baudrillard). Les années 80-90 ont vu «l'incorporation» des significations sous la forme de recherche de production d'expérience. Il faut comprendre par là un mode participatif complet qui permet d'acquérir de nouvelles connaissances et de vivre des expériences authentiques. Différentes enquêtes⁽¹⁾ rapportent que, pour les années 2000, les voyageurs s'intéressent plus que jamais à l'histoire et à la culture et que la plupart d'entre eux conviennent que les voyages les plus mémorables sont ceux où ils ont pu apprendre quelque chose. Les voyageurs individuels souhaitent explorer différentes cultures, augmenter leurs connaissances et vivre des expériences exaltantes. Ils tendent à planifier des itinéraires souples autour d'activités informelles, actives et participatives. Il est intéressant de comparer ces nouvelles attentes avec l'offre de la Tunisie en termes de tourisme en général, et tout particulièrement l'offre pour le produit Sahara. Ceci nous conduit à réfléchir à des formes alternatives de tourisme saharien, qui sortent des schèmes jusqu'à présent développés pour intégrer la notion de vécu et d'expérience. La consommation expérientielle et ses corollaires, marketing et économie expérientielle semblent mieux à même de répondre à ces nouvelles attentes, et nous donnent un cadre d'analyse plus pertinent pour enrichir et diversifier l'offre existante. Après un état des lieux nous nous intéresserons à présenter les notions de consommation expérientielle et de recherche d'expériences. Puis nous montrerons l'intérêt d'aborder l'expérience touristique du point de vue du marketing expérientiel à travers le processus de construction d'une expérience mémorable pour le touriste visitant le Sahara.

1) Travel Industry Association (TIA) : www.tia.org/

2- Etat des lieux

Le tourisme tunisien c'est tout d'abord le balnéaire, fer de lance de la stratégie de mise en tourisme, mais c'est aussi de plus en plus des offres diverses construites autour du culturel, de la plaisance, et bien sûr du tourisme saharien. Depuis quelques années, la Tunisie a beaucoup investi afin de développer l'offre touristique dans le sud du pays, qui se destine aux circuits dans les oasis et dans le désert. Il s'agit, dès lors, d'enrichir l'offre classique à travers notamment le développement de la Tunisie comme «portail saharien le plus proche de l'Europe». C'est un enjeu de taille compte tenu de la forte concurrence qui règne autour du bassin méditerranéen. L'intérêt suscité par le tourisme saharien n'est pas récent. Dès la fin des années 80, il a été mis en avant comme un élément de diversification du produit touristique tunisien, un moyen aussi de contrer la saisonnalité. Une autre explication peut également être trouvée dans la recherche d'un développement régional équilibré. Développer le Sud c'est donc aussi répondre à un souci de répartition régionale des infrastructures et des équipements. Le tourisme saharien c'est un ensemble de produits, de richesses et d'atouts. C'est en premier lieu la proximité géographique qui permet à l'Europe d'être à deux heures d'avion en moyenne du Sahara. Ce sont aussi et surtout des ressources locales exceptionnelles. Dans un espace réduit à Gabès, Tataouine, Kebili, Tozeur et Gafsa se trouve une grande diversité de paysages : le Grand Erg, le Chott, un paysage insolite, le désert de cailloux ou reg, des oasis de montagne (Chébika, Tamerza, Mides) les Ksours (fortifications), les Matmatas (habitats troglodytes). Cette grande variété de paysages-ressources est concentrée dans 6 gouvernorats : Gabès, Gafsa, Tozeur, Kébili, Médenine et Tataouine. L'offre touristique comprend deux produits différenciés :

- le premier concerne un tourisme oasisien, les circuits passent alors par Gabès, Gafsa, Tozeur, Nefta, Douz, Kebili, la majorité des oasis étant situées autour du Chott El Djérid ;

- le second est composé de circuits dans le grand Sud, passant par des villes comme Zarzis, Médenine, Tataouine en direction du désert du Sahara, à Ksar Ghilane, Chenini...

2.1 - Le tourisme saharien, avec comme base l'oasis :

Cette forme de tourisme est construite autour de la découverte du Sahara, avec l'oasis comme base. Il a pour corollaire le nombre important d'agences de voyage spécialisées dans les raids dans le désert, et un parc important de véhicules tout terrain. Ces véhicules convergent vers des destinations types, qui dégradent considérablement l'environnement, érodent les dunes, et conduisent à une grande concentration de véhicules dans des espaces fragiles.

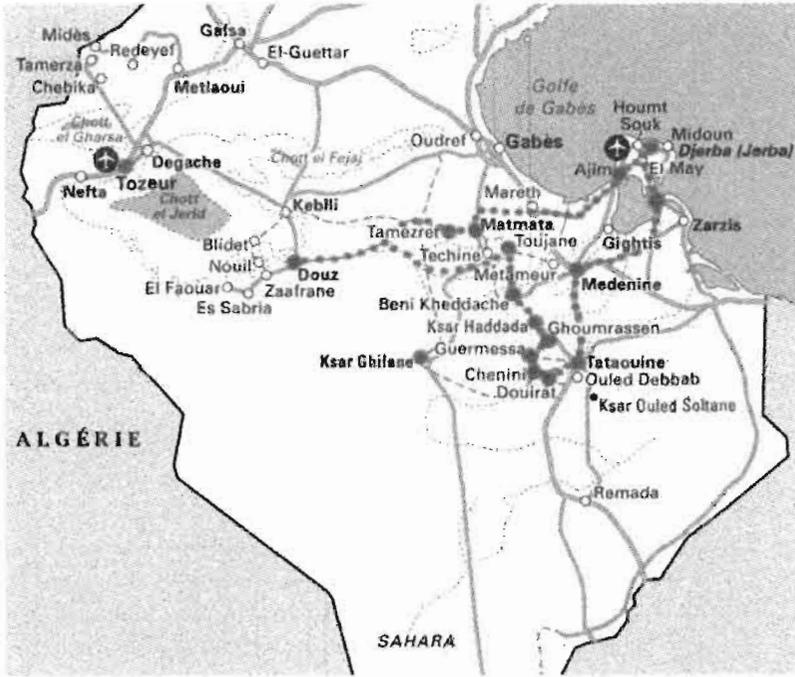
Le développement des infrastructures a rendu plus accessible de nombreuses oasis, ce qui accroît la pression sur ces milieux fragiles et encourage les aménagements touristiques pas toujours contrôlés. Cette pression accrue sur un environnement où la rareté de l'eau et son contrôle sont problématiques, accélère la dégradation de ces milieux, et pose avec plus d'acuité les questions de gestion des déchets et de traitement des eaux usées.

2.2 - Le tourisme de circuit est, lui, caractérisé par :

Un bref séjour des touristes dans les oasis qu'ils considèrent comme un décor ; il ne s'agit pas de les découvrir et de comprendre leur fonctionnement. Le circuit touristique étant organisé dans un temps réduit, les touristes ont peu de liens avec le patrimoine naturel et culturel ; ce type de tourisme présente très peu de retombées locales.

Ces groupes de touristes issus du tourisme balnéaire traversent au pas de charge les différentes étapes du circuit. Par contre le tourisme de circuit présente un fort impact environnemental au niveau de la gestion des déchets, de la forte consommation d'eau dans ces zones arides, ce qui a suscité l'implantation de forages illicites et entraîné des conflits d'usage. Le point le plus symptomatique est de fait la méconnaissance des territoires sahariens par les guides du tourisme balnéaire impliqués dans ce tourisme de circuit.

Carte du Sud tunisien



Source : sudtunisie.free.fr/images/cartetunisieusud.JPG

Si l'on analyse la répartition de la capacité hôtelière par catégorie, on constate une prédominance d'établissements de bon standing (moyen et haut de gamme). Sur les 10 950 lits que compte la région de Gafsa Tozeur, les lits de catégorie trois étoiles représentent 23% de la capacité hôtelière totale. Les hôtels 4 et 5 étoiles constituent 18 % de l'ensemble de la capacité.

Répartition de la capacité hôtelière en lits par catégorie région Gafsa Tozeur :

	2003	2005
Cinq étoiles	676	1 264
Quatre étoiles	2 034	2 078
Trois étoiles	4 505	4 199
Deux étoiles	650	631
Une étoile	367	367

Source : ONTT, «Le tourisme tunisien en chiffres 2005»

Malgré cet engouement pour la construction hôtelière et les avantages octroyés par les pouvoirs publics, le taux d'occupation des hôtels reste bas et la durée de séjour est réduite à une journée.

Durée de séjour :

	2003	2004	2005
Gafsa Tozeur	1.3	1.3	1.3
Moyenne nationale	6.2	6.3	6.2

Source : ONTT, «Le tourisme tunisien en chiffres 2005».

Caractéristiques séjour :

	Arrivées	Nuitées	Durée séjour
Région Tozeur	346 970	56 125	1.27
Région Douz	421 226	45 873	1

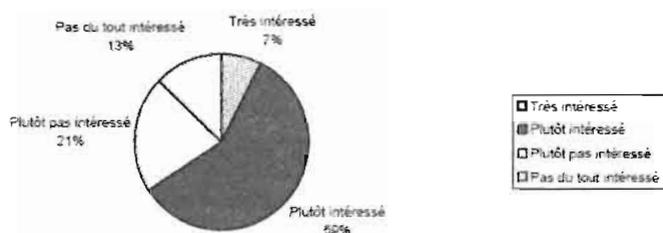
Source : ONTT, «Le tourisme tunisien en chiffres 2005».

Nous sommes face à un tourisme de passage, loin des moyennes nationales. Pourtant le tourisme saharien recèle un vrai potentiel. Mais sans une véritable stratégie de mise en tourisme. Ceci s'est traduit par un tourisme saharien compact et concentré. La multiplication des circuits ainsi que la massification qui en résulte ont altéré des sites fragiles, et dégradé l'environnement de manière parfois irréversible (l'assèchement de la Corbeille de Nefta, le piétinement et l'érosion des dunes de Douz sont des exemples malheureux parmi tant d'autres). On a reproduit dans le Sahara le

même système que celui développé pour le balnéaire : celui de la devise-lit, l'oasis-béton, sans se préoccuper de l'extrême fragilité des écosystèmes oasiens et sahariens.

Pourtant, de plus en plus de voix s'élèvent pour réfléchir à une forme de tourisme dit «doux», plus respectueux des populations, des cultures et des territoires. Ce tourisme «différent», doit mieux prendre en compte les populations locales, les écosystèmes. Une étude de l'UNAT (2005)⁽¹⁾ montre que 66% des personnes interrogées sont intéressées par cette forme de tourisme alternatif, contre 34% qui ne sont pas intéressés.

Réponse à la question concernant l'intérêt qu'ils ont vis-à-vis d'une forme de tourisme «doux» ou «alternatif» :



L'échantillon de cette étude est représentatif de la part des français de plus de 18 ans s'étant rendus au moins une fois à l'étranger au cours des 2 dernières années.

Un autre résultat est extrêmement significatif : l'ensemble des personnes exprime leur préférence pour : *«les voyages de découverte, de rencontre des traditions et des cultures locales. Les circuits de découverte des monuments et des lieux culturels d'un pays. Ce qui différencie essentiellement les personnes intéressées des non-intéressées est l'attrait pour le «séjour-club détente au bord de la mer».* Les non-intéressés apprécient ce type de voyage presque autant que

1) Etude de marché de l'UNAT, Union Nationale des associations de Tourisme en Plein Air réalisée en mars 2005 et portant sur : « Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français, Notoriété, image et perspectives », avec le concours du Ministère des Affaires Etrangères et de la Direction Générale de la Coopération Internationale et du Développement.

le voyage de «découverte», alors que les intéressés le placent nettement en dernier.» (Etude UNAT, 2005).

D'un point de vue plus global, le principal motif de voyage de nombreux touristes est lié à la possibilité de visiter des environnements naturels de qualité. Nous nous situons donc bien à une époque charnière et la fin des trois emblématiques trois S du tourisme balnéaire de masse : Sand, Sun and Sea.

À cet intérêt de base se greffe de plus en plus un désir d'apprendre et de mieux connaître ces milieux naturels, ainsi que les cultures des autochtones. On parle alors des trois E : Entertainment, (divertissement), Excitement (émotions fortes aventure) et Education. L'ère des trois L d'une nouvelle expérience du tourisme est annoncée : Leisure (loisirs), Lore (traditions coutumes), et Landscape (paysages).

Le tableau suivant est une synthèse et permet de différencier ces deux profils de clientèles, le touriste «classique» et celui «à la recherche d'expérience» :

Profil du touriste classique	Profil du touriste à la recherche d'expérience
recherche le soleil	désire vivre des expériences différentes
suit les «masses»	veut se démarquer
est «ici aujourd'hui, là-bas demain»	regarde et apprécie mais ne «détruit» pas
veut voir et être vu (aller quelque part pour dire qu'ils y sont allés)	veut voir pour voir, par amour de la découverte
veut «avoir»	veut «être»
prône la supériorité	prône la compréhension
apprécie les attractions commerciales	apprécie les activités culturelles, physiques et sportives
est précautionneux	est aventureux
mange au restaurant de l'hôtel	aime goûter la gastronomie locale
des touristes homogènes	sont en quelque sorte des «hybrides»

Synthèse des différentes études précitées.

Le tourisme saharien tel qu'il est pratiqué actuellement montre un certain nombre de faiblesses, tant sur le plan de l'innovation en matière par exemple de valorisation du patrimoine culturel et naturel, que sur le plan des programmes incluant l'écotourisme, l'observation de la nature, le mode de vie local, ou des sports d'aventure. Il s'agit donc de repenser le tourisme saharien. Le mode de mise en tourisme du sud tunisien traduit une dégradation de milieux vulnérables, tant au niveau des oasis, qu'au niveau de l'environnement aride. La gestion de l'eau, et plus particulièrement celle des eaux usées dans ces milieux n'est qu'un exemple parmi d'autres de la fragilité de ces zones. Au même titre que la problématique des atteintes des paysages, le désert est devenu un jeu de piste, que l'on traverse sans s'arrêter ou en détruisant les sites par le piétinement.

Il semblerait que, compte tenu de ces faits, cette forme de tourisme ne soit plus adaptée. Les difficultés actuelles sont autant de signes des limites de la masse et de la nécessité de passer à une autre forme de tourisme, plus respectueux de l'environnement, des communautés et des cultures. Ceci correspond en fait à une évolution des mentalités et des comportements. Dès lors les schèmes et modèles généralement utilisés ne sont plus appropriés. La demande est de plus en plus sensible aux données environnementales et pour de nombreux pays émetteurs les touristes sont sensibilisés à l'argumentation écologique. Il s'agit de chercher d'autres cadres plus adaptés aux nouvelles exigences des clients et offrant un cadre explicatif qui donne aux professionnels du secteur des variables contribuant à la production d'expériences, à travers notamment l'enrichissement expérientiel des produits.

3- Consommation expérientielle et recherche d'expériences

Au-delà de la progression des valeurs de la société et du changement de mentalité, nous nous attacherons dans ce qui suit à présenter le cadre conceptuel du modèle de recherche d'expériences, le plus à même d'appréhender le domaine des loisirs en général, et celui du tourisme en particulier. C'est probablement le champ de prédilection de ce modèle qui illustre le mieux ses apports. Des études ont montré que la principale motivation des touristes est de vivre des expériences différentes. Le touriste veut se démarquer, veut voir pour voir, par amour de la découverte et surtout

veut «être». C'est une personne qui prône la compréhension et apprécie les activités culturelles, physiques et sportives. Dès lors les schèmes cognitifs classiques ne sont plus appropriés. Nous allons dans ce qui suit, détailler le soubassement théorique de la recherche d'expériences en présentant les travaux majeurs.

Cette notion d'expérience est rentrée dans le champ de la consommation et du marketing à l'orée des années 80 avec l'article pionnier d'Holbrook et Hirschman (1982). Vingt ans après, elle a fait son chemin pour devenir un élément-clé de compréhension du comportement du consommateur (Arnould *et al.*, 2002) et surtout le fondement principal d'une économie (Pine, Gilmore, 1999) et donc d'un marketing (Schmitt, 1999, Hartzel, 2002) dits 'expérientiels'. C'est ce cheminement que nous allons présenter ci-après.

Holbrook et Hirschman (1982) ont développé la notion de perspective expérientielle dans un article fondateur d'une nouvelle analyse du comportement privilégiant la recherche d'une expérience vécue au lieu de la vision classique de la recherche d'utilité à travers un ensemble d'attributs. Le comportement du touriste est souvent décrit comme un processus de collecte et de traitement de l'information destiné à sélectionner une solution optimale à un problème associé à la satisfaction d'un besoin. Cette vision réductrice issue des schèmes cognitifs classiques semble peu appropriée dans le cadre des loisirs, des activités sportives ou culturelles.

Le tableau suivant synthétise les principales contributions de la perspective expérientielle à travers le modèle de recherche d'expériences et souligne les différences significatives avec les modèles à l'approche plus classique.

Holbrook (1986) montre que le paradigme expérientiel a principalement été développé pour analyser les comportements difficilement explicables par les modèles classiques, c'est à dire pour les produits dont la consommation se traduit par une expérience qui apparaît comme une fin en soi aux yeux du consommateur. Cette nouvelle approche représente un élargissement des modèles conventionnels, pour donner une nouvelle impulsion à l'étude de certains produits, qui ont été longtemps négligés par la recherche en comportement du consommateur, c'est le cas de tout ce qui touche aux loisirs et à la culture.

**Comparaison des deux perspectives :
l'approche conventionnelle et l'approche expérientielle**

Approche conventionnelle	Approche expérientielle
L'intérêt porte sur les décisions	L'intérêt porte sur les expériences
Les motivations de l'individu sont considérées comme extrinsèques : le produit/service est consommé en vue d'atteindre un objectif.	Les motivations de l'individu sont extrinsèques : le produit/service est consommé pour lui-même
Les achats sont considérés comme liés à des variables et des facteurs du marché, qui sont exogènes par rapport au produit : les variables d'environnement représentent les déterminants les plus importants du comportement.	Les consommations sont liées aux caractéristiques spécifiques du produit/service : les caractéristiques du produit déterminent le comportement.
Utilisation d'études sectorielles	Utilisation de l'expérimentation
Le produit/service est considéré comme la somme atomistique de plusieurs composantes (approche cognitive).	Le produit/service est vu comme un ensemble complexe (approche holistique).

Source : Holbrook, 1986, p.147-155.

Que ce soit dans le domaine des loisirs, ou du tourisme, le paradigme expérientiel offre de nombreux prolongements comme le souligne Filser (1996) . En faisant un parallèle entre le processus de prise de décision dans le modèle de traitement de l'information et le modèle de recherche d'expériences, Filser distingue deux formalisations :

Les étapes de la prise de décision dans les deux modèles

Une comparaison entre le modèle cognitif et expérientiel			
Traitement de l'information	<i>Cognition :</i> Liste des attributs du produit, évaluation des marques concurrentes sur ces attributs.	<i>Affect :</i> Degré de préférence pour les différentes marques de la catégorie de produits.	<i>Comportement :</i> Intention d'achat et achat effectif.
Recherche d'expériences	<i>Imaginaire :</i> Représentation mentale, holistique de l'objet.	<i>Emotions :</i> Attirance pour l'objet.	<i>Plaisir :</i> Gratification hédonique retirée de la consommation de l'objet.

Source : Filser, 1996, p. 96.

Loin de se focaliser sur les attributs et les avantages des produits et services, le marketing expérientiel s'attache **aux expériences vécues par le client**. Des expériences qui se produisent quand ils rencontrent, subissent ou vivent certaines choses. Ces expériences contiennent des valeurs sensorielles, émotionnelles, cognitives, comportementales et relationnelles en plus des valeurs fonctionnelles. Le point d'orgue du marketing expérientiel va être d'orienter ces sensations et de contrôler leur survenue, dans le but de satisfaire au mieux les clients et d'obtenir un phénomène de satiété.

Selon Holt (1995) la consommation comme expérience s'intéresse aux réactions subjectives et émotionnelles qu'un individu peut ressentir en consommant un objet. La consommation comme intégration décrit comment les consommateurs acquièrent et manipulent le sens des objets, leur donnant valeur de symbole. La consommation comme classification porte sur les caractéristiques sociales. Enfin la consommation comme jeu, dimension longtemps négligée, intègre une dimension ludique de lien social avec les autres «métaphores» de la consommation.

Pour Vézina (1999) les traits saillants de la consommation expérientielle se résument ainsi :

- le consommateur n'est pas que consommateur ;
- le consommateur agit à l'intérieur de situations ;
- le consommateur est à la recherche de sens ;
- la consommation ne se limite pas à l'achat.

Ce que l'on nomme l'expérience de consommation, *«ne se limite plus à quelques activités préachat (éveil du besoin, recherche d'informations, évaluation, ...), ni même à quelques activités post-achat comme l'évaluation et la satisfaction, mais englobe une série d'autres activités qui influenceront les décisions et actions futures du consommateur»* (Vézina, 1999, p. 62).

Selon Dubois (1999), les expériences de consommation, sont trop diverses, trop complexes pour être "catégorisées". Dans notre société postmoderne, le comportement de consommation associe trois grandes tendances de recherche d'expériences, de vécu : la recherche d'expérience sensorielle et corporelle ; la recherche d'expérience spatiale et temporelle ; la recherche d'expérience sociale et partagée au sein d'une tribalité. Dans la même logique, Carù et Cova (2002, 2003) définissent le concept d'expérience comme un vécu personnel chargé émotionnellement. L'expérience permet au consommateur de mettre en jeu tous ses sens, elle est inoubliable, significative, extraordinaire. Au sens de Hetzel (2002) l'expérience est dans ces conditions dite optimale.

L'expérience de consommation se déploie ainsi sur une période de temps qui peut se décomposer en 4 grandes étapes (Arnould *et al.*, 2002) :

- L'expérience d'anticipation qui consiste à rechercher, planifier, rêver éveillé, budgéter ou fantasmer l'expérience ;
- l'expérience d'achat qui relève du choix, du paiement, de la rencontre de service et de l'ambiance ;
- l'expérience proprement dite qui inclue la sensation, la satiété, la satisfaction /insatisfaction, l'irritation /le flux, la transformation ;
- l'expérience de souvenir qui mobilise notamment des photographies pour revivre l'expérience passée, qui s'appuie sur les récits d'histoires et les discussions avec les amis sur les jours passés, qui passe par le classement des souvenirs....

4- Marketing expérientiel et expérience touristique

Développer le tourisme saharien de demain c'est construire une offre produisant de l'expérience. Il s'agit donc de mettre en scène le produit touristique à l'aide du marketing expérientiel. Loin de se focaliser sur les attributs et les avantages des produits et services, le marketing expérientiel

s'attache aux expériences vécues par le client. Des expériences qui se produisent quand ils rencontrent, subissent ou vivent certaines choses. Ces expériences contiennent des valeurs sensorielles, émotionnelles, cognitives, comportementales et relationnelles en plus des valeurs fonctionnelles. La raison d'être du marketing expérientiel va être d'orienter ces sensations et de contrôler leur survenue, à travers la théâtralisation et la mise en scène. Les travaux de Csikszentmihalyi (1983, 1988, 1989, 1990), montrent que le marketing expérientiel va avoir alors pour objectif de créer des expériences de consommation à forte valeur ajoutée, basées sur les critères suivants : la sensation, l'affectif, la facilité d'utilisation et l'acquisition du fonctionnement, la relation physique à l'objet, le style de vie, l'identité sociale.

Schmitt (1999) puis Holbrook (2000) distinguent de multiples supports à la production d'expérience. Selon Holbrook l'expérience de consommation va être construite à partir des quatre notions suivantes :

Les composantes de la production d'expérience

Expérience	Divertissement	Exhibitionnisme	Evangélisme
Evasion de la réalité	Esthétique	Porter aux nues	Eduquer
Emotion	Excitation	Exprimer	Donner l'exemple
Plaisir	Ravissement	Découvrir	Garantir

Source : Holbrook, 2000, p.178-193.

Pour savoir quels types d'expériences offrir aux clients, Schmitt (2002) s'appuie sur cinq approches distinctes du marketing expérientiel :

- **L'approche sensorielle** s'adresse à la vue, l'ouïe, le toucher, le goût et l'odorat. Elle différencie les sociétés et leurs produits par une esthétique et un style sensoriel uniques.
- **L'approche émotionnelle** fait appel aux sentiments plus profonds des clients. Elle vise à créer des expériences affectives. Pour que cette forme de marketing fonctionne, il faut bien comprendre les stimuli et situations qui déclenchent certaines émotions de même que la volonté du consommateur de s'engager dans ce processus.

- **L'approche intellectuelle** fait appel à l'intelligence et cherche à créer des expériences cognitives (qui relèvent du savoir et de la croyance) dans la résolution des problèmes qui impliquent les clients sur le plan créatif. Pour réussir, il doit surprendre, intriguer et parfois même provoquer.
- **La composante d'action** enrichit la vie des clients. Les changements de mode de vie ou de comportement sont, par nature, suscités par la motivation ou l'inspiration et fonctionnent mieux lorsqu'ils fournissent un modèle.
- Pour finir, **l'approche tribale** est une combinaison des quatre approches expérimentales précédentes. Cependant, elle va au-delà des sentiments personnels de l'individu et fait appel au groupe.

Pour Hetzel (2002) les expériences occupent une place à part dans l'offre économique : l'achat d'une expérience se distingue de l'acquisition d'un produit ou d'un service (achat d'un panier d'activités intangibles exécutées pour le compte de l'acheteur), dans le sens où cet acte consiste à s'engager personnellement en payant pour passer du temps à prendre plaisir à des activités qu'une entreprise exécute. Cet auteur présente différentes voies d'inventivité pour séduire les consommateurs et trouver de nouvelles formes d'offres expérientielles.

La première des voies est de surprendre le consommateur en proposant quelque chose d'inhabituel qui réussira à créer une rupture dans son environnement quotidien, il est possible d'emporter l'adhésion du consommateur occidental – blasé, très sollicité et difficile à conquérir. Répondre au besoin d'inattendu est aussi un moyen d'être original, le consommateur apprécie l'originalité et la possibilité de faire plusieurs choses à la fois dans un effet de concentration temporelle et plus particulièrement à travers l'alliance des fonctions hédoniques, ludiques et symboliques.

Proposer de l'«extraordinaire» est une seconde voie, à travers le gigantisme, l'authenticité, la nostalgie : il s'agit de savoir utiliser le registre de la thématique temporelle pour concilier plusieurs objectifs marketing a priori contradictoires (nostalgie et innovation), en intégrant des promesses implicites pour stimuler le consommateur. Quan et Wan (2004) ont construit un cadre basé sur l'interrelation entre ces deux types d'expériences (touristique extraordinaire et celle du consommateur pour les services

d'appui) en terme de différenciation et d'interchangeabilité. Le marketing expérientiel consiste alors à reconsidérer la question de la valeur du produit/service et à le rendre extraordinaire. **L'imaginaire lié au désert et en particulier au Sahara est particulièrement propice à ce type de discours.**

Pour la London School of Business les expériences constituent une innovation clé du domaine du tourisme aujourd'hui. Dans le contexte actuel, où les consommateurs sont de plus en plus avertis, les entreprises qui offrent à leurs clients des expériences mémorables de façon constante créent une valeur supérieure et se donnent un avantage concurrentiel. Pine et Gilmore l'ont érigée au centre d'une économie. Selon eux, le concept d'expérience consiste en la théâtralisation du service ou du produit, où le personnel se transforme en acteur, les clients sont les invités et le site devient la scène. L'hôtelier, le voyageur ou le gestionnaire d'attrait troque son rôle de fournisseur de service pour celui de directeur artistique. Vivre une expérience touristique, c'est l'étonnement, l'enchantement :

- qui laisse un souvenir impérissable;
- qui fait la différence quand on évolue dans un marché très concurrentiel;
- qui est exprimé devant l'innovation;
- qui est suscité par le caractère unique de l'expérience.

L'expérience, c'est mille et une idées. Cela passe par le désir d'apprendre, de découvrir et vivre des expériences uniques. Cette recherche d'une forme d'interactivité, peut revêtir différentes formes, connaître les façons de vivre des gens, visiter les arrières-scènes et accéder à des endroits où les touristes n'ont pas l'habitude d'aller.

L'expérience peut varier d'une petite attention à un concept global. Pour ces auteurs, *«les expériences constituent une quatrième offre économique aussi différente des services que ceux-ci le sont des biens, mais elles sont, à ce jour, restées méconnues (...). Quand une personne achète un service, elle se procure un ensemble d'activités intangibles accomplies en son nom. Mais quand elle achète une expérience, elle paie pour passer du temps à jouir d'une série d'événements mémorables qu'une entreprise met en scène*

-comme pour une pièce de théâtre - afin de l'interpeller d'une manière personnelle.» (op. cit. p. 2).

Le tableau suivant récapitule les distinctions que l'on doit opérer entre les différentes offres :

L'expérience en tant qu'offre distincte :

Offre	Biens	Services	Expériences
Economie	industrielle	de services	de l'expérience
Fonction économique	fabrication	prestation	mise en scène
Nature de l'offre	tangible	intangibile	mémorable
Attribut clé	standardisé	personnalisé	personnel
Vendeur	fabricant	fournisseur	metteur en scène
Acheteur	utilisateur	client	visiteur
Facteurs de demande	éléments	avantages	sensations

Source : Pine, Gilmore, 1999, p. 6.

Pine et Gilmore définissent quatre dimensions de l'expérience :

- **Le divertissement**: l'expérience divertit les visiteurs en captivant leur attention et en se donnant à percevoir ;
- **l'esthétique**: elle crée un environnement agréable dans lequel les visiteurs se sentent bien ;
- **l'évasion**: elle leur permet de s'engager dans une activité captivante dans laquelle ils s'évadent et s'absorbent ;
- **l'éducation**: l'expérience invite les visiteurs à absorber et à faire leur ce qu'ils ont expérimenté, ouvrant ainsi sur un apprentissage vécu.

Individuellement, chacune de ces expériences offre un certain type de valeur à l'acheteur. Les entreprises qui intègrent ces quatre domaines optimisent l'expérience. Quoique Pine et Gilmore ne le mentionnent pas dans leur modèle, l'industrie touristique doit aussi incorporer une cinquième dimension – **les expériences sociales**. Il s'agit d'un élément important, que les gens partent en groupe, avec des membres de la famille, des amis, ou seuls, les voyages sont des occasions de se sentir «bienvenus» et représentent des «occasions de socialiser», de tisser des liens avec les communautés locales.

Les services offerts aux clients sont alors similaires à l'organisation d'un spectacle et les entreprises ne sont autre chose que d'immenses scènes. Lorsqu'un individu achète un service, il paie pour un ensemble d'activités conçues à son intention, mais lorsqu'il achète une expérience, il paie pour obtenir le temps de profiter d'une série d'événements que l'entreprise a mis en scène pour lui à la manière d'un théâtre où, chemin faisant, il est amené à participer au spectacle sous une forme ou une autre. Dans cet ordre d'idées, voyage expérientiel, voyage d'apprentissage et voyage d'enrichissement font la promotion de nouveaux styles de voyages et font état des facteurs qui influencent le choix des voyageurs. Il existe en effet une demande croissante pour des voyages qui font appel aux sens, stimulent l'esprit, comportent des activités uniques et touchent personnellement les voyageurs sur le plan affectif, physique, spirituel et intellectuel.

Nous avons là une occasion de diversifier les produits touristiques offerts, et plus spécifiquement le produit saharien, en élaborant des voyages complets et thématiques, plutôt que de simplement offrir en forfait une série d'attractions et d'événements culturels ou musicaux (festival de Douz...). En répondant à cette demande, les intervenants du secteur peuvent attirer de nouveaux clients, conserver les clients tout en répondant aux besoins des marchés à créneau intéressés au tourisme expérientiel ou d'apprentissage. Ce que veulent les consommateurs de ce type de prestations, ce sont des produits, des communications et des campagnes de marketing qui les éblouissent, les touchent et stimulent leur esprit. A partir des facteurs à évaluer pour créer une expérience il est possible de construire un continuum expérientiel touristique. Concevoir un itinéraire mémorable, qui vendra du rêve et créera une expérience c'est réfléchir aux éléments suivants qui vont du point de vue ordinaire vers l'extraordinaire, le mémorable, en une graduation en trois temps. Pour comprendre comment construire un tel produit, nous avons dans une phase exploratoire, mené une enquête à travers un questionnaire auprès d'un échantillon de touristes. La problématique était d'analyser la perception du sud tunisien par les touristes, en mesurant plus particulièrement les variables suivantes :

- les attentes vis-à-vis de la destination «Sahara» ;
- les niveaux de satisfaction par rapport à cette destination ;
- les motivations des touristes visitant le sud tunisien.

L'un des résultats de cette enquête montre que les types d'expériences⁽¹⁾ de voyage recherchés par les touristes semblent être les suivants :

- Pénétrer au cœur de la collectivité, à travers des activités participatives, et des pratiques interactives. Avoir un accès privilégié, entrer en coulisses et exclusivité avec les communautés locales.
- Construire l'offre autour de l'apprentissage et de la découverte en partageant les expériences, dans le respect des communautés et de la nature, autour d'une authenticité.
- Les réunions de cuisine, les visites chez l'habitant, les visites chez des artisans sont l'occasion pour les voyageurs d'avoir un contact personnel avec les gens du pays ; il s'agit d'une façon unique de s'introduire dans leur vie et de connaître leurs moyens de subsistance, et une façon intime de se familiariser avec une destination.
- L'utilisation de photos, de journaux de bord et d'Internet est un moyen simple et peu coûteux de conserver des souvenirs et de créer des expériences partagées.

Il émane de ces résultats que **l'authenticité est un des aspects important du tourisme expérientiel**. Ce concept n'a été étudié que récemment, les premiers travaux se sont focalisés sur les causes de la quête d'authenticité des consommateurs (Warnier, 1994 ; Warnier et Rosselin, 1996 ; Camus, 2001 ; Cova et Cova, 2001). Un autre courant s'est intéressé aux bénéfices d'une stratégie centrée sur la commercialisation de produits authentiques (Camus, 2003) ou de marques authentiques (Ohl, 2003). Pour Brown et alii, (2003), «la quête d'authenticité est l'une des pierres angulaires du marketing contemporain» (p.21).

L'authenticité a des acceptions très variées selon le domaine concerné, la situation et l'individu. La quête d'authenticité guide le touriste vers des lieux «préservés». Toutefois, chaque fois que l'on présente un acte, un lieu comme «authentique» c'est aussi les transformer en «sites» et «attractions», donc leur faire perdre de leur «authenticité originelle» par une mise en scène programmée, Eco (1985). Le touriste est donc confronté à un paradoxe : alors

1) Etude réalisée en 2007 auprès d'un échantillon de 100 touristes se rendant dans le sud tunisien.

que l'authenticité se situe en dehors de la sphère marchande (elle ne s'achète pas, elle n'est pas «fabriquée»), le touriste est en quête d'une authenticité qui va enrichir son vécu : il ne s'agit plus de simplement visiter un endroit, mais avoir des échanges, faire quelque chose de réellement unique dont ils pourront parler une fois revenus chez eux. Une expérience qui changera leur vie en pénétrant au cœur de la collectivité hôte, qui leur permettra de socialiser avec les gens du pays, de participer à des activités communautaires ou à des échanges culturels. Ces expériences ne sont pas des activités touristiques typiques, axées sur l'observation ; elles relèvent plutôt de la participation directe aux activités quotidiennes de la collectivité. Certains facteurs sont assez simples à mettre en place mais procurent aux touristes une sensation mémorable. Ce que nous pouvons formaliser dans le cadre suivant :

Créer des expériences mémorables :

Intéressant	Agréable	Profonde résonance personnelle
Activités planifiées	Intégrer des éléments de surprise	Surprises spontanées
Guides pas spécialisés et pas formés	Guides plus ou moins spécialisés et formés	Guides spécialisés très compétents dans leur domaine
Expériences passives	Expériences actives	Expériences participatives
Accès de masse	Occasions d'accès privilégiés	Accès exclusifs, uniques
Sollicitation de deux sens		Sollicitation de tous les sens
Socialisation avec le groupe	Occasions de rencontres	Partage avec la communauté
Informations basiques	Informations interactives	Apprentissage pratique
Itinéraires encadrés	Temps libres possibles	Temps libre pour explorer
Expériences artificielles		Expériences authentiques
Pas d'éléments de rappel ou de souvenirs		Recours à des éléments de rappel, construction du souvenir

Source : synthèse des différents travaux de Hetzel, Pine et Gilmore.

Définir le produit touristique saharien de demain c'est donc réfléchir à une offre d'expériences selon ce continuum, basé sur l'authenticité, la participation, le partage et la multi sensorialité.

La capacité à gérer ce continuum déterminera sans conteste le succès des politiques de mise en tourisme et devra tenir compte de l'expérience comme élément fondamental de l'offre touristique.

5- Conclusion

Il semblerait que les expériences constituent une innovation majeure, tant de l'économie que du marketing des loisirs. Les entreprises qui élaborent les offres touristiques (voyagistes et tour-opérateurs) ont une occasion de diversifier les produits touristiques en élaborant des voyages complets et thématiques, plutôt que de simplement offrir en forfait une série d'attractions et d'événements spéciaux. L'évolution de la demande, la modification des attentes des consommateurs vers des produits plus respectueux, plus chargés de sens, est une réalité de plus en plus forte sur les marchés émetteurs. C'est cette diversification de l'offre par des alternatives, ces produits «de niche», à une demande de consommation plus citoyenne que correspond un tourisme axé sur l'expérience, l'authenticité, le partage. La composante immatérielle prend alors de plus en plus d'importance et il devient indispensable pour les entreprises de faire appel au vécu des consommateurs, à leurs expériences passées pour pouvoir leur en faire vivre de nouvelles. Ceci est d'autant plus important pour le tourisme saharien qui comporte une grande part d'imaginaire.

Au niveau des territoires d'accueil, cette forme de tourisme apparaît comme moins agressive, plus respectueuse des cultures et des populations. Ce tourisme plus authentique peut se baser sur des initiatives locales simples à mettre en œuvre (visite gastronomique, dégustation, apprentissage de techniques ancestrales auprès d'un artisan, archéo-trekking, etc.). Le sud tunisien, s'il veut sortir de cette spirale de masse et de dégradation, doit enrichir l'offre existante à partir de l'expérience. Nous en avons rappelé les supports théoriques et présenté les principaux fondements.

Bibliographie

- Arnould, E., Price, L., 1993, "River magic : extraordinary experience and the extended service encounter", in *Journal of Consumer Research*, vol. 20, June, p.24-45.
- Baudrillard, J., 1972, «Pour une critique de l'économie politique du signe», Paris, Gallimard.
- Brown, S., Kozinets, R.V., Sherry, J.F., 2003, "Teaching Old Brands New Tricks: Retro Branding and the Revival of Brand Meaning", in *Journal of Marketing*, 67, july, 19-33.
- Camus, S., 2001, «L'authenticité : processus de marchandisation et renouvellement de la perception du consommateur», Actes du 17ème Congrès International de l'Association Française de Marketing, Deauville.
- Camus, S., 2003, «Pour un nouvel esprit de l'authenticité dans une société de rupture», Colloque ESCP-EAP, Paris : Prospérer dans l'imprévu?
- Caru, A., Cova, B., 2002, «Retour sur le concept d'expérience : pour une vue plus modeste et plus complète du concept», in Actes des 7èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, p.154-172.
- Caru, A., Cova, B., 2003, «Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation : les opérations d'appropriation», in Recherche et Applications en Marketing, vol. 18, n° 2, p.47-65.
- Cova, V., Cova, B., 2001, "Alternatives Marketing", Paris, Dunod.
- Csikszentmihalyi, M., 1983, "Measuring Intrinsic Motivation in Everyday Life", in *Leisure Studies*, 2, p. 155-168.
- Csikszentmihalyi, M., 1988, "Optimal Experience: Psychological studies of flow in consciousness", Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M., LeFevre, J., 1989, "Optimal Experience in Work and Leisure", *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5, p.815-822.
- Csikszentmihalyi, M., 1990, "Flow: The Psychology of Optimal Experience", New York : Harper and Row.

- Dubois, P.L., 1999, «La double problématique de l'extension du champ (théories, objets d'analyse, méthodes) et du recentrage indispensable», in *Faire de la Recherche en Marketing*, Paris, Vuibert, FNEGE, p.151-169.
- Eco, U., 1985, «La guerre du faux», Paris, Grasset.
- Filser, 1996, «Vers une consommation plus affective ?», in *Revue Française de Gestion*, vol.2, p. 90-99.
- Hetzel, P., 2002, «Planète Conso Marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation», Paris, Editions d'Organisation.
- Holbrook, M. , Hirschman, E., 1982, "The Experimental Aspects of Consumption : Consumer Fantasies, Feeling and Fun", in *Journal of Consumer research*, 9, p.132-140.
- Holbrook, M.B., 1986, «Perception et représentation esthétiques du consommateur : progrès et problèmes de la recherche», in *Economie et Culture : les outils de l'économiste mis à l'épreuve*, vol.1, Actes de la 4ème Conférence Internationale sur l'Economie de la Culture, p.147-155.
- Holbrook, M.B., 2000, "The Millennial Consumer in the Texts of our Times: Experience and Entertainment", in *Journal of Macro marketing*, 20, p.178-193.
- Holt, 1995, "How Consumers Consume : a Typology of Consumption Practices, in *Journal of Consumer Research*", vol. 22, june, 1-16, p. 2-3.
- Klancnik, R., 2002, "A year after "11-s" climbing towards recover", Organisation Mondiale du Tourisme.
- Ohl, F., 2003, «Comment expliquer le succès des marques sportives auprès des «jeunes» consommateurs», in *Revue Française de Marketing*, 191, 1, p.33-48.
- Pine, J., Gilmore, J.H., 1999, "The Experience Economy. Work is Theatre and Every Business a Stage", Boston, Harvard Business School Press.
- Quan, S., Wan, N., 2004, "Toward a structural model of the tourist experience: an illustration from food experience in tourism", in *Tourism Management*, 25, p.297-305.
- Schmitt, Bernd H., 1999, "Experiential Marketing: how to Sense Feel Think Act and Relate to Your Company and Brands", New York: Free Press.
- Schmitt, Bernd H., 2002, "Managing the Customer Experience". New York : Wiley.

- Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air (2005), «Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français : notoriété, image et perspectives», UNAT, 18 p. Disponible sur Internet <http://www.fftst.org/>
- Vézina, R., 1999, «Pour comprendre et analyser l'expérience du consommateur», in *Gestion*, vol. 24, n°2, p.59-65.
- Warnier, J.-P., 1994, «Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse», Paris, L'Harmattan.
- Warnier, J.-P., Rosselin, C., 1996, «Authentifier la marchandise», Paris, L'Harmattan.

Etude prospective du développement du tourisme saharien en Tunisie :

analyse des jeux d'acteurs par la méthode Mactor

Jaziri Raouf⁽¹⁾
Bousaffa Ali⁽²⁾

Résumé

L'objet de cette communication est de faire le point sur les percées du projet de développement du tourisme saharien en Tunisie et ce, en vue de promouvoir les zones sahariennes du sud tunisien d'une part et d'autre part en vue de diversifier le produit touristique tunisien qui se focalise en grande partie sur le tourisme balnéaire. En fait, nous cherchons à élucider, dans une optique prospectiviste, le degré de réussite de ce projet via l'analyse des jeux d'acteurs du «système-touristique» saharien en Tunisie. La rencontre des acteurs en fonction de leurs finalités, de leurs projets et moyens d'actions, permet de révéler un certain nombre d'enjeux stratégiques sur lesquels les acteurs ont des objectifs convergents ou divergents. Nous pensons, en fait, que la méthode d'analyse des jeux d'acteurs «Mactor» cherche à estimer les rapports de force entre acteurs et à étudier leurs convergences et divergences vis-à-vis d'un certain nombre d'enjeux et d'objectifs associés au projet du développement du tourisme saharien en Tunisie. Notre souci étant de jalonner les prémises pour la

1) Institut Supérieur des Etudes Technologiques de Sousse. raoufdjaz@yahoo.fr

2) Institut Supérieur de Gestion de Sousse.

compréhension du comportement des acteurs, qui via leur positionnement par rapport aux objectifs stratégiques conditionnent le succès ou l'échec du projet du développement du tourisme saharien en Tunisie.

Mots-clés: Tourisme saharien, prospective, stratégie, Mactor.

1 - Introduction

Le tourisme, ce secteur transversal à toutes les autres activités économiques, écologiques, agricoles, culturelles, sociales doit faire preuve dans les prochaines années d'innovation et d'imagination afin de répondre à une demande croissante. Pour l'Afrique en général et la Tunisie en particulier, le tourisme saharien peut constituer un levier pour contribuer à impulser le développement. Il s'agit alors d'identifier et d'évaluer les facteurs qui vont influencer le marché touristique, les nouveaux produits, les nouveaux segments de clientèles, leur environnement, les nouvelles niches de financement et de découvrir les grandes évolutions possibles des principaux secteurs du tourisme saharien et les nouvelles niches de marché à l'horizon.

La Tunisie est quasiment le seul pays à pouvoir offrir au visiteur, non loin des belles plages, des montagnes boisées, des centres urbains au rythme trépidant, les étendues calmes et grandioses du Sahara. On y trouve les villages de montagne, des oasis, des espèces de flore et de faune sauvage protégées par la loi, des sites naturels et culturels très anciens, des modes d'agriculture spécifiques aux oasis, des systèmes ingénieux de partage et de gestion de l'eau, une architecture spécifique, des ksars de montagne qui sont des citadelles refuges perchées sur des pitons rocheux, des ghorfas ou greniers fortifiés, des centres urbains avec leur cachet architectural spécial, l'habitat troglodyte sous forme de maisons creusées dans le sol au flanc des falaises.

Soucieux de valoriser les ressources du pays, les pouvoirs publics tunisiens⁽¹⁾ ont consacré une stratégie avant-gardiste au tourisme saharien, lequel répond à des objectifs stratégiques de développement : étalement de la saison touristique, diversification de l'offre et de la clientèle, amélioration de la qualité du produit. D'importantes mesures ont été prises au profit du

1) Le Président Ben Ali a consacré le premier conseil ministériel, tenu le 12 novembre 1987 au développement du tourisme saharien

secteur : nombreux encouragements dont l'octroi d'avantages incitatifs à l'investissement dans les zones sahariennes ; de grands travaux d'infrastructures dans le cadre de l'aménagement des zones touristiques ; l'instauration en 1995 d'une Journée du Tourisme Saharien fixée au 12 novembre de chaque année ; la construction d'hôtels de différentes catégories ; des travaux d'infrastructures qui ont touché les routes, l'eau potable, l'électricité et les stations d'assainissement ; la construction de grands centres d'animation sportive et touristique ; l'ouverture d'écoles hôtelières...

Le nombre de lits est passé de 3 000 en 1987 à 10 000 aujourd'hui. Il ne s'agit plus de petits relais destinés principalement à accueillir des touristes de passages mais d'hôtels de haut standing offrant tout le confort pour des séjours prolongés. Le résultat de ces actions énergiques ne s'est pas fait attendre. Les visiteurs ont commencé à affluer. En 1998, leur nombre a dépassé les 800 000.

Dans cette perspective, nous signalons que malgré tous les efforts consentis par les pouvoirs publics tunisiens quant au développement du tourisme saharien, le secteur souffre de plusieurs insuffisances, chose qui nous incite à élucider et analyser les comportements et les attitudes des acteurs du tourisme saharien.

En fait, cette communication se voudrait une occasion pour scruter le système: tourisme-saharien en vue de parvenir au développement durable via un tourisme saharien durable.

2- Terrain, questions et méthodologie de l'étude :

Le tourisme saharien est un terrain de recherche porteur de développement. Malheureusement, ce domaine n'a pas suscité beaucoup la curiosité des chercheurs. De ce fait, les publications scientifiques en la matière sont peu ou presque pas existantes.

En fait, cette étude peut constituer une tentative de réponse aux deux questions fondamentales suivantes :

- Si le tourisme saharien s'affirme de plus en plus comme un choix nécessaire, répondant aux motivations d'une clientèle de plus en plus

exigeante, comment interagissent les acteurs de l'industrie touristique en Tunisie vis-à-vis de leurs objectifs ainsi que des objectifs assignés par les projets de développement du tourisme saharien ?

- Est-ce que notre étude prospective sur l'analyse du jeu d'acteurs par la méthode Mactor peut conduire à une vision renouvelée du projet de développement du tourisme saharien en Tunisie ?

Nous voyons que nos questions de recherche viennent interroger deux grands domaines, celui du *tourisme saharien* en Tunisie et celui de *la prospective*. Une telle recherche peut contribuer à élucider les facteurs clés de succès du développement du tourisme saharien dans le contexte tunisien. Par ailleurs, cette démarche conduit également à s'interroger sur :

- La nature de tous les acteurs du système touristique et les partenaires (stakeholders)⁽¹⁾ du tourisme saharien.

- Les objectifs du projet de développement du tourisme saharien et ce, pour représenter les finalités de chaque acteur, ses objectifs, ses contraintes et moyens d'action.

- L'identification des enjeux stratégiques et des objectifs associés des acteurs du tourisme saharien.

Pour mener à bien notre étude nous nous sommes basés sur les deux constats suivants que nous essayerons de mettre en évidence via la méthode «MACTOR»:

1^{er} constat : le projet de développement du tourisme saharien en Tunisie passe par les choix managériaux et les objectifs stratégiques des différentes parties prenantes du secteur touristique.

2^{ème} constat : le positionnement des acteurs par rapport aux objectifs stratégiques du projet de développement du tourisme saharien en Tunisie, notamment leurs convergences ou divergences, conditionne le succès ou l'échec dudit projet.

1) Nous avons déterminé les acteurs du système étudié, en se référant à la théorie des parties prenantes « stakeholders theory »

2.1 - Méthodes de recueil de données :

2.1.1- *L'observation participante:*

Cette méthode implique que le chercheur se rende sur le lieu de son observation et y séjourne quelques temps."Le travail d'analyse se fait au fur et à mesure, des parties importantes de cette analyse se faisant pendant la collecte des données" (HS. Becker, 1958 cité par Aktouf, 1992, p.197). Or, ce n'est pas la démarche que nous avons suivie puisque nous scrutons un sujet bien déterminé (le projet de développement du tourisme saharien en Tunisie). Néanmoins, nous utiliserons des techniques de l'observation participante à savoir : l'observation quotidienne accompagnée de prise de notes, de recueil d'archives et de recherches documentaires. Les données recueillies à l'Office National du Tourisme Tunisien, nous serviront pour réaliser les "images riches" ⁽¹⁾des différentes situations problématiques de notre étude. Ces observations ont constitué le socle de notre étude.

- L'entretien non directif actif et semi-directif :

Cette technique nous paraît être intéressante pour l'implication du chercheur qu'elle suppose. Selon Alex Mucchielli⁽²⁾: *«l'entretien est ouvert et centré, il repose non sur les réactions de l'interviewé à des questions précises mais sur l'expression libre de ses idées sur un sujet (...).Dans cette technique, l'interviewer ne pose pas de question et se contente de suivre le déroulement de la pensée de son interlocuteur. Il présente des synthèses régulièrement, mais il est en plus "actif"».*

Lors de nos entretiens nous avons privilégié ces éléments, tout en prenant soin :

1) « L'image riche » ou « rich picture » est l'élément de base pour l'étude de n'importe quel système en adoptant l'approche systématique via l'étude des interactions des acteurs au sein du système étudié. (Understudy Systeme).

2) « il est "actif" car il soutient sans arrêt son interlocuteur dans sa réflexion. Il ne reporte pas à plus tard cette compréhension sous prétexte qu'il enregistre tout. De ce point de vue, nous déconseillons l'usage d'un magnétophone. Il faut faire preuve d'implication c'est-à-dire intervenir sur plusieurs registres : sur celui de la synthèse intellectuelle- manifestant ainsi la compréhension du contenu- et sur celui de l'analyse du sens des conduites en situation, manifestant ainsi la compréhension de l'ensemble des communications " en acte" que fait l'interviewer » , Mucchielli, 1994, p.30.

- De prendre des notes lors de l'entretien : les analyses faites au long de l'entretien permettent toujours de ramener la compréhension de ce qui est dit par rapport à l'objet de l'entretien. Le souci majeur étant de faire émerger les objectifs des acteurs.

- De ne pas poser de questions précises, et d'essayer d'orienter l'entretien autour de thèmes que nous définirons. Notre souci majeur était d'esquisser le positionnement des acteurs par rapport aux objectifs des autres partenaires du secteur touristique et culturel.

3- La méthode Mactor : outil de prospective stratégique

La méthode MACTOR (Méthode ACTeurs, Objectifs, Rapports de force) propose une démarche d'analyse du jeu des acteurs et quelques outils simples qui permettent de prendre en compte la richesse et la complexité de l'information à traiter, en fournissant à l'analyste des résultats intermédiaires qui l'éclairent sur certaines dimensions du problème.

Méthode d'analyse des jeux d'acteurs, Mactor⁽¹⁾ cherche à estimer les rapports de force entre acteurs et à étudier leurs convergences et divergences vis-à-vis d'un certain nombre d'enjeux et d'objectifs associés. À partir de cette analyse, l'objectif de l'utilisation de la méthode Mactor est de fournir à un acteur une aide à la décision pour la mise en place de sa politique d'alliances et de conflits.

Du point de vue méthodologique Mactor comprend sept phases :

Phase 1 : construire le tableau "stratégies des acteurs" : la construction de ce tableau concerne les acteurs qui commandent les variables clés issues de l'analyse structurelle : c'est le jeu de ces acteurs "moteurs" qui explique l'évolution des variables commandées (signalons que le nombre utile d'acteurs se situe souvent entre 10 et 20). Les renseignements collectés sur les acteurs sont mis en forme de la façon suivante :

1) Godet M., Meunier F., "Analyser les stratégies d'acteurs : la méthode Mactor", Cahier du LIPS n° 3, mai 1996.

- On établit d'une part une véritable carte d'identité de chaque acteur: ses finalités, objectifs, projets en développement et en maturation (préférences), ses motivations, contraintes et moyens d'action internes (cohérence), son comportement stratégique passé (attitude).

- On examine d'autre part les moyens d'action dont dispose chaque acteur sur les autres pour faire aboutir ses projets.

Phase 2 : identifier les enjeux stratégiques et les objectifs associés : la rencontre des acteurs en fonction de leurs finalités, de leurs projets et moyens d'actions, permet de révéler un certain nombre d'enjeux stratégiques sur lesquels les acteurs ont des objectifs convergents ou divergents.

Phase 3 : positionner les acteurs sur les objectifs et repérer les convergences et divergences (positions simples) : il s'agit dans cette étape de décrire dans une matrice "acteurs x objectifs" (MAO) l'attitude actuelle de chaque acteur par rapport à chaque objectif en indiquant son accord (+1), son désaccord (-1) ou bien sa neutralité (0).

Pour recenser les jeux d'alliances et de conflits possibles, la méthode Mactor précise le nombre et les objectifs sur lesquels les acteurs, pris deux à deux, sont en convergence ou en divergence.

Deux premiers graphes complets des convergences puis des divergences possibles sont alors établis. Ils permettent de visualiser des groupes d'acteurs en convergence d'intérêt, d'évaluer leur degré de liberté apparent, de repérer les acteurs les plus menacés potentiellement et d'analyser la stabilité du système.

Phase 4 : hiérarchiser pour chaque acteur ses priorités d'objectifs (positions valuées) : les graphes construits précédemment restent assez élémentaires puisqu'ils ne prennent en compte que le nombre de convergences et de divergences d'objectifs entre acteurs. Pour rapprocher le modèle de la réalité, il convient de tenir compte également de la hiérarchie des objectifs pour chaque acteur. On évalue ainsi l'intensité du positionnement de chaque acteur à l'aide d'une échelle spécifique.

Phase 5 : évaluer les rapports de force des acteurs : on construit une matrice des influences directes entre acteurs à partir du tableau de stratégie des acteurs en valorisant les moyens d'action de chaque acteur. Les rapports de force sont calculés par le logiciel Mactor en tenant compte à la fois des moyens d'actions directs et indirects (un acteur pouvant agir sur un autre par l'intermédiaire d'un troisième). Un plan influence /dépendance des acteurs est alors construit. L'analyse des rapports de force des acteurs met en avant les forces et les faiblesses de chacun de ces acteurs, leurs possibilités de verrouillage, etc.

En conséquence, nous distinguons 4 types d'acteurs :

- Les acteurs dominants, c'est-à-dire qui disposent d'une influence forte sur les autres sans être eux-mêmes fortement influencés.
- Les acteurs relais, ceux qui sont à la fois fortement influents et fortement influencés.
- Les acteurs dominés, ou dépendants, ceux qui disposent d'une faible influence et qui sont fortement influencés.
- Les acteurs autonomes, ce sont les acteurs peu influents et peu dépendants.

Phase 6 : intégrer les rapports de force dans l'analyse des convergences et des divergences entre acteurs : dire qu'un acteur pèse deux fois plus qu'un autre dans le rapport de force global, c'est implicitement donner un poids double à son implication sur les objectifs qui l'intéressent. L'objet de cette étape consiste justement à intégrer le rapport de force de chaque acteur à l'intensité de son positionnement par rapport aux objectifs.

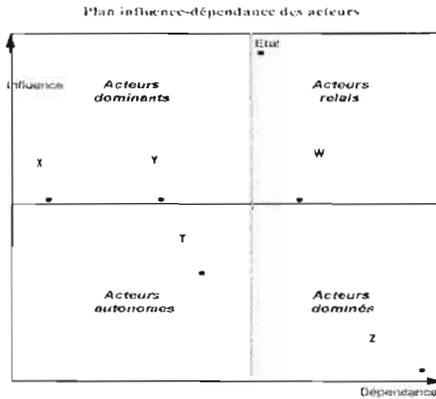
On obtient de nouveaux graphes des convergences possibles et des divergences entre tous les acteurs. La comparaison entre les séries de graphes permet d'observer la déformation des alliances et les conflits potentiels tenant compte des hiérarchies des objectifs et des rapports de force entre acteurs.

Phase 7 : formuler les questions clés de l'avenir et les recommandations stratégiques : par les jeux d'alliances et de conflits potentiels entre acteurs qu'elle met en lumière, la méthode Mactor contribue à la formulation des questions clés de la prospective et des

recommandations stratégiques. Elle aide par exemple à s'interroger sur les possibilités d'évolution des relations entre acteurs, l'émergence et la disparition d'acteurs, les changements de rôles, etc.

Il convient de signaler que sur un plan pratique, le temps nécessaire pour conduire une analyse du jeu des acteurs à l'aide de la méthode Mactor (2 à 5 mois) -ce qui n'est pas le cas pour notre étude- est en général plus court que pour une analyse structurelle, mais le temps nécessaire à la collecte, à la vérification des informations et à leur analyse ne doit pas être sous-estimé (Chapuy, Godet 1999).

Plan influence- dépendance des acteurs (Godet 2004)



4- L'organisation de l'étude : une démarche en quatre étapes

La démarche d'analyse du jeu d'acteurs concernant le tourisme saharien en Tunisie s'est appuyée sur la méthode Mactor. En fait, notre étude s'organise autour de plusieurs composantes présentées dans cette étude en quatre étapes.

La première étape vise à identifier les principaux acteurs concernés par ces enjeux, à identifier les dimensions du projet⁽¹⁾, à rechercher les enjeux

1) Le projet de développement du tourisme saharien en Tunisie.

ou les champs de bataille, et à repérer les objectifs poursuivis par ces acteurs sur ces champs de bataille.

La deuxième étape consiste à analyser et à décrire le fonctionnement du jeu d'acteurs sous deux formes:

1. Le repérage des influences directes des acteurs les uns sur les autres (c'est la matrice acteurs/acteurs ou matrice des influences directes MID).

2. La description et la mesure de la position de chacun des acteurs par rapport à chacun des objectifs (c'est la matrice acteurs/objectifs ou matrice des positions évaluées 2MAO). Cette deuxième étape est le fruit d'un travail conduit durant plusieurs réunions.

Lors de la troisième étape, et sur la base de ces deux matrices, le logiciel Mactor assure le traitement des données et détermine une série de résultats permettant de mieux comprendre les positions des acteurs dans l'ensemble du jeu (acteurs dominants ou dominés), de repérer les objectifs les plus impliquants pour les acteurs, les objectifs controversés ou non, de faire apparaître les oppositions d'intérêt ou au contraire les convergences dans les positions des divers acteurs.

La quatrième étape est celle de l'interprétation des résultats. Par la suite, naturellement, chaque acteur pourra prendre connaissance des travaux, analyser les résultats à la lumière de sa propre situation, de sa propre vision des enjeux, et en tirer des enseignements stratégiques pour sa propre entreprise ou son organisation.

4.1 - Identification des différents acteurs et objectifs du système étudié :

À partir des entretiens de la première phase, nous avons finalisé une liste de dix-sept acteurs considérés comme jouant un rôle central sur l'avenir du développement du tourisme saharien en Tunisie. L'identification et la différenciation des acteurs s'effectuent notamment sur le fait qu'ils ont des positions convergentes ou divergentes sur les grands domaines d'enjeux du projet. Ainsi, nous avons pu finaliser la liste d'acteurs suivante :

	Acteurs	Abréviations
1	L'Office National du Tourisme Tunisien.	(ONTT)
2	Le Ministère de l'Environnement.	(M.Env)
3	Le Ministère de la Culture.	(Min.Cultur)
4	Les tour-opérateurs.	(Tour.Opért)
5	Les agences de voyage.	(Agce.Voyge)
6	Les directeurs des hôtels.	(Dir-Hôtel)
7	Les responsables régionaux.	(Resp.Régx)
8	Les créateurs et organisateurs des événements culturels.	(Org-év-cul)
9	Les guides touristiques.	(Guide-Tour)
10	Les promoteurs.	(Promoteurs)
11	L'Office National de l'Artisanat.	(Of-Art)
12	Les prestataires de service saharien.	(Pr.S.S)
13	Les banques.	(Banques)
14	Les médias.	(Médias)
15	Les propriétaires des centres de loisirs.	(Centre.los)
16	Les ONG dans le domaine culturel.	(ONG)
17	Les responsables des sites et des Monuments Historiques.	(Res.Mon.)

On doit noter que cette liste des acteurs - comme la liste des objectifs ci-après - a été élaborée sur la base des entretiens. Les deux listes peuvent ainsi témoigner d'un certain biais. Néanmoins, ces acteurs ont été assez largement interrogés lors de notre enquête via des entretiens non directifs actifs.

L'identification des objectifs a été menée en collectant auprès des acteurs leurs objectifs sur les différents champs de bataille. Sur la base de ce premier matériau (plusieurs objectifs ont été ainsi identifiés), nous avons finalisé une liste de vingt-quatre objectifs qui sont considérés comme les objectifs poursuivis par les 17 acteurs identifiés dans les grands domaines qui commandent l'avenir du produit touristique saharien en Tunisie.

Ces objectifs ont fait l'objet d'une formalisation de leurs expressions assez précise. En effet, puisque dans la méthode il s'agit de positionner les acteurs sur chacun des objectifs selon qu'ils sont vis-à-vis d'eux très favorables, favorables, indifférents, peu favorables ou très défavorables, la formalisation précise de chaque objectif est très importante pour permettre

cette évaluation de la position de chaque acteur. Nous avons finalisé la liste de 23 objectifs de la façon suivante:

Les principaux objectifs.

	Objectifs	Abréviations
1	La diversification du produit touristique tunisien.	Div.Produt
2	Le développement du produit saharien.	Dev.Pd.Sah
3	Créer de nouveaux marchés.	Nov.Marché
4	Promotion du tourisme national et sous- régional.	(Tr.Rég)
5	Améliorer la recette en devise du secteur de tourisme.	(Rcet-Dvise)
6	Limiter le phénomène de la saisonnalité.	(Phn.Saison)
7	Conserver le patrimoine architectural et urbain dans les zones sahariennes.	(C.pat.urb)
8	Mise en Valeur du Patrimoine et de la Promotion Culturelle.	(Val.Pt.cul)
9	La création d'emplois.	(Cré-emploi)
10	Incitation et l'intéressement des promoteurs en matière d'investissement.	(Invst-pro)
11	Développement régional et implication des habitants.	(Dév.Région)
12	Mise en place de nouvelle réglementation.	(Nvl.Régles)
13	Evaluer et améliorer le rendement des différentes organisations sahariennes.	(Rend.Inter)
14	Promouvoir de nouvelles manifestations d'animation.	(Nv.Anim)
15	Renforcer un partenariat équilibré entre les secteurs public et privé.	(Prt.Pré-Pb)
16	Développer une nouvelle culture organisationnelle au sein des entreprises touristiques sahariennes.	(Cult.Organ)
17	Développer un système d'information et de coopération entre les différents intervenants en tourisme saharien.	(Sys.Inform)
18	Mettre l'accent sur la formation continue.	(Form.contn)
19	Promouvoir davantage le produit touristique saharien.	(Imge.Marq)
20	Améliorer la qualité de services du produit saharien.	(QoS.Cultur)
21	Lutter contre les constructions anarchiques aux alentours des zones touristiques.	(lut.C.anch)
22	Organiser les syndicats d'initiative touristique.	(Og.Syd)
23	Renforcement des dessertes aériennes et des réseaux routiers.	(R.dés.Aér)

Ces vingt-trois objectifs peuvent finalement, pour la plupart, être regroupés dans trois grandes familles d'objectifs qui touchent :

1. La quête de l'intérêt public et macroéconomique: objectifs 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 22.
2. Le fonctionnement interne du secteur : objectifs 6, 13, 19, 21, 23,
3. Les règles du jeu du futur : objectifs 11, 15, 16, 20.

4.2 - Les matrices d'entrée

Plusieurs réunions d'échanges ont eu lieu avec les professionnels pour bâtir les deux tableaux de données d'entrée. Le jeu d'acteurs sur le produit touristique saharien va dépendre non seulement de la position défendue par chacun des acteurs selon qu'il est favorable ou opposé aux différents objectifs, mais aussi du pouvoir de ces acteurs, de leur capacité à s'influencer les uns les autres et à peser sur le système.

Il convient donc de documenter ces deux types de relations : la position des acteurs par rapport aux objectifs et l'influence des acteurs entre eux. Deux tableaux de données d'entrée du modèle Mactor ont été remplis :

1. Une matrice des rapports de force "acteurs/acteurs" où sont représentées les capacités d'influence directe de chaque acteur sur chacun des autres (voir fig. 2).

2. Une matrice "acteurs/objectifs" où sont représentées les positions (favorables ou défavorables) de chaque acteur par rapport à chaque objectif (voir fig. 3).

Matrice des influences directes (MID) acteurs x acteurs

MID	ONTT	Min-Envrnt	Min-Cultur	Tour-Opért	Agce-Voyge	Dir-Hôtels	Aut-Région	Org-Ev-cul	Guide-Tour	Promoteurs	O.N.Artisa	Prest-S-Sh	Banques	Médias	Pr-Ce-Lsir	ONG	Res-Sit-Mo
ONTT	0	2	2	1	3	4	1	2	4	2	2	3	1	1	3	2	2
Min-Envrnt	1	0	1	1	1	1	2	1	1	2	0	1	0	1	1	2	2
Min-Cultur	1	1	0	1	1	1	1	3	2	1	2	1	1	2	2	3	4
Tour-Opért	2	0	0	0	4	3	0	2	3	2	2	3	1	1	2	0	1
Agce-Voyge	1	0	1	1	0	2	0	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1
Dir-Hôtels	1	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1
Aut-Région	1	1	1	0	1	2	0	2	1	2	1	2	0	0	3	3	2
Org-Ev-cul	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	2	1	1	0
Guide-Tour	1	0	1	1	2	2	0	2	0	1	1	1	0	0	2	0	2
Promoteurs	3	2	2	2	2	4	1	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1
O.N.Artisa	1	0	2	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	2	0
Prest-S-Sh	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0
Banques	1	0	1	1	2	2	0	3	2	3	2	3	0	0	3	1	1
Médias	3	2	2	2	2	1	2	3	0	2	2	2	1	0	2	2	2
Pr-Ce-Lsir	1	1	1	0	1	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0
ONG	1	2	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Res-Sit-Mo	1	1	1	0	1	1	0	1	3	0	1	1	0	1	0	1	0

© LIPSOR-BPTA-MACTOR

La matrice des influences directes est remplie conformément aux conventions suivantes. Les influences sont notées de 0 à 4 suivant l'importance de la remise en cause possible pour l'acteur :

0 : Pas d'influence

1 : Processus opératoires

2 : Projets

3 : Missions

4 : Existence

Matrice des positions valuées (acteurs x objectifs) MAO

2MAO	Div. Product	Dev. Pd. S&H	Nov. Marché	Pr.-T.-Regio	Recet. Div'se	Pm. Saison	C. pat. urb	Val. Pr. cul	Cré-emploi	Incl.-Invst	Dev. Région	IML Régles	Evalui-Rend	Nv. Amnati	P-Pub Privé	Cult. Organ	Sys. Inform	Form.contn	Image Marq	QoS	Int. C. anch	Og. Sydical	Infra-Str	
ONTT	3	3	2	2	4	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
Min-Envrnt	0	1	0	1	0	0	3	3	1	1	2	1	0	1	2	0	0	2	0	0	1	3	0	2
Min-Cultur	1	1	0	1	0	0	3	3	1	-1	2	-2	0	2	0	0	2	2	1	1	2	1	0	
Tour-Opért	3	3	4	-1	0	3	1	1	0	0	1	-1	-1	1	0	0	2	0	3	4	0	0	1	
Agce-Voyge	2	2	3	3	1	3	1	1	0	-2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	
Dir-Hôtels	2	1	2	1	2	3	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	2	2	1	3	1	2	1	
Aut-Région	0	1	1	2	2	0	1	2	3	1	3	1	0	1	2	0	2	1	2	0	3	2	3	
Org-Ev-cul	1	2	3	2	1	2	1	2	0	0	1	2	3	4	2	2	2	0	0	1	0	2	0	
Guide-Tour	2	2	3	2	1	2	1	1	0	1	1	-1	1	2	0	0	2	1	2	2	0	2	1	
Promoteurs	2	2	2	3	3	1	1	1	4	1	2	1	1	3	3	3	2	3	2	1	0	1	1	
O.N.Artisa	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	1	0	1	2	3	0	1	2	1	2	1	1	0	
Prest-S-Sh	1	2	4	3	2	3	1	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	1	1	1	
Banques	0	1	1	1	3	0	0	0	1	3	2	0	0	1	1	0	2	0	1	2	0	0	2	
Médias	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	2	1	0	1	0	2	1	1	0	0	
Pr-Ce-Lsir	2	4	3	2	3	3	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	0	1	1	0	1	1	
ONG	1	1	1	1	1	1	4	4	2	-2	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	
Res-Sit-Mo	1	2	1	1	2	2	4	4	1	-2	1	1	0	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	

© LIPIOR-EPITA-MACTOR

Ces deux matrices de données d'entrée (voir les conventions de remplissage ci-après) ont été élaborées lors de plusieurs séances de travail de réflexion prospective représentant au total environ une dizaine d'heures de discussions.

Les débats engagés entre les membres de notre cercle de réflexion (*L'ONTT, le Ministère de la Culture, les tour-opérateurs, les promoteurs, l'ONAT, les directeurs des hôtels, etc.*) se sont avérés extrêmement fructueux. Ils ont permis à chacun des acteurs d'explicitier sa compréhension des enjeux. Ils ont conduit chacun des participants, représentant sa "classe d'acteurs", à préciser sa position par rapport à chacun des objectifs identifiés par le groupe.

5- Résultats de l'étude

5.1 - Plan des influences directes et indirectes entre acteurs

La matrice acteurs/acteurs (fig. 2) qui indique les influences directes entre chaque couple d'acteurs permet de faire des sommes de l'influence (en ligne) et de la dépendance (en colonne) de chaque acteur sur le système. Il est

ainsi possible de calculer des indicateurs qui permettent de placer chaque acteur dans un plan "influence/dépendance" et de visualiser ces positions relatives.

L'influence d'un acteur ne s'exerce pas seulement directement sur un autre, elle peut également passer par l'intermédiaire d'autres acteurs. Un calcul simple permet de tenir compte de ces influences (et dépendances) indirectes pour donner une image plus proche de la réalité des pouvoirs des acteurs les uns sur les autres.

Le degré d'influence et de dépendance de chaque acteur, mais aussi les réactions en retour qui peuvent s'exercer sur un acteur, peuvent être synthétisés sous un seul paramètre exprimant le rapport de force. Plus ce rapport de force est élevé, plus l'acteur dispose de pouvoir pour orienter l'évolution du système et influencer sur les autres acteurs, et moins il est soumis à l'influence des autres acteurs.

Le plan des influences et dépendances fournit une représentation graphique du positionnement des acteurs en fonction de leurs influences et dépendances directes et indirectes nettes (I_i et D_i). Les flèches indiquent les principaux déplacements observés lorsque l'on tient compte des influences de deuxième ordre dans le jeu des acteurs. Ainsi par exemple, les banques et les propriétaires des centres de loisir rejoignent le groupe des acteurs dominants.

Le plan, construit directement à partir des données d'entrée élaborées par le biais du logiciel Mactor fait apparaître :

- **Les acteurs dominants**, c'est-à-dire qui disposent d'une influence forte sur les autres sans être eux-mêmes fortement influencés : ce sont essentiellement les tours opérateurs de par leur influence dans le secteur quant à la commercialisation des différents produits touristiques, ainsi que leur pouvoir d'influencer la clientèle dans le choix de la destination. De l'autre côté nous constatons que les médias sont réputés être des acteurs dominants en raison de leur position en tant que groupe de pression.
- **Les acteurs relais**, ceux qui sont à la fois fortement influents et fortement influencés : dans notre cas d'espèce, ce sont L'ONTT et le Ministère de la Culture. L'ONTT est très influent de par sa position sous la

tutelle du Ministère du Tourisme qui retrace les grandes lignes et orientations stratégiques relatives au secteur. Entre autres, l'ONTT chapeaute l'activité touristique dans le pays (octroi des agréments, contrôle des sites, impositions des normes...). Cependant il demeure influencé par les tours opérateurs.

- **Les acteurs dominés**, ceux qui disposent d'une faible influence et qui sont fortement influencés : ce sont l'ensemble des acteurs qui font fonctionner le secteur du tourisme saharien, à savoir : les organisateurs des événements culturels, les guides touristiques, les directeurs d'hôtels, les responsables des sites et des monuments, les prestataires des services sahariens. Tous ces acteurs doivent respecter les directives de l'ONTT.
- **Les acteurs autonomes** : deux acteurs apparaissent autonomes, c'est-à-dire peu influents et peu dépendants, ce sont les autorités régionales et le Ministère de l'Environnement.

5.2 - Des rapports de force très inégaux entre les acteurs.

La Matrice des Influences Directes et Indirectes (MIDI) comporte deux types d'informations intéressantes :

- Les influences directes et indirectes qu'un acteur i a sur un acteur j (MIDI) $_{ij}$ avec $i \neq j$ et qui sont équivalentes (par définition) aux dépendances directes et indirectes de l'acteur j par rapport à l'acteur i .

- Les influences indirectes d'un acteur i sur lui-même qui passent par un acteur relais et que l'on appelle rétroaction (MIDI) $_{ii}$. Le rapport de force d'un acteur sera d'autant plus élevé que son influence sera élevée, sa dépendance faible et sa rétroaction faible. En effet, ne vouloir considérer que l'influence relative d'un acteur pour mesurer son rapport de force est insuffisant : un acteur peut très bien avoir à la fois une influence très forte, une dépendance également très forte et en même temps une rétroaction importante : son rapport de force sera alors très faible. Par contre, un acteur ayant une influence moyenne, mais une dépendance et une rétroaction nulles aura un rapport de force important.

Vecteur des rapports de force

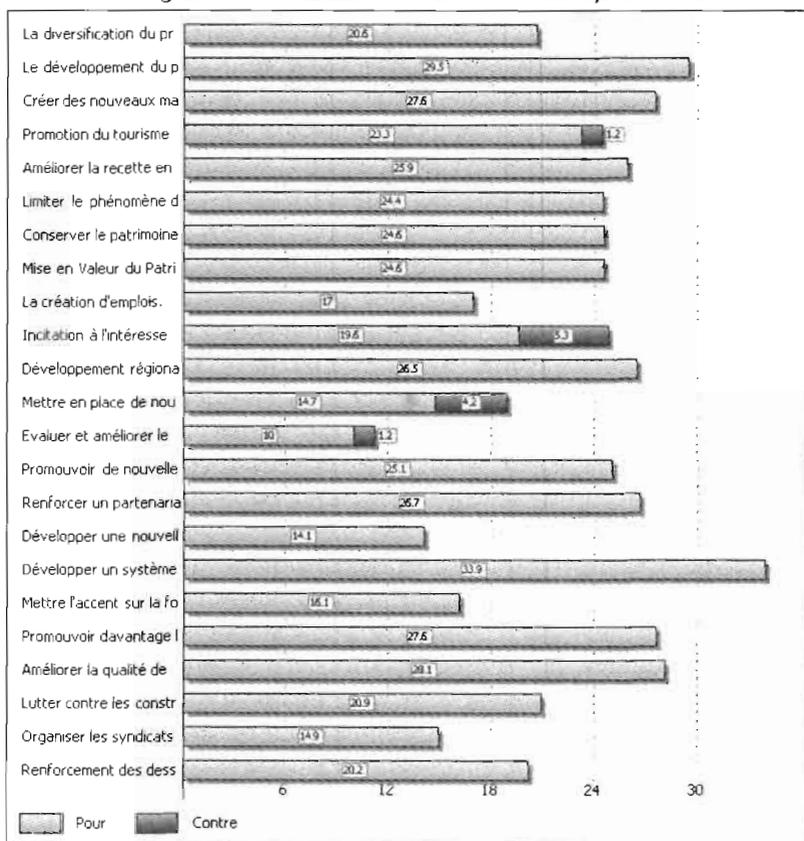
	ϱ_i
ONTT	1.44
Min-Envrnt	1.29
Min-Cultur	1.22
Tour-Opért	1.22
Agce-Voyge	0.87
Dir-Hôtels	0.54
Aut-Région	1.36
Org-Ev-cul	0.82
Guide-Tour	0.60
Promoteurs	1.81
O.N.Artisa	0.43
Prest-S-Sh	0.38
Banques	1.35
Médias	2.01
Pr-Ce-Lsir	0.52
ONG	0.47
Res-Sit-Mo	0.69

© LIPSOB-ETHA-MACTOR

R_i^* est le rapport de force de l'acteur i tenant compte de ses influences et dépendances directes et indirectes et de sa rétroaction. Nous constatons que les acteurs ayant les rapports de force les plus importants dans le secteur sont : les médias (2,01), les promoteurs (1,81), l'ONTT (1,44), les tour-opérateurs (1,22), le Ministère de la Culture (1,22).

A travers l'étude des rapports de force des auteurs un histogramme nous permet de visualiser la mobilisation des acteurs sur les objectifs, en tenant compte des positions évaluées pondérées.

Histogramme de la mobilisation des acteurs sur les objectifs 3MAO



© UNESCO-ETHIOPIA-ACTOR

Nous constatons qu'il y a 4 objectifs conflictuels entre les acteurs à savoir :

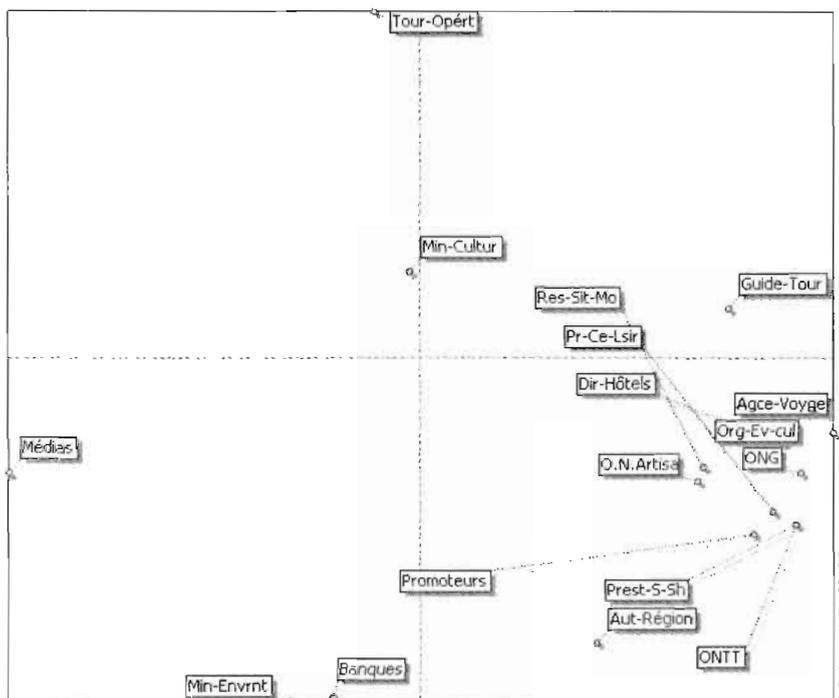
1. Promotion du tourisme national et sous-régional.
2. Incitation et intéressement des promoteurs en matière d'investissement.
3. Mise en place de nouvelles réglementations.
4. Evaluation et amélioration du rendement des différentes organisations sahariennes.

5.3 - Convergences et divergences entre acteurs.

Plan et graphe des convergences.

La matrice des convergences d'objectifs entre acteurs ou Convergences simples Acteurs X Acteurs (ICAA) identifie pour chaque couple d'acteurs le nombre d'objectifs sur lesquels deux acteurs ont la même position (favorable ou opposée), c'est à dire leur nombre d'alliances potentielles. Les positions neutres et indifférentes codées "0" ne sont pas prises en compte. Cette matrice est symétrique.

Plan des convergences entre acteurs d'ordre 1

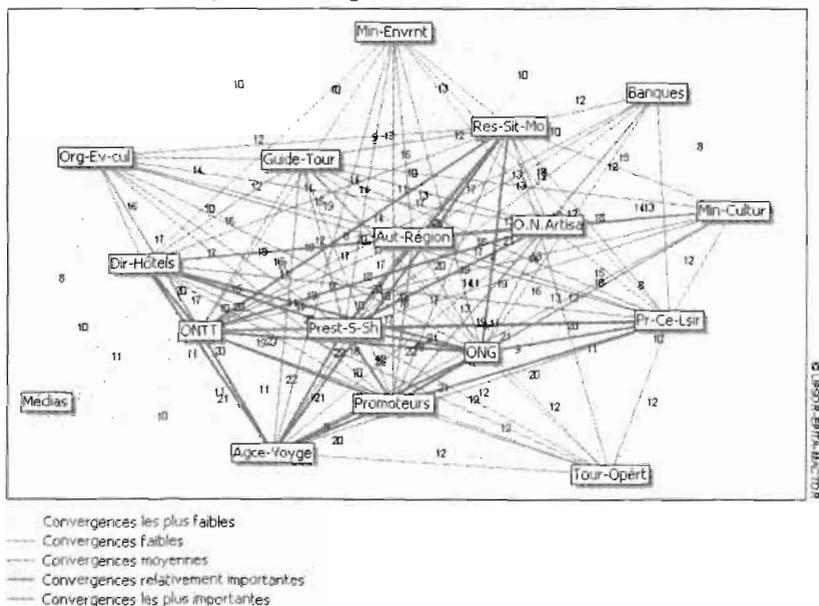


Le graphe des convergences entre acteur d'ordre 2 permet de représenter les liens de convergence entre acteurs. Il aide notamment à

identifier les alliances et conflits éventuels. Les liens expriment le taux de convergence calculée à partir de la matrice ICAA.

Il découle du plan (fig. 7) et du graphe (fig. 8) des convergences qu'il y a une forte convergence entre l'ONTT et les prestataires de services touristiques sahariens en premier lieu et les promoteurs en deuxième lieu. Ceci, nous paraît logique car l'ONTT ne cesse d'inciter les prestataires de services touristiques sahariens ainsi que les promoteurs à investir dans le domaine du tourisme saharien.

Graphe des convergences entre acteurs d'ordre 1



Plan et graphe des divergences

Le graphe des divergences entre acteur d'ordre 1 permet de représenter les liens de divergence entre acteurs. Il aide notamment à identifier les alliances et conflits éventuels. Les liens expriment le taux de divergence calculé à partir de la matrice IDAA.

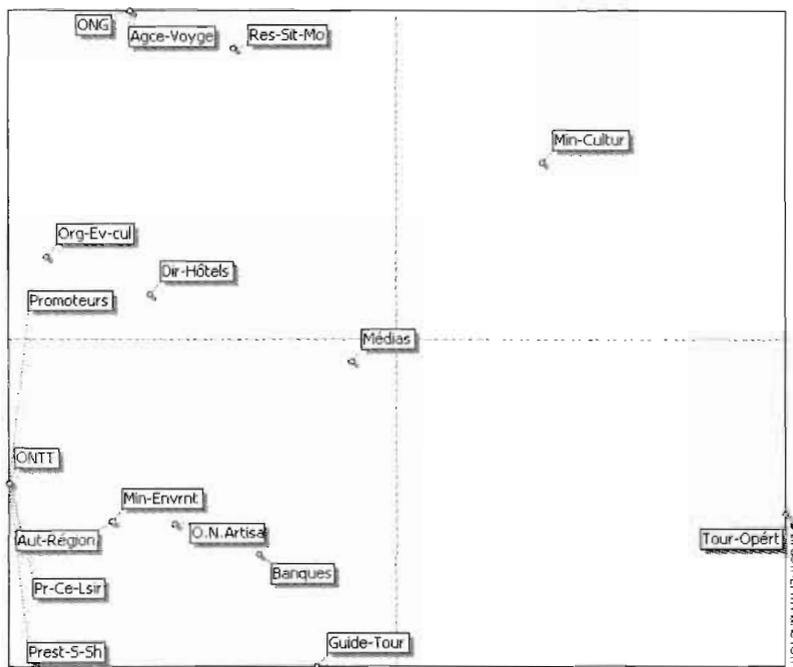
Nous constatons à partir du plan (fig. 9) et du graphe (fig. 10) des divergences que l'acteur tour-opérateur a des relations conflictuelles avec la majorité des acteurs du système étudié «tourisme- saharien» à savoir :

- Organismes des événements culturels
- ONTT
- Promoteurs
- Guides touristiques

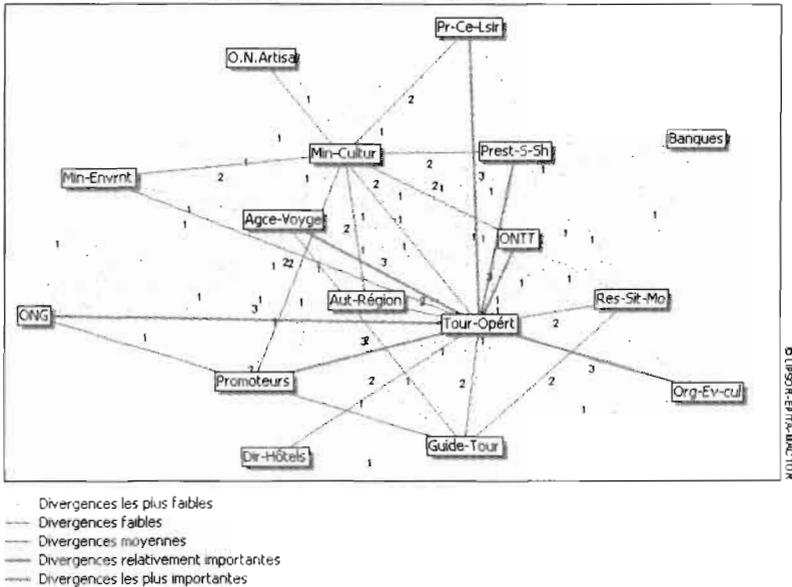
Ces latitudes conflictuelles se justifient par le fait que les tour-opérateurs gouvernent le secteur du tourisme en Tunisie via le contrôle des prix selon la loi de l'offre et la demande, le souci permanent de l'amélioration de la qualité de service.

Dans le même ordre d'idées, les tour-opérateurs ont un pouvoir énorme dans le système dans la mesure où ils choisissent le pays de destination pour la clientèle.

Plan des divergences entre acteurs d'ordre 1



Graphe des divergences entre acteurs d'ordre 1



5.4 - Histogramme de l'ambivalence des acteurs

Deux acteurs peuvent avoir entre eux des positions convergentes sur certains objectifs et divergentes sur d'autres objectifs. Leur position est alors ambivalente. S'ils veulent sceller entre eux une alliance, ils devront travailler sur les objectifs qui les rassemblent et faire des concessions sur les objectifs qui les séparent.

L'ambivalence des acteurs est représentée par un histogramme (fig. 11) bâti à partir du vecteur de l'ambivalence des acteurs.

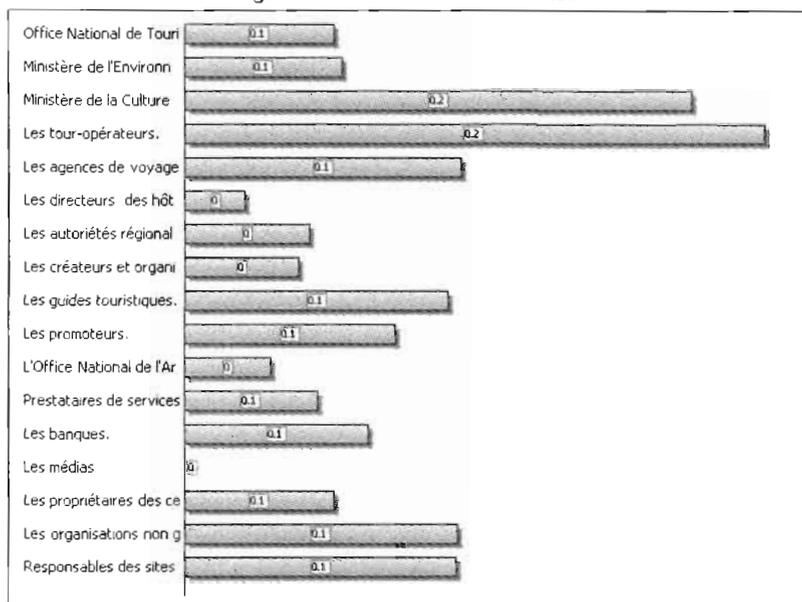
Nous constatons que les acteurs les plus ambivalents, et donc instables dans leur alliances, sont :

- Les tour-opérateurs
- Le Ministère de la Culture
- Les guides touristiques

- Les promoteurs
- Les ONG
- Les responsables des sites et des monuments
- Les banques

En fait, nous devons mettre l'accent lors des recommandations stratégiques que nous proposons sur ces acteurs réputés instables quant à leurs alliances.

Histogramme de l'ambivalence des acteurs



6- Les questions clés pour l'avenir :

Les jeux d'alliances et de conflits potentiels que nous avons déterminés entre acteurs par la méthode MACTOR, nous permettent de formuler les questions clés de notre étude prospective sur le projet de développement du tourisme saharien en Tunisie à savoir :

1. Comment pouvons-nous pallier au phénomène de la saisonnalité dans le secteur touristique tunisien ?

2. Comment pouvons-nous convaincre les différents acteurs de la nécessité d'investir en capital humain en vue d'améliorer la qualité de service ?
3. Quels seront les types d'emplois et d'investissements ?
4. Quel sera l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur le devenir de l'offre saharienne et de ses produits ?
5. Comment accompagner les populations les plus défavorisées dans cette démarche ?
6. Quelles initiatives et stratégies gagnantes faut-il mettre en œuvre ?
7. Comment peut-on s'allier avec les tour-opérateurs qui sont réputés l'acteur le plus ambivalent dans le système du tourisme saharien ?
8. Comment pouvons nous atténuer la résistance des ONG et du Ministère de la culture quant à l'incitation à l'investissement dans le secteur de tourisme saharien?

6.1 - Les recommandations stratégiques :

Pour parvenir au développement du tourisme saharien nous suggérons les recommandations stratégiques suivantes :

1. Sensibiliser les acteurs les plus ambivalents sur tous les objectifs relatifs au développement du tourisme saharien en Tunisie et ce, pour atténuer leur résistance à ce changement par le biais de l'organisation de séminaires intensifs en la matière.
2. Promouvoir une politique touristique respectueuse du patrimoine et économiquement efficace.
3. Encourager la participation de la population saharienne au développement touristique.
4. Bâtir des alliances stratégiques avec les tour-opérateurs.
5. Développer une stratégie partenariale durable au niveau national.
6. Renforcer les capacités des acteurs stratégiques du tourisme.
7. Mettre en place une politique commune de circuits de commercialisation du produit touristique selon les règles du commerce équitable.

8. Renforcer le rôle des médias quant à la promotion des produits touristiques sahariens.

9. Faire face sérieusement aux problèmes causés par l'engorgement inéluctable des sites.

10. Former les accompagnateurs, chauffeurs, guides touristiques et les convaincre d'appliquer et de faire respecter les règles nécessaires

6.2 - Les limites de l'étude

Nous ne nous pouvons pas prétendre façonner une étude scientifique parfaite et exhaustive, mais nous pouvons avouer l'existence de certaines limites qui ont biaisé nos résultats à savoir :

- La réticence des acteurs quant à la divulgation des informations recueillies lors de nos entretiens.
- La contrainte temps qui nous a été un handicap pour l'avancement de l'étude, chose qui nous a obligé à expliquer aux acteurs la démarche et l'organisation de notre étude.
- Les préjugés et les jugements de valeur gratuits portés par les acteurs sur notre qualité en tant qu'étudiant et enseignant et non pas comme professionnel du secteur.

7- Conclusion

Le tourisme, ce secteur transversal à toutes les autres activités économiques, écologiques, agricoles, culturelles, sociales doit faire preuve dans les prochaines années d'innovation et d'imagination afin de répondre à cette demande croissante. Pour l'Afrique en général, et la Tunisie en particulier, le tourisme saharien peut constituer un levier pour contribuer à impulser le développement. Il s'agit alors d'identifier et d'évaluer les facteurs qui vont influencer le marché touristique, les nouveaux produits, les nouveaux segments de clientèle, leurs environnement, les nouvelles niches de financement et de découvrir les grandes évaluations possibles des principaux secteurs du tourisme saharien et des nouvelles niches de marché à l'horizon 2010-2020.

Cependant, le développement touristique en zone saharienne est-il antinomique du respect de la beauté et de la tranquillité de ses espaces vierges, de la vulnérabilité de ses écosystèmes, de la fragilité des témoignages millénaires de la présence de l'homme dans le désert ? Cette question, les inquiétudes qu'elle entraîne, les alternatives possibles seront la toile de fond de nos recherches ultérieures.

Quoi de plus symbolique et fédérateur pour l'ensemble des pays sahariens qu'un projet commun de "charte pour le respect du désert", reposant sur des expériences pilotes transposables à terme à l'ensemble des zones désertiques.

Bibliographie

- Aktouf, O., 1992, «Méthodologie des sciences sociales et approches qualitative des organisations», Québec, Presse université, 213p.
- Berger, G., 1959, «L'attitude prospective» in *Le Monde en Devenir*. Encyclopédie Française, Société Nouvelle de l'Encyclopédie Française.
- Chapuy, P, Godet, M., 1999, «Sécurité alimentaire et environnement: Analyse du jeu d'acteurs par la méthode Mactor». Cahier de LIPSOR, n°11.
- Damak Ayadi, S.,»La théorie des parties prenantes : théorie empirique ou théorie normative». Cité dans Pesqueux Y., Bienfnot Y. »L'éthique des affaires : management par les valeurs et responsabilité sociale», Editions d'Organisations, 2002, p. 179-192.
- Duperrin, J.C., GODET, 1974, M., *Prospective des systèmes : une nouvelle méthode d'impacts croisés : S.M.I.C.74*. Thèse de 3ème cycle, Université de Paris VI.
- Duperrin, J.C., GODET, M., 1975, «SMIC-74, a method for constructing and ranking scenarios», *Futures*, 7, 4, p.302-312.
- Forse, M., 1991, *L'analyse structurelle du changement social. Le modèle de Louis Dirn*, PUF.
- Fortin, A, Deslauriers, JP., 1988 «Les méthodes de la recherche qualitatives», in *L'observation participante : au cœur de l'altérité*, Presses de l'Université du Québec.
- Freemman, R.E., 1999, »Divergent stakeholder theory», *Journal of Management Study*, vol. 39, n°1, p233-236.
- Godet, M., 2004, «Manuel de prospective stratégique», T.1 et 2, Dunod.
- Godet, M., 1985, «Prospective et planification stratégique», *Economica*,.
- Godet, M., 1992, «De l'anticipation à l'action», Dunod.
- Godet M., Meunier, F., 1996, «Analyser les stratégies d'acteurs : la méthode Mactor», *Cahiers du LIPS*, n° 3, mai.

- Gonod, P.F., 1990, «Dynamique de la prospective. Etude CPE n°134», édition Aditech.
- Gonod, P.F., 1995, «Matrices structurelles et mappings», Cahiers de Recherche en Prospective, n°0, janvier, p.111-132.
- Gordon, T.J., Hayward, H., 1968, «Initial experiments with the cross-impact matrix method of forecasting», *Futures*, december, 1, 2, p.100-116.
- Jacob, R., 2001, «La transformation d'une grande organisation de services publics selon la prospective de la gestion des connaissances». *Gestion*, vol. 26, n°1, printemps, p. 61-71.
- Jouvenel de, B., 1970, «Prévision et action», *Analyse et Prévision*, n°9, p.178-184.
- Massé, P., 1967a, «Prévision et prospective» in Darcet J., Etapes de la prospective, PUF.
- Massé, P., 1967-b, «Les attitudes envers l'avenir et leur influence sur le présent» in Darcet, J., Etapes de la prospective, PUF.
- Mélèse, J., 1979, «Approches systémiques des organisations : vers l'entreprise à complexité humaine», Ed. Hommes et techniques.
- Morin, E. , 1990, «Introduction à la pensée complexe», ESF-Editeur.
- Mucchielli, A., 1994, «Les méthodes qualitatives», Paris, PUF.
- Smida., A., 2003, «Stratégies des acteurs : prolongements méthodologiques des matrices d'impacts croisés. Application au cas français de la prestation spécifique dépendance». Actes de la XIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 3, 4, 5 et 6 juin 2003. Tunis.
- Smida., A., «Approche de la complexité par la prospective»
- Smida., A., 1995, “ Ingrédients de prospective et leviers de stratégie ” in Noël, A., Véry, Ph., Wissler, M. : Perspectives en management stratégique, p. 455-483.
- Smida., A, 1996, “ Life Cycle, a tool for Technological Prospective ”, Proceedings of the Fifth International Conference on Management of Technology, IAMOT, Miami, Florida, USA. R.M. Mason, L.A. Lefebvre, T. M. Khalil (ed.), Elsevier Advanced Technology, Oxford, UK.
- Smida., A., 1996, “Principales tendances lourdes du système technologique contemporain”, *Cahiers du Centre de Recherches Interdisciplinaires et d'Etudes en Gestion*, 96-204, Université de Paris XIII.

Smida., A.,1997, “ Créativité ” in Encyclopédie Générale de Gestion et de Management, Sirey-Dalloz.

Smida, A., Condor R., «Interactions entre vision, intention et anticipation chez les dirigeants des petites entreprises». *Revue HEC*, Canada, vol. 26, n°4.

Estimation d'un modèle économétrique de la demande touristique pour la région du sud tunisien

Houssine Choyakh⁽¹⁾

Résumé

Avec 6.5 millions de visiteurs, la Tunisie est la troisième destination touristique africaine après l'Afrique du sud et l'Égypte. Les recettes du tourisme s'élèvent à 2.8 milliards de dinars et contribuent à plus de 6.5% du PIB. Toutefois le tourisme tunisien souffre de nombreux problèmes dont le plus important est la faiblesse des recettes par touriste dans la mesure où le touriste dépense en moyenne 320 dollars en Tunisie alors qu'il dépense près de 800\$ au Maroc et plus de 830\$ en Égypte. Ainsi, il est important que le tourisme tunisien rehausse le niveau de ses recettes. Or ceci est tributaire, entre autres, du succès de la politique de diversification du produit touristique tunisien à travers notamment la mise en valeur des attractions non balnéaires du pays telle que la région du sud tunisien et plus particulièrement le Sahara.

Le tourisme dans le sud tunisien prend de plus en plus d'importance au sein du produit touristique tunisien et réussit un positionnement différencié des autres régions du pays. Dans cette perspective, nous allons tenter d'estimer la relation qui

1) Chercheur à la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax, Unité de Recherches « MO.DE.VI » et cadre à l'ONTT. choyakh@gmail.com

existe entre la demande touristique européenne pour cette région de la Tunisie, mesurée par les séjours dans les hôtels, avec des variables macroéconomiques comme le revenu dans les pays d'origine et les prix relatifs, en utilisant des techniques économétriques telles que la cointégration et les modèles à correction d'erreurs.

Mots clés : sud tunisien, demande touristique, cointégration, modèles à correction d'erreurs

1- Introduction

En raison de l'originalité et la diversité de son patrimoine naturel (regroupant les sites archéologiques, les traditions et les manifestations culturelles, etc.), la région du sud est en mesure d'être l'une des attractions touristiques majeures de la Tunisie. La mise en valeur des atouts de cette région permet à la destination tunisienne d'être mieux perçue par les touristes internationaux⁽¹⁾. Dans ce cadre, il est intéressant de définir l'image de la destination tunisienne en fonction du Sahara ou de la région du sud en général (les villages berbères, les oasis, les dunes, l'île de Djerba...) afin de permettre aux touristes internationaux de mieux positionner la Tunisie par rapport aux autres destinations concurrentes dont les manœuvres et les stratégies sont elles aussi dirigées vers cet objectif, c'est-à-dire vers la fixation ou la consolidation de leurs «symboles touristiques».

Dans cette perspective, il importe d'étudier la demande touristique vers la région du sud pour comprendre les principaux déterminants de la motivation des touristes internationaux à visiter cette région, d'où, nous allons essayer de :

- Construire des modèles économiques déterminant les principaux facteurs de la demande européenne pour le tourisme dans la région du sud tunisien.

- Estimer des élasticités-revenu et prix de la demande touristique.

1) Il est important de définir l'image d'une destination en fonction d'une ou plusieurs attractions naturelles, culturelles symboliques (appelées symboles touristiques) telles que la Tour Eiffel pour la France, les Pyramides pour l'Égypte, le Taj Mahal en Inde...

2-Le tourisme dans la région du sud tunisien

2.1 - Mesures prises pour la promotion du tourisme dans la région

Consciente de l'intérêt de la diversification du produit touristique vers d'autres branches telles que, notamment, le tourisme saharien, l'administration du tourisme a pris, depuis les années 70, d'importantes mesures favorisant l'exploitation des atouts du sud tunisien à des fins touristiques. Parmi ces mesures, on peut citer⁽¹⁾ :

- La réduction des prix des terrains pratiquée par l'Agence Foncière Touristique.
- L'élévation du taux d'investissement récupérable au titre des études au niveau de 4% (au lieu de 1% à 3% dans les autres régions).
- L'incitation des banques et des organismes financiers à la participation dans le capital des sociétés touristiques sahariennes avec un minimum de 25% avec engagement de cession des parts à moyen terme.
- L'abaissement du taux d'autofinancement à 30% (au lieu de 40% dans les autres régions).
- L'allègement de la fiscalité directe (sur les bénéficiaires) et indirectes (sur les importations).
- La prise en charge par l'Etat de la couverture sociale.
- Le développement des moyens de communication (axes routiers et aéroport de Tozeur) entre les régions du sud tunisien.
- L'aménagement des infrastructures et le développement des réseaux d'assainissement, d'électricité et de télécommunication.
- Les campagnes de promotion dans les principaux marchés émetteurs mettant en valeur les richesses du patrimoine touristique de cette région.
- Les campagnes de publicité auprès des promoteurs et des investisseurs ainsi que de sensibilisation des populations autochtones du sud tunisien...

1) Propos inspirés du rapport définitif du schéma directeur d'aménagement des zones arides du sud saharien, mars 1998.

2.2 - Les statistiques du tourisme dans la région du sud tunisien

La Tunisie se compose essentiellement de trois zones touristiques : d'abord la région Nabeul/Hammamet qui constitue, sur les 35 dernières années, la principale destination en Tunisie avec 30% des nuitées du tourisme tunisien, suivie de la région Sousse/Kairouan avec une moyenne de 26% des nuitées et de la région du Sud (Djerba, Zarzis / Gafsa, Tozeur) avec 24% du total des nuitées sur la même période. La prise en compte de la région de Djerba dans l'étude est due aux raisons suivantes :

- L'île de Djerba a réussi à se positionner en tant que destination à part entière grâce notamment à sa proximité avec le désert. En fait, Djerba et le Sahara sont considérés comme deux régions complémentaires. En effet, beaucoup de touristes internationaux séjournant dans l'île font également des excursions au Sahara dans le cadre d'un circuit qui regroupe les deux attractions (Djerba et le Sahara).

- L'étude de la demande touristique en fonction de variables macroéconomiques telles que le PIB par tête des pays émetteurs ou le rapport des prix (mesuré par les indices des prix à la consommation) requiert un volume de demande conséquent que la région du Sahara à elle seule ne peut assurer avec ses 3% seulement des nuitées globales des non résidents dans les hôtels tunisiens, d'où son regroupement avec la région de Djerba.

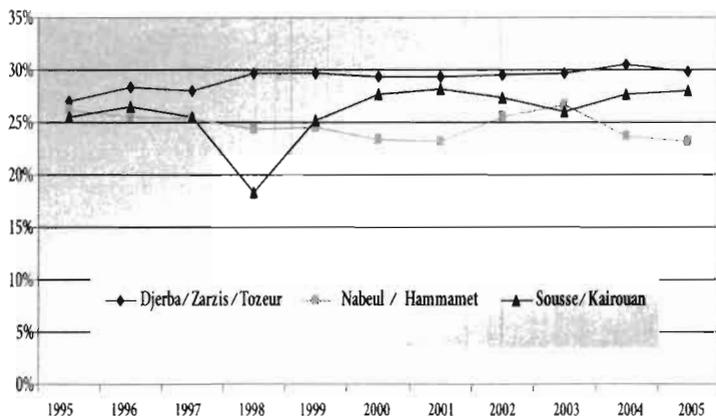
Depuis plus d'une décennie, la région du sud tunisien est devenue la première attraction des touristes internationaux en Tunisie comme en témoigne le tableau ci-dessous.

Tableau 1: Parts des principales régions touristiques dans les nuitées totales des non résidents

Part dans les nuitées	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05
Djerba/Tozeur/Gafsa	27%	28%	28%	30%	30%	29%	29%	29%	30%	30%	30%
Nabeul/Hammamet	26%	26%	25%	24%	25%	23%	23%	25%	27%	24%	23%
Sousse/Kairouan	25%	26%	25%	18%	25%	28%	28%	27%	26%	28%	28%

Source : ONTT

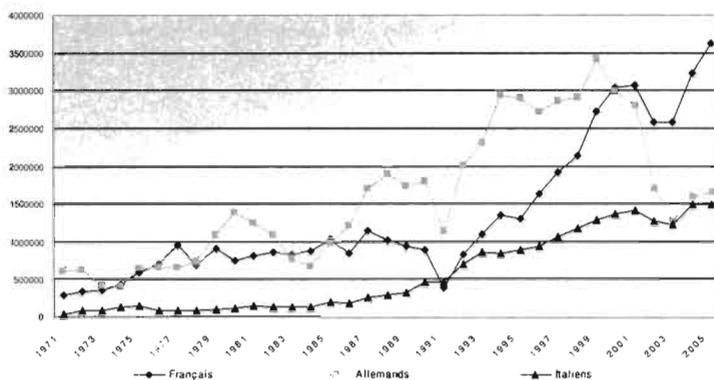
Graphique 1 : Evolution des parts des principales régions touristiques dans les nuitées totales des non résidents (1995-2005)



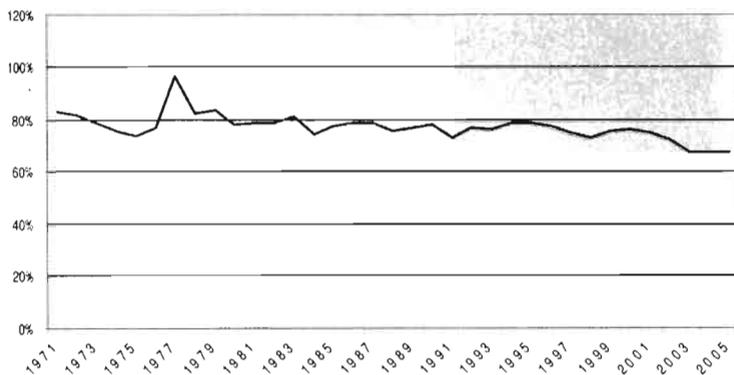
Les touristes allemands constituent la principale clientèle des hôtels de la région du sud tunisien. Sur les 35 dernières années, ils ont contribué à hauteur de 37% du total des nuitées des non résidents. Ils sont suivis par les français dont la moyenne tourne autour de 30% de ces mêmes nuitées. Pendant les trois décennies 70, 80 et 90, les touristes allemands ont été les premiers clients des hôtels tunisiens en général et des hôtels du sud en particulier. Toutefois, depuis le début des années 2000, la tendance a été renversée en faveur des touristes français. En effet, à partir de l'année 2001, les français constituent le tiers de la clientèle des hôtels du sud tunisien contre 29% pour les allemands. En 2005, la part de ces derniers est même descendue à 17% contre 36% pour les touristes français. Troisième client du sud tunisien, les touristes italiens contribuent à 10% des nuitées dans les hôtels de cette région (graphique 2).

Au total, ces trois nationalités accaparent à elles seules plus de 77% des nuitées des non résidents dans les hôtels de Djerba Zarzis, Tozeur et Gafsa (graphique 3).

Graphique 2 : Evolution des nuitées des 3 principales nationalités européennes dans les hôtels du sud tunisien (1971-2005)



Graphique 3 : Evolution de la part des 3 principales nationalités dans les nuitées totales réalisées dans les hôtels du sud tunisien



3- Le modèle de la demande touristique du sud tunisien

La demande touristique représente les quantités de biens et services touristiques que les consommateurs désirent se procurer à un moment donné. Cette demande est directement fonction du niveau de revenu par habitant et du prix des biens touristiques ainsi que de l'intérêt d'une population pour le tourisme international (Song, Witt, 2000).

3.1 - Mesure de la demande touristique

La demande du tourisme international est exprimée, généralement, à travers les indicateurs suivants :

- le nombre d'arrivées touristiques ;
- les dépenses ou les recettes touristiques ;
- la durée de séjour ou les nuitées touristiques.

Bien que l'approximation monétaire soit la plus réaliste pour estimer la demande touristique dans sa dimension économique, la mesure la plus utilisée dans les travaux d'estimation de la demande touristique est celle du nombre de visiteurs⁽¹⁾. Ceci est dû au manque de données relatives aux dépenses des touristes en raison de la difficulté de cerner toutes les transactions à caractère touristique.

Dans notre cas, les nuitées des touristes dans les hôtels ont été utilisées comme approximation de la demande touristique, ce choix est dû au fait que le tourisme tunisien est principalement axé sur l'activité hôtelière dans la mesure où la majorité des touristes européens choisissent ce mode d'hébergement pour séjourner en Tunisie. En conséquence, les nuitées touristiques des trois principaux pays européens émetteurs (Allemagne, France et Italie) dans les hôtels du sud de la Tunisie, ont été choisies comme proxy de la demande touristique.

1) Dans sa revue des principaux travaux empiriques, Lim (1997) a trouvé que 43,6 % des études recensées ont exprimé la demande touristique par le nombre d'arrivées alors que les dépenses ou les recettes ont fait l'objet de 41,9 % des travaux ; les nuitées ou la durée de séjour ne sont présentes que dans 8,5 %.

3.2- Les déterminants de la demande touristique

Il existe un nombre très important de facteurs qui peuvent influencer la demande touristique pour une destination donnée, mais les variables les plus importantes sont celles enseignées par la théorie classique de la demande c'est-à-dire le revenu du touriste et les prix des services touristiques.

3.2.1- Le revenu par tête dans les pays émetteurs

Il existe une corrélation positive entre le revenu par tête d'un pays et sa capacité à générer des flux touristiques. Lim (1997) et Kulendran (1996) estiment que le revenu disponible après toutes dépenses de nécessité dans le pays d'origine est l'indicateur approprié pour mesurer le revenu touristique dans un modèle de demande. Toutefois, cette variable ne peut pas être aisément obtenue en pratique, c'est ainsi que d'autres mesures alternatives du revenu sont utilisées comme le revenu permanent, le revenu national disponible, le PIB et le PNB par tête et en termes constants. D'autres études utilisent les dépenses réelles de consommation (Song *et al.* 2003), le revenu personnel disponible en termes nominaux (Seddighi, Shearing, 1997) et l'indice de production industrielle (Gonzalez, Moral, 1995 ; Salman, 2003).

Eadington et Redman (1991) soulignent que l'élasticité-revenu de la demande informe sur les perceptions des touristes vis-à-vis des destinations, c'est-à-dire sur le fait qu'une destination est perçue en tant que «bien de luxe, normal ou inférieur».

Dans notre travail, le revenu par tête des pays européens émetteurs sera estimé à travers leur PIB par tête. Cette variable est utilisée en termes constants (en dollars constants aux prix de l'année 2000).

3.2.2- Les prix relatifs

Les activités économiques des touristes sont amplement influencées par les prix pratiqués dans les différentes destinations touristiques. Toutefois, en raison de la multiplicité des biens et services consommés par les touristes dont la composition est assez hétérogène (regroupant des prestations allant du transport à l'hébergement en passant par la restauration...), la plupart des travaux portant sur la demande touristique évoquent la difficulté d'obtenir une approximation précise des prix touristiques (Witt, Witt, 1995).

En raison de l'inexistence d'une approximation réaliste des prix touristiques, la majorité des études a utilisé l'indice des prix à la consommation (IPC), le plus souvent en termes relatifs, pour mesurer les prix.

Dans notre étude, les prix touristiques relatifs (PT) seront calculés à travers le rapport des indices des prix de la Tunisie et des pays émetteurs «j» ajusté au taux de change nominal⁽¹⁾ pour l'année de base 2000 comme suit :

$$PT = IPC_{Tunisie} / [IPC_{j=(France, Allemagne, Italie)} \times TC_{Tunisie/j=(France, Allemagne, Italie)}]$$

TC est l'indice de taux de change mesurant le nombre d'unités de monnaies étrangères nécessaires pour l'achat d'un dinar tunisien (en termes constants).

3.2.3- Les variables muettes

Des variables muettes ont été introduites afin de capter les effets des chocs exogènes sur la demande européenne du tourisme tunisien tels que la guerre du Golfe de 1991 ($D91$) et l'attentat de Djerba de l'année 2002 ($D02$). Chaque variable muette prend la valeur de 1 durant l'année d'intervention du choc et 0 ailleurs.

4- Modèle de la demande européenne pour le tourisme tunisien : cas du sud tunisien

Les études de modélisation de la demande touristique adoptent la forme logarithmique linéaire (multiplicative) ou bien la forme additive. Dans notre cas, la forme fonctionnelle utilisée est la forme logarithmique, et ce afin de capter les effets multiplicatifs des séries temporelles. Ce type d'équation présente l'avantage que les paramètres estimés sont interprétés en tant qu'élasticités de la demande.

1) L'utilisation des prix relatifs ne suffit pas à évaluer les prix des commodités touristiques, son ajustement par le taux de change constitue la meilleure alternative pour la rendre encore plus réaliste et pour transformer la variable des prix dans la monnaie du pays émetteur (Song, Witt, Jensen, 2003).

La spécification théorique ci-dessous a été retenue pour estimer la relation de long terme du volume des nuitées des pays européens suivants : Allemagne, France, Italie, dans les hôtels du sud tunisien :

$$LNUI_{j,t} = \beta_0 + \beta_1 LPIBT_{j,t} + \beta_2 LPT_{j,t} + \beta_3 D91 + \beta_4 D02 + u_t \quad (1)$$

Avec :

$LNUI_{j,t}$ = logarithme des nuitées des résidents du pays j (j = France, Allemagne ou Italie) dans les hôtels de la région du sud tunisien à l'instant t

$LPIBT_{j,t}$ = logarithme du PIB par tête des résidents du pays j à l'instant t

$LPT_{j,t}$ = logarithme du rapport des indices des prix à la consommation en Tunisie à l'instant t sur l'indice des prix à la consommation dans le pays j à l'instant t ajusté au taux de change nominal entre le pays j et la Tunisie

u_t = terme d'erreur

Les signes attendus des élasticités sont : $\beta_1 \geq 0, \beta_2 \leq 0, \beta_3 \leq 0, \beta_4 \leq 0$

L'estimation du modèle est faite avec le logiciel EVIEWS 5.0.

La période d'étude s'étend de l'année 1971 jusqu'en 2005 (soit 35 observations annuelles)⁽¹⁾.

Les données concernant les nuitées touristiques sont collectées à partir des statistiques annuelles de l'O.N.T.T rassemblées dans le document «Le Tourisme Tunisien en Chiffres». Les données relatives au PIB par tête des pays européens ont été collectées à partir des statistiques financières annuelles disponibles dans le site web de la Banque Mondiale. Par ailleurs, les données relatives aux indices des prix à la consommation et aux taux de change nominaux, ont été collectées à partir des statistiques financières annuelles publiées par le FMI (la monnaie de base est le dollar constant de l'année 2000).

1) Le choix des données s'est porté sur des données annuelles (malgré le risque d'étroitesse de la période d'étude dans ce cas en comparaison avec les données trimestrielles ou mensuelles) afin de gommer le problème de la saisonnalité qui risque de surgir en utilisant des données trimestrielles, le tourisme tunisien étant fortement saisonnier.

5- Résultats empiriques et commentaires

La technique économétrique utilisée dans l'estimation du modèle de la demande touristique est la méthode de la cointégration et les modèles à correction d'erreurs. Cette technique a été introduite dans un premier lieu par Granger (1981) et Granger et Weiss (1983) et développée ensuite par Engle et Granger (1987). La procédure teste l'existence d'un équilibre ou d'une relation stationnaire entre deux ou plusieurs séries temporelles qui sont individuellement non stationnaires. L'avantage de la cointégration est sa capacité à estimer, dans un même travail, les relations entre variables pour le court et le long terme. En plus, elle permet d'éviter les risques de régressions fallacieuses⁽¹⁾.

L'estimation du modèle par la technique de cointégration comme le démontrent Engle et Granger (1987) se déroule en deux étapes, elle consiste tout d'abord à vérifier l'existence d'une relation de long terme entre les variables et à tester ensuite la dynamique de court terme de la relation à travers les modèles à correction d'erreurs (ECM).

Dans cette perspective, l'estimation des modèles ECM pour le volume des nuitées passées dans les hôtels du sud tunisien par les allemands, les français et les italiens nécessite qu'on cherche a priori d'éventuelles relations de cointégration entre les déterminants des nuitées des touristes étrangers en question. Ceci est possible à travers la technique de maximum de vraisemblance de Johansen (1988, 1990).

5.1 - Estimation par la procédure de cointégration de Johansen (1988, 1990)

La méthode du maximum de vraisemblance, proposée par Johansen (1988, 1990) et Johansen et Juselius (1990) a les avantages d'une approche

1) Beaucoup de travaux d'estimation de la demande du tourisme international ont utilisé la technique des MCO sur des variables non stationnaires, les régressions obtenues sont qualifiées de fallacieuses. Si une série est non stationnaire, c'est-à-dire ayant une moyenne et une variance non constantes dans le temps, il est difficile d'estimer la moyenne de la régression avec précision, car la variance du processus augmente indéfiniment avec l'augmentation des observations, ce qui risque de produire des estimations fausses et des prévisions erronées. Granger et Newbold (1974) ont désigné ces résultats par le terme de régressions fallacieuses (spurious regression).

multivariée dans la mesure où elle permet de différencier plusieurs vecteurs cointégrants et de les estimer en faisant intervenir une dynamique d'ajustement.

Le test de racines unitaires

Avant d'estimer les relations de long terme du volume des nuitées des allemands, des français et des italiens dans les hôtels du sud tunisien, nous avons procédé à un test de racines unitaires pour toutes les variables de l'équation en utilisant le test de Dickey et Fuller (1979). En effet, pour éviter des régressions fallacieuses, il est nécessaire de réaliser des tests de stationnarité ou de racine unitaire sur des données longitudinales dans le but d'analyser dans quelle mesure ces données ne sont pas influencées par le temps.

L'application du test ADF nécessite au préalable de choisir le nombre de retards à introduire de sorte à blanchir les résidus. Le problème du choix des retards est important dans la mesure où l'inclusion d'un nombre insuffisant de retards peut affecter le niveau du test. Aussi, l'introduction d'un nombre trop élevé de retards réduit le degré de liberté et la puissance du test.

Le tableau 2 présente le nombre de retards optimaux à introduire dans le test ADF :

Tableau 2 : Nombre de retards à utiliser dans les tests de racines unitaires

Nombre de retards	France	Allemagne	Italie
<i>LNUI</i>	1	1	1
<i>LPIBT</i>	1	1	0
<i>LPT</i>	0	0	0

Les résultats des tests ADF montrent que toutes les variables possèdent une racine unitaire en termes de niveau alors qu'elles sont stationnaires en différences premières. Ceci nous permet d'utiliser la technique de Johansen-Juselius (1988, 1990) pour estimer d'éventuelles relations de long terme du volume des nuitées des résidents des trois pays européens en question.

Le test de spécification du modèle vectoriel à correction d'erreurs «VECM»

Nous avons testé la spécification du VECM qu'il faut utiliser dans le test de Johansen. Autrement dit, s'agit-il d'utiliser un VECM avec un vecteur constant ou sans vecteur constant. Dans ce test, il s'agit de voir si les variables de la spécification (1) possèdent globalement une tendance déterministe ou non. Les résultats de ce test montrent que l'ensemble des variables de la spécification ci-dessus possède une tendance déterministe, ce qui nous a conduit à spécifier des VECM avec constante, l'étape suivante a consisté à tester le nombre de relations de cointégration existant entre les variables du système.

Les tests de cointégration

Pour chaque pays émetteur, nous avons utilisé le test de la trace et celui de la valeur propre maximale pour tester l'éventuelle existence d'une relation de long terme entre les variables : *NUIT*, *PIBT*, *PT*.

Les résultats des deux tests montrent l'existence d'au moins une relation de long terme entre les variables en question (voir tableaux 3, 4, 5).

Lorsqu'il existe plusieurs vecteurs cointégrants, Muscatelli et Hurn (1992) préconisent que l'on doit choisir la relation dans laquelle les élasticités de long terme estimées correspondent le plus, en termes de signes et d'ampleur, à ce qui est suggéré par la théorie économique.

- Equation de la demande touristique des français

Tableau 3 : Test de cointégration pour l'équation de la demande touristique des français

	$\lambda_{\text{trace Test}}$			$\lambda_{\text{max Test}}$		
Hypothèse nulle	$r = 0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$	$r = 0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$
Hypothèse alternative	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$
Statistique de LR	36.11583	16.68678	0.422481	19.42905	16.26430	0.422481
Valeur critique au seuil de 5%	29.79707	15.49471	3.841466	21.13162	14.26460	3.841466
	LNUIFR	LPIBTFR	LPTFR	CONSTANT		
Vecteur cointégrant normalisé par rapport à LNUIFR		3.98	-0.10	25.21		

- Equation de la demande touristique des allemands

Tableau 4 : Test de cointégration pour l'équation de la demande touristique des allemands

	$\lambda_{\text{trace Test}}$			$\lambda_{\text{max Test}}$		
Hypothèse nulle	$r = 0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$	$r = 0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$
Hypothèse alternative	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$
Statistique de LR	35.45114	18.294786	2.529052	31.15635	15.765733	2.529052
Valeur critique au seuil de 5%	29.79707	15.49471	3.841466	21.13162	14.26460	3.841466
	LNUIFR	LPIBTFR	LPTFR	CONSTANT		
Vecteur cointégrant normalisé par rapport à LNUIFR	1	4.72	-0.39	32.94		

- Equation de la demande touristique des italiens

Tableau 5 : Test de cointégration pour l'équation de la demande touristique des italiens

	$\lambda_{trace} Test$			$\lambda_{max} Test$		
	$r=0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$	$r=0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$
<i>Hypothèse nulle</i>	$r=0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$	$r=0$	$r \leq 1$	$r \leq 2$
<i>Hypothèse alternative</i>	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$	$r \geq 1$	$r \geq 2$	$r = 3$
<i>Statistique de LR</i>	66.49660	35.19494	5.390300	31.30165	29.80464	5.390300
<i>Valeur critique au seuil de 5%</i>	29.79707	15.49471	3.841466	21.13162	14.26460	3.841466
	LNUIFR	LPIBTFR	LPTFR	CONSTANT		
<i>Vecteur cointégrant normalisé par rapport à LNUIFR</i>		5.14	- 1.14	36.85		

A partir de ces tableaux nous pouvons identifier les premiers vecteurs de cointégration (dont les signes sont économiquement significatifs) comme des relations de long terme des nuitées passées dans les hôtels du sud tunisien par les français, les allemands et les italiens ⁽¹⁾:

$$LNUIFR_t = 3.98 LPIBT_t - 0.10 LPT_t + 25.21$$

$$LNUIALL_t = 4.72 LPIBT_t - 0.39 LPT_t + 32.94$$

$$LNUIIT_t = 5.14 LPIBTIT_t - 1.14 LPT_t + 36.85$$

Résultats de l'estimation et commentaires

*** Elasticités revenu**

Les résultats d'estimation de la relation de long terme entre les nuitées des résidents européens dans les hôtels du sud tunisien montrent que le

1) Pour identifier un vecteur cointégrant, il suffit d'en imposer au moins r (nombre de vecteur(s) cointégrant(s)) restrictions; la normalisation par rapport à la variable qui nous paraît la 'plus endogène' est une première restriction.

revenu par tête joue un rôle décisif dans la détermination de leur motivation à séjourner dans les hôtels tunisiens.

A long terme, on constate que l'élasticité du volume des nuitées des trois pays européens est fortement élastique par rapport à leur PIB par tête (3,98 pour la France, 4,72 pour l'Allemagne et 5,14 pour l'Italie). Autrement dit, si le PIB par tête de l'un de ces pays émetteurs augmente de 1%, le volume des nuitées dans les hôtels du sud tunisien augmente largement plus (3,98% dans le cas de la France, 4,72% dans le cas de l'Allemagne et 5,14% dans le cas de l'Italie). Aussi, toute dépression économique dans ces pays entraîne une forte baisse des nuitées des touristes en question dans les hôtels tunisiens.

Ce constat est conforme aux conclusions de la quasi-totalité des études empiriques de la demande touristique qui ont montré que l'élasticité revenu de la demande touristique est très élevée et dépasse largement celle des prix, insistant sur le fait que le tourisme international demeure toujours un bien de luxe. Dans ce cadre, Crouch (1995, 1996) souligne que dans 70% des cas, l'élasticité du revenu dépasse l'unité (la moyenne des 77 travaux revus par l'auteur est de 1.86).

*** Elasticités prix directs**

Les valeurs des élasticités prix directs de la demande touristique européenne pour le sud de la Tunisie sont toutes négatives, ce qui est conforme à la théorie de la demande. En plus, les résultats sont similaires aux conclusions de la plupart des travaux empiriques de la demande touristique.

Un tel résultat s'avère réaliste puisque la littérature empirique nous enseigne que dans le tourisme international, l'élasticité prix est moins grande que l'élasticité revenu, et ce grâce à la démocratisation du voyage au niveau mondial qui est alimentée par :

- la baisse des prix de transport aérien en raison du développement des vols charter ;
- le développement des voyages organisés et la multiplication des formules de voyage de masse (forfait all inclusive) ;
- l'attisement de la concurrence entre les destinations pour gagner des parts de marchés.

L'ensemble de ces facteurs a fait que le prix du voyage connaît une décroissance soutenue au fil des années.

On remarque aussi que la demande est inélastique par rapport aux prix dans les cas français et allemand dans la mesure où la valeur de l'élasticité est proche de zéro. Cependant, dans le cas italien, la demande des touristes italiens pour les hôtels du sud tunisien est influencée par le rapport des prix entre l'Italie et la Tunisie (élasticité égale à -1,14).

5.2 - Estimation d'un modèle à correction d'erreurs de la demande touristique pour le sud tunisien

Ouerfelli (1998) estime que la modélisation du tourisme nécessite de recourir à des spécifications dynamiques. En effet, la demande touristique constitue un processus dynamique dans la mesure où les touristes prennent leurs décisions quant au choix des destinations suivant un raisonnement qui peut varier dans le temps. Dans cette perspective, les modèles ECM constituent une voie prometteuse pour modéliser la demande touristique.

Nous avons réussi à dégager les résidus de long terme qui vont être introduits dans les modèles à correction d'erreur dans le cas où ils sont stationnaires. Pour cela nous avons effectué un test de racines unitaires sur ces résidus comme le montre le tableau 6 :

Tableau 6: Test ADF sur les résidus de cointégration

	<i>Statistiques ADF</i>	<i>Valeurs théoriques</i>
<i>ResidFR</i>	-2.985665	
<i>ResidALL</i>	-2.617122	-1.951*
<i>ResidIT</i>	-3.297876	-1.620**

* valeur critique à 5%

** valeur critique à 10%

D'après le tableau ci-dessus, tous les résidus sont stationnaires à 5% et à 10%, d'où ils peuvent être intégrés dans les modèles à correction d'erreurs.

En appliquant l'approche «General to Specific» de Hendry (1995) consistant à faire passer des tests permettant d'éliminer les variables non significatives⁽¹⁾, nous avons obtenu les modèles ECM suivants :

1) La méthodologie general-to-specific se déroule en trois étapes ; d'abord, la stationnarité des variables est testée afin de résoudre les problèmes liés aux régressions fallacieuses, ensuite, à déterminer quels seraient les paramètres des coefficients trouvés à inclure dans l'équation de

**Tableau 7 : Modèles à correction d'erreurs
(variable dépendante $\Delta LNUI$)**

Variable	France	Allemagne	Italie
<i>Constante</i>		0.011784 (0.222000)	0.060418 (1.095934)
$\Delta LPIBt$	4.040331 (2.426444)	0.393900 (1.937512)	-3.051802 (-1.765331)
$\Delta LPIBt-1$			4.586360 (2.273828)
$\Delta LIPCt$	-0.296078 (-0.673573)	0.181459 (0.411164)	-0.440990 (-1.472198)
$\Delta LIPCt-1$			0.492966 (1.385305)
<i>D91</i>	-1.033075 (-4.611414)		
<i>D02</i>		-0.517304 (-2.406672)	
<i>T.C.E</i>	-0.376162 (-1.989420)	-0.380631 (-2.706334)	-0.282330 (-2.052191)
<i>R²</i>	0.404084	0.408831	0.518181
<i>DW</i>	1.785921	1.946464	1.886920
<i>LM</i>	0.180986	0.080077	0.133724
<i>RESET</i>	2.595174	0.576089	1.764145
<i>N°observations</i>	34	34	33

LM est le test de l'autocorrelation de Breusch-Godfrey (1978)

RESET est le test de spécification de la forme fonctionnelle.

T.C.E : termes à correction d'erreurs

Le coefficient estimé du terme à correction d'erreur (forces de rappel) mesure la vitesse d'ajustement pour restaurer l'équilibre au modèle dynamique. Il est dans les trois modèles, négatif et significatif : 38% dans le cas allemand, 37% dans le cas français et 28% dans le cas italien. Les valeurs

cointégration Enfin, étant donnée l'existence d'une relation de cointégration, il sera possible de formuler un modèle à correction d'erreur (Engle, Granger, 1987) afin d'estimer la dynamique à court terme des données.

des forces de rappel sont néanmoins faibles pour les trois pays, ce qui est synonyme d'une forte vulnérabilité du tourisme tunisien sur ces trois marchés, ainsi, l'avènement d'un choc à un moment donné aura d'importantes répercussions sur la demande touristique de la région du sud et du tourisme tunisien en général (à cause des faibles coefficients des termes de correction d'erreurs).

Les principales conclusions qu'on peut tirer des résultats de l'estimation des modèles ECM sont les suivantes:

- La variable «revenu par tête» conserve un coefficient positif fort. Toutefois, contrairement aux résultats de l'estimation de long terme, l'élasticité-revenu est plus forte dans les cas français et allemand.

- Pour tous les modèles, les prix relatifs ont un signe négatif et faible à part pour le modèle allemand dans lequel le signe de l'élasticité est positif. En conséquence, les touristes allemands sont peu soucieux des prix pratiqués par les hôtels du sud tunisien, une augmentation des prix pourrait même engendrer une augmentation des nuitées, ceteris paribus.

- Il importe de noter l'extrême significativité de la variable muette décrivant la guerre du Golfe de 1991 pour le cas français et celle de l'attentat de Djerba pour le cas allemand.

Selon Morley (2000), le modèle dynamique est plus efficient que la relation de cointégration dans la mesure où il ne peut pas y avoir équilibre de long terme avec des variables fortement volatiles comme celles de la demande touristique d'où la suprématie des modèles ECM.

L'auteur ajoute que l'estimation d'une relation d'équilibre de long terme, pour des données concernant des périodes longues (20 ans par exemple) nécessite des hypothèses telles que la constante des fonctions d'utilité individuelles et ce malgré l'immense disparité des caractéristiques sociales, culturelles et économiques pendant la période étudiée. Or ces hypothèses ne peuvent pas être valides en réalité. D'autant plus que, depuis des années, les relations entre les variables de la demande ont changé, ce qui amène à considérer que l'équilibre n'est pas un concept approprié pour l'analyse de la demande touristique (Morley, 2000).

En conclusion, nous pouvons considérer que le modèle ECM constitue la voie la plus efficace pour étudier la demande touristique parmi les autres techniques de cointégration utilisées dans ce travail.

6- Conclusion

Nous avons essayé au cours de cet exposé d'estimer la demande européenne pour le tourisme dans le sud tunisien par la technique de cointégration et les modèles à correction d'erreurs.

Les résultats d'estimation montrent que, d'une part, le revenu par tête des touristes est le principal déterminant de la demande touristique pour le sud tunisien et, d'autre part, les prix ne jouent qu'un rôle mineur sur le niveau de cette demande. De même, cette demande est amplement influencée par les chocs politiques.

Nous pouvons souligner en guise de conclusion que la politique de développement d'autres formes de tourisme comme le tourisme culturel, saharien, archéologique ou médical devra aider à limiter la sensibilité du tourisme à l'égard des chocs exogènes et principalement au terrorisme qui s'avère être le danger majeur qui guette le secteur. Les répercussions de l'attentat terroriste de Djerba sont l'illustration parfaite des dégâts que peut causer ce phénomène. En plus, une stratégie de nivellement des prix touristiques vers le haut (à cause de l'inélasticité de la demande par rapport aux prix) en parallèle avec celui de la qualité des services constitue une voie intéressante à explorer par les décideurs politiques pour améliorer les recettes du tourisme tunisien.

La mise en exergue de la région du sud tunisien en tant que symbole du tourisme tunisien pourrait consolider l'image de la destination et améliorer sa notoriété et atténuer aussi sa vulnérabilité.

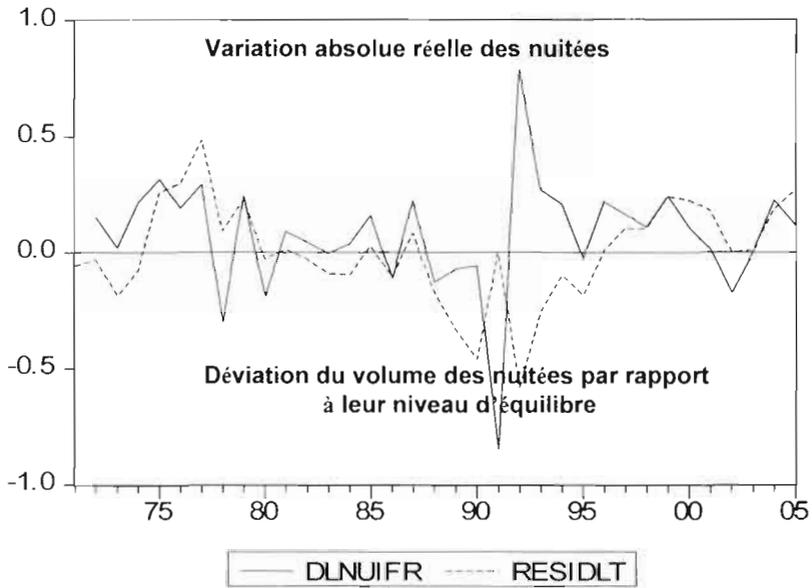
Bibliographie

- Crouch, G, I, 1995, "A meta-analysis of tourism demand " *Annals of Tourism Research*, vol. 22, no. 1, p. 103-118
- Crouch, G, I, 1996, "Demand Elasticities in International Marketing: A Meta-Analytical Application to tourism" *Journal of Business Research* 36, p.117-136
- Dickey, D., Fuller, W., 1979, "Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root" *Journal of the American Statistical Association*, vol. 74, n° 366, Part 1, june, p 427-43.
- Engle, R.F., Granger, C.W.J., 1987, "Co-integration and error correction: representation, estimation and testing". *Econometrica*, vol 55, n° 2, march, p 251- 276.
- Gonzalez, P., Moral, M., 1995, "An analysis of the international tourism demand in Spain" *International Journal of Forecasting*, 11, p. 233-251
- Granger, C.W., Weiss, A.A., 1983, "Time series analysis of error correcting models. Studies in Econometrics, Time Series and Multivariate Statistics," *New York: Academic Press*, p. 255-278.
- Granger, C. W. J., 1981, "Some properties of time series data and their use in. econometric model specification" *Journal of Econometrics* 16, p.121-130
- Gray, P.H., 1970, "International travel, international trade" *Health Lexington Books Lexington MA*
- Hendry, D.F., 1995, "Dynamic Econometrics" *Oxford University Press, Oxford*.
- Johansen, S., 1988, "Statistical analysis of cointegrating vectors". *Journal of Economic Dynamics and control*, vol 12, p. 231-254.
- Johansen, S., 1991, Estimation and hypothesis testing of cointegration vectors in Gaussian vectors autoregressive models. *Econometrica*, vol 59, p. 1551-1580.

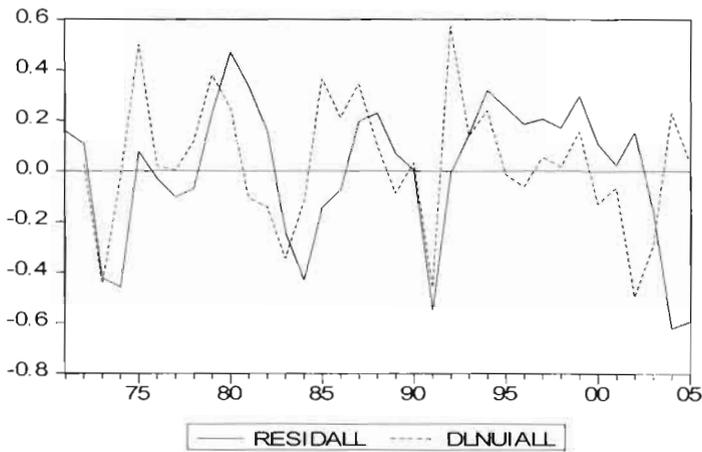
- Johansen S. & Juselius K. (1990). "Maximum likelihood estimation and inferences on cointegration with application to the demand for money". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. Vol 52, pp 160-210.
- Kulendran, N., 1996, "Modelling quarterly tourist flows to Australia using cointegration analysis", *Tourism Economics*, 2 (3), p. 203-222.
- Lim, C., 1997, " Review of international tourism demand models" *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no. 4, pp, 835-849
- Morley, C.L., 2000,"Demand modelling methodologies: integration and other issues" *Tourism Economics*, 6 (1), p. 5-19
- Muscattelli, VA., Hurn, AS., 1992, 'Cointegration and dynamic time series models', *Journal of Economic Surveys*, 6, p.1-42
- Ouerfelli, C.,1998, "La demande touristique européenne en Tunisie", *WP LATEC Université de Bourgogne*.
- Salman, A.K, 2003, "Estimating Tourist Demand through Cointegration Analysis: Swedish Data", *Current Issues in Tourism*, vol. 6, no. 4, p.323-339.
- Seddighi, HR., Shearing, DF, 1997, "The demand for tourism in north east England with special reference to Northumbria: an empirical analysis." *Tourism Management*, vol. 18, n° 8, p. 499-511
- Song, H, Witt, S, 2000, "Tourism Demand Modelling and Forecasting, Modern Econometric Approaches ", *Pergamon*
- Song, H, Witt, S., Jensen, T., 2003, "Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models", *International Journal of Forecasting* 19, p.123-14.
- Witt, S, Witt, C, 1995, "Forecasting demand, review of empirical research", *International journal of forecasting*, 11, p. 447-475

Annexes

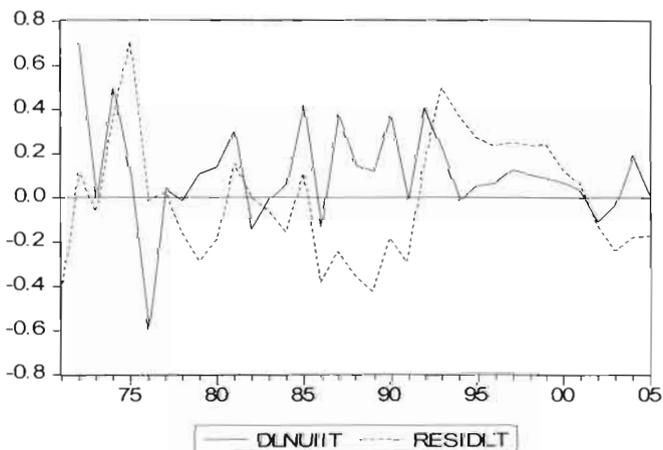
Représentation graphique de la déviation par rapport à l'équilibre des nuitées des français (résidu de cointégration) et de la variation absolue réelle des nuitées



**Représentation graphique de la déviation par rapport à l'équilibre
des nuitées des allemands (résidu de cointégration)
et de la variation absolue réelle des nuitées**



**Représentation graphique de la déviation par rapport à l'équilibre
des nuitées des italiens (résidu de cointégration)
et de la variation absolue réelle des nuitées**



**ENJEUX ET IMPACTS LOCAUX
DU TOURISME AU SAHARA**

Le tourisme dans l'espace saharien à travers les expériences du Maroc et de la Tunisie.

Réalité, enjeux et alternatives pour un développement durable.

Mohamed Boukherouk ⁽¹⁾

« *Le désert appartient à ces paysages capables de faire naître en nous
certaines interrogations* »

Théodore Monod, *Déserts*, AGEP, 1988, p.307

Résumé

Constituant des zones marginalisées précaires, les territoires sahariens et présahariens accueillent à bras ouverts le secteur touristique comme une chance pour un développement économique et social espéré. Néanmoins, l'arrivée de ce secteur suscite des interrogations quant à la fragilité de l'espace, la gestion de ces potentialités, de son patrimoine et de sa culture..., en somme sur l'adaptation de ce nouveau venu à la réalité de cet espace fragile. Cette intervention sera aussi l'occasion d'explorer l'environnement dans lequel évolue le tourisme saharien, ses caractéristiques et enjeux et d'appréhender avec prudence les voies pour un développement touristique durable.

1) Doctorant au CERAMAC (Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées au Massif Central, moyenne montagne et espaces fragiles à Clermont Ferrand). m.boukherouk@hotmail.fr.

Mots clés : tourisme, espace saharien, Maroc, Tunisie, fragilité, développement territorial durable.

1 - Introduction

Le désert du est l'un des espaces les plus vastes du monde. En effet, les huit ⁽¹⁾ plus grands déserts du monde représentent 12.383.000 m² soit l'équivalent de plus de 8% de la surface terrestre. L'espace saharien de l'Afrique du Nord et du Moyen-Orient en représente une large part. Il s'étend de l'Irak jusqu'à la Mauritanie et regroupe une population de plus de 250 millions d'habitants. La spécificité de sa situation entre le Nord et le Sud revêt une importance particulière. Mais, cette spécificité reste aussi marquée par une fragilité structurelle renforcée par les changements induits par la mondialisation qui contribuent à transformer cette zone en espace tampon malgré sa marginalisation.

Face à l'échec des approches sectorielles et des démarches descendantes, l'approche des dynamiques de développement du désert nécessite une vision globale et intégrée qui laisse plus de place à la démarche par le bas et à la contribution des populations locales.

L'activité touristique évolue à des rythmes différents dans l'espace saharien. Ainsi peut on faire la différence entre :

- Les leaders : Maroc, Tunisie, Egypte. Pays nettement touristiques qui se placent en tête des destinations d'Afrique et où le tourisme est passé par plusieurs phases.
- Les déserts émergents : Mauritanie, Libye, Niger, Algérie, qui arrivent à petits pas sur le marché touristique.
- Les destinations insolites : Tchad, Soudan, Mali, qui constituent des destinations à faible fréquentation mais dont l'offre insolite est de plus en plus présente dans les catalogues.

1) Sahara (Afrique), Désert de Gobi (Asie), Désert du Kalahari (Afrique), Grand désert de sable (Australie), Karakoum (Asie), Takla-Makan shamo (Asie), Désert du Namib (Afrique), Thar (Asie)

On se limitera dans cette intervention à l'analyse de deux territoires qui à notre avis présentent deux profils similaires: le sud tunisien et le sud marocain.

2 - Le tourisme, une évolution continue :

Avec 842 millions de touristes à la fin de l'année 2006, le tourisme mondial, en progression continue ⁽¹⁾ semble être en bonne santé malgré une conjoncture difficile et un contexte peu stable. En effet, malgré les différents événements qui ont marqué ces cinq dernières années : changement climatique et aggravation du risque environnemental, la crainte d'une pandémie du type H5N1, une conjoncture politique difficile ⁽²⁾, relayés par une conjoncture économique peu prévisible ⁽³⁾... le tourisme semble continuer ses tendances positives.

Il faut dire que la baisse des tarifs de l'aérien, sous l'effet d'une forte concurrence induite par l'entrée sur le marché des compagnies low-cost, a fortement participé à la relance du secteur. En effet, la tendance générale est à l'expansion des voyages sur des vols à bas coût, qui ont permis l'augmentation des déplacements et le raccourcissement de la durée des séjours. L'explosion du trafic aérien mondial offre des chances à de nouvelles destinations et l'avenir laisse présager des performances plus importantes grâce à l'entrée sur le marché de nouveaux appareils et au développement de la vente en ligne des vols secs et des packages dégriffés.

Ces tendances se confirment pour l'ensemble des destinations du bassin méditerranéen qui forme la première destination touristique mondiale ⁽⁴⁾. En ce qui concerne Afrique, la croissance du tourisme a atteint

1) +4.5% entre 2005-2006 selon l'OMT, Baromètre OMT de tourisme, vol. 5, n°1, janvier 2007, p 3

2) Au premier plan la guerre d'Irak et la guerre anti-terroriste.

3) Augmentation du prix du baril du pétrole, du taux des changes et des taux d'intérêts pesant sur les ménages les plus endettés, l'augmentation des coûts par effets de ricochets.

4) Le bassin méditerranéen de l'Espagne à la Turquie, en passant par le sud de la France, l'Italie, la Grèce, l'Égypte et les pays du Maghreb, reste indéniablement l'une des grandes destinations touristiques avec plus de 230 millions de visiteurs soit un tiers des flux touristiques au monde et autant pour les recettes. Cela au moment où la fréquentation de la Libye été multipliée par dix, celle de la Turquie par deux. La zone comprenant l'Afrique du Nord, la Libye et le Moyen-Orient est devenue la troisième destination devant l'Italie. En quatre ans, le tourisme a connu un véritable boom en Mauritanie poussant les décideurs à en faire un pilier de l'économie nationale. Alors qu'en 1996, 217 touristes avaient fait le voyage vers la Mauritanie, le pays en a accueilli pas loin de 40 000 pour la saison 2001-2002. « En quatre ans, le tourisme en Mauritanie a connu un véritable boom ».

+8% (en nombre d'arrivées) au titre de l'année 2006¹ par rapport à 2005 alors que la fréquentation en Moyen-Orient ne semble pas être touchée par un climat politique tendu, marquée essentiellement par la guerre israélo-libanaise de l'été 2006, enregistrant un taux de croissance positif des arrivées touristiques (+4%) et bénéficiant du grand recul des destinations d'Europe et d'Amérique.

**Tableau n°1 : Arrivées touristiques en Afrique du Nord
en 2006-20052**

	Arrivées touristiques millions 2005	Arrivées touristiques millions 2006	Recettes touristiques millions \$	Recettes touristiques millions \$
Maroc	5,843	6,368	3924	4611
Tunisie	6,378	6,549	1970	2063

Dans ce contexte, l'Afrique du Nord se démarque par un taux de croissance de 6% passant de 13,9 millions d'arrivées en 2005 à 14,7 en 2006. Une évolution essentiellement due aux bons résultats du tourisme marocain qui a enregistré une hausse de 9% en 2006 en dépassant la barre des 6 millions de touristes grâce à la libéralisation de son espace aérien et à la politique touristique volontariste « Vision 20103 » qui vise la réception de 10 millions de touristes à l'aube de 2010. La Tunisie quant à elle enregistre une hausse de 2,7% des arrivées touristiques, grevée en cela par des problèmes d'aérien et de promotion dans des marchés en recul.

1.3 - Tendances de la demande :

Secteur en pleine croissance, le tourisme connaît un grand bouleversement de la structure de la demande. Ce bouleversement concerne la tendance généralisée aux vacances courtes et l'apparition du tourisme

1) L'Afrique s'est placée, pour la deuxième année consécutive, à la première position des régions touristiques en terme de croissance avec une progression globale de 8% en 2006. D'après le Baromètre OMT de tourisme, vol. 5, n°1, janvier 2007, p 3.

2) Baromètre OMT du tourisme mondial, p 36

3) Abdelhadi Alami, le tourisme marocain, l'éternel espoir, Média Ten, Rabat 2004, p103

weekendier accompagné d'un temps de récréation de plus en plus compressé, du zapping spatio-temporel et de la recherche de vacances créatives. En d'autres termes, les touristes préfèrent partir moins longtemps mais plus souvent et faire plusieurs choses durant leurs voyages. Chose que révèle l'analyse de l'offre qui s'oriente en majorité vers l'aventure et l'escapade ou des excursions brèves loin de la pression et des contraintes professionnelles et familiales.

Pourtant, le constat qui se confirme est bien le fait que le tourisme est devenu une pratique ancrée dans les habitudes de consommation occidentales et qu'elle n'est que peu ou pas du tout touchée par les crises et les soubresauts économiques. Les changements qui l'affectent ne sont qu'une sorte d'adaptation et une évolution induits par les bouleversements socioculturels de la société. Parmi ces changements, La Commission Européenne du Tourisme (C.E.T)⁽¹⁾ observe :

- Une augmentation des voyages domestiques et plus de répétitions de voyages dans des destinations régionales avec des départs plus courts et fréquents. Le tourisme est plus que jamais marqué par la fugacité et le zapping.
- L'augmentation des voyages individuels et le recul des produits totalement forfaitisés.
- L'augmentation de la réservation directe et tardive et de l'achat de vol sec.
- La sensibilité au prix, en particulier vis à vis du transport aérien (*low-cost*).
- La sensibilité aux problèmes de sécurité.
- Un plus grand intérêt pour les voyages authentiques : écologie, sport et cultures insolites.

1.3 - L'ère du tourisme numérique :

Le tourisme entre désormais dans une nouvelle ère marquée par un développement des technologies de l'information. Ces dernières ne cessent

1) German Porras, deux ans de stagnation dans le tourisme européen, est-ce une nouvelle tendance durable ? in World Travel Market, ExCel Center, Dernières tendances du tourisme mondial 2000-2003, 12 novembre 2002, Londres. p11

de bousculer l'offre et la demande à tel point que nous pouvons parler sans hésitation de l'ère du tourisme numérique. En effet, « *le nouvel environnement dans lequel travaille l'industrie des voyages et du tourisme, caractérisé dans certains pays par la disparition des commissions versées aux agences de voyages, a nécessité un gros effort d'adaptation de la part du secteur. Mais il y a déjà des signes qui montrent clairement que les destinations et autres acteurs de l'industrie touristiques qui réussiront sont ceux qui sauront s'acclimater à ces nouvelles conditions de fonctionnement et faire place à toutes les formes de distribution.*⁽¹⁾ »

Ainsi, il suffit de constater l'explosion des réservations en ligne⁽²⁾, le développement croissant des agences virtuelles et de l'e-tourisme. Les forfaits deviennent plus flexibles et la vente des vols secs explose alors que l'utilisation de produits combinés permet au client de faire son marché sur la toile avec des paniers virtuels. Le développement des sites de vente directe recueille chaque jour de nouveaux adhérents, surtout grâce à la sécurisation des paiements en ligne.

Il faut voir aussi dans cette tendance une voie vers l'élimination progressive de tout intermédiaire. C'est en effet ce qui a induit le passage en Europe à la commission zéro entre les TO et les voyagistes et l'obligation imposée aux agences virtuelles d'afficher des tarifs TTC.

Par ailleurs, la révolution du Web 2.0 ouvre de nouveaux horizons au tourisme en permettant une grande diffusion de l'information. Cette dernière se trouve libérée de tout monopole, permettant ainsi au consommateur plus de lisibilité et de transparence. Le tourisme 2.0 offre ainsi plus de distance aux voyageurs par rapport aux prestataires en leurs permettant de partager et d'échanger leurs expériences, leurs informations et leurs jugements sur des hébergements et/ou des destinations : l'information n'est plus accaparée par les seuls acteurs du tourisme. Cette libéralisation de l'information trouve aussi dans le développement des blogs un autre terrain et ouvre au *touristonaute* la possibilité de bénéficier, dans les forums de discussions, d'un bouche-à-oreille virtuel très efficace. Le touriste est plus que jamais communicant, même dans l'ombre de son ordinateur, et trouve dans la

1) Baromètre OMT de tourisme, vol. 5, n°1, janvier 2007, p 18.

2) Selon les chiffres de l'OMT, aux Etats Unis 54% des réservations passent par Internet contre 40% seulement en Europe, et les perspectives sont encore plus prometteuses.

facilité de la navigation et la multi recherche un moyen d'assurer son statut de client-roi.

Alors qu'Internet¹ écrase actuellement les canaux de communication et de commercialisation classiques, le développement des télécommunications ne cesse lui aussi de bousculer l'environnement touristique. Le développement de réseaux à large bande, le Wap, la téléphonie mobile et les systèmes de troisième génération 3G avec 62 millions d'utilisateurs du haut débit dans 60 pays... participent à cette mutation qui trouvera désormais dans le développement des réseaux locaux sans fil Wi-fi et Wi-max et des systèmes de navigation embarqués, un nouveau terrain propice que révèle le nombre croissant d'abonnés au haut débit dans le monde.

3- L'espace saharien entre fragilité et marginalité :

La situation de l'espace saharien au revers de l'espace montagneux de l'Afrique du Nord, loin des concentrations urbanistiques des larges bandes du littoral, dévoile des territoires déstructurés, mal et sous équipés regroupant des espaces vastes, pauvres, constitués de régions diversifiées formées de montagnes, plateaux, steppes et de grands ergs arides... En somme des territoires à la marge formant une sorte de diagonale du vide dont les traits communs dévoilent une fragilité structurelle flagrante que nous pouvons résumer dans les points suivants :

- La vulnérabilité face à la menace climatique (pénurie d'eau et désertification...).
- Une forte croissance démographique.
- Un taux de chômage moyen supérieur à 15 %.
- Une structure économique précaire, peu diversifiée et peu productive.
- Le sous-équipement et l'enclavement.

1) Internet bénéficie d'une grande pénétration des marchés (70% des marchés occidentaux), et offre un meilleur retour sur investissement pour les opérations en ligne avec un coût publicitaire encore bas par rapport aux supports classiques. Baromètre OMT de tourisme, vol. 5, n°1, janvier 2007, p 18

Du coup, la question du développement touristique de ces régions nous positionne d'ores et déjà devant la problématique de la marginalité et la fragilité d'un espace confronté à une réalité cruelle présentant une multitude de risques et de menaces qui s'articulent autour d'un grand déficit d'équipements économiques et sociaux alors que le contexte dans lequel il évolue offre un profil où le risque climatique et la fragilité physique se présentent comme une contrainte au développement d'autant plus que l'on assiste à une amplification des problèmes environnementaux, notamment le manque d'eau ou du moins sa raréfaction et la complexité du fait urbain et démographique.

1.3 - La fragilité écologique et physique :

L'espace saharien marocain et tunisien se situe aux revers des chaînes atlasiques et présente un profil fragile caractérisé par la précarité du cadre géologique, topographique, climatique et écologique. En somme les signes d'un espace fragile qui se déclinent à travers :

- La rareté et l'irrégularité des précipitations, amplifiées par l'aridité et la sécheresse.
- De forts indices d'évaporation induits par des niveaux de chaleur trop élevés.
- La domination des vents forts qui agissent sur un sol en majorité squelettique et facilement mobilisable (ensablement et désertification).
- Un tissu végétal très faible et atrophié constitué d'espèces xérophyte, succulentes ou grasses, alors que les cultures, concentrées, souffrent de l'irrégularité du ruissellement et de crues dévastatrices et évoluent dans un contexte de stress permanent ⁽¹⁾.

L'aridité et la sécheresse constituent deux problèmes structurels dans le sens où ils conditionnent à la fois les disponibilités en eau, la formation des sols et du couvert végétal. Elles restent aussi des facteurs déterminants dans le peuplement et l'établissement d'une grande civilisation aujourd'hui

1) En effet, au moment où la dynamique éolienne cause des dommages considérables aux différents aménagements hydrauliques, les bactéries ruinent la palmeraie (Bayoud dans la palmeraie marocaine) et les pâturages se dégradent en cédant la place à des espèces allochtones.

en crise et vouée à l'abandon et à la désertification. En effet, si auparavant les hommes ont pu s'adapter grâce au génie hydro agricole et à une organisation socio-économique exemplaires, on remarque de nos jours que la gestion de l'espace saharien subit un grand déséquilibre. Ainsi, parcelles abandonnées et terrains laissés en jachères deviennent de plus en plus nombreux.

1.3 - La précarité économique :

Loin des périmètres, trop réduits, où les gisements miniers, de gaz naturel ou de pétrole ont permis une industrialisation, même partielle, de l'espace saharien, l'économie oasienne est essentiellement dominée par une agriculture intensive et une forte activité commerciale qui en constitue l'ossature à côté des filières phoenicole et oleicole. Cela au moment où le pastoralisme nomade cède la place un élevage intensif.

D'ailleurs, on observe un renouveau de la palmeraie et une nouvelle répartition des cultures dans l'espace oasien grâce aux différents aménagements hydro agricoles, à la mécanisation, à l'usage de la motopompe et au travail de vulgarisation des services extérieurs des ministères de l'agriculture. Les nouveaux agriculteurs bénéficient de moyens financiers et techniques nouveaux pour augmenter la surface cultivable et diversifier leur production, consacrant le passage des systèmes agropastoraux locaux sahariens de la logique vivrière à la logique de marché.

Le désenclavement et les grands travaux routiers ont permis le désenclavement de l'espace et son ouverture sur les marchés extérieurs, offrant par la même occasion aux agriculteurs locaux des voies pour écouler leur production dans les nouvelles concentrations urbaines. En réalité, les villes sont devenues de véritables plates formes commerciales qui assurent les fonctions de drainage tandis que le tourisme représente une nouvelle chance pour diversifier les sources de revenus de la population oasienne... et prévenir du chômage et de la précarité.

Mais reste que le système de production communautaire a subi un coup de fouet et connaît ainsi une désintégration des bases de gestion de la terre et de l'eau. La distribution des terres collectives cède la place au

développement de la propriété privée¹ et le système des lâchers et les motopompes remplacent les vieilles traditions de gestion et de distribution de l'eau permettant ainsi une intensification qui menace l'équilibre fragile oasien par l'introduction de systèmes de production peu adaptés aux capacités des terres.

1.3 - Les mutations démographiques et socioculturelles :

Il va sans dire que l'ouverture de l'espace oasien sur l'extérieur a conduit indubitablement à un grand bouleversement socioculturel. En réalité, le développement de l'économie marchande, l'urbanisation, qui progresse à un rythme phénoménal et les nouvelles constructions bétonnées qui remplacent des édifices séculiers² connus pour leur symbiose avec la rudesse du climat et l'hostilité du milieu, sont les causes principales de ce bouleversement qui, par ricochet, affecte le système de régulation tribal oasien et les vieilles traditions de solidarité désormais de plus en plus désuètes.

Les vieilles cités médiévales qui jouaient un grand rôle économique et politique sont devenues de simples concentrations banales où une urbanité élémentaire contraste avec la ruralité (les habitudes des paysans ou nomades récemment installés et la précarité poussent les habitants à construire sur des parcelles encore cultivées ou à utiliser leur foyer pour un élevage qui se réduit à quelques têtes).

D'un autre côté l'ampleur de l'exode rural, induit essentiellement par la précarité de la campagne oasienne et les sécheresses, participe à la modification du paysage saharien en laissant apparaître les centres urbains comme des concentrations de consommateurs qui, certes constituent un maillon important du fonctionnement et de l'articulation de l'espace, mais dont l'édification déroge aux règles les plus élémentaires d'aménagement : ces pays ont-ils déjà une politique de la ville ?

1) Si auparavant l'interdiction de toute vente à une personne étrangère à la fraction tribale était un fait courant, de nos jours les terres sont affranchies de toute contrainte communautaire et coutumière.

2) On remarque en effet, pour le cas du Maroc une fuite des ksours et un développement sans précédent de la construction extra-muros.

En effet, l'ensemble des centres a accédé au statut de ville suite à la promotion administrative. Cette dernière répondait plutôt aux soucis de contrôle de la population. Elle a bien évidemment permis de réaliser nombre d'équipements, parfois encore embryonnaires, mais elle reste une opération sans grand impact sur la croissance et le progrès. A ce titre Jean Bisson souligne que les mesures de promotion adoptées et la sélection des villes qui avaient fait l'objet de ces mesures « *ne résulte pas de considérations uniquement développementalistes - c'est à dire pensées en termes d'aménagement de l'espace qui ont nous meilleures répartition des ressources et des hommes, décentralisation des organes de commandement, régionalisation des investissements...- car le politique a joué un rôle majeur dans la prise de décision concernant l'encadrement des populations* » 1.

Au demeurant, l'espace oasien connaît des transformations brutales dues à une croissance démographique forte, une croissance rapide des villes, une sédentarisation et un mouvement d'émigration massifs mais aussi et surtout à la pénétration des valeurs de l'économie marchande.

1.3 - Un espace périphérique stratégique :

Après une longue période d'essor grâce au trafic transsaharien, les villes présahariennes et sahariennes ont subi une marginalisation et un oubli total suite à la découverte des voies maritimes à partir du XV^{ème} siècle. Ces découvertes ont conduit plus tard à une forte littoralisation des activités économiques conduisant de plus en plus à la *périphérisation* de ces territoires. Cependant, il apparaît que l'espace saharien émerge ces dernières années et s'impose comme un espace tampon entre l'Afrique subsaharienne et le bassin méditerranéen. En fait, les itinéraires trans-sahariens sont actuellement les principales voie de passage vers l'eldorado européen.

C'est évidemment la conjoncture internationale, la guerre anti-terroriste et une immigration clandestine tragique et surmédiatisée, qui participent au basculement de cet espace de la marginalité vers la « centralité ». D'ailleurs, la géopolitique internationale en fait une zone barrière pour ralentir les flots des émigrés suite à l'échec des stratégies de verrouillage déployées par les pays d'accueil. C'est pourquoi, et bien

1) Jean Bisson, 2003, Mythes et réalité d'un désert convoité : le Sahara, Paris, L'Harmattan, p 159.

qu'incarnant par excellence la périphérie, l'espace saharien «...contribue à bouleverser les échelles du système relationnel et, par la voie inattendue de l'informel, tisse et étend les mailles d'un processus de mondialisation qu'il investit en même temps de ses spécificités, devenant ainsi un espace passeur et faiseur de mondialisation. Celle-ci ne se limite pas au seul tropisme des centres, elle est aussi celle des marges et du rapprochement, conflictuel, entre les périphéries.⁽¹⁾ »

En un mot, la notion de fragilité reste vague, ne nous permettant pas de révéler la gravité de la situation de cet espace. C'est la raison qui nous a poussé à emprunter la notion de série de désertification⁽²⁾ pour appréhender les différentes facettes de cette fragilité. Ainsi, sans plonger dans la tautologie, quatre désertifications ou niveaux de fragilité, interdépendants, résument la situation de cet espace :

- Une désertification physique qui se matérialise par l'ensablement et la fragilité de la structure géologique et écologique locale.
- Une désertification météorologique due à la faiblesse des précipitations.
- Une désertification hydrique : due à la problématique de l'eau qui se pose avec acuité à cause de l'épuisement, la baisse des niveaux des nappes et la réduction des apports des oueds.
- Une désertification démographique et sociale : dont les principaux traits sont les forts taux d'émigration, la paupérisation, le chômage et l'ébranlement du système socioculturel oasisien.
- Une désertification économique avec un secteur agricole dépendant des aléas du climat et de la faible disponibilité des ressources hydriques.

1) Ali Bensaad, « Les migrations transsahariennes, une mondialisation par la marge, 1ère partie, » UFR de Géographie, Université de Provence, El Watan, 29/10/2005.

2) Ainsi, la désertification englobe le phénomène physique stricto sensu mais aussi et surtout tous les facteurs liés à la dégradation dans le sens que P.Rognon lui donne. Selon lui la désertification est la « dégradation rapide et parfois irréversible des milieux arides et semi-arides sous l'effet d'une exploitation excessive de leurs ressources naturelles, provoquant l'installation de conditions de plus en plus défavorables aux êtres vivants. ».

4 - Le tourisme dans l'espace saharien :

1.3 - Le tourisme saharien au Maroc :

Avec une part qui s'élève à 8% du PIB, le tourisme se place au premier plan des activités économiques au Maroc. Cette situation est consacrée par l'engagement de l'Etat et des différents opérateurs dans la Vision 2010 qui vise l'accueil de 10 millions de touristes. Il faut dire que le secteur a bénéficié, depuis les premières années de l'indépendance, de mesures importantes malgré des résultats contrastés et mitigés et une évolution qui reste en deçà des discours affichés et de l'évolution de l'activité au niveau mondial. Néanmoins, on note depuis l'an 2000 une nette amélioration des performances du secteur qui a enregistré une évolution de 7% des nuitées, 12% des arrivées et le passage de la capacité hôtelière à plus de 133 230 lits en 2006 ⁽¹⁾.

4.1.1 - Spécificités du tourisme saharien marocain :

Le tourisme saharien a toujours constitué un pilier de l'offre touristique marocaine. Faisant partie des circuits dits classiques (Sud, Route des Kasbah et Grand Sud) les territoires présahariens et sahariens se démarquent ces dernières années par le développement de nouvelles niches bénéficiant des potentialités d'un vaste secteur géographique et d'un effort important de valorisation de la capacité hôtelière dans les villes de Ouarzazate, Zagora et Errachidia, la première étant une plate forme du tourisme saharien grâce à son aéroport international et à une offre importante en établissements de différentes catégories.

La capacité du secteur saharien et présaharien marocain s'élève à 12.411 lits dont 10.855 lits dans le Grand Sud et seulement 1.556 lits dans les provinces sahariennes. La récente entrée de ces dernières dans les circuits proposés justifie une capacité qui ne dépasse pas 12,5% de la capacité saharienne contre 87,5% pour le Grand Sud qui reste une des grandes composantes du produit Maroc. En effet, l'espace saharien (hors provinces sahariennes) représente, 9% de la capacité d'hébergement du Maroc. Une part qui reste encore faible en comparaison avec la capacité de Marrakech puisque l'ensemble de l'espace ne représente que 35% de la capacité de

1) En effet les arrivées passent de 5 843 377 en 2005 à 6 558 333 en 2006 alors que le nombre des nuitées dans les hôtels classés passe de 15 215 589 en 2005 à 16 326 807 en 2006.

Marrakech. Pourtant, l'offre dans l'espace saharien connaît depuis 2003 une importante diversification avec le développement de nouveaux types d'hébergement tels les gîtes et les auberges de caractères alors qu'elle reste essentiellement dominée par les catégories 5 et 4 étoiles.

Répartition de la capacité hôtelière dans le secteur saharien au Maroc ⁽¹⁾

Zone	Ville	Capacité
	Assa Zag	20
	Tata	250
	Guelmim	330
	Ouarzazate	5915
	Zaogora	1751
	Errachidia	2589
Provinces sahariennes	Dakhla	240
	Layounne	1164
	Tan Tan	152
Total		12411

Source : Observatoire du tourisme au Maroc, Annuaire statistique du tourisme 2005, Rabat, p. 48

La place de cet espace dans l'offre touristique marocaine apparaît à travers une concentration des établissements hôteliers et des activités touristiques au niveau de trois villes : Ouarzazate, Errachidia et Zagora dont la capacité hôtelière est de 10.255 lits, soit 83% de la capacité saharienne, cela au moment où la capacité des deux premières constitue 7.1% de la capacité globale du Maroc. Sur un volume global de 6.558 millions ⁽²⁾ d'arrivées au Maroc au titre de l'année 2006 l'espace saharien, en dehors des provinces du Sahara, n'en a reçu que 4.3% et n'a enregistré qu'une faible part des nuitées, avec seulement 4,8% des nuitées de l'ensemble du pays, dont 89% dues au tourisme international, essentiellement enregistrées dans les villes d'Ouarzazate et d'Errachidia qui ont totalisé 87% de l'ensemble des nuitées de l'espace saharien. .

1) Observatoire du tourisme au Maroc, 2006, « Annuaire statistique du tourisme 2006 », Rabat, p 58.

2) Le Maroc a reçu 6.558 millions de touristes contre 6.076 millions en 2005 soit une évolution de 8% des arrivées.

La concentration de l'activité touristique au niveau de certains secteurs : oasis et vallées principalement situées sur des axes routiers témoigne de la faible pénétration du tourisme dans le territoire. En effet, le tourisme de séjour est encore très limité tandis que les produits itinérants sont d'un apport faible pour le territoire et les habitants. En effet la durée moyenne de séjour ne dépasse pas 1,5 jours/séjour, laissant apparaître un apport faible en nuitées et en recettes. Pourtant, le dynamisme du secteur et son effet d'entraînement permettent un renouveau de l'activité économique et des revenus des habitants grâce à l'apparition de nouvelles catégories socioprofessionnelles : guides, commerçants, bazaristes, vendeurs de pierres, et au développement de différentes sortes de prestations.

Néanmoins, les villes du sud restent des étapes pour des visites rapides du Tafilalet, de la vallée de l'oued Draa, des étendues sableuses et des unités désertiques de l'anti-atlas, du Djebel Bani ou des franges sud du Haut Atlas, la particularité de cet espace étant sa situation au revers de la chaîne atlasique. Cette situation offre à la fois la possibilité de pratiquer des activités de haute montagne, à des altitudes qui avoisinent les 4.156m, et de s'immerger dans un domaine saharien avec des dunes dont la hauteur dépasse les 100m à l'Erg Chebbi. A cette offre naturelle s'ajoute une mosaïque de tribus, de folklore et de traditions qui constituent un fond culturel très riche.

4.1.2 - Freins et limites au développement touristique dans le sud marocain :

Sans pour autant se lancer dans un listing exhaustif des potentialités et des atouts de l'espace saharien, l'offre du territoire reste diversifiée alors que son exploitation demeure encore limitée par manque d'innovation et de créativité des prestataires. En effet, *« l'offre touristique marocaine a présenté jusqu'à ces dernières années des aspects contrastés : d'un côté des potentialités énormes liées à la richesse du patrimoine, la diversité des aspects culturels et des paysages (littoral, montagne, sud désertique) et de l'autre une sous-exploitation de ces potentialités à cause, essentiellement,*

d'un manque de vision globale et d'une faiblesse de la politique promotionnelle⁽¹⁾ ».

Les campagnes promotionnelles se basent essentiellement sur des produits banalisés dans lesquels les villes sahariennes ne jouent qu'un rôle d'étape dans des circuits qui ne pénètrent que peu ou pas dans le désert. La tendance actuelle révèle un renversement de cette tendance avec le développement de certaines niches comme le tourisme sportif, la randonnée et des produits culturels basée sur l'insolite et l'immersion dans les cultures locales.

Pourtant le développement de ces activités pose de sérieux problèmes. D'abord la question de l'eau et l'occupation de l'espace (conflit entre les terres agricoles et pastorales et aires de concentration touristique), la fréquence du trafic dans des zones trop sensibles sans aucune mesure réglementant l'activité. En effet, bien que l'activité trouve dans l'espace saharien un large vivier on remarque un développement anarchique des activités récréatives parfois en plein cœur de la palmeraie posant par la même occasion des problèmes de bruit et de dégradation des espèces végétales, d'ensablement et de concurrence sur l'eau. Sur ce dernier point, Marsaud note qu'*« un touriste vivant à l'hôtel consomme trois fois plus d'eau par jour qu'un habitant local. Il engloutit entre 300 et 850 litres d'eau par jour pendant l'été... Sans compter ce qu'on appelle les " facilités touristiques " : piscines, pelouses verdoyantes et, dans le pire des cas, terrains de golf. Un green, entre 50 et 150 hectares, a besoin de 1 million de m³ d'eau par an. Soit l'équivalent de la consommation d'eau d'une ville de 12 000 habitants*

(2) » Alors que la présence d'un grand vivier en offre naturelle et culturelle laisserait entrevoir un avenir meilleur pour l'espace saharien, l'absence d'une politique de patrimoine grève la gestion d'un legs d'une grande valeur historique et humaine. En réalité, mis à part quelques actions sporadiques qui ont pris la forme de travaux de réhabilitation de certains édifices⁽³⁾, frôlant

1) Azzedine Hosni, 2000, « Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara », Décennie mondiale du développement culturel, Paris, UNESCO.

2) Marsaud, 2004, <http://www.gauches.net/article1430.html>

3) C'est le cas de Ksar Ait Ben Haddou, classé patrimoine de l'Humanité depuis 1987 qui reste, malgré l'importante fréquentation de 400 visites par jours, un site complètement déserté et folklorisé. La théâtralisation de l'image du désert marocain atteint ici son paroxysme.

parfois la folklorisation, et un événementiel d'une faible ampleur et un impact encore trop faible, le patrimoine local est le parent pauvre de la politique touristique marocaine.

Certes l'événementiel s'est développé à un rythme phénoménal grâce à la multiplication du nombre des festivals, témoignant d'une grande inventivité de la part des initiateurs, mais il n'a qu'un faible impact et ne révèle que partiellement la richesse du fond culturel local. D'ailleurs, certains événements sont trop élitistes alors que d'autres en revanche baignent dans le populaire voire le *populisme*. La politique emboîte le pas à l'action purement culturelle et l'animation culturelle se trouve dominée par une offre brute d'édifices laissés pour compte vu que le nombre de musées fréquentés témoigne d'un manque flagrant de stratégie de gestion du patrimoine et d'un manque de savoir-faire et de compétences dans les domaines de la muséographie et de la scénographie.

Par ailleurs, la question de la pollution impose d'autres menaces à cet espace fragile à cause du manque de sensibilisation et de l'absence d'une politique de gestion des déchets. Différentes tâches noires témoignent de feux de camp allumés ici et là alors que des boîtes de conserves laissées çà et là confirment l'inconscience de certains touristes et une détérioration menaçante d'un paysage altéré.

1.3 - Le tourisme saharien en Tunisie ⁽¹⁾ :

Avec 6,549 millions d'arrivées, la Tunisie est sans conteste la première destination d'Afrique et du monde arabe. Une position qu'elle doit à une politique tarifaire très compétitive et à un positionnement sur la moyenne gamme balnéaire, ce qui lui a permis d'enregistrer une croissance de 2,6% entre 2005 et 2006. Des résultats qui sont relayés par une hausse significative des recettes qui ont atteint 2.154 milliards de dinars pour 31,8 millions de nuitées en 2006 contre 2.051 milliards de dinars pour 31,4 millions de nuitées en 2005 soit une évolution de 5,1% des recettes et de 1,3% des nuitées.

1) Azzedine Hosni, « Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara », Décennie mondiale du développement culturel, UNESCO, Paris, 2000, p28-34

4.2.1 - Le tourisme saharien en Tunisie est le réveil du désert :

Après une longue phase d'intervention massive et sans limite de l'Etat qui s'est positionné à la fois en tant que promoteur et investisseur (entre 1956 et 1965)⁽¹⁾, et pour sortir d'une image de destination de masse de plus en plus banalisée, le pays s'oriente vers la diversification de son produit en misant sur un vaste vivier que représente son espace intérieur et sur une politique d'investissement volontariste initiée depuis les années 1987 et consacrée par les codes des investissements de 1992 et 1996 qui accordent des avantages importants.

Le réveil du secteur saharien tunisien apparaît comme l'un des faits marquants de ces dernières années. Il a permis de porter à 77 le nombre d'hôtels et de campements alors que la dynamique de l'activité a permis le développement des secteurs de la restauration et de l'animation. De même, on comptait six musées et 44 agences de voyages et de location de voitures vers la fin de l'année 2006, répartis entre trois secteurs :

- **Le secteur de Gafsa et du Djérid avec les oasis de Tozeur et de Nefta** qui englobe l'une des plus grandes palmeraies du sud tunisien, Tozeur, chef-lieu de la région administrative qui a bénéficié d'un nombre important d'investissements. Ces derniers ont permis de porter la capacité hôtelière de la ville à 3.782 lits en 1996. Dans le même secteur Nefta émerge entre monts et dunes avec une capacité de 1.138 lits alors que les oasis de Chebika, Mides et Tamazaret et Gafsa offrent au tourisme des possibilités de développement importantes.
- **Le secteur de Nefzaoua, Kébili, Douz et le Grand sud** qui se situe en plein pays saharien au sud du Chott El Jerid et sur le Grand Erg Oriental. Certains centres de ce secteur sont des étapes incontournables des circuits sahariens : Zaafrane, El Faouar. La capacité hôtelière de ce secteur avoisine les 3.805 lits.
- **Le secteur de Matmata et Tataouine** qui constitue par excellence une zone de ksour et d'oasis avec Matmata, Gabes,

1) Cette phase est marquée par l'adoption d'une stratégie calquée sur le modèle de l'urbanisation espagnole qui a permis de grands travaux d'aménagement balnéaire dans cinq zones prioritaires : Tunis nord, Tunis sud, Hammamet-Nabeul, Sousse-Monastir et Jerba-Zarzis.

Médénine et Tataouine. L'île de Djerba, bien qu'elle fasse partie du tourisme balnéaire, constitue une sorte de *hub* touristique pour ce secteur et le point de départ pour découvrir les oasis de Tiaret, Kamour, El Borma et Ghadames.

L'analyse de la capacité hôtelière de l'espace saharien tunisien révèle la prédominance de la catégorie trois étoiles qui représente la moitié de la capacité hôtelière totale alors que celles de quatre et cinq étoiles constituent 20% de l'ensemble de la capacité. Pourtant, l'investissement dans le moyen et haut de gamme reste un fait très récent. En effet, la capacité de cet espace a plus que triplé entre 1987 et 1997, reflétant le grand intérêt des promoteurs. Cet intérêt a été essentiellement motivé par une pléthore d'avantages fiscaux consentis par l'État et qui ont permis d'attirer vers le secteur des promoteurs importants (ACCOR et Nouvelles Frontières).

Cette évolution s'est accompagnée par un développement important de prestations touristiques tels que l'hébergement de caractère dans des ksour ou dans les fameux troglodytes, enrichissant par là même l'offre touristique avec de nouvelles unités typiques. De même, le développement du tourisme écologique et sportif laisse entrevoir une adaptation progressive aux tendances d'un marché friand en activités de récréation profitant de l'ouverture de l'aéroport de Tozeur et de la baisse de ses taxes aéroportuaires à 50%.

Cependant, *« le bilan de ce développement peut paraître mitigé. Certes l'aéroport de Tozeur a été construit et équipé, mais la fréquentation de ses dessertes est encore insuffisante pour contribuer d'une manière décisive au développement du tourisme. ⁽¹⁾ »*. En effet, le tourisme saharien reste un produit complémentaire au balnéaire et tarde à s'imposer comme produit de séjour indépendant malgré ses atouts : des sites naturels encore vierges, des villages berbères d'une architecture unique (les ksour sahariens : Ksar Hadada, Ksar Ezzahra, etc.), des vallées, des oasis et des immenses palmeraies peu pénétrées par l'activité touristique, et un patrimoine culturel et populaire varié.

1) Smaoui, A., « Le tourisme saharien entre mythes et réalités », in *Tourisme info spécial tourisme saharien*, novembre 2003, p2-3.

4.2.2 - Les limites du développement touristique dans le sud tunisien :

Miser sur le développement touristique de l'espace saharien tunisien a visé à la fois à diversifier et à redynamiser la destination et à redorer une image banalisée par la promotion et les séjours balnéaires dégriffés. Il présente aussi l'avantage de permettre le développement socio-économique d'un espace déshérité et marginalisé. Cependant, si la valorisation de cet espace laisse entrevoir le retour à la croissance d'un espace longtemps en stagnation, elle soulève quelques problèmes et ne cesse de confronter le territoire à de nouveaux enjeux.

D'abord la problématique de l'eau et la multiplication des forages pour l'alimentation des hôtels et l'arrosage des pelouses et des golfs qui met une grande pression sur les ressources hydriques et impose une forte concurrence entre le tourisme et l'activité agricole. Cette pression prend aussi la forme d'une concentration spatiale des équipements touristiques au niveau des centres urbains ou de certains sites conduisant à la sur fréquentation et soulevant ainsi le problème de la capacité de charge de certaines zones sensibles et du choix des zones touristiques.

Dans la même optique, les actions et les efforts, manifestes pour la préservation de l'environnement (création du parc national de Jbil dans le Grand Erg Oriental) et du patrimoine culturel, sont encore limités et prisonniers d'une vision monolithique, conservatrice et traditionnelle. En effet, les initiatives en matière de gestion du patrimoine restent encore en deçà des espoirs, même si les efforts déployés jusque là témoignent d'un grand dynamisme de la part des acteurs culturels nationaux et locaux (festival international du Sahara à Douz, festival des ksour à Tataouine, etc.).

Par ailleurs la saisonnalité de l'activité confronte les unités hôtelières à de graves problèmes de remplissage. En effet, les taux d'occupation restent faibles et ne garantissent pas un bon retour sur investissement nous poussant à nous interroger sur l'utilité d'investir dans la catégorie de luxe et de son adaptation à l'espace environnant sachant que les tendances confirment le recul de l'hôtellerie classique au profit de nouvelles formes d'hébergement plus conviviales et indépendantes.

Le monopole de l'offre balnéaire et sa proximité du désert tunisien peut jouer un grand rôle dans le développement de ce dernier en offrant des possibilités de séjours et circuits combinés : balnéaire, nature, sport, découverte de la culture et de la population locale. Mais ce genre d'offre reste encore faible et constitue une activité en développement, peu encadrée et limitée par le manque de personnel qualifié et d'un cadre réglementaire favorable à un développement qui apparaît encore plutôt anarchique.

Par ailleurs, le secteur dépend manifestement des tour-opérateurs étrangers et la politique promotionnelle n'arrive pas à s'affranchir d'une image encore marquée par le balnéaire et les tarifs bas... alors que d'autres problèmes liés à la qualité des prestations et des hébergements proposés, à l'insuffisance de la formation, au harcèlement des touristes (faux guides, vendeurs ambulants), limitent les potentialités du secteur.

1.3 - Le tourisme d'aventure et de sport et la récréation de l'espace touristique saharien :

Au Maroc comme en Tunisie, le développement de nouvelles niches touristiques liées au sport, à l'aventure et à de nouvelles activités récréatives apparaît comme une alternative à la crise touristique et une voie pour la redynamisation d'un secteur aux performances encore mitigées. Ces niches révèlent les paradigmes d'un développement touristique territorial qui avance encore en tâtonnant face à la réticence des acteurs et des pouvoirs publics. En effet, bien que l'expérience révèle que ces créneaux participent à la valorisation des espaces périphériques et créent par la dynamique qu'ils instaurent une animation économique et sociale, la volonté de faire émerger de nouveaux sites et produits reste encore tributaire de l'existence d'un environnement sain et de mesures d'encouragement adéquates.

Malgré tout, la nature diffuse de ces activités a un impact important sur les zones périphériques et offre par la même occasion la possibilité de la renaissance d'un produit classique et banalisé de séjour balnéaire et de circuits culturels et peut être la voie pour la création de nouveaux espaces touristiques dans des territoires en déclin. En réalité, le besoin de prestations touristiques : hébergement, accompagnement, restauration, conduit à la concentration des prestations sur un lieu très accessible profitant par effet de ricochet à l'espace périphérique. La nature devient donc un décor privilégié pour des pratiques récréatives, de compétition, d'exploration et de découverte. La dynamique touristique que génèrent ces nouvelles niches

conduit à la multiplication du nombre d'intermédiaires : prestataires et loueurs de matériels : 4x4, moto, quad, vélo, guides et moniteurs, alors que de nouvelles bases de loisirs et équipement d'accueil (auberges, gîtes, hôtels) sont réalisées, bénéficiant ainsi de l'emplacement du site et des perspectives prometteuses qu'il affiche.

Nous assistons ainsi à une restructuration de l'offre dans les oasis profitant de la tendance généralisée à la pratique du tourisme rural et à la *sportivisation* des voyages. Une restructuration qui concerne aussi bien le domaine des prestations d'animation et d'encadrement sportif que la réponse aux nouveaux besoins de transport, d'hébergement et de récréation. Les innovations imposées dans ce domaine sont en germe dans de nombreuses initiatives réussies en matière de création de produits de multi activité, d'efforts d'animation et de promotion... mais qui restent encore trop limitées.

5 - Perspectives et voies pour l'avenir :

De nos jours le tourisme est présenté comme une panacée pour redynamiser les territoires en déclin ou marginalisés. Effectivement, le nombre de destinations et d'espaces qui s'ouvrent au tourisme connaît une explosion sans précédent. Mais le tourisme ne peut à lui seul être le cheval de bataille contre la marginalisation, de même que miser sur une seule activité et un secteur fortement dépendant de l'extérieur peuvent perturber l'économie locale. C'est la raison pour laquelle on insistera sur le besoin d'une stratégie globale et intégrée basée sur une approche transversale et multisectorielle.

5.1 - Pour un développement durable de l'espace saharien ⁽¹⁾ :

Malgré un discours, puissamment médiatisé, qui frôle parfois la banalisation, sur le développement durable, à tel point que la notion, trop entachée d'utopisme, se trouve boudée et critiquée par les chercheurs, nous ne pouvons éviter un concept clé de l'économie du développement de ce

1) Le « développement durable » (ou développement soutenable) est, selon la définition proposée en 1987 par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement dans le Rapport Brundtland : « un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de " besoins ", et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. »

siècle. Loin d'y voir un effet de mode, nous pensons que cette approche offre des voies très intéressantes, surtout que le profil de cet espace renforce l'enjeu de la protection et de la gestion durable de ces potentialités. En effet, la recherche d'un équilibre entre une exploitation rationnelle et une fragilité structurelle, qui combine l'approche protection conservation et approche développement est bel et bien l'esprit de la démarche du développement durable. Cette dernière s'applique à assainir trois sphères interdépendantes : le milieu naturel (écologie), l'Homme (le social) et l'activité économique.

Les lignes directrices de cette approche responsable et responsabilisante ont été arrêtées en 1992 sous forme de 27 principes, lors de la conférence de Rio ⁽¹⁾ dont :

- Le principe de solidarité intergénérationnelle et intragénérationnelle.
- Le principe de participation.
- Le principe d'intégration (globalité et transversalité).
- Le principe de subsidiarité.
- Le principe de responsabilité.

Le mérite de cette approche réside dans son caractère global qui offre des réponses aux différents enjeux qu'affronte l'espace saharien et qui imposent une intégration des principes du développement durable dans toutes les actions d'aménagement touristique afin de prévenir une catastrophe écologique et culturelle et de gérer au mieux les équilibres fragiles menacés.

En somme c'est le choix de sortir d'une vision unique et d'opter pour une approche multi-acteurs susceptible d'éviter des démarches conservatrices qui peuvent mener à terme à la *ghettoisation* et la *muséification* de l'espace ou en revanche à une maximisation économique qui aggraverait la situation écologique et naturelle d'un espace *westernisé* et estropié. A ce titre l'étude des effets socio-économiques négatifs du tourisme révèle un bouleversement des paysages et de la physionomie sociale, culturelle et économique des

1) Rapport de la conférence des Nations unies sur, l'environnement et le développement, Rio de Janeiro, 3-14 juin 1992) ;

communautés sahariennes (urbanisation, flambée du prix de la terre, concurrence sur l'eau et la terre, inflation et émigration...), d'où l'urgence d'une politique de protection par le biais de la création de parcs naturels et d'une stratégie globale qui intègre un classement des sites les plus sensibles, la gestion des déchets, la réglementation de la fréquentation des sites et du trafic hors piste dans les oasis, les secteurs peuplés ou destinés à l'agriculture, l'optimisation des usages de l'eau, la protection par la construction d'ouvrages anti-érosifs et la lutte contre la désertification et la vulgarisation de techniques de production modernes ou traditionnelles efficaces.

5.2 - L'intérêt d'une approche participative et d'un partenariat public privé :

Depuis Rio, il existe un large consensus pour définir le développement durable comme un développement intégrant non seulement les aspects économiques mais aussi les aspects environnementaux et sociaux. La réussite d'une telle politique repose sur la nécessité d'une concertation entre les acteurs concernés, tous niveaux confondus. Loin des approches trop technicistes et économicistes et des démarches descendantes, l'approche participative se base sur le partenariat, la synergie et la conjugaison des efforts de l'ensemble des acteurs. On insistera dans un premier plan sur le besoin d'une vision globale et d'un organe pilote du projet du développement territorial touristique et dans un second plan sur l'importance de la participation de la population.

5.2.1 - Une vision stratégique pour un développement touristique local :

L'échec des projets de développement est essentiellement dû à l'absence d'une vision stratégique du développement territorial. Partant de la pauvreté des politiques de développement adoptées depuis les indépendances dans les deux pays sujets de cette intervention, la vision stratégique présente l'intérêt de tracer les lignes directrices de l'avenir du territoire et d'offrir un regard sur la façon dont les acteurs locaux pensent et planifient cet avenir : d'où le besoin d'un organe ou organisme qui pilote le projet.

L'organe pilote est une entité ou une structure qui assure l'animation du projet de développement touristique, l'élaboration de la stratégie de façon adaptée à la région et/ou au territoire. Elle doit impérativement être

composée d'acteurs existants sur le territoire et ne saurait être assimilée à une instance politique ou administrative. C'est une structure qu'on peut qualifier de *pertinente* dont le rôle principal est d'assurer une synergie entre les acteurs, d'élaborer une stratégie, de développer et veiller à l'exécution des programmes et de projets adoptés.

Elle prendrait en charge la planification du développement touristique selon une méthodologie fixée a priori, l'assainissement de l'environnement touristique, la recherche de financement, la coordination avec les services extérieurs des différents ministères, la création de parcs ou de zones protégées, la réglementation et la législation sur la fréquentation et la promotion de toute démarche susceptible de garantir la dynamique touristique dans le territoire... Elle assurerait en outre une veille stratégique indispensable : statistiques, études et enquêtes, base de données, etc.

Cette entité pilote serait la tribune des acteurs locaux, un lieu de discussion et d'arbitrage entre les intérêts des différents intervenants et un espace de rapprochement des compétences des différentes échelles de décision territoriales (international, Europe, Etat, région, local) assurant la jonction des actions et la mobilisation des acteurs locaux dans une stratégie de développement durable.

Cette entité peut initier différentes actions comme :

- La création de parcs naturels : inventaire et classification des zones fragiles à protéger ou susceptibles de recevoir des aménagements et des équipements touristiques.
- L'initiation d'une politique de gestion du patrimoine.
- La collaboration avec le privé et les voyagistes.
- Solliciter l'association d'organismes internationaux de financement et de défense de la nature à la gestion du milieu et au développement touristique.

5.2.2 - La démarche participative ;

L'intérêt de la démarche participative est le souci de démocratie visé par la participation de la population. Parent pauvre de la politique de développement, la population locale n'a bénéficié jusqu'ici que de peu

d'intérêt. Sollicitée actuellement dans des projets de développement elle reste encore marginalisée, d'autant plus qu'elle se trouve dans l'obligation de s'organiser en associations ou en coopératives qui sont des formes susceptibles de garantir une meilleure écoute de la part des institutionnels et de l'administration, une représentativité des intérêts des adhérents et une plus grande efficacité des actions engagées.

Le choix de l'association de la population locale est l'affirmation de la place prépondérante que joue la communauté locale et de son rôle dans la réalisation du projet de développement. C'est un moyen de réajustement de son rôle et de sa capacité à générer des idées et des projets par le biais de la valorisation et de la canalisation des dynamiques et des initiatives locales dans une perspective d'auto promotion et de développement durable et autonome.

Dans cette optique, le groupement sous forme d'associations, de coopératives ou d'organisations professionnelles (de producteurs, hôteliers, transporteurs, guides, moniteurs, loueurs de matériels...) permet une identification des groupes concernés et peut constituer à terme, à travers le développement de ses moyens et de son action, un important acteur dans le territoire. Mais, cela requiert l'adhésion de l'ensemble des acteurs et le soutien qu'ils peuvent apporter d'abord à l'organisation de leur filière ou activité puis à celle du territoire et enfin à toute la chaîne de production touristique.

Ce qui est valable pour les prestataires l'est d'autant plus pour les communautés d'accueil pour qui le tourisme est pourvoyeur en emplois et en revenus supplémentaires. En effet, au moment où la pénétration du tourisme conduit à un bouleversement du quotidien oasisien : délaissement de l'agriculture, abandon des ksour, émigration et acculturation, etc., la population locale peut s'organiser de telle façon qu'elle puisse assurer des prestations (guide, hébergement chez l'habitant, etc.) et préserver son identité et sa culture comme c'est le cas de plusieurs expériences en Australie et au Canada.

Enfin, il faut dire que l'organisation communautaire, l'organisation tribale encore active dans le territoire, et leur importance dans la gestion de différents domaines de la vie locale, font de ces communautés des acteurs et

des partenaires indispensables dont l'association à la stratégie de développement permettrait une appropriation, nécessaire, du projet de développement local.

6 - Conclusion

En conclusion, l'ouverture de l'espace saharien au tourisme est un espoir pour les territoires en marge et une possibilité pour la réimplantation d'activités productives après plusieurs siècles de rupture et de marginalisation.

Assurément, le désert n'est plus de nos jours un espace hostile. Il attire une clientèle très large : des jeunes jusqu'aux seniors, avec des mélanges de tribus, couples, familles et groupes... La clientèle est très hétérogène et ses pratiques diversifiées. C'est aussi une clientèle qui préfère des combinaisons : séjours, activités, visites de ville et détente, ainsi que les formules plus libres et moins forfaitisées ou les autres produits plus tendance : séjour dans les ksour dont le développement pourrait mener vers un agritourisme oasien si on associe la phoeniculture, l'oléiculture, ou des niches telles que le tourisme équestre, cynégétique ou l'écotourisme. L'authenticité également qui, puisée dans les savoir-faire ancestraux, permettrait de démarquer l'offre et de bien positionner la destination sur le marché touristique

L'exploration de ces possibilités est conditionnée par l'élaboration d'une stratégie volontariste, la concertation entre les différents acteurs et l'implication indispensable des collectivités et communautés locales dont le rôle est primordial dans la mise en œuvre de la démarche de développement.

Bibliographie

- Alami, A., 2004, « Le tourisme marocain, l'éternel espoir », Rabat, Média Ten.
- Smaoui, A., 1992, « Le développement du tourisme en Tunisie et le rôle des organisateurs de voyages étrangers », in *Tourisme, chance pour l'économie, risque pour les sociétés ?* / J.L.Michaud, PUF, p.125-150.
- Bensaad, A., 2005, « Les migrations transsahariennes, une mondialisation par la marge », UFR de Géographie, Université de Provence (Aix-Marseille I). El Watan, 29 octobre.
- Baromètre OMT de tourisme, janvier 2007, vol. 5, n°1.
- Département du Tourisme, 2005, « Tourisme en chiffres 2005 », Rabat.
- Porras, G., 2002, « Deux ans de stagnation dans le tourisme européen, est ce une nouvelle tendance durable ? » in World Travel Market, ExCel Center, Dernières tendances du tourisme mondial 2000-2003, 12 novembre, Londres, p.11
- Bisson, Jean, 2000, « Développement et mutations au Sahara maghrébin », CRDP Orléans - Tours.
- Miossec, J-M, 1997, « Le tourisme en Tunisie : un pays en développement dans l'espace touristique international », in *Cahiers d'URBAMA*, n°13, p.116-122
- Ministère du Tourisme, Maroc, 2003, « Tourisme news letter », 4^{ème} Trimestre, n°5.
- Note du Département de l'information des Nations unies, 5 juin 2006 (Voir site officiel de l'organisation)
- Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU, 1987, « Notre avenir à tous », avril.
- Observatoire du tourisme au Maroc, 2006, « Annuaire statistique du tourisme 2006 », Rabat.
- De Riviero, Ozvaldo, 2003, « Le mythe du développement, Enjeux planétaires », Paris.

- Rognon, P., «La désertification », 1995, MED Campus n°8, « Désertification et aménagement », Paris, L'Harmattan
- Violier, Philippe, « Mobilités de tourisme et de loisir, entre la ville et la campagne, Fonctionnement de l'espace et système d'acteurs », CARTA – UMR ESO, Université d'Angers, p 1
- Bourdeau, Philippe, 1991, « Prospective touristique et marchés porteurs », *Cahiers d'ESPACES*, n°25, p.64-70.
- Wheland, Tensie, éd., 1991, « L'écotourisme, gérer l'environnement », Nouveaux Horizons, Island.

Le tourisme saharien et les transformations des paysages du sud-ouest tunisien

Fathi Boulifa ⁽¹⁾

Résumé

Nombreuses sont les études qui ont évoqué les impacts du tourisme balnéaire sur l'environnement littoral, agricole et urbain, mais les ouvrages qui ont étudié les impacts du tourisme saharien sur l'environnement oasien et saharien sont encore rares.

L'aménagement des zones et des sites touristiques et l'édification de plusieurs établissements pour accueillir les touristes, ont transformé les paysages des espaces urbains, oasiens et sahariens de la région du sud-ouest tunisien. Dans certains lieux la transformation est totale et dans d'autres elle est partielle.

Les objectifs de cet article se résument en deux points :

- la détermination des transformations des paysages provoquées par l'insertion du tourisme ;
- la détermination de l'influence du tourisme sur la perception de ces paysages par les autochtones.

1) fathyboulifa@yahoo.fr

1 - Le tourisme et les transformations des paysages

L'extension des équipements et des activités touristiques participent souvent à la récupération (*recréation*) d'espaces inexploités ou en friches, selon l'expression de G. Cazes, après le déclin des activités préexistantes. Selon G. Cazes, on peut distinguer trois types de récupération :

- « la récupération dérivée » sans remise en cause des fonctions précédentes ;
- « la récupération par annexion », transformation des fonctions mais non des formes ;
- « la récupération secondaire », prise de possession totale des lieux par le tourisme.

Cette typologie des sites selon le mode de récupération, qui semble être pertinente, pourrait aboutir à l'établissement d'une certaine hiérarchie ou une répartition des lieux selon le degré de leur transformation. Elle nous permet d'établir trois listes exhaustives des paysages récupérés et transformés par le tourisme.

L'espace de cet article ne permet pas de dresser des listes de sites qui ont subi des transformations provoquées par le tourisme dans la région. Pour repérer ces transformations on a opté pour quelques sites urbains, oasiens et sahariens marquants qu'on a photographiés lors des visites de terrain.

Parmi ces sites, on a choisi dans la zone de Tozeur, l'Oued, le Rocher du Poète, les décors de long-métrage « La Guerre des Etoiles 3 », le Belvédère de Ras El Aïn... Dans la zone de Douz, on a choisi la place de présentation des spectacles du Festival International du Sahara, le parc zoologique du Sahara...

1.3 - La transformation des paysages urbains

Si on classifie les sites qui ont subi des transformations, on constate que les sites urbains sont les plus affectés. Dans les villes touristiques comme Tozeur et Douz, l'amélioration des paysages urbains est remarquable : les unités hôtelières dans les zones touristiques, notamment celles de haut

standing, qui contrastent avec les bâtiments en mauvais état des quartiers environnants, ont contribué à « *embellir* » les paysages urbains de ces villes.

En général, les sites urbains les plus fréquentés par les touristes, sont ceux qui subissent le plus de transformations. Citons, par exemple, les boutiques qui s'étendent tout au long des grandes rues de villes touristiques, comme par exemple à Tozeur. Tout d'abord, le nombre de ces boutiques s'est accru considérablement au cours des années 1990, les rez-de-chaussée de plusieurs immeubles et les espaces verts de certaines villas se sont transformés en boutiques d'artisanat ou de produits alimentaires, en studios photos ou en restaurants.

La municipalité de Tozeur a aidé les propriétaires de ces boutiques à décorer leurs façades par les briques pleines traditionnelles (*Galeb*) pour embellir le paysage de rues et pour conserver l'architecture typique de la ville. Cette intervention de la municipalité a contribué à la décoration des façades de tous les bâtiments situés de part et d'autre des principales rues de la ville par ce genre de brique.

L'utilisation de ces briques dans la décoration a été adoptée également, soit partiellement ou intégralement, par les promoteurs des unités d'hébergement touristique dans cette ville.

1.3 - La transformation des paysages oasiens

Les oasis qui représentent l'élément principal de l'identité locale de chaque communauté de la région, ont subi également, avec leurs ouvrages hydrauliques, des transformations provoquées par le progrès du tourisme.

Après le tarissement des sources qui alimentaient l'Oued de Tozeur, l'un des emblèmes de cette ville, la communauté urbaine, très attachée à cet ouvrage millénaire, a insisté sur la sauvegarde et la poursuite de l'écoulement de cet oued qui représente la notoriété de Tozeur en l'alimentant artificiellement par des forages à motopompes au niveau de Ras El Aïn, lieu de l'ancien point de jaillissement de sources naturelles.

La transformation a atteint également le parcours de l'Oued. Son débit est en régression progressive, l'envergure de son cours se rétrécit, par endroit, d'une année à l'autre, pour limiter les pertes d'eau dues à

l'évaporation ou pour la fixation des clôtures fabriquées en bois de tronc de palmiers ou en palmes qui servent à canaliser son lit et protéger les parcelles qui se situent sur ses berges. En outre, plusieurs petits ponts ont été restaurés ou créés sur son cours pour faciliter l'accès des touristes à quelques nouveaux sites de promenade ou au parcours du Golf des Oasis.

On estime que si cette ville ne représentait pas une destination et un attrait touristique, le tarissement des sources de cet oued aurait marqué sa fin. Plus que le manque d'eau, qui pourrait être satisfait par d'autres ouvrages hydrauliques, le souci de perdre cet emblème paysager touristique représente le principal motif d'entretien et de revalorisation de cet oued.

Les transformations ne se limitent pas aux ouvrages hydrauliques. Certaines parcelles oasiennes qui ne présentaient que des espaces agricoles productifs ont été transformées en centres de loisir pour la population locale ou en centres d'animation touristique ou de camping pour les touristes.

- L'insuffisante disponibilité de l'eau dans les oasis a poussé certains agriculteurs à sacrifier l'étage inférieur des cultures oasiennes ⁽¹⁾, à savoir les cultures maraîchères et fourragères, qui exigent des grandes quantités d'eau par rapport aux cultures de deux étages supérieurs. Le délaissement d'une grande partie de terres en friche, la médiocrité de la production fruitière et la régression de la productivité des dattes, ont ainsi incité certains agriculteurs à transformer leurs oasis en centres de loisir, d'animation ou de camping afin de garantir une certaine rentabilité à leurs terres et à exploiter l'essor du tourisme et la nouvelle tendance des autochtones à la fréquentation de ce genre de centres.

- Cette transformation des paysages oasiens, exclusivement exploités, auparavant, pour les productions agricoles, en centres touristiques prend des formes différentes. On peut distinguer entre :

o les oasis qui se sont transformées en lieux de rencontre, meublées par des chaises, des tables et quelques équipements de jeux pour les enfants.

1) Les cultures à étages sont formées de haut en bas par les palmiers (l'étage supérieur), les arbres fruitiers (l'étage moyen) et les cultures maraîchères et fourragères (l'étage inférieur).

Il s'agit d'une « récupération dérivée » qui conserve les fonctions précédentes des oasis ;

○ les oasis qui se sont transformées en petits centres d'animation touristique, équipées de tentes sous lesquelles on organise des spectacles folkloriques devant les touristes qui dînent. Il s'agit, également d'une « récupération dérivée » qui ne remet pas en cause les fonctions précédentes des oasis ;

○ les oasis qui se sont transformées en camping, équipées d'unités d'hébergement sous tentes ou dans des chambres construites en béton, en bois ou en tronc de palmiers. Ils pourraient accueillir également des autocaravanes. Ces centres sont équipés de cafés-bars, de tentes servant pour la restauration et accueillent des spectacles folkloriques. Il s'agit d'une « récupération par annexion » qui transforme la fonction mais non la forme. Dans certains cas les promoteurs de campings conservent la fonction de la production des dattes qui ne gêne pas les autres fonctions et activités touristiques du centre ;

○ les oasis qui se sont transformées en grands centres d'animation touristique (par exemple Planet Oasis à Tozeur). Ce genre de centre est constitué d'équipements pour l'animation comme la tente géante pour la restauration et les spectacles folkloriques, transformable également en discothèque, un grand théâtre en plein-air, des boutiques pour la vente d'œuvres d'art et d'artisanat, un mini bar-café, un snack... Contrairement aux trois centres précédents, qui ont épargné les palmiers et les arbres fruitiers, l'édification de ces grands centres s'est accompagnée d'un déboisement, et donc de la destruction du paysage oasien. Il s'agit là d'une « récupération secondaire ».

Dans certains cas (récupération dérivée), la transformation des oasis en centres de loisir ou d'animation ou de camping contribue à leur conservation et leur entretien et parfois même à l'amélioration de leur état (propreté, organisation...) puisque leurs propriétaires s'en occupent désormais en permanence. Dans d'autres cas (récupération secondaire), cette transformation contribue soit à leur dégradation, soit à leur disparition par déboisement.

La transformation des paysages oasiens en centres de loisir ne se limite pas aux anciennes oasis, caractérisées par la densité des arbres et la proximité géographique des villes, mais elle concerne, également, les nouvelles oasis lointaines, comme celle qui a été transformée en parc

zoologique à Douz (zoo du Sahara). Cette exploitation agricole équipée d'un puits et formée de palmiers en début de production, de quelques petits arbres fruitiers et de quelques cultures maraîchères et fourragères, a été transformée par ses propriétaires (des frères originaires de Douz) en un zoo abritant quelques animaux sahariens comme les gazelles, le renard du Sahara, des scorpions et plusieurs espèces de reptiles dans des compartiments de forme hexagonale, construits en béton et clôturés par des grillages.

La réalisation de ce projet dans une exploitation agricole créée récemment nous montre que la transformation des paysages, due au tourisme, s'étend à tous les espaces oasiens, même ceux qui ne connaissent pas encore de problèmes d'eau et des difficultés de productivité et de commercialisation. On pense que les propriétaires de cette exploitation anticipent ces difficultés et veulent exploiter l'essor du tourisme, en valorisant leur terre, avant d'arriver à l'étape qui les obligera à la délaisser.

1.3 - La transformation des paysages péri-oasiens

La transformation des paysages provoquée par l'essor du tourisme a concerné également les zones péri-oasiennes, comme la partie dénudée du Belvédère de Ras El Aïn transformée dernièrement en un centre de loisirs. Cette zone qui était, jadis, couverte par une oasis de palmiers luxuriante autour des sources naturelles d'Oued Tozeur, a été choisie par le Commissariat Régional du Développement Agricole (CRDA, Département des Forêts) de Tozeur pour constituer un centre de loisirs séparant le Golf des Oasis et la zone touristique. Cet organisme a commencé à reboiser la partie dénudée et à l'équiper en jeux d'enfants et en espaces de repos. Il a recouvert aussi la route, reliant ce centre à la zone touristique et longeant l'oued, en pierres plates cimentées et il a réaménagé également les rives de l'oued séparant la ville de Tozeur de ses oasis.

Ces travaux, qui prétendaient à la récupération du charme original des paysages du Belvédère de Ras El Aïn, n'ont pas réussi, hélas, à faire revivre sa splendeur de jadis !

On estime que ce genre d'opération, c'est-à-dire la récupération des sites naturels déboisés qui représentaient des espaces emblématiques des paysages de cette ville et leur transformation en centre de loisir, est plus importante que la transformation des espaces oasiens en centre de loisir ou d'animation ou de camping, que nous avons citée ci-dessus. Ces opérations

contribueront à étendre les espaces verts, si importants dans ces zones arides, pour entraver l'érosion des terres agricoles et embellir les paysages.

Il y a d'autres formes de transformation des espaces péri-oasiens qui consistent à embellir certains monuments et sites fréquentés par les touristes, comme le Rocher du Poète à Tozeur. Ce rocher, qui représente une limite naturelle entre le Centre de Loisirs de Ras El Aïn et le Golf des Oasis, est le site le plus visité de la palmeraie du Belvédère de Ras El Aïn. Il a subi, outre l'érosion hydrique et éolienne, l'intrusion du tourisme par la construction d'un escalier en briques pleines sur son flanc et sa décoration par trois portraits géants du poète Abou Elkacem Echabbi, fabriqués en plastique armé.

L'intrusion de l'artificiel dans le naturel, même s'il apparaît pour certains comme une manière d'embellir et d'attirer davantage l'attention ou de faire connaître le site, le dénature et porte atteinte à son originalité physique et historique. La décoration des flancs de ce rocher par les portraits d'Abou Elkacem Echabbi n'a pas empêché sa dégradation progressive due à la fréquentation intensive des touristes. Il semblerait en effet que cette décoration aurait contribué à attirer davantage les touristes, notamment les nationaux, qui se bousculent pour prendre des photos « sur la tête » du portrait du poète.

1.4 - La transformation des paysages sahariens

La transformation des paysages ne se limite pas aux espaces oasiens et urbains, elle concerne également l'espace saharien. La transformation d'un site saharien, pas loin du célèbre site de Ong Ejmél, entre les villes de Tozeur et Nafta, en décors pour le tournage du long-métrage « La Guerre des Etoiles 3 », en témoigne. Ces décors entourés par les dunes, qui illustrent la surface d'une planète imaginaire, représentent actuellement l'un des sites les plus fréquentés par les touristes.

Au début, les constructeurs de ces décors avaient l'intention de les détruire après leur utilisation pour sauvegarder le charme originel du site, mais après la fin du tournage, le CRT pour le Sud-Ouest et les autorités régionales ont opté pour leur conservation pour en faire une attraction touristique. Bien que ce dernier objectif ait été atteint, la dénaturation et la détérioration du site, dues à une fréquentation intensive, sont apparentes (boîtes de bière, bouteilles d'eau minérale et de boissons gazeuses vides en plastique et autres déchets se retrouvent jetés en grandes quantités sur les dunes...).

Le paysage de ces décors, constitués de bâtiments imaginaires construits en plâtre, qui contraste avec le paysage voisin des dunes fait perdre au désert son charme.

Le site de *Hnich* qui se situe aux confins du désert de Douz, a été lui transformé en une place constituant un grand théâtre en plein-air où se tiennent les festivités et les spectacles du Festival International du Sahara de Douz, au cours des derniers jours de chaque année (période des vacances de Noël et du nouvel an pour les européens et des vacances scolaires pour les touristes intérieurs).

Jadis, les festivités de cette manifestation étaient très limitées, elles représentaient une occasion de rencontre entre les oasisiens (ex-sahariens sédentarisés) et les sahariens encore nomades pour les échanges culturels. Les gens se réunissaient autour de quelques spectacles qui illustrent des scènes d'activités et de sports populaires sahariens. La transformation progressive de cette manifestation en une attraction pour les touristes nationaux et internationaux, puis en un festival international, a incité les autorités locales de la ville de Douz à construire des gradins en plein-air hauts de près de 10 m qui s'étendent sur plus de 250 m et permettent d'accueillir le public de cette manifestation durant trois ou quatre jours seulement dans l'année. Ces gradins construits en béton et peints en couleur blanche, situés aux confins du désert, font contraste avec le paysage saharien constitué de sable de couleur jaunâtre.

Il semble, d'après la transformation de ces sites provoquée par le tourisme, que si dans certains cas la transformation est bénéfique, notamment pour les sites qui ont été abandonnés avant l'essor du tourisme, elle est dans d'autres cas préjudiciable et a provoqué leur dénaturation ou leur dégradation. « *Les sites, autrefois lieux, sont devenus des images et des produits. Il n'est pas rare -la littérature touristique se repaît de ce paradoxe- que le développement massif et incontrôlé de l'appareil économique et commercial compromette, masque, voire fasse disparaître l'attraction originale qui était à la source de la fréquentation.* » ⁽¹⁾.

1) Cazes, G, « Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs », p 81.

2 - La transformation de la perception des paysages par les autochtones

Avant d'évoquer l'évaluation de la transformation de la perception des paysages par les autochtones, influencée par le tourisme dans le Sud-Ouest, il convient de définir ces notions de perception et de paysage.

Pour concevoir une image plus claire sur la perception par les autochtones des paysages de leurs villes ou de leurs campagnes, transformés sous l'effet de l'insertion du tourisme dans la région, on a jugé utile le recours à l'enquête, qui demeure le moyen le plus efficace pour ce genre d'opération. Dans la mesure où cette enquête ne pouvait pas concerner tous les éléments paysagers qui ont subi des transformations causées directement ou indirectement par le tourisme, on a opté pour les cinq éléments les plus fréquentés et convoités par les touristes dans cette région, à savoir : les oasis, le désert, les chotts, la médina et les zones touristiques.

2.1 - Enquête et méthodologie

L'analyse s'est appuyée sur les résultats d'une enquête semi directive réalisée auprès d'un échantillon de 214 personnes choisies aléatoirement dans la ville de Tozeur, au cours des mois de décembre 2003 et mars 2004.

1) La structure des enquêtés

Par sexe					
Masculin	%	Féminin	%	Total	%
135	63,1	79	36,9	150	100

Par âge									
- 20 ans	%	20-40 ans	%	40-60 ans	%	+ 60 ans	%	Total	%
32	15,0	86	40,2	77	36,0	19	8,8	214	100

Par niveau d'instruction									
Sup.	%	Sec.	%	Prim.	%	Illet.	%	Total	%
56	26,1	102	47,7	34	15,9	22	10,3	214	100

Les entretiens ont été réalisés en langue arabe, ce qui a nécessité une transcription en français en respectant autant que possible la tournure et l'état d'esprit des témoignages. On citera aussi quelques passages de l'enquête de L. Latiri effectuée dans le cadre d'une étude portant sur la représentation de la nature et du paysage dans la culture arabo-musulmane entre le VIII^{ème} et le XI^{ème} siècle avec une étude de cas : « La mise en paysage des systèmes d'irrigation dans les oasis du sud tunisien »⁽¹⁾. Les résultats de ces enquêtes ont été accompagnés de quelques photos illustrant les paysages qui ont subi des transformations liées au développement du tourisme.

Les résultats obtenus ont permis de constater ce qui reste des représentations léguées par l'héritage patrimonial, de déterminer les représentations locales et de voir s'il s'en est construit de nouvelles au contact du tourisme.

L'une des difficultés de cette enquête a consisté à simplifier et vulgariser les concepts de « perception » et de « paysage » qui semblent être étranges et ambigus pour les enquêtés. Une des constatations a consisté dans la diversité de perception des paysages qui reflète les différences psychologiques, physiologiques et mentales entre les enquêtés et leurs rapports avec leur environnement. L'image complexe de la réalité, à partir de caractères perceptifs, est liée, sans doute, aux caractères de chaque perceuteur.

2.2 - Les paysages oasiens

A la question centrale « *quels sont les éléments paysagers spécifiques de votre zone ?* », 90,2 % des personnes interrogées, sans distinction de sexe, d'âge, de niveau d'instruction et de profession, ont choisi « les oasis » et 86,4 % d'entre eux ont opté pour « l'Oued de Tozeur ».

D'après cette hiérarchie préférentielle, les oasis et l'Oued de Tozeur occupent, successivement le premier et le deuxième rang dans la hiérarchie construite par les autochtones des paysages de leur environnement. Ces deux éléments paysagers représentent pour eux les paysages historiques et mythiques. Ainsi, une portion du spectacle qui s'offre quotidiennement à la

1) Thèse d'Université. Paris I-Panthéon-Sorbonne, 1999.

vue peut s'investir de sensibilité paysagère, puisqu'il s'agit d'un site infiniment prisé et jalousement gardé et approprié. Le palmier, l'eau et le système traditionnel d'irrigation constituent l'emblème paysager local.

Les éléments paysagers spécifiques de la zone de Tozeur

Rang	Eléments paysagers	Effectif	Fréquence
1	Oasis	193	90,2 %
2	Oued de Tozeur	185	86,4 %
3	Sahara	146	68,2 %
4	Médina et architecture de la ville	114	53,3 %
5	Chotts	97	45,3 %
6	Zone touristique	90	42,1 %
	Population enquêtée	214	100 %

Source : Enquête personnelle, 2003-2004.

A la question « *que représentent les oasis pour vous ?* », 89,3 % de personnes interrogées ont répondu " *Paysage naturel* " et 76,2 % d'entre eux ont répondu " *Espace productif* ". Ces réponses montrent qu'à côté de son importance économique, l'oasis représente pour les habitants des zones oasiennes un espace de détente, de rêve et de loisir.

Les représentations des oasis par la population de Tozeur

Représentation	Effectif	Fréquence
Paysage naturel	191	89,3 %
Espace productif	163	76,2 %
Cadre de vie	116	54,2 %
Population enquêtée	214	100 %

Source : Enquête personnelle, 2003-2004.

Les divers témoignages suggèrent trois relations qui consolident leur attachement au palmier : une relation fonctionnelle (nourriture, bois, codage...), une relation avec la nature et enfin une relation symbolique. Cette symbolique est d'autant plus forte qu'elle rentre dans le processus de la construction de l'identité locale et devient un emblème. Un grand nombre des enquêtés vont jusqu'à la croyance dans la similitude entre l'oasis et le paradis. « *L'oasien s'estime être un homme chanceux et privilégié, puisque le Paradis dont parle Allah se trouve incarné dans l'oasis, par sa richesse, sa diversité et le sentiment de paix qui y règne. La similitude se traduit évidemment par métaphore ou par rapprochement. C'est un lieu où peut s'extasier tout être humain. Un sentiment profond de plénitude, de sérénité s'empare de l'être. Même un touriste peut éprouver ce genre de sentiment.* »⁽¹⁾.

La redondance de propos similaires dans le discours jéridi suppose qu'ils effectuent une superposition de lecture, notamment entre l'oasis et le paradis céleste. D'évidence, la construction sociale du paradis se fait selon une symbolisation exacerbée de l'oasis. Les notions de paradis, jardins, paysages, deviennent des synonymes qui finissent par devenir interchangeables. Contrairement au désert, aux chotts et aux montagnes qui incarnent l'aridité, l'hostilité et la peur chez les autochtones, l'oasis et l'eau représentent pour ces derniers la vie et l'espoir.

La majorité des interrogés ont affirmé également que leur perception de l'espace oasien, dominée par sa fonction productive, a évolué suite aux flux de touristes vers cet espace, comme si les autochtones étaient jaloux ou avaient peur de la perdre devant la concurrence des touristes.

Après les oasis, les habitants de Tozeur qualifient l'Oued comme l'élément paysager spécifique de leur ville avec 86,4 % de fréquences de réponses à la première question. Selon eux, l'oasis et l'oued sont indissociables. Ce cours d'eau, qui était alimenté depuis longtemps par les sources de Ras El Aïn, est alimenté actuellement par des forages à motopompes. La population locale estime que ce recours à l'alimentation artificielle, après son tarissement, a diminué son débit et a enlaidi son

1) Latiri, L., « La société oasienne du Djérid et les représentations paysagères », p 4

paysage de jadis. « *L'eau n'est plus apparente, c'était tellement plus agréable lorsqu'elle était courante à Ras El Aïn. Aujourd'hui cet endroit ressemble à un cimetière de palmiers, c'est une vraie hécatombe. Avant, l'eau courante jouait aussi un rôle de régulateur thermique, elle adoucissait le climat. En été, on pouvait se baigner dans le wadi, l'eau y était profonde, maintenant tout cela est bel et bien fini.* » (Exploitant agricole, 55 ans, originaire de Tozeur) ⁽¹⁾.

La polémique qui entoure la nécessité de sauvegarder l'Oued de Tozeur se traduit par la peur de manquer d'eau et la crainte de l'inconnu. En 700 ans d'existence, le système d'irrigation traditionnel ⁽²⁾ est devenu "naturel" pour les habitants de la région. Il a acquis une qualité exceptionnelle : en place depuis toujours, il doit rester identique pour toujours. Il est devenu plus qu'un emblème, plus qu'un site, il est l'élément paysager fort de l'oasis de Tozeur.

Trois raisons contribuent à l'instauration du système d'irrigation en modèle. D'une part, il est l'œuvre d'un jéridi, ce qui renforce le sentiment d'ingéniosité locale ; ensuite, c'est un système équitable, et enfin il a été réalisé avec des matériaux locaux et naturels (pierre, terre, tronc de palmier...) qui s'intègrent parfaitement dans le site, créant une harmonie que le nouveau système est loin d'égaliser. « *L'ingénieur dans ce système est l'équité qui existe dans la répartition de l'eau dans les différentes parties de l'oasis. Personne ne s'est jamais plaint d'une injustice liée à l'eau. On peut dire qu'Ibn Echabbat a appliqué la Loi de Newton avant même que ce dernier n'existe (...). Les matériaux utilisés sont toujours pris dans l'oasis (bois) ou à la périphérie (gravier multicolore). Tous ces matériaux doivent former un ensemble harmonieux qui s'intègre dans l'environnement oasien sans perturber son ordre. L'harmonie et l'esthétique deviennent alors les maîtres mots de l'oasis.* » (Instituteur, originaire de Tozeur) ⁽³⁾.

A la question : « *les impacts du tourisme sur les paysages oasiens sont-ils bénéfiques ou préjudiciables ?* », 46,7 % seulement des interrogés ont répondu « *bénéfiques* », ce qui signifie que la majorité de la population

1) Latiri, L., « La société oasienne du Djérid et les représentations paysagères », p 4

2) Ce système date de 1282 et fut réalisé par l'ingénieur, originaire de Tozeur, Ibn Echabbat ; il s'agit d'une amélioration du système d'irrigation d'origine romaine.

3) Latiri, L., « La société oasienne du Djérid et les représentations paysagères », p 10-11

de Tozeur, ou du moins l'échantillon enquêté, n'apprécie pas les transformations des paysages oasiens provoquées par le tourisme. Ils pensent que l'intrusion de ce secteur dans leur ville a dénaturé ces paysages et menace ce qui en reste. Ils estiment que les étrangers (touristes et promoteurs touristiques extra-régionaux) sont les seuls bénéficiaires de ces transformations.

2.3 - Les paysages sahariens

Après les oasis et l'oued, l'échantillon enquêté de la population de la ville de Tozeur considère le désert comme le troisième élément paysager spécifique de leur zone, avec 68,2 % de réponses.

Le désert est considéré par la population de Tozeur comme un espace de chaos, répulsif et qui évoque la peur. En dépit de la conquête par le tourisme d'une grande part de cet espace, il demeure pour cette population, inconnu. « *Le désert c'est le sable et cela fait peur à cause des problèmes de désertification et de sécheresse. Cela cause beaucoup de dégâts ce qui n'arrange pas notre agriculture, d'où le sentiment de peur.* »⁽¹⁾. Les oasiens font une dissociation entre le tourisme oasien et le tourisme saharien. Toute une représentation du désert pur et dur renaît et prend place dans l'imaginaire local, puisque Tozeur se situe aux confins du désert.

Certains enquêtés qui sont des nomades sédentarisés ont exprimé, contrairement aux oasiens, leur attachement au désert qu'ils considèrent comme leur emblème et n'hésitent pas à exprimer leur nostalgie du passé. D'après cette différence de perception du désert, on constate que chaque groupe social s'est attribué un emblème pour se démarquer de l'autre. « *La distinction de certains lieux, l'appropriation spectaculaire (symbolique et physique) de certaines portions de l'espace, sont la résultante complexe de nombreux processus simultanément à l'œuvre : la cristallisation du regard dominant sur des sites exceptionnellement signifiants.* »⁽²⁾.

Les réponses des enquêtés à la question : « *que représente le désert pour vous ?* » confirment l'influence de la sédentarisation d'une part de la

1) Idem, p 13.

2) Cazes, G, « Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs, p 81.

population de Tozeur qui était nomade, puisque 11,2 % seulement d’eux estiment qu’ils pourraient vivre dans le désert et 23,4 % seulement d’entre eux considèrent encore le désert comme un espace productif. Ceux qui représentent le désert comme paysage naturel sont majoritaires avec une fréquence de 96,3 %.

Les représentations du désert par la population de Tozeur

Représentation	Effectif	Fréquence
Paysage naturel	206	96,3 %
Espace productif	50	23,4 %
Cadre de vie	24	11,2 %
Population enquêtée	214	100 %

Source : Enquête personnelle, 2003-2004.

Ce penchant d’une grande portion des enquêtés pour le côté naturel des paysages sahariens, explique, en quelque sorte, leurs réponses à la question « *les impacts du tourisme sur les paysages sahariens sont-ils bénéfiques ou préjudiciables ?* », dont 79,4 % ont estimé que ces impacts sont bénéfiques. On pense que la plupart de ces enquêtés croit que l’espace saharien était « stérile ou inutile » avant l’essor du tourisme et ce dernier a contribué à sa valorisation. Il semble que ces enquêtés ignorent les conséquences néfastes de l’intensification touristique sur l’espace saharien !

2.4 - Les paysages de la Médina

L’élément paysager qui occupe la quatrième position dans la perception des autochtones des paysages spécifiques de la zone de Tozeur, avec 53,3 % de fréquence de réponses, est la Médina. A la différence des trois éléments précédents qui représentent des paysages naturels, la Médina qui fait partie du tissu urbain de la ville, en position charnière entre l’oasis d’une part et les nouveaux quartiers d’autre part, représente pour 91,1 % des enquêtés un paysage historique et patrimonial et pour 54,2 % d’eux un attrait touristique.

Les représentations de la Médina par la population de Tozeur

Représentation	Effectif	Fréquence
Paysage historique (patrimoine)	195	91,1 %
Attrait ou site touristique	116	54,2 %
Cadre de vie	168	78,5 %
Population enquêtée	214	100 %

Source : Enquête personnelle, 2003-2004.

On a constaté que tous ceux qui perçoivent la Médina comme attrait touristique, la perçoivent également comme paysage historique et patrimonial, ce qui reflète une certaine influence du tourisme sur la perception par les autochtones des paysages de leur zone. Il semble que le tourisme les a incités à accorder plus d'attention à leur environnement parce que cela constitue une réflexion sur leur propre culture.

Cette confusion de la perception du paysage de la Médina chez les autochtones, apparaît dans la quasi-parité entre la proportion des enquêtés qui ont estimé que les impacts du tourisme sur la Médina sont bénéfiques (47,7 %) et celle des enquêtés qui ont considéré que ces impacts sont préjudiciables (52,3 %). La plupart des enquêtés qui ont adopté la première réponse sont, paradoxalement, des personnes âgées (plus de 50 ans) ou ayant un niveau d'instruction primaire ou des illettrés. Ils justifient leur réponse par la contribution du tourisme à l'incitation des autorités locales et des organismes qui s'occupent du patrimoine et du tourisme à l'échelle nationale, à intervenir pour sauvegarder ce site historique et préserver son architecture typique, en le réhabilitant et en l'entretenant régulièrement pour accueillir les touristes.

Ceux qui ont opté pour la deuxième réponse sont, en majorité, des jeunes (*moins de 35 ans*) ou ayant un niveau d'instruction secondaire ou supérieur. Ils argumentent leur réponse par l'impact du flux de touristes sur ce site, déjà fragilisé par les aléas climatiques et le délaissement de ses habitants, et qui contribuerait à sa détérioration progressive.

2.5 - Les paysages des chotts

Après l'oasis, l'oued, le désert et la Médina, 45,3 % de personnes de l'échantillon enquêté dans la zone de Tozeur considèrent les chotts comme l'un des éléments paysagers spécifiques de leur zone. Ils représentent pour la plupart (91,6 %) un paysage naturel qui incarne la fraîcheur qui adoucit la canicule de l'été et qui est source, selon eux, de la brise nocturne qui souffle de l'Est et qui rafraîchit la température trop élevée.

Ce qui est étrange c'est que certains enquêtés ignoraient que les chotts sont exploités dans l'animation touristique, ce qui explique la minorité d'entre eux qui se représente ces espaces comme des sites d'activités touristiques, soit 47,7 %. Ceux qui les considèrent comme des espaces productifs, notamment pour la production du sel, représentent 61,2 %.

Les représentations du chott par la population de Tozeur

Représentation	Effectif	Fréquence
Paysage naturel	196	91,6 %
Espace productif	131	61,2 %
Site des activités touristiques	102	47,7 %
Population enquêtée	214	100 %

Source : Enquête personnelle, 2003-2004.

La méconnaissance par certains du rôle des chotts dans l'animation touristique explique le petit écart qui sépare la portion des enquêtés qui juge les impacts du tourisme sur les chotts « préjudiciables » (56,5 %) et celle qui considère que ces impacts sont « bénéfiques » (43,5 %). Ceux qui ont opté pour la première réponse, argumentent leur jugement par les méfaits de la fréquentation massive de touristes dans ces espaces naturels fragiles, qui jettent leurs déchets (boîtes de bière, bouteilles en plastique ou en verre, paquets de cigarettes...) provoquant la pollution de ces sites. Ceux qui considèrent que les impacts du tourisme sur les chotts sont bénéfiques, justifient leur point de vue par la nécessité de valoriser tous les espaces inexploités dans leur zone, y compris les chotts, dans les activités touristiques afin d'injecter un certain dynamisme dans l'économie stagnante et créer des

emplois pour les jeunes chômeurs de leur région, même si cette exploitation s'avérait néfaste pour la nature de ces chotts.

2.6 - Les paysages des zones touristiques

La conscience des autochtones de l'importance du tourisme dans l'économie de leur zone s'est traduite par leur perception des zones touristiques comme l'un des éléments paysagers spécifiques de la ville de Tozeur. Ce choix qui nous a surpris, puisqu'on n'a pas spécifié cet élément par des questions directes dans notre enquête, exprime l'importance de la place de cette zone dans la perception des autochtones des paysages de leur ville. Désormais, cet élément fait partie de ses paysages et constitue même l'un de ses emblèmes.

L'une des images des paysages de cette zone qui a été choisie plusieurs fois par les enquêtés comme élément marquant et caractéristique de sa beauté, est le complexe récréatif de Dar Chraïet qui, selon leurs propres expressions, plonge ses visiteurs dans un labyrinthe de l'histoire de l'humanité. Ils le considèrent comme la perle magique de leur ville.

L'autre image de cette zone, appréciée par les enquêtés, consiste en l'architecture des hôtels et leur décoration partielle ou intégrale par les briques pleines (*Galeb*) qui représentent l'un des emblèmes architecturaux traditionnels d'El Jérid. « *L'image peut acquérir une telle force collective symbolique qu'elle devient la référence majeure, aussi bien pour les candidats visiteurs que pour les opérateurs et aménageurs.* »⁽¹⁾.

2.7 - Les constats généraux de l'enquête

La principale constatation qui découle de cette enquête consiste dans la « déviation » de l'angle de perception des autochtones des paysages familiers de leur zone. Certains éléments, transformés par les effets du tourisme, sont devenus plus beaux, d'autres, qui ont été créés exclusivement pour ce secteur, sont devenus des emblèmes supplémentaires pour les paysages de leur ville.

La majorité des enquêtés affirme qu'elle a découvert la beauté des paysages de leur zone par le biais de dépliants promotionnels publiés par

1) Cazes, G, « Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs », p 77.

l'ONTT, comprenant des photos illustrant les paysages oasiens et sahariens typiques de la région. Ces propos repris par plusieurs personnes estiment qu'avant le développement du tourisme dans la région, les paysages des oasis, du chott, du désert, de la Médina... paraissaient pour eux des paysages familiers et ordinaires qui font partie de leur vie quotidienne, mais après la diffusion des photos publicitaires des paysages de leur région pour attirer les touristes à l'échelle nationale et internationale, leur perception de ces paysages est changée, leurs aspects esthétiques cachés, convoités par les touristes, sont désormais perceptibles et constituent les emblèmes de leur région et leur fierté. Ils ont été amenés à modifier leur perception de cet environnement à la suite de différents processus de sa touristification. « *Avec mon travail de pilote de montgolfière, j'ai appris à avoir une autre vision du désert. Avant je n'y allais jamais, parce que je pensais qu'il n'y avait rien à voir et je ne comprenais pas ce que les autres y faisaient. Maintenant, quand j'ai du temps libre j'y emmène parfois des amis pour leur faire découvrir cet espace. La plus belle chose dans ce métier c'est de pouvoir survoler la région, de voir les chotts, l'oasis et les dunes depuis le ciel. On voit des paysages magnifiques qu'ils soient urbains ou naturels, c'est vraiment très beau.* » (Pilote de montgolfière, originaire de Tozeur)⁽¹⁾.

En dépit de cette nouvelle tendance, la comparaison des perceptions par les autochtones de certains éléments paysagers avec celle des touristes fait apparaître des différences significatives. Pour mettre ces différences en relief, on a tenté, à partir des enquêtes (*Touristes étrangers*) et (*Autochtones : perception des paysages*), de concevoir un schéma reflétant la perception de cinq éléments paysagers par les habitants de la zone de Tozeur d'une part et par les touristes visiteurs de cette zone d'autre part, sans approfondir l'analyse de la comparaison.

Pour certains éléments, la perception paraît semblable, comme la fraîcheur des oasis. Pour d'autres, comme le désert, la perception est extrêmement contradictoire, puisqu'il représente pour les autochtones la peur, l'hostilité et l'aridité et représente pour les touristes la beauté, le calme,

1) Latiri, L, « La société oasienne du Djérid et les représentations paysagères », p 13.

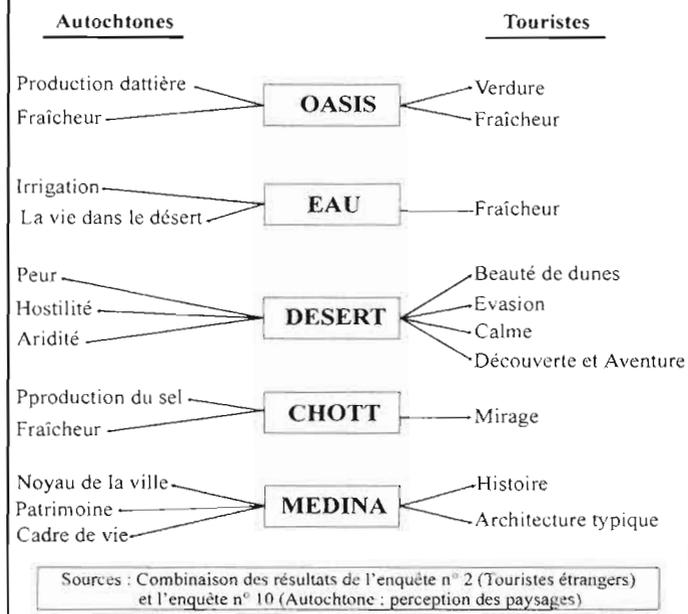
l'aventure... Pour d'autres éléments, comme l'eau, le chott et la Médina, les autochtones perçoivent en premier lieu le côté matériel et pragmatique, se traduisant par l'importance économique de l'eau (irrigation) et du chott (production du sel) et la représentation de la Médina comme noyau de la ville, patrimoine et cadre de vie⁽¹⁾. Par contre, les touristes perçoivent l'eau comme source de fraîcheur, le chott comme mirage et la Médina comme témoin de l'histoire et de l'architecture typique de la ville de Tozeur.

On a constaté que les différences de perception sont plus apparentes entre les autochtones âgés (plus de 50 ans) et les touristes qu'entre ces derniers et les jeunes de cette zone. Ces différences de perception entre les vieux et les jeunes autochtones pourraient être attribuées à l'influence des mass média qui est plus perceptible chez certains jeunes et aux contacts « faciles » de ces derniers avec les touristes, favorisés par la maîtrise de langues étrangères et leur désir d'imiter les touristes et d'établir des rapports avec eux. Ces influences ont provoqué, chez ces jeunes, l'émergence d'une certaine culture qui a influencé, d'une certaine façon, la perception des paysages de leur zone. Les vieux autochtones tentent, devant la conquête des mass média, de préserver leur culture et les emblèmes des paysages de leur zone en s'attachant, de plus en plus, à leur perception ancestrale de ces paysages. Ces anciens critiquent la forte connotation touristique des paysages, puisqu'elle véhicule des images stéréotypées récurrentes dans la sémantique publicitaire. *« Pour moi le paysage doit d'abord être réaliste, c'est à dire qu'il ne doit ni embellir ni enlaidir la réalité d'un lieu ; il doit la restituer telle quelle. Il doit être conforme à ce qu'on perçoit. La publicité est mensongère car elle déforme la réalité par la sélection. »*⁽²⁾.

1) Note : Cette hiérarchie a été établie à partir de la fréquence de chaque représentation

2) Latiri, L, « La société oasienne du Djérid et les représentations paysagères », p 16.

-8- La perception des autochtones et des touristes de cinq éléments paysagers de la zone de Tozeur



Il semble que le rejet de la connotation stéréotypée est essentiellement dû à la perception des paysages comme une déformation de la réalité et au fait qu'ils ne valorisent pas la richesse culturelle locale. Ils sont des clichés dévalorisants, ou du moins qui transmettent une image réductrice amputée de son essence. La beauté de ces paysages n'est réellement perçue qu'à travers les valeurs culturelles ancestrales que ces images laissent apparaître.

La majorité des jeunes enquêtés estime qu'elle a affaire à un phénomène unique en son genre, en ce qui concerne sa différenciation en tant que produit touristique. L'un d'eux a dit : « *Il est possible de produire des voitures ou des tapis à Douz, mais il est impossible de produire un désert à Paris* ». Ces éléments, comme nous l'avons vu dans notre analyse

précédente, n'ont pas la même valeur concrète pour les autochtones et les touristes. Ce ne sont pas les touristes seulement qui sont capables de donner la valeur à un coucher de soleil, à un sentiment personnel ou à une satisfaction émotionnelle à travers les monuments du passé ! Les jeunes de cette zone apprécient quelques transformations qui ont changé le paysage de leur environnement et veulent les conserver « .. *Il est donc primordial de sauvegarder ces éléments si les responsables du tourisme veulent que leur produit touristique ait une continuité dans le temps et ne soit pas qu'un caprice de la mode, nuisible pour l'intérêt régional et national.* »

L'enquête a permis de formuler l'hypothèse de l'existence de « modèles paysagers » qui alimentent une culture sensible du territoire et organisent sa lecture, en identifiant des références formelles grâce auxquelles il est possible de lire un espace et de le qualifier. Ces modèles paysagers sont composés, notamment :

- des images qui expriment ou reflètent l'héritage historique et les valeurs locales ;
- des images qui reflètent les paysages réels qui représentent la spécificité physique de cette zone ;
- des images, récemment créées, qui annoncent l'insertion de la société jéridienne dans une nouvelle phase de modernité.

La plupart des autochtones de la région a déploré les transformations des paysages provoquées par le tourisme et a estimé que ces mutations ont enlaidi les paysages typiques de leur région. D'autres ont constaté que leur perception de ces paysages transformés sous les effets du tourisme, s'est favorablement transformée.

Les différents niveaux d'analyse des paysages touristiques, qui ne sont pas tous abordés dans cet article, semblent inciter les autochtones à porter de plus en plus d'attention à leur environnement parce que cela représente une vitrine de leur culture aux yeux du monde.

Le désert, les chotts et les oasis qui constituent l'offre originelle ou l'attraction naturelle qui attirent les touristes vers le Sud-Ouest, sont les plus menacés par l'intensification des flux touristique dans cette région. Le

paradoxe réside dans le développement massif et incontrôlé de la fréquentation touristique qui pourrait compromettre, masquer, voire faire disparaître l'attraction originale qui était la source de la fréquentation.

La précaution d'intégrer la protection des ressources touristiques que sont celles de l'environnement dans le cadre de l'aménagement touristique, n'a pas seulement une importance économique, mais aussi et surtout humaine.

Valorisation des savoir-faire locaux par la mise en place d'un tourisme durable. Le cas du Tafilalet (Maroc) et du Nefzaoua (Tunisie)

Adeline Cézeur ⁽¹⁾

1 - Introduction

Aujourd'hui, les espaces désertiques et particulièrement les oasis sont de nouvelles niches touristiques. Dès lors, il devient nécessaire d'anticiper et/ou de minimiser les impacts d'un tourisme qui pourrait à long terme devenir destructeur de ces territoires.

De ce fait il est important, dès à présent, de préciser les modalités d'un développement durable de ces écosystèmes uniques au monde, afin de préserver ces patrimoines universels tant pour les générations présentes que futures, et d'améliorer les conditions de vie des populations locales qui doivent pouvoir être véritablement actrices de leur développement et tirer les bénéfices de l'activité touristique.

Ainsi, l'objectif de cette communication est d'envisager comment le tourisme peut-être un agent de valorisation et de préservation du patrimoine

1) Doctorante en Géographie au C3ED, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines.
a2dsert@hotmail.fr

oasien, mais également de proposer un outil permettant de promouvoir une démarche de tourisme durable dans les oasis.

Dans cette perspective, la communication s'intéresse à la thématique des savoir-faire locaux et de sa relation avec le tourisme, particulièrement dans le cas des territoires oasiens du Tafilalet au Maroc et de ceux du Nefzaoua en Tunisie.

2 - Tourisme durable et oasis : définitions

2.1 Définition du tourisme durable

« On entend par développement du tourisme durable toute forme de développement de cette activité touristique qui respecte, préserve et mette en valeur à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales d'un territoire. Le développement du tourisme durable doit s'inscrire dans une dynamique qui articule des modes de production et de consommation responsables, tout en offrant aux populations qui vivent, travaillent ou séjournent sur cet espace des avantages socio-économiques équitablement répartis. Ce développement suppose un aménagement et une gestion intégrée des ressources ainsi que la participation des acteurs locaux, afin de concilier sa mise en oeuvre avec les besoins et capacités du territoire »⁽¹⁾.

Par conséquent, le tourisme durable doit :

- ✦ exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement ;
- ✦ respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil ;
- ✦ assurer une activité économique viable sur le long terme.

De plus, il implique :

- ✦ un engagement volontariste ;
- ✦ une participation de tous les acteurs concernés ;
- ✦ une gestion intégrée de la destination ;

1) Définition adoptée par le Comité Français du Groupe de travail International sur le Tourisme Durable, le 4 juillet 2006

- ↳ un contrôle constant des effets de cette activité ce qui suppose l'adoption, chaque fois qu'il y a lieu, de mesures préventives et/ou correctrices nécessaires ;
- ↳ un tourisme de qualité (des offres, des produits, des services, des infrastructures, des territoires de qualité) ;
- ↳ une satisfaction du touriste ;
- ↳ une sensibilisation des touristes aux problèmes de durabilité ;
- ↳ des pratiques touristiques adaptées.

2.2 - Qu'est ce qu'une oasis?

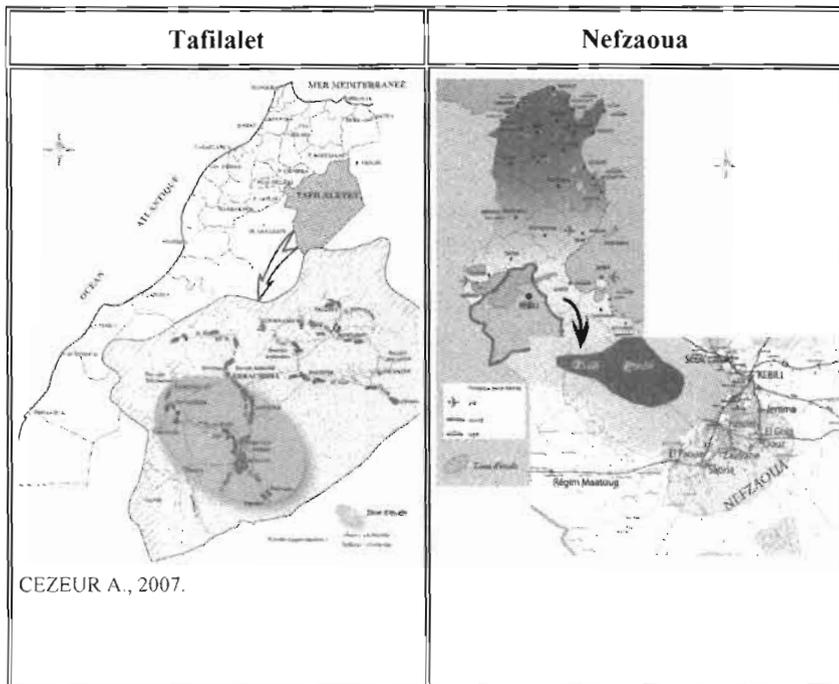
Une oasis est :

- ↳ Un territoire situé en milieu aride ou semi-aride créé par l'Homme (*les précipitations annuelles sont respectivement inférieures à 250 et 500mm par an avec une évapotranspiration extrêmement importante*) dont la réalisation n'est possible que par la présence d'eau souterraine.
- ↳ Un milieu bioclimatique artificiel, fragile et vulnérable, qui est le fruit d'un savoir-faire empirique accumulé à travers les siècles.
- ↳ Un écosystème qui rompt avec l'aridité environnante grâce à la création d'un espace de verdure, telle que la palmeraie. Cet espace génère un microclimat local plus frais et humide permettant le développement d'une biodiversité atypique.
- ↳ Un territoire où l'agriculteur, jardinier du désert et gardien de l'héritage oasien, a un rôle primordial dans la durabilité des systèmes oasiens et dans leurs richesses en biodiversité.
- ↳ Un territoire qui connaît de fortes pressions environnementales : raréfaction de la ressource en eau, désertification, érosion de la biodiversité.
- ↳ Un territoire avec une société oasienne marquée par le contraste, la pauvreté et divers conflits (fonciers, d'usage...).
- ↳ Un espace qui a un rôle environnemental au niveau international : l'oasis est une barrière écologique contre la désertification, et a un rôle important contre le changement climatique.

3 - Le Tafilalet et le Nefzaoua : des territoires oasiens sous pressions

3.1 - Contextualisation des zones d'études :

3.1.1 - Localisation des zones d'études



- Quelques données sur les zones d'études

	Errachidia			Kébili		
Désignation administrative	Province			Gouvernorat		
Chef lieu	Errachidia			Kébili		
Superficie	59 585 km ² , (8,44% du territoire du Maroc)			22 454 km ² , (14,43 % du territoire de la Tunisie)		
Climat	Semi-aride de type continental : fortes amplitudes thermiques journalières et saisonnières (-5° en hiver, et + 50° en été), pluviométrie annuelle entre 80 et 150 mm			Aride : fortes amplitudes thermiques journalières et saisonnières (-5° en hiver, et + 50° en été), pluviométrie annuelle inférieure à 100 mm, vent très présent		
Population, 2004	556 612 hab.			143 218 hab.		
Population rurale, 2004	361 172 hab., (65% de la population totale)			89 318 hab. , (62% de la population totale)		
Densité de population	9,34 hab./km ²			6,4 hab./km ²		
Taux d'analphabétisme	Environ 40 % (+ de 55% chez les femmes)			Environ 21 % , (28% chez les femmes)		
Taux d'activité	30,7% (dont à peine 10 % pour les femmes)			40,7 (dont 66,3% pour les hommes et 16 pour les femmes),		
Activité économique principale	Agriculture. (plus de 60%)			Administration et éducation, (21% et agriculture 16%)		
Tourisme	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Arrivées	54 167	70825	90 464	385 214	446 459	471 925
Nuitées	71 046	104 367	113429	455 034	549 923	533 970
Agences de voyages	3			13		
Source : Royaume du Maroc, Ministère de l'intérieur, Province d'Errachidia ; ORMA-TF ; Institut National de la Statistique. Tunisie ; Office du tourisme de Douz (Tunisie).						

3.1.2 - *Quels enjeux pour ces territoires ?*

Les territoires oasiens sont confrontés à un ensemble d'enjeux générant des déséquilibres, à savoir :

- ↳ crise de l'eau ;
- ↳ désertification ;
- ↳ crise agricole (dont celle du palmier au Maroc), perte en biodiversité, manque de main d'œuvre, morcellement des terres, salinisation des sols ;
- ↳ problèmes socioculturels et économiques : perte du patrimoine socioculturel tels que les savoir-faire locaux, pauvreté au Maroc, poids de l'émigration, problème du foncier.

En ce qui concerne plus précisément les savoir-faire locaux, le constat se révèle plutôt négatif:

- ↳ perte des savoir-faire médicaux : perte de certaines plantes dans l'oasis ;
- ↳ perte de techniques architecturales (construction de maisons en béton) ;
- ↳ perte de techniques agricoles traditionnelles ;
- ↳ perte de savoir-faire culinaire et de certaines plantes dans l'oasis ;
- ↳ perte de certains savoirs dans les métiers artisanaux ;
- ↳ transmission des savoirs de plus en plus rare ;
- ↳ etc.

Cette transformation progressive du système oasien peut-elle conduire vers la mort des oasis ? Face à cette problématique, il devient nécessaire de mettre en place de nouvelles stratégies de développement des territoires oasiens.

Les facteurs contribuant ou ayant contribué à cette dynamique oasienne sont multiples : la sédentarisation, une modernisation non adaptée au contexte oasien, la dévalorisation des traditions par les populations

notamment les jeunes, etc. Le tourisme est également parmi ces facteurs. Dès lors, il est important de mettre en lumière les modalités du tourisme qui concourent à cette tendance. Pour ce faire, il est indispensable de connaître le fonctionnement et l'état du tourisme dans ces territoires en réalisant un diagnostic touristique transversal.

3.2 - Tourisme et territoire oasien : des relations ambiguës

Le tourisme dans les territoires oasiens du Nefzaoua et du Tafilalet est caractérisé par :

- ↳ un tourisme de passage (nuitée moyenne de 1,1) développé à partir des pôles émetteurs dont l'objectif est quantitatif et non qualitatif ;
- ↳ un séjour dans de grosses unités hôtelières concentrées sur Erfoud et Merzouga au Tafilalet et Douz au Nefzaoua.

Qui plus est, en terme de gouvernance, il existe certaines faiblesses, à savoir la méconnaissance des notions de tourisme durable, des acteurs territoriaux peu structurés en réseau pour la gestion du tourisme dans son aspect transversal, un tourisme encore géré de manière sectorielle...

Un tel fonctionnement n'est pas sans conséquences pour les territoires. En effet, il en résulte toute une série d'impacts tant environnementaux économiques que socioculturels.

Exemple de quelques impacts liés au tourisme :

- **Impacts environnementaux** : des espaces naturels non respectés (dunes de Merzouga, dunes au sud de Douz), pas de gestion environnementale des infrastructures touristiques, pression sur les ressources...
- **Impacts économiques** : dépendances des pôles émetteurs, peu de retombées locales, un tourisme qui tire les prix vers le bas...
- **Impacts socioculturels** : apparition de phénomènes de démonstration, d'acculturation et de perversion, contribution à la perte des savoir-faire locaux (standardisation des souvenirs tels que les porte-clefs venant de Chine, repas internationaux...), savoir-faire locaux non valorisés...

Par ailleurs, ces deux territoires montrent quelques divergences. Ainsi, le Tafilalet souffre d'un manque de professionnels sur le territoire, ce qui n'est pas le cas du Nefzaoua. Sur le plan des hébergements, le concept de gîtes et de maison d'hôtes s'impose plus aisément au Tafilalet qu'au Nefzaoua. En ce qui concerne les professionnels locaux du voyage, le Tafilalet ne possède aucune agence de voyage alors que la tendance est à l'inverse dans le Nefzaoua. En effet, le Nefzaoua est confronté à une hégémonie des agences de voyages locales principalement concentrées sur Douz. La limite se place dans la grande similarité des produits proposés axés sur le désert et le développement d'une concurrence négative (baisse des prix et de la qualité).

Toutefois, un tourisme alternatif tente de se développer, mais il s'agit de quelques initiatives très isolées de professionnels. Ces derniers essaient de développer des offres qualitatives : hébergements traditionnels au Tafilalet, repas chez l'habitant au Nefzaoua...

Pour conclure sur cette partie, nous pouvons avancer l'idée qu'il existe un **tourisme dans les oasis mais ce n'est pas un tourisme oasien**. Autrement dit, il n'existe pas réellement de produits et activités spécifiques aux oasis. Les produits sont principalement orientés vers le désert et les seules visites existantes sont similaires à des visites de musées ou de monuments. Elles sont chronométrées et n'ont aucune démarche de valorisation et préservation du patrimoine oasien.

De plus, ce **tourisme génère de fortes pressions sur les territoires oasiens tant au Nefzaoua qu'au Tafilalet**. Ainsi, il existe une relation de dépendance entre le fonctionnement du tourisme et le territoire. En effet, le tourisme actuellement développé n'est pas approprié aux territoires oasiens, il n'est pas durable. Pourtant, tant au Tafilalet qu'au Nefzaoua, il fait partie des stratégies de développement. Dès lors, dans ce souci de durabilité, il est nécessaire d'adapter le tourisme au contexte des territoires oasiens.

Par ailleurs, comme nous l'avons évoqué, les territoires sont confrontés à de multiples enjeux et notamment à la perte des savoir-faire locaux. Certes, les territoires oasiens doivent s'ouvrir à d'autres cultures, se moderniser et se développer mais ces évolutions doivent-elles se faire au détriment du patrimoine socioculturel local, que sont les savoir-faire ? De même, cette perte n'a-t-elle pas des conséquences sur d'autres paramètres des territoires ?

4 - Sauvegarder et valoriser les savoir-faire locaux : pourquoi, pour qui et comment ?

4.1 - Sauvegarder et valoriser les savoir-faire locaux : un enjeu pour la durabilité des territoires oasiens

Un diagnostic territorial permet de constater que les composantes d'un territoire oasien sont liées et interagissent entre-elles, tel un système. De fait, si l'une est modifiée, partiellement ou dans son ensemble, les autres composantes s'en trouveront affectées à des degrés plus ou moins importants.

Dès lors, de quelle manière la perte des savoir-faire locaux influence-t-elle le reste du territoire ?

Une approche transdisciplinaire a mis en lumière des impacts sur différentes composantes des territoires oasiens, à savoir :

- ↻ Sur la biodiversité oasienne : certaines plantes et légumes ne sont plus cultivés et la faune liée à ces cultures disparaît. Les matériaux de la palmeraie ne sont plus utilisés pour l'artisanat et, de ce fait, la palmeraie est moins bien entretenue (envahissement par les roseaux). Ainsi la perte des savoir-faire influence l'appauvrissement de la biodiversité.
- ↻ Sur l'artisanat local : disparition de certains métiers artisanaux notamment chez les femmes (fileuse, tisseuse, teinturière, brodeuse...).
- ↻ Sur le revenu des familles qui n'ont plus l'apport du travail des femmes réalisé à domicile: filage, tissage...
- ↻ Sur l'augmentation des déchets non recyclable : déchets de la médecine non traditionnelle, conditionnement en matières non recyclables (plastique, fer...)...
- ↻ etc.

Ainsi, **les savoir-faire locaux jouent un rôle sur le contexte des territoires oasiens** et notamment sur leur patrimoine et leurs populations. Il

est donc important de les sauvegarder et les valoriser. D'autant plus, que les territoires oasiens sont encore de petits trésors en terme de patrimoine :

- ↳ Des savoir-faire spécifiques ;
- ↳ un riche patrimoine construit menacé ;
- ↳ des paysages remarquables ;
- ↳ une biodiversité particulière ;
- ↳ des populations riches de traditions...

Dans le contexte actuel des territoires oasiens, se pose la question de la valorisation de ce patrimoine tout en le préservant. Le tourisme durable peut-il le permettre et, si oui, par le biais de quelle démarche, quels outils ?

4.2 - Démarches et outils pour mettre en place un tourisme durable oasien

La définition du tourisme durable montre les atouts de ce type de tourisme en terme de vecteur de développement durable pour les territoires, et ce notamment par la mise en valeur du patrimoine. Ainsi, l'orientation des acteurs des territoires oasiens (institutionnels, professionnels, associatifs...) vers une démarche de tourisme durable peut se révéler être l'un des moteurs d'une stratégie de développement durable des oasis.

Pour ce faire, il est indispensable de munir les acteurs d'un outil adapté au contexte oasien. Cet outil doit être basé sur la transparence, l'approche participative et transversale, tel qu'un tableau de bord. Celui-ci doit être destiné à l'ensemble des acteurs du territoire, et ayant pour objectif de leur permettre :

- ↳ d'avoir une aide à la prise de décision et à la mise en place d'une stratégie de tourisme durable ;
- ↳ de gérer le tourisme oasien et les faiblesses du territoire telles celles concernant la gouvernance ;
- ↳ de disposer d'un suivi-évaluation et de s'auto-évaluer ;
- ↳ d'anticiper sur les mesures à prendre pour respecter les objectifs fixés ;

- ↳ de mettre en place une plate forme de communication entre les acteurs : institutionnels, professionnels du tourisme, populations, partenaires, ONG ;
- ↳ d'analyser les situations, d'anticiper les évolutions, de réagir dans des délais brefs ;
- ↳ de bénéficier d'une aide à la mise en place d'une charte du tourisme durable oasisien.

Toutefois, une telle démarche ne peut s'établir et se pérenniser que par la volonté des acteurs institutionnels à mettre en place une stratégie de tourisme durable et donc ne plus penser quantitatif mais qualitatif.

5 - Conclusion

Le tourisme actuellement développé dans les territoires oasisiens, tant au Nefzaoua qu'au Tafilalet contribue à la perte des savoir-faire locaux en raison de tout un nombre de paramètres issus du fonctionnement de ce tourisme, à savoir : ses prestations, le comportement et les attentes de sa clientèle... L'enjeu réside dans le fait que les savoir-faire locaux ont un rôle complexe dans le fonctionnement des territoires oasisiens. En effet, négliger ces savoirs implique des déséquilibres dans les systèmes fragiles que sont les oasis. C'est pourquoi il est nécessaire de les préserver et valoriser et peut-être de développer des alternatives adaptées au territoire.

Au-delà de l'exemple des savoir-faire locaux, cette communication met en exergue le rôle que peut jouer le tourisme sur les composantes d'un territoire et l'étroite relation entre les stratégies touristiques, déterminant le fait touristique, et le territoire.

En effet, le tourisme peut être un outil de valorisation du patrimoine oasisien mais pour ce faire, il doit être intégré dans une démarche de tourisme durable. C'est pourquoi, les acteurs du tourisme (institutionnels, privés, associations...) doivent être d'une part sensibilisés sur les apports d'une stratégie de tourisme durable, d'autre part accompagnés dans cette démarche et disposer d'outils spécifiques à leur territoire.

Bibliographie

- AUCLAIR, L., SGHAIER ZAAFOURI, M., 1996, « La sédentarisation des nomades dans le sud tunisien : comportements énergétiques et désertification », in *Sécheresse*, n°7, p17-24.
- BERRIANE, M., 1994, « Tourisme national et international au Maroc : une réelle complémentarité », in *Théoros*, vol. 13, n°2, p 29-33.
- BISSON, V., 1997, « Douz, la ville des Mérazig », avec le concours de la commune de Douz, 119 p., publication du mémoire de maîtrise de géographie : « Douz, la ville des Mérazig, permanence lignagères et dynamiques urbaines au Sahara », (dir. Signoles P.), Tours, 1994, 122 p.
- CERON, J-P, DUBOIS, G., 2002, « Le tourisme durable dans les destinations: guide d'évaluation », Université de Limoges, Faculté de droit et des sciences économiques, CRIDEAU-CNRS/INRA, Limoges, ed. Pulim et Afit, 169 p.
- CEZEUR, A., 2004, « Tourisme international et développement durable en milieu aride : le cas de l'oasis de Douz, sud tunisien », mémoire de maîtrise, Orléans, 120 p.
- CEZEUR, A., 2005, « Le développement durable et le rôle du tourisme dans les territoires oasiens : le cas des oasis du sud tunisien. rapport de stage, St Quentin en Yvelines, 106 p.
- CHAPOUTOT, J., 1996, « Tourisme et mondialisation : rapports et impacts sur l'aménagement touristique en Tunisie », Acte du colloque : *Politique, instruments et acteurs de l'aménagement urbain dans le Monde Arabe*, URBAMA, Tours, 24 p.
- KASSAH, A., 1995, « Société et espaces oasiens dans le sud tunisien : mutations, aménagement et perspectives de développement », in *Bulletin de la direction des sols*, Tunis, 24 p.
- MAINGUET, M., 2003, « Les pays secs : environnement et développement », Paris, Ellipses, coll. Carrefours géographie, 160 p.
- MIOSSEC, J-M., 1997, « Tourisme et développement durable ». Actes du colloque international *Economie des régions méditerranéennes et développement durable*, Arles, 19 p.

- Nations unies, Conseil économique et social, 2001, « Tourisme et développement durable », mai, 20 p., in www.un.org/french/ecosoc.
- SIGNOLES, P., 1998, « Chercheurs et praticiens du tourisme : les difficultés du dialogue », Actes du 5^e colloque franco-allemand : *Le tourisme au Maghreb diversification du produit et développement local et régional*, Tanger, p 341-345.
- SMAOUI, A., 1998 « Le tourisme : une contribution au développement durable », in *Géographie du développement*, Revue de l'Association des Géographes tunisiens, 17^e année n°14, p. 147-152.
- TAVERNE, D., 1994, « Développement touristique et violence monétaire », in *Bulletin de la société languedocienne de géographie*, Université de Montpellier III, tome 28, p 195-200.

La gouvernance des actifs touristiques culturels dans le sud tunisien

Mourad Zougar ⁽¹⁾

1 - Introduction

Cette communication porte sur la question de la gouvernance et des éléments de régulation qui se déploient aujourd'hui dans les territoires touristiques et notamment dans le Sud tunisien. Ces territoires touristiques particuliers ont historiquement été associés à une économie de rente (agriculture oasienne). Les caractéristiques culturelles et naturelles ont constitué un avantage particulier, une source de revenu pour les économies locales basées sur le tourisme, entraînant par là-même, des comportements et des modes de fonctionnement spécifiques sur ces territoires.

Si le développement économique actuel de beaucoup de territoires ruraux reste fortement lié au tourisme, et en particulier au tourisme balnéaire, les incertitudes sont aujourd'hui réelles. Elles renvoient à la nature du tourisme saharien qui est un tourisme de passage, à l'identité de ce dernier, aux problèmes de développement durable, à la forte concurrence avec les pays concurrents.

L'héritage archéologique et culturel constitue des actifs touristiques spécifiques. Ces éléments sont présents dans le *design* du produit touristique

1) Doctorant C3ED et UR tourisme et développement. zougar_mourad@yahoo.fr

consommé (excursions, logement, restauration), source de revenus indispensables aux communautés rurales du sud.

Le secteur du tourisme est très concurrentiel. De nombreux acteurs, aux intérêts divergents, souhaitent accaparer une part des revenus touristiques de ces actifs culturels. Communautés, entrepreneurs locaux, opérateurs privés, agences à l'étranger, différents ministères, élaborent des stratégies individuelles de captation. Dans cette course, les autochtones constituent un acteur central.

Afin de réduire les conflits d'appropriation de la rente touristique et d'éviter la dégradation des ressources culturelles communes, une bonne gouvernance permet de contrôler les stratégies des acteurs et d'induire une action collective, entendue comme *"une action qui nécessite la coordination entre plusieurs agents en vue d'atteindre un objectif commun"* (Froger, Méral, 2002, 15).

Dans cet article, nous analysons la question de la répartition de la rente touristique entre communautés locales et acteurs privés. Il nous faut, par conséquent, étudier la forme de gouvernance spécifique des territoires touristiques et notamment dans le sud tunisien.

Après avoir défini le cadre théorique, nous montrons que le produit touristique incorpore des ressources culturelles considérées comme des biens communs complexes. Nous analysons, par la suite, la forme de gouvernance et son application au champ du tourisme, ce qui nous conduira à en préciser les caractéristiques et la pertinence dans une deuxième partie.

2 - Le tourisme saharien : une tragédie des communs sur les actifs culturels.

2.1 - Les actifs touristiques comme ressources communes complexes

L'étude de l'offre touristique dans le Sud tunisien fait apparaître une forte convergence de ses produits et services autour de références à la culture locale. Ces références font elles-mêmes écho aux multiples formes du patrimoine, matérialités des cultures et des mémoires contenues et produites dans le territoire. Comme cela peut être observé dans de nombreuses villes

du monde, le territoire touristique, même s'il est morcelé car il ne concerne pas toujours l'ensemble de la localité, tend à être caractérisé par ses attributs esthétiques et sémiotiques les plus forts (Scott, 2000).

L'offre touristique du Sud tunisien relève donc d'une économie culturelle définie comme une « *série de secteurs manufacturés et de services qui sont engagés, à des degrés plus ou moins importants, dans la production d'images, de symboles et de messages*⁽¹⁾ » (Scott, 2000).

L'économie culturelle est un domaine d'activité concerné par une esthétisation croissante de la production de biens économiques (Coe, 2000 ; Molotch, 1996 ; Scott, 1997, 2000). Dans le cas de notre étude, cette économie est produite dans un territoire touristique. Elle possède des caractères spécifiques liés à cette appartenance et nous parlerons donc d'économie touristique culturelle. Celle-ci se compose d'une part de biens et de services, d'éléments matériels puisés dans l'héritage territorial et d'autre part de biens immatériels qui sont des expressions artistiques, des savoir-faire artisanaux, des récits et pratiques religieuses.

La culture est ainsi un élément incontournable dans la définition du phénomène touristique au sud tunisien. En effet, l'économie produite par le tourisme repose essentiellement sur des références culturelles au territoire ; et aussi, la culture se manifeste au travers de chaque action ou décision adoptée par les acteurs du territoire engagés dans l'activité touristique et qui entretiennent tous des relations étroites avec le territoire. « *Le tourisme est sans aucun doute un puissant agent de développement économique conduit en partie par la recherche de diversité culturelle et d'identité ethnique de l' 'Autre'*⁽²⁾ »

Le phénomène touristique est donc nourri par un processus de production culturelle dans lequel la dimension territoriale occupe une place centrale. Comme le précisent Maria Gravari-Barbas et Philippe Violier, les productions culturelles ne sont pas déconnectées des lieux et des territoires. Elles « *recyclent des matériaux et des produits qui en sont issus, s'inscrivent dans des traditions enracinées dans les lieux, elles sont portées par des*

1) Cette citation est traduite de l'anglais par nos soins.

2) Van der Bergen. 1994, cité par Ateljevic, Doome, 2003, p.123 "Tourism is undoubtedly a powerful agent of economic development driven in part by the search for cultural diversity and the ethnic identity of the 'other' »

hommes et des femmes qui travaillent dans ces lieux et territoires et qui en subissent l'influence culturelle, relationnelle, politique », (Gravari-Barbas, Violier, 2003, p. 9). Produite dans et par le territoire, l'économie culturelle nourrit en retour la dynamique territoriale, figurant, voire transfigurant (*Ibid.*) et associant le territoire à des références culturelles certes partielles, mais qui font sens pour les acteurs, qu'ils soient touristes, entrepreneurs ou habitants.

Ce fait est primordial pour les communautés rurales dans des régions qui présentent de fortes aménités culturelles, comme c'est le cas de Medenine où sont concentrés de nombreux troglodytes et ksour. Le patrimoine matériel ou immatériel forme le capital culturel qui est incorporé dans la fonction de production touristique. Ce capital est local et spécifique, il fournit le *genius loci* du lieu que "consomme" le touriste. Ainsi, la plupart des circuits touristiques font visiter des sites et vivre des manifestations culturelles, 85% du tourisme au sud est un tourisme de circuits.

Les attractions socioculturelles et anthropiques sont définies par Jafari (1982) et Healy (1994) comme des actifs sous-jacents au produit touristique (*Background tourism elements*). Ils constituent un bien commun touristique qui comprend, par exemple, des manifestations culturelles, des fêtes locales, etc. Plusieurs auteurs considèrent ces actifs, comme des ressources communes (*Common-pool resources*) (Vail, Hultkrantz, 2000 ; Huybers, Bennett, 2003), dans la mesure où les caractéristiques de non-exclusion et de rivalité s'adaptent aux ressources incorporées dans la production du tourisme saharien. La condition de non-exclusion nous indique qu'exclure d'autres acteurs de la consommation d'une ressource est impossible ou comporte un coût prohibitif.

Ainsi, au sud tunisien, la population locale est propriétaire du fonds et de ses ressources, telles que les fêtes et les différentes manifestations locales, en général tout patrimoine immatériel ; elle en offre l'accès à tous, sans exclusion. Concernant la rivalité, la consommation par un usager de la ressource en réduit l'usage par un autre. Sur ce point il convient de préciser que le phénomène touristique ne réduit pas la quantité de ces manifestations mais par contre il participe à la folklorisation de ces manifestations (exemple du festival de Douz). De même, la surconsommation d'une manifestation par un nombre trop important de touristes réduit la qualité de l'expérience de ces derniers (effets de congestion).

En effet, l'explosion et l'élargissement de la demande touristique marquent une véritable transition dans l'offre culturelle. Elle conduit au réinvestissement d'un patrimoine et de nombreux produits culturels dans le tourisme, ce processus le plaçant au cœur des logiques économiques. On assiste donc, depuis l'émergence du tourisme saharien, à une convergence sans cesse accrue de produits culturels disparates vers le tourisme. Ce phénomène a été qualifié par plusieurs auteurs de « marchandisation culturelle » (Warnier, 2003).

Ce processus, par lequel le patrimoine culturel est mis en tourisme et fait l'objet d'une production souvent de grande envergure, est appréhendé comme une érosion culturelle ; « *préservant l'illusion de quelque chose qui n'existe pas* » (Lévy Strauss, 1972 ; cité par Sheperd 2002, p.184), le déclin perçu du réel de la production sociale et culturelle (Errington, 1998, p268). Cette vision, que critiquent les auteurs précédemment cités, rend impossible l'analyse du processus économique par lequel le patrimoine est une nouvelle ressource économique. Elle empêche de penser les liens complexes qu'entretiennent tourisme, économie et patrimoine. Suivant ces deux seules logiques, les réponses s'imposent d'elles-mêmes en opposant de manière simplifiée une culture ancienne et authentique, dénuée de toute forme de profit, et une culture dégradée et dénaturée par le tourisme et par les vices de la consommation.

Certes, comme le souligne Marie Françoise Lanfant, lorsque le patrimoine est transformé en produit touristique, « sa valeur culturelle » est aussi transformée en « valeur commerciale », mais l'auteur précise que ce « *processus stimule la réinvention du passé* » (Lanfant, 1995, p. 37). Il s'agit plutôt de s'accorder sur l'idée, développée par plusieurs auteurs (Scott, 1997, 2000, Power, Scott, 2004, Sheperd, 2002, Kirshenblatt-Gimblett, 1998) que patrimoine et tourisme fonctionnent comme une industrie de valeur ajoutée qui mobilise le passé comme thème principal. A ce passé ne sont pas exclusivement associées des valeurs héritées et traditionnelles, mais aussi des visions modernes, empreintes d'influences contemporaines et ouvertes sur l'extérieur. Il s'agit donc d'un passé décontextualisé qu'entraîne une décontextualisation des principes culturels fondateurs.

Les ressources culturelles et patrimoniales, intrants du tourisme, sont donc des "ressources communes complexes" (Selsky, Memon, 2000) caractérisées par des usages et des groupes d'utilisateurs multiples,

superposés et potentiellement conflictuels, la volatilité des usages et des arrangements institutionnels. De nombreux acteurs sont en concurrence pour s'approprier les revenus et la rente provenant de l'utilisation de ces ressources. Ces stratégies opportunistes et non coopératives créent des externalités de congestion (dissipatrices de la rente), de surexploitation et d'épuisement du système ressources (Ostrom, 1990). Face à la multiplicité d'usages qui se superposent et régissent conjointement les ressources communes complexes au sud tunisien, la rivalité et les comportements isolés de recherche de rente mènent à l'apparition de nombreux conflits et à la menace d'une "tragédie des communs".

2.2 - Conflits, tragédie du bien commun touristique

Selon Hardin (1968), la rivalité et la non-exclusion dans une situation juridique d'accès libre mènent à la surexploitation de la ressource. Celle-ci s'expliquerait par la mauvaise définition des droits de propriété et les comportements individuels rationnels qui poussent chaque acteur à utiliser la ressource avant qu'un autre ne le fasse à sa place. De nombreux conflits d'usage apparaissent, illustrant des jeux d'acteurs et le degré de rivalité et d'épuisement de la ressource.

Au sud tunisien, l'exemple le plus frappant de la matérialisation de ce conflit est l'oasis, à côté de sa qualification comme patrimoine naturel, l'oasis est définie comme étant un construit social et culturel. La culture oasienne est entendue ici comme un *"ensemble de formes acquises de comportement et de connaissance"* (Bailly, 1984, p.71). Cette ressource met en conflit d'usage les acteurs locaux et les intermédiaires touristiques. Ces derniers cherchent à bénéficier, grâce à leur pouvoir, de la ressource en faisant visiter les touristes au dépend des autochtones tributaires du système touristique.

Ces conflits menacent la durabilité du développement rural et révèlent une lutte entre acteurs pour s'approprier une part croissante de la rente touristique. Dans ce contexte, d'après Williamson, la gouvernance consiste à *"définir un ordre, afin de limiter les conflits et permettre des gains mutuels"*.

Pour assurer une répartition équitable et rétablir la situation économique des populations historiquement désavantagées, la gouvernance doit rendre possible la coordination de différents usages, la réduction des conflits et la génération d'une rente touristique sans la dissiper totalement.

3 - La spécificité de la gouvernance des actifs culturels touristiques

Cette notion de gouvernance trouve un champ d'application particulièrement aigu avec le tourisme, et questionne la spécificité de la production culturelle, entendue comme un service (Gadrey, 1992). L'approche par les caractéristiques du service (Xavier Greffe) nous donne de nouveaux éléments de gouvernance des territoires touristiques. En effet, le service repose sur une interaction entre le producteur et le consommateur. Le produit du service est une prestation qui se définit par un processus. Ceci implique, à la fois une continuité et une dynamique (il n'y a pas de coupure entre le temps et l'espace de production et le temps de consommation du service). Le consommateur participe aux processus de production du service et à la construction du résultat ; il existe de ce fait deux résultats : le service immédiat qui est l'ensemble des moyens offerts par le producteur pour réaliser les services, et le résultat médiat (qui est le véritable résultat du service) qui appartient à l'utilisateur du service (Gadrey, 1992). Ce double résultat introduit une forte notion d'incertitude sur l'évaluation de la prestation car la conséquence en est que le prestataire ne s'engage que sur les moyens mis en œuvre pour le service et que le résultat final (médiat) appartient tout entier au consommateur.

3.1 - La relation au lieu

C'est à partir des difficultés posées par la spécificité de la production des services et notamment des services touristiques que l'on peut appréhender les exigences de leurs modalités de production qui imposent une approche particulière de la régulation des territoires touristiques. La référence au territoire est d'autant plus importante dans les services touristiques que ce service n'est pas transportable. On doit se déplacer dans les lieux concernés, qui sont également les lieux des hommes qui y vivent, pour consommer ce service. Le lien au local est obligatoire et immédiat. Le tourisme, en tant qu'ensemble de services, a donc besoin d'un ancrage fort dans le local en

tant que territoire et en tant qu'identité culturelle et humaine. La participation des acteurs locaux est un critère déterminant et renvoie à la territorialisation des ressources (François, 2007 ; Colletis, Pecqueur, 2004). C'est donc une interaction entre le touriste et l'ensemble des acteurs du territoire qui est en jeu dans le système touristique.

Or, dans le cas du sud tunisien, le projet du tourisme saharien est confus et programmé à une échelle qui n'est pas distincte de celle qui accueille le touriste, celle du tourisme balnéaire, dans la mesure où le tourisme saharien reste jusque de nos jours tributaire des régions balnéaires du pays. L'absence de prise en compte de la relation au lieu dans la gouvernance et la maîtrise d'ouvrage locale produit une grande confusion entre acteurs. Ces derniers sont composés d'une part par les guides et les opérateurs du système touristique global, qui sont les maîtres du jeu, et d'autre part par des acteurs locaux qui cherchent à s'approprier de nouvelles ressources.

3.2 - Le rôle de l'information

La nécessaire interaction entre le producteur et le consommateur dans la production du service introduit une véritable difficulté dans la gouvernance du processus puisque l'évaluation du consommateur, notamment en matière de loisirs et de tourisme, est largement subjective et répond, en partie, à des attentes inconscientes ou non exprimées de sa part.

Une des façons de lever l'incertitude de l'évaluation est de donner au client le moyen de construire son évaluation (une bonne appréciation est garantie de fidélité) par la diffusion de l'information. Cette production d'information pour les autres prestataires et pour le client, permet à la fois un contrôle du process par les deux protagonistes de la production du service, donne également des éléments d'évaluation, permet une utilisation optimale des ressources du territoire et le positionne en terme d'attractivité ⁽¹⁾.

La production et l'échange d'information est au cœur de la production des services. La production d'information sur les ressources d'un territoire participe ainsi à sa régulation. Le développement des systèmes d'intelligence économique territoriale est révélateur de la nécessité de s'appuyer à la fois

1) On connaît la primauté de la valeur symbolique des images et messages permettant de commercialiser un territoire, mais aussi de donner du sens et de la valeur pour les habitants de ce territoire.

sur la connaissance des activités mais également sur la connaissance des compétences et des réseaux pour développer l'attractivité des territoires. Bertacchini et Girardot (2004) définissent l'intelligence territoriale comme « *un processus informationnel et anthropologique régulier et continu initié par des acteurs locaux physiquement présents et/ou à distance qui s'approprient les ressources d'un espace en mobilisant puis en transformant l'énergie du système territorial en capacité de projet* »⁽¹⁾. De ce fait, l'intelligence territoriale peut être assimilée à la territorialité qui résulte du phénomène d'appropriation des ressources d'un territoire puis aux transferts des compétences entre des catégories d'acteurs locaux de cultures différentes. Dans le cadre de la mise en œuvre d'un tel dispositif, « *le territoire est perçu comme un système organisé d'échanges d'informations reposant sur la formation de liens sociaux* » (Bouchet, 2006).

Au sud tunisien, Les agents intermédiaires sont les acteurs clés de l'industrie touristique. Ils sont les principaux acteurs de la mise en relation d'une part des producteurs et des consommateurs, d'autre part des producteurs entre eux. Ils jouent ainsi un rôle essentiel d'intermédiation entre tous les acteurs du tourisme, produisant et/ou favorisant les interrelations, les collaborations et stimulant ainsi le processus économique.

Alors que le système économique organisé autour du développement touristique est caractérisé par sa complexité, son caractère volatile et imprévisible – par la participation de nombreux entrepreneurs, par la diversité de la production économique, la fluctuation et le morcellement de la demande – ces agents assurent des fonctions essentielles au fonctionnement du système, lui apportant plus de souplesse et de réactivité. Ils participent à activer des réseaux économiques, ajoutent une valeur ajoutée aux produits touristiques et contribuent à rendre visibles le territoire et la culture auprès des touristes.

L'ajustement du marché dépend largement de leurs aptitudes à établir une synthèse entre les sphères touristiques et économiques, qui restent trop souvent cloisonnées par des barrières culturelles, et à les mettre en relation. Pour cela, leur position dans l'espace et leur attitude face à un marché très instable est primordiale, tout comme leur capacité à disposer et mobiliser des

1) Bertacchini, Y., Girardot, J.J., 2004, « De l'intelligence territoriale », actes du colloque *TIC et territoires, quels développements ?* Besançon, 2006. <http://isd.univ-tln.fr/PDF/isd26/3.YB-JJG-GG.pdf>

flux d'information, autant d'éléments déterminant leur positionnement dans cette économie.

Au sud tunisien, les intermédiaires définissent un groupe très hétérogène du point de vue de leur statut social et de leur statut au sein du système économique. Par exemple, certains possèdent plusieurs fonctions : ils sont ainsi producteurs-entrepreneurs et intermédiaires. L'hétérogénéité des intermédiaires est liée à leur grand nombre. Dans cette large sphère, chacun d'entre eux se doit de nouer des relations privilégiées avec les touristes et certains entrepreneurs (relations bâties sur des liens amicaux et familiaux antérieurs ou bien sur des collaborations plus récentes ou simplement ponctuelles). Ces relations engagent l'échange de services, rémunérés ou non selon les cas.

Guides ou prétendus guides, agents de commissions, tous les intermédiaires jouent à leur manière un rôle essentiel dans l'économie touristique qui trouve ici l'une de ses toutes premières spécificités. L'ensemble de la production est largement conditionné par leur capacité à orienter la consommation des touristes, souvent vers les producteurs qu'ils auront eux-mêmes sélectionné dans un premier temps, puis à favoriser un accroissement des échanges en volume et en valeur dans un deuxième temps. Ces agents intermédiaires peuvent être divisés en deux types, décrivant chacun une diversité de cas spécifiques :

1. Les premiers définissent un groupe d'acteurs, relevant du secteur déclaré, dont la fonction s'inscrit dans l'activité des opérateurs de voyage : ce sont les agents de voyage et les guides touristiques officiels, assurant par l'organisation de circuits la mise en relation des touristes avec le marché, avant ou pendant le séjour. Ce sont à la fois des acteurs locaux et des acteurs extérieurs, installés dans les différentes régions balnéaires, voire même à l'étranger. Ils organisent les séjours touristiques et assurent un suivi à tous les niveaux des touristes dans leurs étapes de voyage. Leur rôle revêt une importance diverse, mais il est incontournable.

2. Les seconds définissent une fonction relevant du secteur informel. Ils organisent des réseaux mobilisant des acteurs très différents, notamment des entrepreneurs touristiques avec lesquels ils négocient des commissions sur les ventes, et souvent des habitants dont la participation à l'économie touristique est ponctuelle, généralement sollicitée et révélée dans le cadre

d'un échange de services. Autant que leur intégration, c'est leur connaissance du marché qui leur permet de tirer avantage de leur position - indéfinie a priori - au sein du système d'acteurs touristiques. Ils sont souvent caractérisés par leur indépendance - relative - vis-à-vis des entrepreneurs, qui leur confère la possibilité de répondre rapidement à des demandes très diverses, ce qui rend leur activité très instable.

Nous mettrons en évidence le premier type d'intermédiaires. Ces acteurs sont des intermédiaires « officiels », clairement identifiables en tant qu'agents spécifiques à l'économie touristique, inscrivant leurs actions dans le cadre d'activités bien identifiées, celles des agences de voyages, ou en lien direct avec elles. Les agents de voyage proposent de nombreux circuits touristiques à l'échelle du sud tunisien, qui comprennent à la fois le transport, la réservation d'hôtels et l'accompagnement de guides assermentés. Une part de leur activité est aussi consacrée à l'organisation de visites guidées des principaux sites touristiques de la ville. Ils sont à la tête d'un très large réseau d'acteurs touristiques, depuis les guides jusqu'aux chauffeurs de taxi, bénéficiant d'accords avec des entrepreneurs - hôteliers et certains commerçants de la ville - vers lesquels les touristes sont orientés pour effectuer leurs achats. Guides et chauffeurs sont soit employés de manière permanente, soit de manière temporaire selon les besoins. La fonction d'intermédiaire est ainsi assurée à la fois par l'agent de voyage, qui prend en charge la mise en relation entre les touristes et les commerçants, et par le personnel qu'il emploie.

Outre le fait d'être rémunérés par les agences qui les emploient sur une base très souvent mensuelle, et de souvent recevoir des pourboires, ces guides sont les principaux bénéficiaires d'un système qui vise à conduire les touristes dans un ou plusieurs commerces choisis par leurs soins afin qu'ils puissent effectuer leurs achats entre deux visites, ou à la fin de la journée d'excursion. Les guides reçoivent alors une commission qui s'élève à un minimum de 10 % du montant des achats, pouvant aller jusqu'à 30 % de ce montant, le pourcentage variant en fonction des négociations entre les guides et les entrepreneurs, et en fonction de la nature des produits - à savoir que plus la qualité est grande, plus le pourcentage peut être élevé car la marge est souvent plus importante. Dans le cas des oasis, un guide perçoit 12 dinars sur 15, le reste est la part du caléchier. Cela est dû principalement au pouvoir dominant des guides touristiques dans le système et à la dépendance du tourisme saharien au tourisme balnéaire.

Les guides interrogés n'évoquent pas très souvent cette source de revenus, qui constitue pourtant la principale source d'enrichissement, sans laquelle leur activité n'est pas plus lucrative qu'un emploi dans une quelconque administration locale. Cet aspect est, au contraire des guides, tout particulièrement mis en avant par les entrepreneurs touristiques avec lesquels nous nous sommes entretenus, dont certains dénoncent les abus. Au cours des toutes dernières années, ce système a fortement été contesté par les entrepreneurs, quels qu'ils soient, nombre d'entre eux considérant cette pratique comme abusive.

La position centrale et l'influence des guides est également à noter, ceux-ci disposant d'une grande liberté de choix pour l'orientation des touristes dans les commerces touristiques, selon les relations et les accords dont ils disposent avec les entrepreneurs, ces derniers ayant tout intérêt à contenter les guides qui possèdent un pouvoir réel sur le dynamisme de leur activité.

3.3 - L'intérêt du capital humain

La qualité des prestations touristiques souligne la question de la confiance, qui se révèle importante dans la production du service. Elle s'appuie sur des croyances collectives, des pratiques sociales et des règles institutionnelles, elle est tacite, construite ou organisationnelle (Reynaud, 1998). La complexité d'un territoire, les contraintes du territoire touristique (grande mobilité des touristes, multitude des acteurs avec des stratégies diverses vis-à-vis du territoire touristique, compétition internationale accrue, contraintes du développement durable) nécessitent de plus en plus la construction organisationnelle de la confiance avec une attention accrue à donner aux pratiques sociales et règles institutionnelles. Elle est à la fois constructrice et utilisatrice de ressources territorialisées dont le capital humain et le capital social représentent des éléments importants¹. Aujourd'hui, il apparaît, avec le développement des services que le capital relationnel et le capital humain

1) La notion de capital social a été théorisée principalement par des sociologues américains et européens, elle valorise les réseaux comme acteur important de la réussite des projets collectifs (Granovetter, 1974 ; Bourdieu, 1980 ; Burt, 2000 ; Coleman, 1990 ; Putnam, 2000). C'est un concept polysémique qui fait l'objet de nombreux débats, notamment par les économistes, mais il est aujourd'hui largement diffusé.

effectif ou l'intelligence collective (Portnoff, 2002) sont des éléments essentiels dans la chaîne de valeur. L'évolution du modèle post-fordiste de la consommation touristique renforce la demande en matière d'encadrement (qualité des ressources humaines) et d'événements (activités proposées)⁽¹⁾. La production des services transforme le rôle du travail qui devient un des éléments essentiels puisque l'homme est au centre de la relation de service (modalité particulière de la production du service où l'aspect relationnel prédomine). On est passé des qualifications aux compétences dans l'approche du travail et le travail collaboratif est l'un des modes d'organisation des services relationnels.

Le capital humain (ensemble des capacités et compétences individuelles et collectives) se situe alors au cœur de la production de service. Il doit être appréhendé non seulement en termes de niveau d'éducation mais aussi dans les modalités d'organisation et les conditions de travail. Les exigences d'implication et de disponibilité, de technicité, demandées aux salariés sont importantes pour le bon déroulement du service. Les coûts de dysfonctionnement du service sont très élevés et ont des conséquences importantes du fait de la simultanéité entre production et consommation du service. La croissance du capital humain passe bien entendu par l'accès à l'éducation pour l'ensemble des populations et l'augmentation du nombre de personnes ayant accès à l'université mais il est aussi augmenté par d'autres facteurs que l'on identifie moins souvent comme :

- la mutualisation des pratiques et expériences, qui nous renvoie aux réseaux,
- la reconnaissance et la validation des connaissances autochtones qui sont les connaissances locales, spécifiques à une société et à une culture donnée mais aussi la base de l'information pour une société donnée qui facilite la communication et la prise de décision.

1) Pascal Cuvelier parle des 4 E (Environnement, Equipement, Evènement et Encadrement) qui caractérisent le modèle post-fordiste au regard des caractéristiques du modèle du tourisme de masse : les 4 S (Sand, Sun, Sea and Sex). Cuvelier P., le modèle touristique in Cuvelier P ; Torres E., Gadrey J., *Patrimoines, modèles de tourisme et développement local*, l'Harmattan, 1994.

La valorisation d'un savoir-faire spécifique est un élément central permettant aux entrepreneurs d'envisager l'accès à une position professionnelle viable. Même lorsque l'entrepreneur ou le groupe bénéficie d'un héritage « potentiellement touristique », la mobilisation reste un atout indirect, qui nécessite un positionnement au sein du marché. En effet, même pour les bédouins anciennement spécialisés dans un produit artisanal reconnu, la participation au marché touristique oblige à une forte adaptation, souvent moins du point de vue technique que de celui de la manière de gérer une structure économique. Au sud tunisien on voit dorénavant, une nouvelle génération (des étudiants des beaux arts, de nouveaux diplômés de l'enseignement supérieur) qui estiment valoriser et moderniser cet héritage. Les entrepreneurs interrogés soulignent eux-mêmes les difficultés inhérentes à la constitution de l'entreprise et à l'adaptation de produits artisanaux au marché alors même que le savoir-faire induit quasi-naturellement leur participation à cette économie.

3.4 - L'interaction entre capital social et services

La relation entre le capital social et le service est moins directe. Le capital social désigne les réseaux, les normes communes, les valeurs qui facilitent la coopération à l'intérieur des groupes et entre les groupes. Il prend en compte à la fois les relations sociales au sein de la famille et de la communauté, le rôle des réseaux et des normes de la société civile, la confiance, la réciprocité. Il permet d'appréhender la capacité des individus et des communautés à utiliser les ressources, les idées et les informations des institutions situées au-delà de leur cercle immédiat. Il peut être appréhendé à partir des indicateurs comme le degré de participation à la vie communautaire, l'engagement public, les actions communautaires bénévoles, la sociabilité informelle et la confiance déclarée vis-à-vis d'autrui (Putnam, 2000, 2001). Il est un élément d'évaluation de la dynamique d'un territoire et de la fragilité d'une communauté. « *En posant que "les réseaux sociaux ont de la valeur" (Putnam), la théorie du capital social invite à regarder les structures sociales du point de vue de leurs 'performances' en termes de bien-être individuel et d'efficacité de l'action collective* » (Perret, 2002).

Nous avons déjà vu deux éléments importants pour la production des services que l'on retrouve dans le capital social : la production en réseau et la notion de confiance. Le capital social est aussi le support de l'accumulation du capital humain et de son transfert intergénérationnel. Il renvoie aux ressources qui découlent de la participation des acteurs du territoire à des réseaux de relations qui sont plus ou moins institutionnalisés (Landry, Amara, Lamari, 2001). Il devient, à ce titre, un facteur important d'innovation dans les produits et les services. Il participe de ce fait à la richesse économique comme catalyseur pour la pleine capacité des autres ressources car la confiance sociale facilite les échanges et les coordinations (Perret, 2002). Une façon de développer le capital social est d'améliorer le potentiel des organisations de la société civile. La notion de capital social valorise la « proximité organisée », elle en est la base (Réquier-Desjardins, 2004), elle participe au développement de la confiance qui est l'une des règles des « institutions invisibles » (Dupuy, Torre, 1996) qui régissent les comportements des acteurs. Ces ressources participent à la dynamique et à la différenciation des territoires. Colletis et Pecqueur (2004) parlent d'une métamorphose qui permet de passer de la ressource générique à l'actif spécifique. La vitalité du capital social d'un territoire est alors une source importante de ressources, et d'innovation. Elle participe également, en relation avec l'idée de reproduction, à la dimension sociale du développement durable. Une part des impératifs du développement durable reprend les problématiques du bien-être à travers les notions de capital humain, de capital social et de durabilité sociale (démocratie, proximité, solidarité), de transmission aux générations futures. L'un des corollaires du développement humain collectif est de faire de chaque individu un agent (un acteur) en saisissant leur capacité d'initiative que l'on reconnaît les individus comme responsables (Sen, 2000).

Au sud tunisien l'entrepreneur du *bazar* touristique présente l'exemple d'une personne mobilisant du capital social. Quelle que soit la nature de l'activité touristique, le processus par lequel les entrepreneurs intègrent l'économie engage la mobilisation d'un ensemble de ressources spécifiques. Les acteurs qui disposent d'un savoir-faire précis intègrent le plus souvent la dynamique dans un domaine correspondant à leurs compétences, comme le cas des artisans a permis de le montrer. Ceci définit une tendance clairement identifiée. Ces entrepreneurs se distinguent par la mobilisation d'un capital technique acquis par une expérience dans un métier et, souvent, par son adaptation au marché touristique. Leur entreprise implique aussi l'établissement de contacts

permettant la mise en œuvre d'ententes commerciales et ainsi d'assurer le bon fonctionnement de leur activité.

Pour les entrepreneurs qui ne disposent pas d'un savoir-faire ou de compétences directement mobilisables pour le tourisme, il s'agit de mettre en avant, selon les cas, la position dans l'espace ou le statut social. Pour ces individus, leurs contacts et leur système rémunérateur constituent l'unique ressource mobilisée pour aider l'entreprise. Il n'est pas question ici, comme pour les artisans et artistes, d'une spécialisation qui guiderait une activité précise, mais plutôt d'un ensemble de ressources conférées par l'appartenance à un réseau précis.

Les modes par lesquels s'effectue l'intégration de ces acteurs au domaine du tourisme sont aussi fonction d'une combinaison de facteurs. La double mobilisation du capital social et spatial est tout particulièrement active pour une partie de ces entrepreneurs du *bazar* touristique qui, bien que ne disposant pas tous des moyens financiers, ont la capacité de mobiliser autour d'eux des investisseurs et d'établir des contacts susceptibles de les appuyer dans la définition de leur stratégie entrepreneuriale.

La définition d'une stratégie entrepreneuriale, par la valorisation de telle ou telle compétence et la mobilisation des ressources spécifiques à chaque type d'acteur entraîne cependant des niveaux différents de réussite qui sont fonction de la maîtrise de réseaux sociaux, du statut social et rituel de l'entrepreneur, mais aussi de la capacité à positionner, gérer et adapter l'entreprise au sein du marché touristique, qui se fait le plus souvent au détriment de l'authenticité.

4 - Conclusion

Les collectivités territoriales sont désormais fondées à examiner en quoi la réorganisation fonctionnelle des espaces publics des actifs culturels est nécessaire pour permettre une gestion touristique plus efficace du territoire et lui redonner une notoriété. Elles doivent décider de la manière dont la notion d'espace touristique sensible (la prise en compte des capacités de charge, des ambiances, de l'émotif, de l'accessible, du perceptible, de l'image) qui engage le site touristique dans son rapport au monde, doit déterminer le contenu des projets. Cette question appelle une réflexion sur l'urbanité, la culture, le patrimoine, la mobilité, la capacité d'accueil, la gestion territoriale, la recomposition des lieux et des réseaux.

Tourisme, patrimoine et développement dans les zones sahariennes du Maroc

Youssef Bokhbot ⁽¹⁾

1 - Un patrimoine archéologique menacé

Notre patrimoine archéologique est le témoin du génie créateur de nos ancêtres à travers les âges. Il constitue de ce fait nos racines et notre héritage dont nous puisons les différentes composantes culturelles et philosophiques de notre identité plurielle. Sauvegarder ce legs ancestral est indispensable pour comprendre notre état présent, et primordial pour forger notre devenir.

Malheureusement cet héritage est menacé de disparition. Ce phénomène de dilapidation du patrimoine a connu une recrudescence catastrophique ces dernières années dans la zone présaharienne et saharienne du Maroc. Il est vrai que le Sud marocain recèle une richesse particulière en matière d'objets préhistoriques et protohistoriques. Ce qui fait la singularité de ces régions, c'est que les objets archéologiques apparaissent au ras du sol à cause de l'érosion éolienne qui balaye les sols des anciennes occupations, favorisée par l'absence de couvert végétal protecteur.

Cette situation a de tout temps facilité le repérage des artefacts, ce qui a eu des répercussions néfastes sur les sites archéologiques à cause des

1) Institut National des Sciences de l'Archéologie. Rabat. bokbotyoussef@yahoo.fr

méfais du tourisme de masse non contrôlé. Ce phénomène a débuté timidement dans les années 70, sous forme de ramassages isolés par ci par là, effectués par des touristes avertis, de pointes de flèches, de haches polies et de lampes néolithiques ; ainsi que de pointes pédonculées atériennes et l'extraction de dalles portants des gravures rupestres.

Vu l'intérêt manifeste des touristes pour les objets patrimoniaux, certains bazaristes et marchands de fossiles ont commencé à inciter les nomades à ramasser tout ce qui est à portée de main. Peu à peu, ce trafic commence à s'organiser. On retrouve assez fréquemment tout au long des circuits touristiques, des objets archéologiques ou d'intérêt ethnographique exposés à la vente à côté des produits d'artisanat, de fossiles et de minéraux.

Ce commerce illicite était à l'origine destiné aux touristes de passage en quête d'un souvenir original. Mais vu les possibilités de profit, parfois énorme, que peut engendrer ce trafic, des réseaux nationaux et internationaux se sont constitués.

Ces dernières années, les trafiquants des objets de patrimoine ne se contentent plus du ramassage des objets apparents à la surface du sol, mais ils ont pratiqué des fouilles clandestines dans les sites néolithiques et ils ont saccagé la majorité des monuments funéraires protohistoriques.

2 - Un programme de sauvetage archéologique

Dans le but d'établir un constat de ce fléau et de proposer des solutions, l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine, avait lancé en collaboration avec un académicien belge, un programme de sauvetage archéologique dans les provinces du sud marocain. Initié en 1997, ce projet a duré deux années, avant d'être contraint d'arrêter à cause de restrictions budgétaires du Bureau d'Etudes pour un Développement Harmonisé, organisme étranger domicilié à Bruxelles qui a assuré le financement des opérations sur le terrain.

Deux missions ont été réalisées. Plus de 8000 km de routes et de pistes ont été parcourus. Nous avons sillonné de long en large toute la bande présaharienne, depuis la frontière algérienne à l'est jusqu'aux contreforts occidentaux de l'Anti-Atlas à l'ouest. Nous avons pris contact avec une

quarantaine de bazaristes, ainsi qu'avec de très nombreux détaillants installés le long des grands axes touristiques.

La clientèle de ces commerçants, constituée essentiellement d'acheteurs de nationalités étrangères, peut être classée en deux catégories. :

- 1 - Les petits acheteurs : des touristes ordinaires cherchant un souvenir de leur voyage. Contrairement à une opinion répandue, ils ne constituent pas les prédateurs principaux.
- 2 - Les acheteurs spécialisés : cette catégorie endosse la quasi-totale responsabilité de l'anéantissement des sites préhistoriques et protohistoriques du sud marocain. Elle achète en très grande quantité, des cartons entiers, en choisissant des artefacts spécifiques, mieux appréciés par leur clientèle, anéantissant à jamais toute exploitation scientifique des sites millénaires jusqu'alors préservés. Ces trafiquants associent les bazaristes et les nomades à une exploitation en gros et parfois exploitent, sans intermédiaire, des sites qu'ils ont découverts eux-mêmes, ou qu'on leur a indiqués.

Ce programme de sauvetage archéologique nous a permis de déceler l'action néfaste de plusieurs grossistes étrangers, et particulièrement celle d'un trafiquant belge que nous avons réussi à neutraliser grâce au concours de la Gendarmerie Royale. Nous avons en outre identifié une filière constituée par un bijoutier suisse qui achetait régulièrement une grande quantité de pointes de flèche néolithiques pour les sertir dans des montures en or, vendues à prix élevé en Europe. La présence occasionnelle de commerçants hollandais et anglais est également décelable.

Deux autres trafiquants de nationalité italienne nous ont semblé dévastateurs. L'un installé à l'extrême sud-est exporterait en Italie, par containers entiers des objets de patrimoine. Il aurait été inquiété en 1997 par la Gendarmerie Royale, suite à des recommandations que nous avons formulées à la direction de l'INSAP. Il faut hélas constater que la mise en garde formulée par un organisme officiel chargé du bon respect de la loi, ne l'a pas poussé à mettre fin à son commerce illicite, puisque nous lui avons

acheté une année plus tard, en 1998, deux fusaiöles et six pointes de flèches sahariennes, que nous avons offert au Musée archéologique de Rabat. Le deuxième trafiquant italien, résidant dans la région d'Ifni, serait aux dires de plusieurs interlocuteurs, spécialisé dans le trafic des gravures rupestres.

Pour avoir une idée des dégâts causés aux sites archéologiques du sud marocain, le nombre considérable d'objets mis actuellement en vente rien qu'à Erfoud, Rissani et Alnif, suffirait à meubler les vitrines de deux ou trois musées régionaux. Si on prend en compte les énormes quantités qui ont traversé illégalement les frontières, on mesurera réellement l'ampleur de cette hémorragie du patrimoine. C'est la mémoire de nos aïeux qui est en train de s'effacer irrémédiablement.

3 - Des mesures de préservation à développer

Ce qui nous amène à poser avec insistance le délicat et grave problème du sauvetage et de la préservation des sites archéologiques des zones présahariennes et sahariennes du Maroc.

Suite à une longue expérience que nous avons acquise sur le terrain, il nous paraît qu'une action d'information rappelant les rigueurs de la législation en la matière, doit être maintenue et promue dans ces régions, particulièrement celles fréquentées par le tourisme international. L'appui des différents opérateurs touristiques : transporteurs, guides et hôteliers, pourrait être accentué dans ce sens. Cette action d'information et de sensibilisation devrait s'opérer tant chez les récolteurs et vendeurs nationaux, que chez les acheteurs étrangers.

Pour faciliter l'accès d'un grand public à l'information sur la législation en vigueur, nous suggérons l'affichage des extraits de ces textes de loi, sur de grands panneaux tout au long des circuits touristiques. L'initiative prise par la province de Tata dans ce sens est un exemple à suivre afin d'amener le citoyen à respecter son patrimoine. En fait, un grand effort d'information par le biais d'une stratégie efficace reste à faire auprès des populations et des autorités locales et régionales.

De loin plus urgente se manifeste la nécessité de lutter efficacement contre tous les commerçants grossistes nationaux et étrangers. L'action à entreprendre a fait l'objet d'une mûre réflexion en prenant en considération d'autres expériences menées dans de nombreuses parties du monde.

Il apparaît clairement que toute action uniquement répressive se voit très rapidement vouée à l'échec, et aggrave même la situation. Une telle action renforce en effet, le caractère clandestin du trafic des documents archéologiques, tout en créant chez les informateurs potentiels une méfiance de plus en plus grande, rendant souvent toute action positive définitivement impossible, et détruisant pour longtemps la possibilité de recueillir des informations sur le trafic.

Le cas des sites du Lac Iriqui (proche de Foum Zguid) est éloquent à ce sujet. Alors que la gendarmerie était intervenue en 1996 à la demande d'un organisme officiel, on constate qu'après une très brève interruption des récoltes et des ventes, celles-ci ont repris de manière sournoise, quasi indécélable. Cet échec ne résulte pas d'une faute quelconque des services de l'Etat, qui n'ont fait que leur devoir. C'est la faute de la méthode utilisée. Il ne faut pas perdre de vue que les récolteurs à la base, qui se voient sanctionnés, sont généralement des gens vivant en dessous du seuil de pauvreté. Il est donc inconcevable logiquement, et encore moins humainement, de leur reprocher de manière drastique de vouloir quelque peu améliorer leur niveau de vie.

Ce ne sont donc pas les nomades récolteurs qui doivent être sanctionnés en premier lieu, mais bien les commerçants appartenant aux échelons supérieurs. En somme, des interventions réalisées certes avec bonne volonté, mais exécutées sans la moindre nuance, peuvent engendrer des effets diamétralement opposés à ceux qui étaient recherchés.

Lors de multiples discussions avec des bazaristes et marchands de fossiles, nous avons remarqué que nos interlocuteurs ignorent vraiment qu'ils enfreignent la loi en vendant des objets patrimoniaux. Dans leur grande majorité, ils n'ont jamais entendu parler d'une interdiction quelconque. Pour eux, il s'agit d'objets commercialisables au même titre que les fossiles et les objets d'artisanat. D'ailleurs, ces objets sont étalés et présentés au public sans aucune crainte. Rares en fait sont les commerçants qui les cachent et ne les présentent qu'à ceux qui les demandent.

Pour positiver une situation sans issue valable au stade actuel, et après avoir longuement débattu avec différents intervenants, nous permettons de suggérer aux autorités de tutelle la création d'une cellule de vigilance, en charge d'élaborer des mesures préventives adéquates. Cette

cellule, dirigée par un spécialiste, devrait se composer de représentants de la Direction de Patrimoine Culturel, de l'INSAP, de la Gendarmerie Royale, de la Douane et de la Justice. Cette cellule devrait être apte à adresser des lettres de mise en garde et d'avertissement à l'encontre des trafiquants d'objets de patrimoine. Elle devrait disposer de moyens logistiques et financiers suffisants, et serait appelée à effectuer des visites régulières dans les zones menacées afin de pouvoir établir un constat précis de la situation, identifier les réseaux de trafiquants et proposer les mesures adéquates adaptées au cas par cas.

Si les mises en garde adressées par cette cellule de vigilance aux trafiquants, n'étaient pas suivies d'effets réels, les dossiers des contrevenants seraient officiellement transmis aux autorités compétentes pour prise de sanctions. Une telle méthode offre une ultime chance de régularisation aux trafiquants, tout en les dissuadant de poursuivre leurs activités délictueuses. Afin notamment de tester leur bonne volonté, les contrevenants seront invités à déposer dans un musée officiel les objets archéologiques en leur possession.

Tout en maintenant, tel l'épée de Damoclès, le glaive de la justice suspendu sur la tête des trafiquants, et si l'on veut comme il se doit contrôler les récoltes sauvages qu'ils ne cessent de drainer, il conviendra de leur laisser une porte de sortie honorable, en les associant le plus possible au signalement à destination des services du patrimoine, de documents ayant une valeur historique ou artistique exceptionnelle.

Concernant les trafiquants étrangers qui exportent illégalement des artefacts, plusieurs options sont à mettre en œuvre. Tout d'abord, nous estimons qu'une campagne de sensibilisation à travers quelques communiqués dans la presse internationale demandant la collaboration du public européen pour aider le Maroc à sauver son patrimoine, pourrait avoir des retombées bénéfiques, en suscitant en outre sympathie et compréhension. Cela pourrait se faire à partir des services culturels des ambassades du Maroc en Europe.

Il faudrait également s'attaquer à ce fléau en aval, par des actions précises auprès des ambassades des pays dont les ressortissants sont impliqués. Les gouvernements européens qui seraient informés de cas précis

dans leur pays, auraient plus de facilités à les neutraliser. En effet, la plupart de ces trafiquants ne seraient pas en règle avec leur législation nationale. Cette mesure qui consiste à dissuader les trafiquants dans leur pays d'origine, aurait l'avantage de les neutraliser sans avoir des répercussions directes sur les vendeurs marocains, qui peu à peu auraient tendance à collaborer avec les milieux archéologiques nationaux agréés.

Nous restons persuadé qu'il vaut mieux démotiver les trafiquants que de les arrêter. Le flagrant délit est souvent assez difficile à prouver en la matière. Il vaut mieux contrôler de l'intérieur, voire dans certains cas récupérer et associer, tout en laissant planer le spectre de la répression.

Dans le cas des gravures rupestres, des mesures concrètes peuvent être envisagées. Il faut arriver à effectuer des moulages de toutes les gravures importantes, celles qui ont une signification symbolique, une valeur artistique ou iconographique, ou celles qui présentent des scènes particulières ou qui permettent des classements chronologiques. On pourra même autoriser la vente des copies de moulages des gravures, assorties de certificat officiels des services de la Culture authentifiant que la copie est conforme à l'originale.

La formation des services de Douane est l'une des priorités pour stopper les expatriations des objets à travers les frontières. Il faut que les douaniers aient des notions de base qui leur permettent d'identifier les objets archéologiques. Il est hautement souhaitable que chaque poste de douane puisse disposer d'un cadre propre à ce corps de métiers ou détaché des services de la Culture, pour superviser les opérations de contrôle et familiariser les agents de la Douane avec les objets archéologiques.

A notre avis, la sensibilisation, l'information, le contrôle et la répression, à eux seuls ne sont pas suffisants. Ces mesures doivent être doublées par des projets de mise en valeur du patrimoine. De tels projets ont l'avantage d'impliquer les premiers concernés, à savoir les populations locales, et de les associer dans les différentes phases du projet. Le but final de cette association est d'encourager les gens à prendre en charge positivement leur patrimoine et à en tirer profit légalement, et au delà à prendre conscience de son intérêt socio-économique pour vouloir veiller à sa sauvegarde.

Il s'agit essentiellement de mettre sur pied des projets de co-développement qui doivent profiter des potentialités naturelles et culturelles des régions pour contribuer à leur développement socio-économique. La mise en valeur du patrimoine archéologique, architectural, ethnographique et environnemental peut devenir l'un des moteurs principaux pour créer les conditions nécessaires à l'augmentation du niveau de vie des populations. Le patrimoine peut devenir un bien économique capable de générer des offres d'emploi, contribuant à créer des accumulations de richesses pour les individus et les collectivités.

4 - Conclusion

En terme de conclusion, la sonnette d'alarme doit être tirée. Le commerce et l'exportation illégale des objets archéologiques et ethnographiques du sud marocain a pris des allures effroyables. Il est grand temps de se pencher sérieusement sur la question pour proposer de solutions concrètes et urgentes. C'est le legs de nos ancêtres qui est en train de s'épuiser progressivement, et si l'on n'agit pas à temps, il sera condamné à l'effacement total.

Tourisme saharien entre espoir de développement durable et menaces de perturbations environnementales en zones arides tunisiennes

Amor Tbib⁽¹⁾, Vincent Meyer⁽²⁾, Abdelkader Idi⁽³⁾

Résumé

En zones arides tunisiennes, le secteur agricole est devenu synonyme de perturbations écologiques et de difficultés économiques. À partir de 1970, des modifications profondes ont marqué les populations rurales et les paysages naturels du sud tunisien. L'accroissement démographique, la sédentarisation, la privatisation des terres et la mécanisation ont bien convergé pour amplifier la pression humaine sur les ressources hydriques, les sols et les parcours naturels.

De nos jours, des ressources naturelles affichent des signes de perturbations écologiques prononcés (réduction et dégradation des parcours, tarissement des nappes et érosion des sols).

Au fil du temps les unités familiales de production agricole se sont rendu compte des limites de ce secteur. Ont-elles ainsi cherché à profiter autant que possible des autres branches d'activités économiques, notamment le secteur touristique ?

1) Attaché de recherche. Institut des Régions Arides, Laboratoire Economie et sociétés rurales. amor.tbib@ira.nrnt.tn

2) Professeur à l'Université Paul Verlaine, Metz . Directeur-Adjoint du Centre de Recherche sur les Médiations. vmeyer@univ-metz.fr

3) Enseignant-chercheur. Institut des Régions Arides, Laboratoire arido-cultures et cultures oasiennes. akaderth@yahoo.fr

Le secteur du tourisme balnéaire de la frange littorale tunisienne attire des proportions importantes du potentiel humain de travail. Le tourisme saharien pourrait constituer de son côté une alternative prometteuse d'activités, pour un bon nombre d'artistes et artisans, jusqu'à présent absorbés par des activités agricoles ou pastorales. L'implication de cette catégorie de population dans le secteur du tourisme saharien lui procurerait des avantages de qualité, tout en consolidant la diversification des branches d'activités économiques de la zone. L'intégration d'une frange de la population locale dans le secteur du tourisme pourrait être profitable même au secteur agricole, au cas où la pression humaine sur les ressources édaphiques et hydriques s'atténuerait.

Quant aux ressources hydriques qui forment l'handicap principal du secteur agricole en zones arides tunisiennes, il est prudent de signaler que l'état actuel de ces ressources est délicat suite aux abus de l'usage agricole. Cette situation risque de se compliquer davantage, si les mesures nécessaires et suffisantes ne sont pas prises à temps pour éviter les risques d'un blocage écologique.

Une gamme de mesures et décisions délicates reste à prendre pour réussir le défi d'une mise en place d'un tourisme saharien et culturel, constructif et non destructif.

1 - Introduction

Pour l'ensemble des pays du monde, le secteur agricole a constitué une composante importante du développement économique et social. Depuis l'apparition de l'homme sur terre, l'essentiel de l'alimentation humaine et animale est assuré par l'usage et l'exploitation des ressources naturelles (eaux, sols, végétation, faune, etc.). De nos jours l'exploitation de ces ressources pour la production agricole induit des perturbations écologiques qui nuisent aux perspectives du développement durable.

En zones arides, les pratiques pastorales, les cultures pluviales et les cultures oasiennes comptent parmi des usages fréquents à l'échelle de l'espace territorial et des populations rurales. La région du sud-ouest tunisien représente un exemple frappant d'un espace géographique et de population locale dont le développement repose sur l'exploitation agricole des sols, des nappes et des formations steppiques. Leur problématique de développement ne se limite donc pas à un environnement naturel en difficulté de reproduction biologique, mais aussi au fait qu'une bonne frange de la population n'a pas réussi à diversifier ses activités et ses sources de revenus économiques. L'espoir de réussir un

développement durable oblige tous les acteurs du développement à réfléchir ensemble pour s'adonner dès que possible à d'autres branches d'activités socioprofessionnelles, en plus des pratiques agricoles. Le secteur industriel, le tourisme saharien et écologique peuvent constituer des orientations prometteuses pour la diversification des procédures de développement et l'atténuation des menaces de perturbation environnementale.

Par cette contribution, on cherche à décrire l'état de situation d'une partie de la Tunisie présaharienne et des populations qui y résident. Elle évoque quelques contraintes écologiques et économiques découlant de l'emprise agricole sur les ressources naturelles. L'intégration d'une partie de la population locale dans le secteur du tourisme saharien est probablement bénéfique pour la gestion des ressources humaines. Cependant, la précarité des ressources hydriques demeure encore un défi de grande envergure à affronter pour réussir un développement durable dans ces territoires menacés par la désertification.

2 - Le sud-ouest tunisien : population grandissante et usage agricole dominant

Dans cet article, on se limite aux trois gouvernorats de Gafsa, Tozeur et Kébili. Ce sont des unités administratives du sud-ouest tunisien marquées par l'aridité climatique, la précarité des ressources naturelles et, plus particulièrement, des ressources hydriques. Cette région couvre un espace d'environ 35 860 km² soit 22 % de la superficie du pays. La population qui y réside comptait 564 450 habitants (INS ⁽¹⁾ 2004) soit juste 5,6 % de la population tunisienne. La densité moyenne de peuplement se situe aux environs de 15,7 habitants/km², le quart de la densité moyenne de la Tunisie en 2004. Précisons que Gafsa est relativement plus peuplé que les gouvernorats de Kébili et Tozeur qui disposent d'une densité moyenne variant entre 7 et 17 hab/km². Cet indice de peuplement montre que ce milieu est relativement hostile à l'occupation humaine, probablement en raison de ses caractéristiques climatiques remarquablement contraignantes et aux unités de paysage dominées par les chotts et les formations dunaires.

2.1 - Des ressources humaines qui évoluent progressivement

La population des trois gouvernorats est d'environ 564 450 habitants en 2004 alors qu'elle était de l'ordre de 307 500 en 1975, soit un accroissement moyen de 184 %. Le taux d'accroissement démographique

1) Institut National de la Statistique, Tunisie

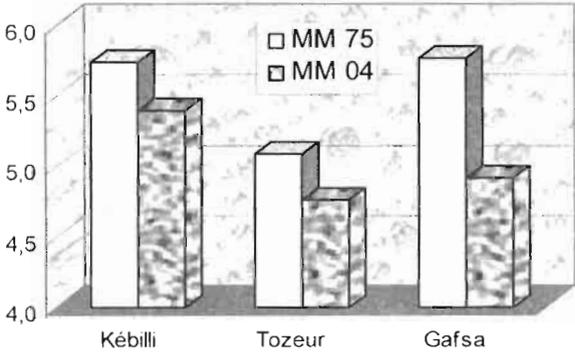
annuel était de l'ordre de 3 à 4 % lors des décennies antérieures, alors que celui de 1994-2004 a nettement rétrogradé pour se situer aux environs de 0,9 à 0,5 %. En fait, ce changement radical et rapide du comportement reproductif résulte d'un ensemble de facteurs sociaux et économiques qui conditionnent la vie des ménages et des citoyens.

Les programmes de planning familial, la faiblesse économique et l'urbanisation qui se généralise comptent parmi les facteurs importants et décisifs des mutations des sociétés rurales de la Tunisie pré-désertique. Ce qui est certain, c'est que nous avons à faire à une composante qui prend de l'importance au fil du temps, même si les taux d'accroissement démographique régressent.

2.2 - Des ménages de plus en plus petits

Une famille est considérée comme étant l'unité principale de la structure sociale en zones rurales tunisiennes. La composition de l'unité familiale est une résultante d'un ensemble de facteurs où intervient le niveau de formation des chefs, les coutumes et traditions sociales ainsi que le niveau d'occupation des responsables des ménages. Les familles étaient nombreuses, aujourd'hui la tendance s'inverse.

Figure 1 : Évolution de la taille moyenne des ménages entre 1975 et 2004



Source : ODS, 2005 ⁽¹⁾

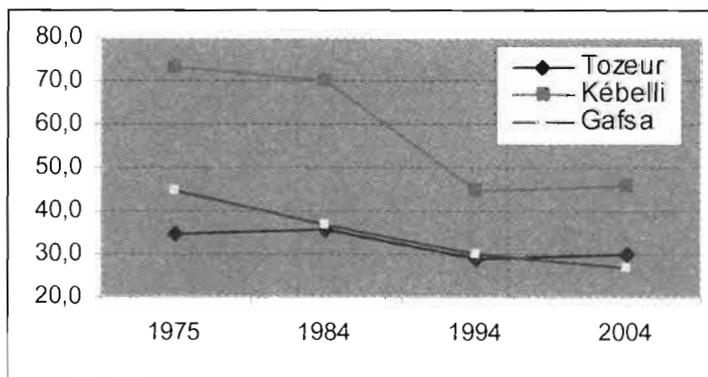
1) Office du Développement du Sud

Les recensements de 1974 montrent qu'un ménage moyen est formé de 5 à 6 membres, la vie en famille élargie était répandue avant les années 70. Actuellement, plus des deux tiers des ménages sont formés par un seul noyau de reproduction ⁽¹⁾. Les recensements de 2004 montrent pour les trois gouvernorats une réduction de la taille moyenne des familles. Ce nouveau comportement reproductif des chefs des ménages vise à mieux affronter les charges économiques grandissantes des jeunes (figure 1).

2.3 - Des sociétés rurales qui s'urbanisent

Avant les années 60, les taux de ruralité en zones arides tunisiennes étaient relativement impressionnants, dans la mesure où ils concernaient souvent plus des deux tiers des populations recensées. Actuellement, on constate qu'à l'échelle nationale 36 % seulement de la population de 2004 est considérée comme rurale. Pour notre zone d'observation, la figure 2 montre bien que la ruralité a persisté dans le gouvernorat de Kébéli comparativement aux deux autres gouvernorats où les taux de ruralité ont commencé à reculer depuis les années 80.

Figure 2 : Évolution des taux de ruralité entre 1975 et 2004



Source : ODS, 2005, Kassah, 1996

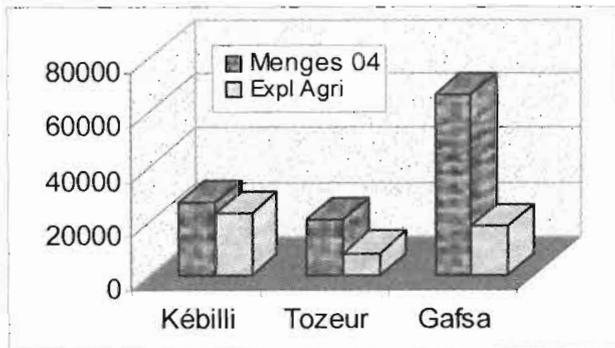
1) Ménage composé de père, mère et enfants

Quand on évoque la ruralité, on se représente souvent des pratiques agricoles dominant toutes les autres branches d'activités. Alors qu'avec l'urbanisation les secteurs secondaires et tertiaires prennent généralement le devant par rapport aux pratiques agricoles. Dans les espaces oasiens de Tozeur et Kébili, les pratiques agricoles persistent bien avec l'urbanisation.

2.4 - Des sociétés qui s'adonnent aux activités agricoles

La diversité des secteurs et branches d'activités économiques est souvent prise comme étant un bon indice des développements, économique et social. Pour notre espace d'observation, on constate que le secteur agricole domine nettement les autres branches d'activité. Avec les transformations enregistrées récemment, certaines branches gagnent aussi en importance (éducation, santé, services, etc.). Les acquis de l'ODS en 2005 montrent que les proportions des ménages classés des exploitants agricoles varient de 27 % à Gafsa pour atteindre 84 % dans le gouvernorat de Kébili (figure 3). À Gafsa, le secteur des mines occupe une bonne proportion de la main d'œuvre active (10 à 15 %). Le secteur de l'administration et des services occupe à son tour plus que la moitié de la population active de Gafsa. Cette diversité est essentiellement observée autour des sites d'urbanisation, alors que dans les zones éloignées et rurales le secteur agricole devient particulièrement dominant.

Figure 3 : Nombre des ménages et exploitations agricoles en 2004



Source : ODS, 2005

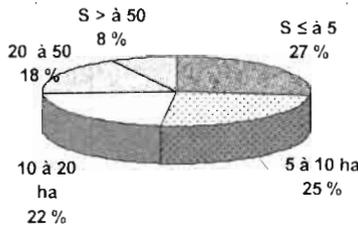
Pour les gouvernorats de Tozeur et Kébili, les niveaux d'urbanisation élevés n'ont pas atténué les perspectives d'exploitation agricole par les familles.

2.5 - Structure des exploitations agricoles

Les études de l'ODS montrent que, pour Gafsa, la structure d'appropriation foncière est diversifiée dans la mesure où elle comporte plusieurs classes qui se partagent les terres agricoles de la région. Les classes moyennes sont relativement présentes. Si on considère que l'exploitation des terres repose sur les cultures pluviales et les pratiques pastorales, on comprend la nécessité de grandes étendues de terres pour parvenir à réaliser des résultats économiques satisfaisants. Ainsi les exploitations familiales manifestent-elles généralement des niveaux économiques relativement bas, et une grande dépendance vis-à-vis de la terre et des ressources naturelles en général (Sghaier, 1984). Les grandes exploitations agricoles, dont la superficie dépasse les 50 ha, constituent une fraction relativement modeste (8,6 %) de l'ensemble des exploitations agricoles à Gafsa (figure 4).

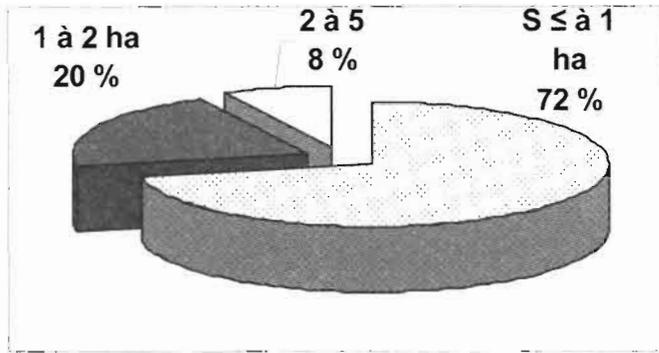
À Tozeur et Kébili, la classe dominante est formée par des exploitations dont la superficie est inférieure à 2 ha. La micro exploitation est la plus répandue dans cet espace géographique (figure 5). Un bon nombre de facteurs et paramètres ont contribué à cet état de fait. En plus de la dimension démographique, le désir des ruraux de s'approprier des terres dans des oasis où ils cherchent à se sédentariser, la disponibilité des superficies à utilité agricole et les ressources hydriques, ont constitué les éléments clefs de la multiplication des micro-exploitations dans les régions de Kébili et Tozeur.

Figure 4 : Structures d'appropriation des terres par les exploitations à Gafsa.



Source : ODS, 2005

Figure 5 : Structures d'appropriation des terres par les exploitations à Kébili et Tozeur.



Source : ODS, 2005

Précisons que cette description rapide de la composante « terres agricoles » et classes d'appropriation foncière concerne plus de 30 000 exploitations agricoles qui assument les charges sociales et économiques d'environ 160 000 habitants, soit presque les deux tiers des habitants de Tozeur et Kébili. Les micro-exploitations subissent une bonne gamme de contraintes techniques et économiques qui nuisent aux perspectives de leurs processus de reproduction.

En somme, le tissu agricole, aussi bien à Gafsa que Tozeur et Kébili, est principalement composé de petites unités familiales qui tentent de survivre et de subvenir aux besoins de première nécessité d'une importante frange de population de la Tunisie pré-désertique.

3 - Usages agricoles et perturbations environnementales

3.1 - Elevage extensif et surpâturage

Adopté depuis plus que cinq siècles, l'élevage extensif des petits ruminants persiste encore, malgré les difficultés économiques et les contraintes écologiques des zones arides tunisiennes. De nos jours, ce mode d'usage est très fréquent dans les gouvernorats de Gafsa et Kébili où il

touche de bonnes proportions d'exploitants et de grandes étendues d'espace steppique. La surexploitation pastorale a entraîné, dans la majeure partie des parcours naturels, une chute rapide de la phytomasse aérienne des formations steppiques, une raréfaction voire même une disparition d'un bon nombre d'espèces pastorales. Les plantes épineuses ou renfermant des composés chimiques toxiques se substituent progressivement à la richesse floristique de départ (Tbib, 1998). La couverture végétale régresse pour laisser les horizons superficiels des sols exposés aux menaces d'érosion éolienne et hydrique.

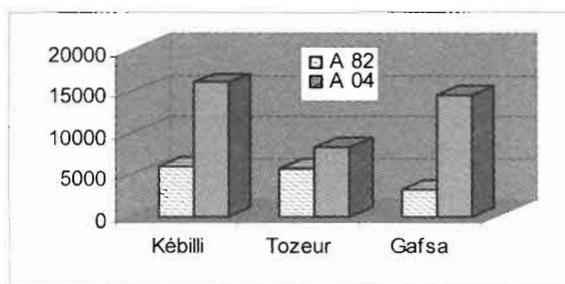
3.2 - La mise en culture pluviale et les menaces d'érosion

En Tunisie aride, la mise en cultures pluviales des terres est à son tour une source de perturbation pour les potentialités édaphiques de la région. Avec la sédentarisation, la privatisation des terres et l'introduction des tracteurs, les espaces occupés par la céréaliculture et l'oléiculture ont remarquablement façonné le paysage agricole du centre et sud tunisien (Floret, Pontanier, 1982). Une bonne gamme de conséquences écologiques a été évoquée suite à ces pratiques. Pour le sol, la mise en culture pluviale expose davantage l'horizon superficiel au fléau de l'érosion éolienne (Khatteli, 1996).

3.3 - Les pratiques de l'irrigation et les cultures oasiennes

L'agriculture irriguée a commencé à prendre place en Tunisie présaharienne depuis plusieurs siècles. Les générations antérieures ont sélectionné depuis longtemps les ressources et les terrains appropriés pour transformer le paysage désertique en oasis verdoyantes et productives. Si par le passé ces pratiques se limitaient principalement à l'espace oasien avec la présence de sources naturelles, de cours d'eau et de fogaras, de nos jours, l'extension des oasis et périmètres irrigués s'opère au gré des transactions foncières dans cette région. Pour notre zone d'observation, la superficie irriguée a plus que doublé lors des deux dernières décennies. À Gafsa et Kébili, l'extension des espaces irrigués est impressionnante entre 1982 et 2004 (figure 6).

Figure 6 : Évolution des superficies irriguées (en m²) de 1982 à 2004



Source : ODS, 2005, Kassah, 1996

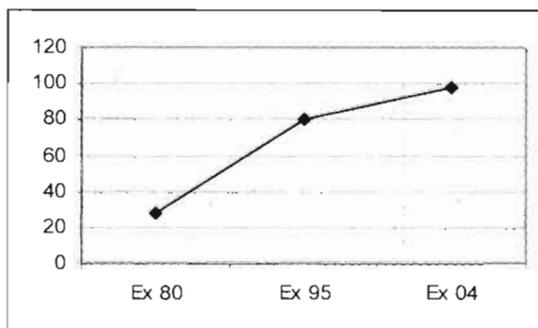
Cette évolution est la résultante des efforts déployés dans le cadre des programmes de développement rural et l'engagement des paysans dans les processus d'appropriation des terres et les périmètres irrigués (Hajji, 1997). Ainsi, la superficie irriguée estimée en 1982 à environ 15 000 ha pour ces trois gouvernorats, se situe-t-elle en 2004 aux environs de 39 000 ha soit une augmentation de 260 %. Les impacts directs d'une telle extension se cristallisent nettement au niveau de l'usage des ressources hydriques.

3.4 - Niveaux d'exploitation des ressources hydriques

Les ressources hydriques de la zone, ont été estimées à environ 577 millions de m³ dont 87 % proviennent de la nappe profonde. Cette nappe est selon plusieurs spécialistes, une nappe fossile et pratiquement non renouvelable, si l'on tient compte d'une échelle de temps de l'ordre d'une ou deux générations humaines. La période théorique de renouvellement de cette nappe nécessite une durée allant de 6 000 à 20 000 ans (Mamou, 1995). La nappe phréatique a assumé à son tour des niveaux croissants d'exploitation depuis 1980 où le secteur agricole prélevait juste une vingtaine de millions de m³, alors que les statistiques de 2004 révèlent que les prélèvements dépassent les 70 Mm³/an. Ce niveau de prélèvement s'approche progressivement du niveau maximal d'exploitation (figure 7). La figure 8 illustre que les niveaux d'exploitation de la nappe profonde sont de l'ordre de 80 % du potentiel de cette ressource dans les gouvernorats de Tozeur et Gafsa. Le cas de Kébili est nettement plus accentué, dans la mesure où

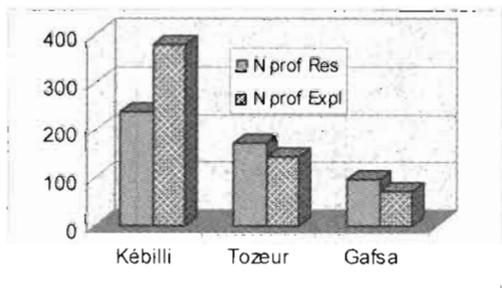
l'exploitation dépasse nettement la capacité potentielle de la nappe profonde. Des niveaux d'exploitation de cette envergure entravent logiquement les principes d'un développement durable pour ces espaces fragiles et les populations qui y résident.

Figure 7 : Evolution des taux d'exploitation de la nappe phréatique entre 1980 et 2004.



Source : ODS, 2005, Kassah, 1996

Figure 8 : Potentiel et niveau d'exploitation de la nappe profonde en 2004.



Source : ODS, 2005, Kassah, 1996

Dans son ouvrage intitulé « les oasis tunisiennes », Kassah (1996) a montré que les mesures prises par les exploitations privées et les structures de l'administration ont conduit en matière d'exploitation des ressources hydrauliques à la généralisation des techniques de pompage, la baisse de l'artésianisme et au tarissement progressif des ressources en eau.

4 - Procédures de développement économique

Si l'on examine les orientations adoptées dans les procédures de développement depuis les années 70, on constate pour le Sud tunisien que, dans la frange côtière, les plans de développement ont soutenu la mise en place d'un pôle industriel à Gabès et d'un pôle touristique à Jerba-Zarzis. Ces deux pôles ont bien assumé des rôles économiques et sociaux de grande importance dans cet espace géographique au long des dernières décennies. La zone intérieure était marquée jusqu'aux années 80 par la prédominance des activités agricoles et pastorales avec toutes les contraintes techniques évoquées. Les populations rurales de la Tunisie présaharienne ont commencé, au début des années 80, à désertier vers les villes proches et les zones côtières à la recherche d'emplois. Cette mobilité humaine a incité l'État et diverses structures de l'administration à affronter ce clivage qui a commencé à prendre de l'importance entre, d'un côté des sociétés rurales en zones intérieures, de l'autre des populations urbaines de la région côtière du pays (Cezeur, 2004). La diversification des branches d'activités socioprofessionnelles a constitué une alternative relativement acceptable, d'abord pour soutenir les processus de développement régional et ensuite, pour alléger l'emprise agricole sur des ressources rares et fragiles.

4.1 - Le tourisme saharien : une opportunité de développement

Les visites de terrain dans cet espace géographique et les acquis bibliographiques affirment que ses potentialités environnementales paysagères et socioculturelles constituent des atouts pour le développement d'une industrie touristique prometteuse.

À l'échelle des paysages, les oasis de plaines et montagnes, les parcours steppiques, les chotts et les dunes de sable constituent des entités naturelles et artificielles d'une grande beauté paysagère pour les visiteurs. De multiples trésors archéologiques clairsemant la région du nord au sud (l'antique Capsa, ruines romaines, marabouts, grottes berbères, ksour et

autres richesses patrimoniales) demeurent encore insuffisamment explorés par le tourisme culturel et saharien.

Des musées (musée d'histoire à Metlaoui et complexe Dar Chraïet), des parcs nationaux et des réserves naturelles (Haddej et Orbata à Gafsa, Parc de Dghoumes à Tozeur et celui de Jbil à Kébili) ont été récemment créés dans une optique de préservation environnementale et de perspectives de valorisation économique. Sur un autre plan, on note la présence d'une diversité animale et végétale remarquable dans cet espace géographique. Les mouflons de Orbata, addax du Djerid, outardes, varans du désert, aigle royal et gazelles du Sahara forment à leur tour une spécificité et une richesse particulièrement rare en dehors de cette Tunisie pré-désertique.

4.2 - Tourisme saharien du sud-ouest tunisien : avantages et limites

Le développement touristique dans cette zone d'observation est relativement récent. Il constitue une composante importante de diversification de l'industrie touristique tunisienne, et une voie de promotion et de développement pour la région et ses ressources humaines. L'infrastructure touristique comporte actuellement environ 75 unités hôtelières (Ben Ali, 2004). La capacité globale d'hébergement des touristes a évolué de 3 300 lits en 87 pour se situer aux environs de 10 300 en 2004. Le taux d'occupation annuelle de cette infrastructure hôtelière demeure modeste (33 %) avec l'avantage de ne pas se limiter à la saison estivale. La durée moyenne des séjours est 1,6 jours par touriste. Ce chiffre affirme que la région demeure encore peu connue par la masse des touristes, ce qui la classe comme étant une zone de transit plutôt qu'une zone de destination.

Coté emplois, le tourisme du sud-ouest tunisien procure à la zone plus que 4 000 emplois et environ 12 000 emplois indirects (Kassah, 1996). Ce chiffre de 16 000 emplois pour une population de 113 000 ménages montre que le tourisme procure en moyenne un emploi pour 7 ménages, ce qui est relativement modeste comme réalisation, et surtout en tenant compte du fait que 75 % des emplois sont précaires.

Il est donc souhaitable qu'une bonne partie du potentiel de travail s'investisse dans le secteur du tourisme saharien écologique et culturel, pour au moins trois raisons :

- le tourisme saharien est un secteur de service. De ce fait il ne génère pas de grandes pressions sur les ressources naturelles de la zone, surtout si les mesures nécessaires ont été prises à temps ;
- la valorisation du potentiel de travail humain dans le tourisme saharien est moins risquée que dans l'agriculture oasienne ;
- tourisme saharien et agriculture oasienne peuvent évoluer en synergie de sorte que chaque secteur profite des avantages de l'autre.

L'expérience engagée jusqu'à présent en matière de tourisme intérieur en Tunisie présaharienne a révélé certaines contraintes qui nécessitent une attention particulière et des mesures à prendre pour répondre davantage aux normes d'un développement durable.

Les réalisations effectuées en matière de tourisme lui confèrent encore les qualités d'un tourisme de masse. L'implication de la population locale demeure relativement modeste. Le tourisme de masse est un tourisme de consommation, et à ce propos il faut noter qu'au bout de quelques années, ce secteur va manifester une augmentation de la demande en eau dans une zone qui se situe déjà au maximum d'exploitation de cette ressource. Ainsi le risque de blocage écologique ne se limitera-t-il pas au seul secteur du tourisme ; l'agriculture oasienne et les populations locales ne seraient pas épargnées.

5 - Conclusion

Il semble qu'un développement basé exclusivement sur le secteur agricole soit relativement risqué pour cette région où les menaces de désertification restent inquiétantes. L'état de la situation montre que les dynamiques humaines et environnementales évoluent progressivement vers des niveaux de déséquilibre écologique, de plus en plus accentués. L'orientation vers le tourisme saharien et culturel pourrait constituer une alternative à ce développement permettant de soulager aussi bien l'environnement naturel menacé que les populations locales en difficultés. Ces deux branches d'activités économiques (agriculture et tourisme) doivent logiquement coopérer pour consolider les avantages et affronter les risques de dégradation environnementale (Claude, 2004) et de perturbations socio-

économiques. Sans vouloir avancer de recommandations toutes faites, il nous semble utile d'évoquer quelques éléments de réflexion susceptibles d'enrichir le débat relatif au développement durable en zones arides.

Le développement durable est l'affaire de tous les secteurs et branches d'activités socioprofessionnelles. Tous les acteurs de développement doivent logiquement y participer et prendre part dans l'élaboration, l'exécution et le suivi de ses programmes. Aucun secteur pris isolément ne pourra prétendre assurer un développement durable, ni aborder seul cette problématique dans toutes ses dimensions :

- Instaurer des systèmes de communication et de dialogue entre tous les acteurs utiles (acteurs publics et privés, acteurs de recherche et d'enseignement, acteurs locaux et régionaux etc.) et intéressés par le développement des zones fragiles et menacées tel que le Sud tunisien, avec des méthodologies adaptées (Meyer et Walter, 2003).
- Engager des réflexions pour contribuer à la restructuration des secteurs non suffisamment assistés dans les rôles et tâches multiples qui leur sont attribués (secteur agricole et tourisme saharien).
- Veiller à ce que le tourisme, saharien et culturel, puisse contribuer à la préservation et la valorisation du patrimoine matériel et immatériel, si riche dans cet environnement hostile.
- Sensibiliser les ressources humaines locales à valoriser leurs savoir faire par le biais du tourisme saharien et culturel.
- Encourager les populations locales à poursuivre des formations spécifiques en matière de gestion des ressources humaines et environnementales.
- Renforcer les mesures de prudence quant aux usages et aux niveaux d'exploitation des ressources naturelles et particulièrement les ressources hydriques.
- Encourager les acteurs du développement à mieux profiter des ressources renouvelables (énergie solaire, maritime, éolienne et autres) dans leurs systèmes de production.

Le développement durable en zones fragiles et menacées par la désertification est une problématique à part entière. Il s'agit bien d'un environnement marqué par la précarité, et d'une population locale en

difficulté économique, ne disposant que de son savoir-faire traditionnel. Il est ainsi grand temps de s'investir ensemble pour renforcer la communication, échanger expériences et leçons du passé et du présent en vue d'éviter au mieux les menaces d'un blocage écologique, dans cette région et soutenir la population. La coopération franco-tunisienne avec le programme LOTH ⁽¹⁾ vient d'engager récemment un collectif de chercheurs, enseignants et doctorants, pour aborder ensemble la problématique du développement en zones fragiles du sud tunisien. Les dimensions environnementale, sociétale et communicationnelle constituent alors les approches méthodologiques à entreprendre. Les actions de conservation, de réhabilitation et la valorisation du patrimoine matériel et immatériel comptent parmi les objectifs recherchés par cette équipe qui œuvre pour valoriser au mieux des richesses patrimoniales, jusque là marginalisées par divers acteurs de développement.

1) Langages, objets, territoires et hospitalités

Bibliographie

- Ben Ali, A., 2004, « La consultation nationale sur la stratégie de développement du secteur touristique : les trois pistes de décollage ». *Réalités newsletters*.
- Cezeur » A., 2004, « Tourisme international et développement durable en milieu aride : le cas de l'oasis de Douz (Sud tunisien) ». *Mémoire de maîtrise de géographie*. UFR Lettres, langues et Sciences Humaines, Paris Orléans, 129 p.
- Claude L., 2004, « Tozeur ravagée par le tourisme. » <http://www.monde-diplomatique.fr>. *Monde diplomatique*, juillet
- Floret, C., Pontanier, R., 1982, « L'aridité en Tunisie présaharienne : climat, sol, végétation et aménagement. » *Trav. Docum. ORSTOM*, n° 150, 544 p.
- Hajji, A., 1997, « La modernisation des oasis tunisiennes : acquis et défis », *Options méditerranéennes*, série A, n° 29. p 257-264.
- Kassah, A., 1996, « Les oasis tunisiennes : aménagement hydro-agricole et développement en zones arides. » *Série géographique*, n° 13, CERES, Univ. Lettres Tunis.
- Khatteli, H., 1996, « Erosion éolienne en Tunisie aride et désertique. Analyse des processus et recherches des moyens de lutte. » Thèse Doct. Sci. Biol. Appli. Aménag. terres et Forêts, Univ. Gent.
- Mamou, A., 1990, « Caractéristiques, évaluation et gestion des ressources en eau du sud tunisien. » Thèse de doctorat d'Etat Sciences naturelles Univ. Paris-sud, 542 p.
- Meyer, V., Walter, J., 2003, « Méthode des scénarios et communication des organisations. » *Questions de communication*, n° 4, p 381 - 393
- ODS, 2005, Gouvernorats de Gafsa, « Tozeur et Kébili en chiffres en 2004. » Rapports statistiques de l'ODS- Medenine.
- Sghaier, M., 1984, « Identification et analyse des systèmes de production agricoles dans les oasis de Nefzaoua. » Mémoire de cycle de spécialisation de l'INAT, Tunis.
- Tbib, A., 1998, « Conséquences de l'utilisation des ressources naturelles sur l'équilibre écologique en milieu aride tunisien: cas de Menzel Habib. » D.E.A. d'Ecologie Générale. Faculté des Sciences, Sfax.

Tourisme et développement local dans les Matmatas (sud-est tunisien)

Hammami Zayed ⁽¹⁾

Résumé

Les monts des Matmatas constituent un lieu de passage entre les stations balnéaires du littoral et les centres touristiques du Sahara. Ils offrent un produit touristique original qui se démarque des produits des autres régions. Il s'agit principalement de l'habitat troglodyte et du patrimoine berbère, matériel et immatériel. La valorisation touristique de ce produit a commencé dans les années 60. Elle s'est accélérée ces dernières années profitant du développement touristique sur le littoral et dans le Sahara. L'accessibilité de la zone s'est sensiblement améliorée. La capacité d'hébergement touristique a augmenté et s'est diversifiée. Différents services et activités se sont développés. L'aménagement touristique a transformé le village de Matmata en un petit centre assez bien doté en équipements et services.

Cependant le développement touristique dans les Matmatas comporte encore de nombreuses faiblesses. Le patrimoine troglodyte n'est pas convenablement conservé et valorisé. La focalisation sur les troglodytes marginalise un riche potentiel culturel, paysager et écologique. Ces potentialités culturelles de la zone ne sont pas entièrement diagnostiquées. Les actions des différents acteurs manquent de coordination et de suivi. L'impact sur le développement local est encore insuffisant. Le milieu naturel est contraignant et fragile. Un développement touristique mal maîtrisé risque de provoquer des dégradations irréversibles.

1) Laboratoire SYFACTE, Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Sfax. ramzygeoca@yahoo.fr

1 - Introduction

Depuis la seconde moitié du 20^{ème} siècle, le tourisme international a pris une place importante dans l'économie de nombreux pays. En Tunisie, le développement du tourisme a commencé depuis les années 1960 avec l'appui des pouvoirs publics. Les efforts étaient concentrés au début sur le tourisme balnéaire. Depuis deux décennies la stratégie de développement touristique est axée sur la diversification des produits et la diffusion spatiale de l'activité touristique vers les régions intérieures. Il s'agit à la fois de faire face à une concurrence internationale exacerbée, de valoriser les potentialités touristiques existantes, d'alléger la pression sur les régions littorales et de dynamiser le développement local des régions intérieures.

Ces considérations justifient les efforts consentis pour le développement du tourisme saharien mais aussi la recherche de nouveaux créneaux porteurs. Entre le tourisme saharien concentré dans le Jérid (Tozeur- Nefta) et le Nefzaoua (Douz et Kébili) et le tourisme balnéaire se trouve un espace intermédiaire qui semble voué à être un espace de transition et de passage rapide.

En effet, avec la concurrence que connaît le tourisme international, il faut penser à améliorer la compétitivité de ce secteur pour attirer le maximum de touristes.

Actuellement, une nouvelle pensée tend à valoriser le patrimoine culturel existant sur tout le territoire national. Les Matmatas (sud-est tunisien) sont concernées par le développement du tourisme culturel compte tenu de l'existence de conditions nécessaires pour développer cette activité. Il s'agit ici d'analyser l'état actuel de la valorisation touristique du patrimoine et son impact sur le développement local. L'objectif est de mieux insérer le produit touristique local dans le tourisme national et d'en assurer une meilleure valorisation.

2 - Les Matmatas : un carrefour touristique

La délégation de Matmata fait partie du sud-est tunisien et plus précisément du gouvernorat de Gabès. Elle couvre une superficie de 1185 km². Le relief est accidenté avec des hauteurs de l'ordre de 200 à 300 m. Les versants sont couverts par un épais manteau sablo-limoneux : le loess de Matmata. Il est d'origine éolienne et alluviale. Il est le principal facteur

aidant à la construction de l'habitat troglodyte, principale attraction touristique du *jbel*.

Depuis la période coloniale et le début de l'indépendance, on assiste à la présence d'un nombre limité de visiteurs individuels étrangers. Leur but fondamental est la découverte des maisons troglodytes et prendre connaissance d'un mode de vie original. Le point de départ de l'activité touristique a été la construction de l'hôtel « Marhala » et son ouverture en 1964. Après des débuts difficiles l'expérience a réussi. Le nombre de touristes étrangers commence à évoluer avec le temps nécessitant le développement des infrastructures touristiques.

Avec l'accroissement du nombre de touristes l'offre d'hébergement locale est devenue insuffisante. Il a fallu répondre à la demande touristique croissante. En 1968 une société de développement économique a été créée avec la participation de la population locale. Elle a réalisé la même année le second hôtel troglodyte portant le nom de « Sidi Driss ».

L'activité touristique se développe avec le temps. Dix années après la réalisation de Sidi Driss, on a assisté au premier investissement privé. Il s'agit de l'hôtel troglodyte « Les Berbères ». Depuis les années 1980, le processus de mise en tourisme s'accélère.

Tableau 1 : Etablissements touristiques classés dans la délégation de Matmata

Etablissements	Catégorie	Date d'ouverture	Investissements
Matmata Hôtel	2 étoiles	septembre 1989	360.000 dinars
Ksar Amazigh	3 étoiles	août 1992	200.000 dinars
Kousseila	3 étoiles	avril 1995	1.500.000 dinars
Diar El Berber	4 étoiles	janvier 2000	13.000.000 dinars

Source : BIT de Matmata / Enquête personnelle

D'après le tableau ci-dessus, on déduit que l'infrastructure hôtelière a suivi à un rythme croissant celui de la demande touristique. Il en va de même pour les catégories des établissements touristiques réalisés : de la catégorie 2 étoiles seulement (Matmata Hôtel) en 1989, à 3 étoiles (Ksar Amazigh et Kousseila) dans les années 1990. Enfin, on assiste à la réalisation de l'hôtel le plus luxueux dans la délégation de Matmata : Diar El Berber avec un coût total atteignant 13 millions de dinars.

Les acteurs responsables de la mise en tourisme de Matmata sont nombreux. Il s'agit à la fois d'acteurs publics et privés, locaux et nationaux. Généralement, on trouve trois types d'acteurs intervenant dans l'activité touristique dans la zone étudiée : acteurs publics, acteurs privés et tissu associatif.

2.1 - Les acteurs du développement touristique

2.1.1 - Les acteurs et organismes publics

- Le ministère chargé du tourisme.
- Le ministère chargé de la culture.
- Les principales ONG.
- La commune de Matmata.

2.1.2 - Les acteurs et organismes privés

Leur participation est importante en l'absence de certains organismes publics. Il s'agit essentiellement de :

- La société de développement économique.
- Les investisseurs privés.

2.1.3 - Le tissu associatif

Le tissu associatif joue un rôle important dans le déroulement de l'activité touristique dans les Matmatas. On trouve essentiellement :

- L'association de protection de la ville de Matmata.
- L'association du syndicat d'initiatives de Matmata.
- L'association de la valorisation du patrimoine culturel et architectural de Tamezret.

Avec le développement de l'activité touristique, l'accessibilité de la délégation de Matmata s'est sensiblement améliorée. En effet la route MC 107 qui relie Matmata à Gabès est toujours en amélioration continue. De même, la route MC 104, reliant Matmata à Douz, en RN 20 a été améliorée.

La mesure de l'accessibilité des différentes zones de la délégation montre que le périmètre communal (qui englobe la totalité des établissements touristiques) est le plus accessible. Au contraire, on constate que la seconde place touristique (Tamezret) est moins accessible que d'autres zones dont l'activité touristique est quasi absente. On peut noter aussi que les zones contenant des richesses patrimoniales telles que les villages berbères (Zeraoua et Taoujout et le village troglodytique vierge de Hafsa) sont les moins accessibles. Ce qui engendre une moindre accessibilité interne et une difficulté à visiter certains villages au cachet architectural original et unique.

2.2 - L'aménagement urbain et touristique

Le tourisme a impliqué de grandes mutations spatiales surtout dans le périmètre de la commune de Matmata (zone de concentration des établissements touristiques). Ces mutations sont présentées par l'élargissement du tissu urbain. Le périmètre communal englobe ainsi, d'après les recensements de l'INS en 2004, 36,7 % du total de la population de la délégation de Matmata bien qu'il ne représente qu'une faible part de la superficie totale.

L'aménagement urbain s'est concentré sur l'amélioration des infrastructures (réseau routier, éclairage public, aménagement du souk de la ville, le coté esthétique...). En revanche, l'aménagement urbain de la commune de Matmata n'a pas respecté l'architecture de la ville. Cette idée est d'importance capitale si on sait que le périmètre communal englobe à lui seul plus de la moitié des habitations troglodytes de la délégation de Matmata qui représentent le principal produit touristique. Des mesures de protection de cette richesse patrimoniale doivent être prises.

L'aménagement touristique est financé surtout par le fond de protection des zones touristiques puisque le périmètre communal est considéré comme commune touristique. Les rôles du gouvernorat de Gabès et de la délégation de Matmata sont loin d'être négligeables.

En examinant l'extension spatiale des équipements touristiques, on observe une caractéristique principale : l'absence de pénétration en profondeur. L'arrière zone est ainsi encore marginalisée (Téchine, Ezzriba, Châabet Smaala...).

2.3 - Les infrastructures d'hébergement : vers la diversification

Dans la zone d'étude, on trouve deux catégories d'hébergements touristiques :

- Les établissements touristiques non classés : ils sont formés par des habitations troglodytiques aménagées et transformées en hôtels (13 maisons). Leur construction remonte aux années 1960 et 1970 (Marhala, Sidi Driss et Les Berbères). Ce type concerne 36,5 % de la capacité d'hébergement existante dans la délégation de Matmata.
- Les établissements touristiques classés : ils sont l'expression de l'expansion touristique. Il s'agit d'hôtels en surface construits depuis la fin de 1989 (Matmata hôtel, Ksar Amazigh, Kousseila et Diar El Berber) et présentent 63,5 % de la capacité d'hébergement totale.

On relève trois types de statuts d'exploitation de la totalité des établissements touristiques :

- Les capitaux individuels : il s'agit des hôtels Les Berbères, Ksar Amazigh et Diar El Berber.
- La location : Ceci concerne Sidi Driss, Matmata Hôtel et Diar El Berber
- Les sociétés : Kousseila et Diar El Berber.

En examinant le fonctionnement des établissements touristiques, divers problèmes liés à l'infrastructure touristique sont dégagés :

- Le faible taux d'occupation : le taux d'occupation des établissements touristiques dans la délégation de Matmata ne cesse de diminuer. Après une évolution de 62,5 % dans le nombre des nuitées touristiques durant la décennie 1987-1996, ce pourcentage a connu une légère baisse entre 1997 et 2005 (36123 nuitées touristiques en 2005 contre 38955 nuitées en 1997). En contre partie, la capacité d'hébergement a augmenté de 273,7 % entre 1985 et 2005 ⁽¹⁾. Comme résultat de cette situation, le taux d'occupation dans les

1) BIT : Bureau d'informations touristiques de Matmata, 2005.

établissements touristiques existants dans la délégation de Matmata a baissé de 20 % en 1987 à 11,5 % seulement en 2005 ⁽¹⁾.

- Le déséquilibre entre les établissements touristiques de luxe et le type de touristes : ce problème est apparu après la réalisation des établissements touristiques de luxe avec de lourds investissements. La demande touristique européenne est le fait d'une clientèle de masse, peu exigeante et à moyens revenus. Les faibles dépenses touristiques influent alors sur la rentabilité des hôtels. Cette situation peut mener à d'autres problèmes plus graves tels que la diminution de l'offre d'emplois pour limiter le coût de production dans le but de réaliser le maximum de profits, la diminution de la compétitivité...

3 - Des produits touristiques variés mais inégalement valorisés

Les produits touristiques existants dans la zone étudiée sont diversifiés. En outre, ils n'ont pas le même degré de valorisation.

3.1 - Les troglodytes : principale attraction touristique

3.1.1 - Le troglodyte vertical

Le troglodyte vertical est une maison creusée dans les couches argilo gypseuses. Après la résidence dans les villages de crêtes, la population s'est déplacée vers la plaine à la recherche de ressources en eau et pour surveiller les terres agricoles. La construction des troglodytes a permis aux jebalias matmatis de bénéficier de plusieurs avantages dont :

- Un site défensif permettant de faire face à toute tentative d'invasion du « suzerain nomade ou même contre les troupes régulières du prince qui y viennent y lever l'impôt. Pour cette raison, ces constructions sont appelées troglodytes fouisseurs » (Louis André, Stanley Hallet, 1979).
- Un confort thermique : les couches argilo-gypseuses assurent le confort thermique du troglodyte. La température à l'intérieur est élevée en hiver alors qu'elle est fraîche en été.

1) Même source

Les recherches sur terrain, appuyées par l'analyse des photos aériennes couvrant la délégation de Matmata, montrent que la zone étudiée est riche en matière de constructions troglodytiques. Leur nombre varie entre 650 et 700 maisons ⁽¹⁾. La répartition spatiale de cette richesse patrimoniale varie d'une zone à une autre. Mais ce qui est observable est que la plus forte densité troglodytique se trouve dans le périmètre communal qui contient plus de la moitié du total existant. Ceci remonte à deux causes principales : la première est d'ordre économique (renforcement du processus de mise en tourisme dans le périmètre communal), la seconde est d'ordre historique (proximité du périmètre communal des villages de crêtes).

3.1.2 - Situation actuelle des troglodytes dans la délégation de Matmata : le périmètre communal

Les enquêtes sur le terrain ont montré que plus des 4/5 de cette richesse patrimoniale nécessite des interventions (c'est-à-dire que ces unités d'habitation sont soit effondrées soit délaissées). Les troglodytes en bon état ne présentent que 16,8 % du total existant dans la zone étudiée. Cette situation nécessite sans doute une intervention efficace pour la conservation de cette richesse patrimoniale, principale curiosité touristique de la région.

3.1.3 - Participation des troglodytes à la mise en tourisme dans la délégation de Matmata :

Au début, il faut noter que le troglodyte est le principal produit touristique offert aux visiteurs de la délégation de Matmata. Cette activité a débuté avec l'ouverture de la maison troglodyte de Fatma aux touristes dans les années 50. Cette maison est située à Tijma (nouvelle Matmata). Avec le temps, elle a connu une forte réputation qui a dépassé même l'échelle nationale : sa photo tournant le pressoir traditionnel a été diffusée dans le monde et utilisée comme moyen de publicité pour le tourisme tunisien.

Depuis les années 70, le nombre de troglodytes ouverts aux touristes a connu une hausse considérable surtout dans le périmètre communal (lieu de concentration de l'activité touristique). En revanche, dans les années 90, le secteur a connu un grand désordre. Pour cette raison, l'ouverture des troglodytes aux touristes a désormais été régulée par un cahier des charges

1) Commune de Matmata, 2006.

visant l'obtention d'un permis accordé par le gouverneur de Gabès. Actuellement, le nombre de ces maisons dans la délégation de Matmata est limité à 13 seulement.

Le cahier des charges a fixé les règles de fonctionnement de ce secteur parmi lesquelles on peut citer :

- Le troglodyte doit respecter l'architecture de la ville de Matmata.
- Le troglodyte doit être facilement accessible.
- Le propriétaire du troglodyte doit ériger une pancarte qui porte son nom, le numéro du permis et l'horaire du travail. En même temps, il doit s'inscrire dans l'association du syndicat d'initiatives de Matmata.
- Le permis est valable pour deux ans renouvelables.

Les recherches sur le terrain ont permis de constater que ce type de maisons ouvertes aux touristes jouit des caractéristiques suivantes :

➤ **La proximité de la route**

Les enquêtes sur le terrain ont prouvé que toutes les maisons ouvertes aux touristes sont situées à une distance inférieure à 400 mètres des principaux axes routiers (MC 107 et RN 20) et plus de 77 % sont localisées à une distance inférieure à 100 mètres de ces routes.

➤ **Une date d'ouverture récente**

Les enquêtes ont montré que la majorité de ces maisons a été récemment ouverte aux touristes. En effet, 61 % de ces maisons l'ont été après 1990. Les enquêtes ont montré également que 46 % du total de ces maisons ont été ouvertes après l'an 2000. Ce qui est observable est que la majorité de ces maisons est formée soit par des maisons qui étaient délaissées (ouvertes aux touristes après réaménagement) soit par des troglodytes construits spécialement pour être ouvertes aux touristes. Ce dernier type s'intègre dans le processus de mise en tourisme que connaît la zone étudiée depuis les années 1990 jusqu'à nos jours. La question de l'authenticité est loin d'être prise en compte. Les maisons qui méritent d'être ouvertes aux touristes sont délaissées alors que d'autres jouissent de cette activité. La construction des troglodytes est devenue donc une industrie qui se développe avec le temps.

➤ **Un niveau d'équipement moyen**

Plusieurs indices montrent ce fait. Selon les enquêtes personnelles on a dégagé les constats suivants :

- 62 % de ces maisons troglodytes ouvertes aux touristes ne sont pas équipées en eau potable.
- Près de 8 % de ces maisons ne jouissent pas de l'éclairage public.
- Le réseau de télécommunications est absent pour celui de la téléphonie fixe alors qu'il est perturbé pour le réseau mobile.

➤ **Une standardisation des produits offerts aux touristes**

Les troglodytes ouverts aux touristes offrent les mêmes produits aux visiteurs. Il s'agit essentiellement du thé, de l'huile d'olive, du pain traditionnel (tabouna) et parfois du miel. L'offre de ces produits s'intègre dans le cadre de l'ethno tourisme (mettre dans l'esprit des touristes qu'ils sont en train de percevoir la vie quotidienne berbère). Les habitants de la maison sont habillés ainsi de façon traditionnelle pour permettre aux touristes visiteurs de prendre des photos. Pour cette raison, on identifie le troglodyte ouvert aux touristes comme une pièce de théâtre où les guides sont les metteurs en scène, les habitants sont les acteurs et les touristes sont les spectateurs (qui payent pour jouir du spectacle).

➤ **Divers problèmes rencontrés**

Comme tout secteur commercial, divers problèmes gênent le fonctionnement et la rentabilité des troglodytes ouverts aux touristes. Généralement, on trouve deux problèmes majeurs :

- La mauvaise présentation de ce produit touristique (non respect de la propreté, mauvais habillement...).
- Des problèmes avec les guides : combat concernant la répartition des recettes, fréquentation de plus d'une maison troglodyte ouverte aux touristes par un seul guide (pour maximiser ses profits), etc.

3.1.4 Classification des troglodytes ouverts aux touristes

La classification des troglodytes ouverts aux touristes selon le nombre de visiteurs est difficile surtout en l'absence de statistiques exactes. Pour

cette raison, on a eu recours à la consultation des différents acteurs et responsables de cette activité à savoir les propriétaires de ces maisons, la délégation de Matmata, la sécurité touristique.

Les enquêtes montrent que les troglodytes ouverts aux touristes se divisent en trois catégories : les maisons fortement visitées, les maisons moyennement visitées et les maisons faiblement visitées.

➤ **Les troglodytes très visités (plus de 3000 visiteurs/mois)**

Ce type englobe 7 maisons dont trois sont situées à l'entrée nord de la délégation de Matmata (maison Jaha 1, Jaha 2 et maison Lachheb). On en trouve trois autres situées sur la RN 20 (maison Ben Naceur, Latrech et Diar Amor). Ceci montre l'importance de la proximité de la route dans la mise en tourisme dans la délégation de Matmata. Pour la dernière maison (maison de Younès), elle jouit de la proximité de l'hôtel Sidi Driss qui lui permet d'attirer le maximum de touristes.

➤ **Les troglodytes moyennement visités (entre 2500 et 1000 visiteurs/mois)**

Ces maisons sont au nombre de quatre dont trois sont situées sur la RN20. Ces maisons sont moins connues. Leur date d'ouverture est plus récente que celle de la première classe. Pour cette raison, leurs propriétaires ne possèdent pas de fortes relations avec les guides. Pour le cas de la maison située à Téchine, l'absence d'arrêts touristiques dans cette zone a limité le nombre de visiteurs.

➤ **Les troglodytes peu visités (moins de 1000 visiteurs/mois)**

Ce type concerne les deux maisons restantes. La première est celle de Khadija. Elle est considérée comme un musée. La fixation des prix à l'entrée a limité le nombre de ses visiteurs. Ceci résulte du problème du « all inclusive » qui caractérise désormais le tourisme tunisien et fait que les touristes ne dépensent plus que très peu d'argent sur place.

Pour la seconde maison (celle de Belgacem Ayed), elle est la plus éloignée des principaux axes routiers. Bien qu'elle soit considérée comme la maison la plus authentique, le nombre de ses visiteurs est très faible. Son propriétaire se contente de recevoir les touristes envoyés par les « jemkala » (pratiquant l'activité de dromadaire et calèche).

3.1.5 - Le troglodyte horizontal

Ce type de troglodytes existe dans l'imada de Tamezret (partie ouest de la délégation de Matmata). Son intégration dans l'activité touristique ne s'est pas faite au même degré que celle du troglodyte vertical.

Concernant sa répartition spatiale, le troglodyte horizontal se trouve dans les trois villages berbères existants dans l'imada de Tamezret. On parle essentiellement de Zeraoua, Taoujout et Tamezret. Ce dernier village est le plus intégré dans les circuits touristiques. Plus que cela, il est parmi les destinations touristiques préférées dans le sud-est tunisien. La réalisation de la RN 20 en 1999 l'a rendu facilement accessible. Depuis cette date, on enregistre une hausse considérable dans les flux touristiques dirigés vers le village de Tamezret (il faut noter que la durée des visites ne dépasse pas dans la majorité des cas une heure). L'architecture du village commence actuellement à se modifier avec la prolifération d'habitations en dur. Les réseaux d'électricité (poteaux et fils) et de télécommunications participent à leur tour à détruire la beauté du village. Pour cette raison, des mesures protectionnistes doivent être prises par les organismes responsables de la valorisation du patrimoine. La limitation des constructions doit être stricte alors que pour les réseaux d'électricité, ils peuvent être faits sous terre.

Pour le village de Zeraoua, il possède une architecture berbère typique qui lui permettrait d'être l'une des destinations touristiques les plus connues dans le sud-est tunisien. Au contraire, le village berbère de Taoujout possède une architecture totalement modifiée.

3.2 - Les paysages

Le paysage constitue une attraction touristique importante dans la délégation de Matmata. Dès l'entrée du village on perçoit un paysage exceptionnel qui a été la principale raison pour laquelle George Lucas a choisi Matmata pour la mise en scène de quelques parties de son film « Star Wars ».

Matmata se situe au nord du jebel Dahar au sud-est tunisien. La crête se situe à une altitude pouvant dépasser 600 m. Elle « est matérialisée par une corniche qui surplombe des versants à pente raide » (Ben Oueddou Hédi, 2001). Elle se caractérise par des trajets sinueux. Les buttes témoins montrent un paysage sculpté par l'érosion dans les couches argileuses formant le loess

de Matmata. Dans le plateau du Dahar on trouve des vallées asséchées à cause de l'aridité qui caractérise l'état climatique actuel. Ces vallées sont de deux types. En effet, « les vallées drainées vers l'ouest sont en pente faible. Encaissées et étroites à l'est, elles deviennent larges et peu profondes à l'approche du grand erg oriental. Par contre, les vallées drainées vers l'est sont caractérisées par des pentes fortes et offrent un paysage de canyons avec des parois verticales entaillées dans le sol » ⁽¹⁾. Parmi les éléments qui expriment la beauté du paysage, on peut citer le parcours de santé et les aménagements hydrauliques de type jessour.

3.2.1 - Le parcours de santé

Ce parcours est organisé sous la forme d'une piste aménagée dans le jebel. Sa réalisation s'intègre dans le cadre de la diversification des produits touristiques dans la délégation de Matmata (tourisme sportif). En revanche, ce parcours n'est fréquenté que rarement. Ceci est lié à deux causes principales :

- Le tourisme de passage qui caractérise la délégation da Matmata.
- Le manque de publicité.

3.2.2 - Des aménagements hydrauliques de type jessour

Le jessour se définit comme « une élévation de terre dressée dans le lit de l'oued et également à la surface exploitable pour l'agriculture qui se situe à son amont. L'ouvrage est disposé perpendiculairement à l'écoulement reliant ainsi deux berges de l'oued » (Ben Ouezdou Hédi, 2001). Vu l'aridité de son milieu, l'existence des aménagements hydrauliques de type jessour est un phénomène ancien.

Actuellement les jessour sont un des éléments constitutifs de la beauté du paysage de la zone étudiée. Les touristes se renseignent toujours sur leur raison d'être. La réponse est toujours liée à l'activité de l'ethno-tourisme puisque les jessour font partie du mode de vie des berbères.

1) Même source

3.3 - Les animations touristiques

3.3.1 - L'offre muséographique

Selon l'OMT, "le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'étude, d'éducation et de délectation" (www.icomos.org).

Dans notre zone d'étude on trouve deux musées privés. Le premier est le musée berbère de Tamezret et le second est celui des traditions et coutumes de Matmata.

➤ Le musée berbère de Tamezret

L'ouverture de ce musée date de 1999. Il a débuté avec l'achat d'un troglodyte horizontal délaissé à Tamezret. Il a ensuite été réaménagé et équipé pour être capable de recevoir les touristes. Ce musée s'intègre dans le cadre de la mise en tourisme que connaît la délégation de Matmata. On peut dire également que les bases de son fonctionnement font partie de l'activité d'ethno-tourisme. Les flux croissants de visiteurs étrangers vers ce musée montrent que la culture berbère est l'un des produits touristiques privilégiés non seulement à l'échelle nationale mais surtout internationale. Malheureusement, ce musée souffre de sous-équipement. Le produit touristique offert est basé sur le patrimoine oral. Le manque de financement a constitué un véritable obstacle à l'amélioration de ce musée.

➤ Le musée des traditions et coutumes de Matmata

En réalité, ce musée est l'une des 13 maisons troglodytes ouvertes aux touristes. Il possède un site attirant puisqu'il se situe entre 2 hôtels (Kousseila et Sidi Driss). Contrairement à celui de Tamezret, ce musée a été financé par un prêt bancaire estimé à 18.000 dinars. A l'intérieur, on trouve diverses salles d'expositions (mariage traditionnel à Matmata, cuisine traditionnelle, pièce de réserves, mannequins habillés de façon traditionnelle...) qui

constituent une illustration de tout un patrimoine culturel en voie d'étiollement.

En revanche, le manque d'explications dans ce musée constitue un problème majeur. Le guide existant n'a qu'un faible niveau d'études et ne peut pas fournir les informations nécessaires aux visiteurs. Les touristes entrent donc au musée, prennent des photos et partent sans avoir pu obtenir les explications nécessaires. Ce musée se trouve donc peu fréquenté. Les problèmes de manque de publicité et d'« all inclusive » qui caractérisent le tourisme tunisien ont accentué cette situation.

3.3.2 - Le dromadaire et la calèche

On désigne par cette activité le transport des touristes à dos de dromadaire ou dans des calèches vers des destinations bien définies. Cette activité s'effectue sous réserve du respect des règles de sécurité et de protection des touristes. Ces activités de dromadaire et de calèche ont accompagné les débuts de l'activité touristique. Elles ont connu une prospérité surtout pendant les années 70 et 80. Mais depuis les années 90, un cahier de charges a été mis en place dans le but d'organiser ce secteur.

En étudiant la situation de l'activité du dromadaire et de calèche, on trouve qu'elle souffre désormais de marginalisation surtout après la réalisation de la route nationale n° 20. Ceci a mené ce secteur vers la stagnation. Cette situation est le résultat de 4 causes principales :

- La première réside dans les différences entre les circuits effectués par les dromadaires à Douz et à Matmata. Les premiers passent par les dunes du Sahara et offrent des paysages sahariens merveilleux alors que les seconds ne mènent qu'à une maison troglodyte ouverte aux touristes.
- La deuxième réside dans la différence de durée des circuits. Celui de Douz est d'une durée d'une heure alors que celui de Matmata n'est que de 20 minutes.
- La troisième cause est la plus importante. Elle est d'ordre économique puisque à Douz le guide peut gagner une commission plus importante qu'à Matmata (presque 12 dinars par personne à Douz contre 5 ou 6 dinars seulement à Matmata).

- La dernière cause pousse les guides à dépasser la délégation de Matmata et à pratiquer l'activité de dromadaire et calèche à Douz. Il s'agit de l'insuffisance du nombre de dromadaires. A titre d'exemple, pour 50 touristes, il faut 25 dromadaires (2 personnes par dromadaire) alors que le nombre de ceux-ci n'est que de 21 seulement. La faiblesse de l'offre engendre donc une faible demande.

3.4 - Les productions artisanales

Les centres d'artisanat font partie de la valorisation du patrimoine culturel. La dimension de la production artisanale est d'ordre économique et social. Elle permet d'assurer le développement local de la zone où elle existe à travers l'amélioration des revenus des habitants. La dimension du développement touristique durable trouve dans ce secteur sa pleine réalisation. En effet, l'investissement dans ce secteur est adapté aux bas coûts de la création d'emplois et permet de garder un savoir-faire local. Ceci est clair dans notre zone d'étude. En effet, d'après nos enquêtes personnelles, on relève que 89 % de ces centres sont réalisés par auto financement. Les capitaux proviennent essentiellement du travail agricole ou de la boulangerie qui caractérise les émigrés de la délégation de Matmata.

L'examen de la densité artisanale dans la délégation de Matmata montre une forte concentration dans le périmètre communal : à l'exception de deux centres de vente de produits d'artisanat situés à Tamezret, le reste est localisé à l'intérieur du périmètre communal, soit 91 % du total existant ⁽¹⁾. Ces centres sont liés aux établissements touristiques. Le choix de ces sites permet aux vendeurs d'exposer leurs marchandises aux touristes.

3.5 - Les festivals

Le festival constitue un outil de développement de l'activité touristique. Sa participation à la valorisation du patrimoine oral est indiscutable. Il assure également l'élévation des flux touristiques venant découvrir les identités locales.

1) Enquête personnelle

Les festivals ne manquent pas d'importance dans notre zone d'étude. La délégation de Matmata est connue par deux grandes manifestations : le festival international de Matmata et les journées culturelles de Tamezret.

3.5.1 - Le festival international de Matmata

Depuis 2005, ce festival a une réputation internationale. Il se déroule sur trois jours à la fin du mois de mars.

Le festival international de Matmata constitue une occasion pour la présentation du riche patrimoine culturel existant dans la délégation de Matmata. En effet, son début est marqué par l'exposition du patrimoine artisanal (poterie, tissage, bouteilles en sable...), gastronomique et végétal. A son tour, le patrimoine immatériel possède une part importante dans les activités du festival : on trouve ainsi les jeux populaires, des spectacles de cavalerie, de dromadaire, de mariage traditionnel ...

Ce festival cherche également à améliorer l'activité touristique dans la délégation de Matmata. Le souci de faire face au tourisme de circuit est l'une des préoccupations fondamentales. Pour cette raison, on y trouve la publicité des sites patrimoniaux dans le but de les intégrer dans les circuits touristiques.

En même temps, les organisateurs du festival collaborent avec des universitaires et des chercheurs pour l'organisation de conférences. Leur but principal est d'étudier la situation du tourisme culturel dans la délégation de Matmata et les horizons de son développement.

Ce festival constitue aussi une occasion pour l'intensification de l'animation touristique, quasi absente durant le reste de l'année. Des groupes musicaux de diverses nationalités (groupe de chanteurs touareg, d'art populaire, groupes provenant de la Libye, de l'Europe...) offrent des spectacles au théâtre situé près de la maison de jeunes (capacité de 2000 spectateurs).

3.5.2 - Les journées culturelles de Tamezret

Elles ont lieu durant trois jours pendant la première moitié du mois d'août. Cette période est marquée par les flux les plus élevés des touristes intérieurs et étrangers. Les objectifs du festival sont similaires à ceux du festival international de Matmata. Mais les activités se concentrent sur la

démonstration des spécificités des villages berbères et de leurs alentours. Parmi ces activités, on trouve :

- Des expositions d'arts et coutumes berbères.
- Des présentations de mariages traditionnels berbères.
- Des visites de villages berbères : Taoujout et Zeraoua.
- Des conférences sur l'histoire des berbères, l'architecture des villages berbères.
- Des animations touristiques dans le village de Tamezret.

Après la présentation des produits touristiques valorisés, il est à noter enfin qu'en plus de ceux-ci il reste d'autres produits qui mériteraient également d'être valorisés. Ceci permettrait sans doute l'élévation de la durée des visites touristiques dans la délégation de Matmata. Le rêve de transformer un tourisme de passage en un tourisme de séjour est réalisable avec la valorisation maximale des potentialités patrimoniales existantes et l'amélioration de l'animation touristique. Ceci ne pourra être fait que par la prise de conscience des pouvoirs politiques et des décideurs.

3.6 - Des produits touristiques à valoriser

En plus des produits intégrés actuellement dans le processus de mise en tourisme, on trouve d'autres produits qui mériteraient d'être offerts aux touristes. On peut citer essentiellement :

- Les huileries souterraines.
- La couverture végétale.
- Les monuments historiques.
- Les marabouts.

4 - L'activité touristique et son impact sur le développement local dans la délégation de Matmata.

4.1 - L'activité touristique

4.1.1 - Une forte concentration temporelle

La saison touristique est limitée entre la seconde moitié du mois de mars et la fin du mois d'octobre. On enregistre une légère baisse des flux

touristiques entre la fin du mois de mai et celle du mois de juin. Cette baisse est liée aux périodes d'examens, que ce soit en Tunisie (tourisme intérieur) ou à l'étranger. Au cours du mois d'août, on enregistre le maximum des entrées touristiques vers la délégation de Matmata. Mais, avec la fin du mois d'octobre et le début de novembre, les flux touristiques connaissent une baisse remarquable (à l'exception de la fin du mois de décembre et du début de janvier). Le mois de février enregistre les flux touristiques les plus bas de l'année à cause de la fermeture du marché "all charter" pendant cette période.

4.1.2 - Un tourisme de circuit

Dans notre zone d'étude, le tourisme est qualifié de passage. Une forte part des voyages est organisée par des agences de voyages. On a ainsi, comme cas typique, « Un circuit d'une journée à partir de Jerba-Zarzis emmenant des groupes de touristes en autocars et voitures tout terrains vers des curiosités bien identifiées : habitat troglodyte de Matmata, villages perchés de Chénini et Douiret... » (Kassah, Abdelfatteh, 2006). Nos enquêtes ont conforté cette approche. En effet, elles ont montré que plus de 93,5 % des visites touristiques organisées par les agences de voyages (de la délégation de Matmata) ne dépassent pas une heure et demie de durée (visiter une maison troglodyte et déjeuner).

Un autre indice qui renforce cette analyse est la comparaison entre le nombre des visites journalières et les nuitées touristiques enregistrées. Parmi 340.000 entrées en 2005, on n'enregistre que 36.123 nuitées (c'est-à-dire 10,62 % du total des touristes seulement pendant la même période)⁽¹⁾. Ces entrées sont concentrées sur une petite portion du territoire qui contient la totalité des établissements touristiques (le périmètre communal). D'où l'on dégage la troisième caractéristique du tourisme dans notre zone d'étude : la forte concentration spatiale de l'activité touristique.

4.1.3 - Une forte concentration spatiale

Le tourisme dans la délégation de Matmata est caractérisé par la concentration des infrastructures et des produits touristiques à l'intérieur du périmètre communal, zone où l'activité touristique est densifiée. Ceci se manifeste dans les faits suivants :

1) Bureau d'informations touristiques de Matmata

- La monopolisation de l'infrastructure hôtelière.
- Le périmètre communal contient 23 % des maisons troglodytes ouvertes aux touristes.
- Le périmètre communal contient la majorité des sites culturels (village de crête El Galâa, El Guettar, les marabouts les plus connus, parcours de santé, musée des traditions et coutumes de Matmata...)

4.1.4 - La demande touristique : prédominance d'un tourisme de masse contrôlé par les tour- opérateurs européens

L'année 2005 a été caractérisée par une forte pression de la demande touristique. Les entrées touristiques enregistrées ont été de l'ordre de 340.000 visiteurs dont près de 50 % sont de nationalité française (21,3 %), allemande (9,5 %), italienne (8,4 %) et anglaise (5,7 %). Cette situation est liée à la dépendance du tourisme tunisien vis-à-vis des tour-opérateurs européens. Plusieurs indices montrent cette tendance.

➤ Les accompagnements touristiques

D'après les enquêtes personnelles, on constate que les touristes venant par l'intermédiaire des agences de voyages constituent 65 % de l'échantillon interrogé.

➤ Le nombre de visites touristiques de la délégation de Matmata pour chaque touriste

Les enquêtes ont montré que 75 % des touristes interrogés visitent Matmata pour la première fois. Ceux qui retournent plus de deux fois (5 % seulement de l'échantillon interrogé) sont dans la majorité des cas des touristes individuels ayant de fortes relations familiales avec les villageois matmatis.

La Tunisie subit donc la loi de tour-opérateurs européens. « Ces firmes assurent le bon fonctionnement de la capacité d'accueil au rythme prévu...capables de contrôler les filières des produits touristiques tunisiens » (Ghali Naim, 2002).

Concernant les sources d'informations touristiques, on trouve d'après les enquêtes personnelles que 61 % de l'échantillon choisi a affirmé que ces dernières sont constituées par les agences de voyages. La seconde source

d'informations (ouvrages) ne présente que 16,5 % de l'échantillon interrogé. Ceci renforce l'idée de la domination des tour-opérateurs européens sur le tourisme dans notre zone d'étude.

➤ **Le matériel de transport utilisé dans les visites touristiques**

Les enquêtes montrent que les voyages en autocars (voyages collectifs) et en voitures tout-terrain constituent plus de 73 % du total de l'échantillon choisi. Cette situation est liée à la prédominance des agences de voyages qui sont les principaux organisateurs des voyages touristiques vers la délégation de Matmata. La part des voitures de location est de 14 % alors que celle des véhicules personnels ne dépasse pas 8,4 % du total de l'échantillon interrogé. Les moyens de transport en commun (bus) et privés (louages) sont faiblement utilisés. Ceci est lié à la faible part des touristes et visiteurs individuels.

4.1.5 - Les guides : sources de divers problèmes

Les guides jouent un rôle très important dans le fonctionnement de l'activité touristique. Ils constituent l'intermédiaire entre le touriste et le lieu touristique. On relève qu'ils entrent souvent en conflit avec les différents fournisseurs de services touristiques. Parmi les problèmes existants, on peut citer :

- Problèmes avec les établissements touristiques surtout si les touristes ne sont pas satisfaits par les services offerts.
- Problèmes avec les propriétaires des dromadaires et calèches puisque les guides préfèrent pratiquer cette activité à Douz.

4.1.6 - Les dépenses touristiques : primauté de l'artisanat

Le secteur de l'artisanat est le premier secteur qui a profité du développement de l'activité touristique à Matmata puisque la totalité des centres est intégrée dans les circuits touristiques. Pour cela, on trouve des hôtels qui possèdent leurs propres centres de vente (Diar El Berber, Kousseila, Les Berbères ...).

Concernant les dépenses touristiques, les enquêtes ont montré que les allemands et les suisses sont les touristes qui payent le plus. Au contraire, les français sont ceux qui payent le moins.

En second lieu, on trouve le secteur de services représenté par les cafés et les restaurants. Ce type d'activité concerne surtout les touristes individuels ou les groupes d'amis.

4.2 - Impacts de la mise en tourisme dans la délégation de Matmata

4.2.1 - Les impacts économiques

4.2.1.1 - Les emplois

La création d'emplois pour la population jebalia constitue le premier effet direct de l'activité touristique. Les emplois offerts sont de trois types : emplois directs, indirects et induits

➤ Les emplois directs

Le nombre d'emplois directs assurés par le tourisme dans notre zone d'étude a atteint 215 postes dont 176 emplois fixes et 39 saisonniers ⁽¹⁾. La part de la délégation de Matmata est de près de 25 % du total des emplois touristiques directs dans le gouvernorat de Gabès en 2005 (885 emplois directs à cette date) ⁽²⁾. Ceci nous permet de dire que le développement local peut être assuré à travers l'amélioration des revenus de la population locale.

➤ Les emplois indirects

Ce sont les emplois qui ne sont pas directement liés à l'activité touristique. Ils sont plus nombreux que ceux directs. Le secteur du bâtiment en constitue le meilleur exemple. Dans notre zone d'étude, le nombre d'emplois indirects est difficile à cerner mais on constate que toute une économie locale se développe grâce au tourisme, surtout dans le périmètre communal.

➤ Les emplois induits

Ces emplois font partie des activités complémentaires à celles qui sont directement liées au tourisme. Dans notre zone d'étude, le tourisme assure des revenus pour plus de 23 centres d'artisanat, 21 propriétaires de dromadaires et calèches, 13 propriétaires de maisons troglodytes, 2 restaurateurs, 3 cafés... Le nombre de ces emplois est en accroissement continu avec la multiplication des projets en cours de réalisation dans la délégation de Matmata.

1) Enquête personnelle

2) ONTT, 2005

En revanche, le tourisme, bien qu'il permette la croissance économique dans la zone étudiée, « n'a pas permis la réduction du taux de chômage élevé touchant presque le tiers de la population active » (Mehat, 2001).

4.2.1.2 - L'effet d'entraînement sur les autres secteurs économiques

Le processus de mise en tourisme dans les Matmatas permet la promotion d'autres secteurs économiques. En effet, par le biais du tourisme :

- L'agriculture trouve des marchés voisins pour diffuser son produit. Les fruits et les légumes sont achetés par les hôtels et les restaurants de Matmata.
- Le secteur des services connaît à son tour un important développement. De plus, il est le premier secteur qui bénéficie de l'extension de l'activité touristique.
- Le secteur des transports lui aussi bénéficie de la dynamique que provoque le développement de l'activité touristique. L'amélioration de l'accessibilité de la délégation a permis d'augmenter les flux des entrées touristiques.
- Le secteur de la construction connaît actuellement une forte demande à cause de l'essor de l'activité touristique dans la délégation de Matmata. En effet, en plus des projets en cours de réalisation on trouve plusieurs troglodytes construits récemment pour être ouverts aux touristes. Le coût de construction de ces maisons a connu une hausse considérable. Il varie actuellement entre 60 et 120 dinars le mètre². Les maçons matmatis bénéficient ainsi de revenus conséquents qui bénéficient ensuite à l'ensemble des circuits économiques de la délégation.
- La production cinématographique permet le soutien de l'économie locale. L'évolution de ce type d'industrie est liée à la réputation internationale qui caractérise notre zone d'étude

En revanche, il est important de signaler que les retombées économiques sont limitées dans l'espace. Elles intéressent principalement le périmètre communal, lieu de concentration de la majorité des activités touristiques. Ces effets touchent aussi le village de Tamezret. Les autres

zones de la délégation sont carrément exclues de la dynamique économique qu’entraîne le tourisme. En effet, ce type d’activité est absent dans ces zones malgré les fortes potentialités patrimoniales existantes.

4.2.1.3 - Une forte concurrence avec l’agriculture et prépondérance du problème de l’eau

Tableau 2 : Evolution de la part des emplois touristiques et agricoles de la population active dans le périmètre communal entre 1984 et 1994

Secteur / Année	1984	1994	2004
Tourisme	21,43 %	50,1 %	52 %
Agriculture	28,57 %	9,1 %	8.6 %

Source : Mehat, 2006

D’après le tableau ci-dessus, on constate un bouleversement de la répartition de la population active dans le périmètre communal, lieu de concentration de la quasi-totalité des emplois touristiques. En effet, le développement du tourisme a impliqué de profondes mutations au niveau de la mentalité des habitants locaux. Ils se sont rendus compte du fait que le tourisme peut être un secteur porteur de richesses. Ainsi, « les emplois dans l’hôtellerie, les services publics et l’artisanat constituent les sources principales de revenus pour la majorité des familles et les compléments indispensables pour les ménages qui continuent à exercer une activité agricole » (Mehat, 2001). La sécheresse (qui dure parfois plusieurs années de suite) a poussé la population à accepter le travail dans le tourisme comme solution. Nos enquêtes ont confirmé cette évolution. En effet, on relève que 58 % des employés dans l’artisanat travaillaient avant dans le secteur agricole.

La question de l’eau est un problème accru avec la surexploitation des nappes phréatiques et profondes en raison de la sécheresse. Le problème est accru avec le développement de l’activité touristique dont la demande vient s’ajouter aux besoins urbains et agricoles. La question qui se pose donc actuellement est celle de l’affectation de cette ressource rare et du développement de l’activité touristique dans ce contexte de rareté de ce bien indispensable.

4.2.2 - Les impacts socioculturels

Les impacts socioculturels sont fortement présents dans les espaces accueillant l'activité touristique. Parmi ces impacts, on trouve l'ouverture de la délégation de Matmata sur son milieu extérieur et le changement des mentalités. En revanche, cette activité peut engendrer des effets néfastes sur les jeunes matmatis.

4.2.2.1 - Le changement des mentalités et l'ouverture du village sur son milieu extérieur:

Certes, le tourisme a permis le changement de la mentalité des habitants. Le contact avec les touristes a favorisé cette évolution. Les villageois ont construit des rapports d'amitié avec les touristes étrangers, ce qui a facilité les échanges culturels et l'ouverture d'esprit de la population locale sur d'autres civilisations. L'évolution technologique a de même favorisé cette ouverture. Les jeunes du village entrent en contact avec les touristes étrangers. L'ouverture d'un Publnet dans la maison des jeunes a accentué l'utilisation de l'Internet comme moyen de communication.

De même, l'impact du tourisme est ressenti parmi les jeunes dont bon nombre parle plus de deux langues étrangères (on trouve parfois des analphabètes qui parlent en même temps la langue française, allemande, italienne, anglaise et espagnole). Le nombre de ceux-ci est loin d'être négligeable.

4.2.2.2 - Les impacts négatifs

Ils concernent certains jeunes qui entrent dans l'imitation absolue des touristes et essaient par tous les moyens de quitter le pays pour l'Europe.

Ceci nous amène à parler d'un problème qui est apparu avec le développement de l'activité touristique dans notre zone d'étude : celui des faux guides. Comme l'indique leur nom, ils travaillent comme guides locaux mais de façon déloyale. Leur but est essentiellement lucratif puisqu'ils travaillent avec les hôtels en leur envoyant les touristes en contrepartie d'un montant qui varie selon le nombre de touristes et la catégorie de l'hôtel. La situation est plus dangereuse si on s'aperçoit qu'ils sont en contact avec

d'autres faux guides à Douz et à Gabès afin de faciliter l'accueil des touristes provenant de ces zones.

Généralement, les faux guides constituent un vrai obstacle pour le développement de l'activité touristique. Ils sont la source de divers problèmes dans les établissements touristiques. Pour cette raison, les propriétaires des hôtels refusent leur existence. Les faux guides entrent aussi en conflits avec les guides touristiques officiels. Il est donc indispensable de faire face à ce type de jeunes qui donnent une mauvaise image du tourisme tunisien.

Parmi les autres problèmes socioculturels qui sont fortement remarqués dans la zone touristique, on relève le problème des demandeurs d'argent. Leur nombre est élevé bien que l'on soit dans une zone rurale où les habitants refusent ce type de comportements. La recherche d'une solution pour ce problème est d'importance capitale pour améliorer l'activité touristique et donner plus d'aisance aux touristes.

4.2.3 - Les impacts socio-démographiques

Le tourisme a impliqué des mutations socio-démographiques qui varient d'ampleur selon les imadas. Mais, généralement, on peut dégager les constats suivants :

Le tourisme a impliqué une forte concentration de la population dans l'imada de Matmata et surtout à l'intérieur du périmètre communal. Ainsi, l'imada de Matmata englobe à la fois 51,2 % du total de la population de la délégation de Matmata et 42,2 % du total des logements en 2004 ⁽¹⁾. Les statistiques montrent aussi qu'à l'intérieur de l'imada de Matmata on relève une forte concentration de la population à l'intérieur du seul périmètre communal. Cette petite partie englobe à elle seule 36,7 % du total de la population (71,7 % de la population de l'imada de Matmata), 27,89 % du total des logements et 34,84 % des ménages résidents dans la délégation de Matmata ⁽²⁾. L'imada de Tamezret occupe le second rang avec 33,17 % du total des logements et 25 % de la population de la délégation de Matmata. A la lumière des statistiques et chiffres montrés, on dégage le fait que l'activité

1) INS 2004

2) Même source

touristique a une forte influence sur la concentration spatiale de la population.

Faible participation du tourisme dans la limitation du phénomène migratoire : la population est encore influencée par l'attraction des grandes villes littorales. Ceci a impliqué un taux de masculinité faible. En effet, on s'aperçoit que le taux de masculinité dans la délégation de Matmata est inférieur à celui du gouvernorat de Gabès (49,4 %) et à la moyenne nationale qui est de 50,1 % ⁽¹⁾. Ces flux sont dirigés surtout vers le littoral et spécialement vers la capitale Tunis. Ainsi, on parle d'« immigration spécialisée puisque les Matmatis sont connus par le travail de la boulangerie. Ainsi, 100 % des immigrés taoujoutis à Tunis sont des boulangers » (Bchir Mongi, Jemal Hédi, 1977).

Le tourisme n'a pas engendré une croissance démographique positive dans notre zone d'étude : la croissance démographique dans la délégation de Matmata a enregistré un solde négatif entre 1994 et 2004. En effet, la population est passée de 6773 habitants en 1994 à 5766 habitants seulement en 2004 (soit un taux d'évolution négatif). Ainsi, on trouve des zones qui connaissent une diminution constante de leur population (à l'exception du périmètre communal où l'immigration est saisonnière : on enregistre le retour d'une part importante des jeunes matmatis pendant la haute saison touristique pour travailler dans l'artisanat, les restaurants, etc.).

Pour le reste des zones, on enregistre des taux élevés d'immigration surtout pour la population active (entre 20 et 60 ans). Le manque de possibilités locales d'embauche pousse les jeunes à quitter leurs villages, surtout vers le littoral, pour travailler principalement dans la boulangerie. Le retour vers le village ne s'opère plus alors que pour de grandes occasions : fêtes, mariages, etc.

4.2.4 - Les impacts environnementaux

Avec le développement du tourisme, les impacts environnementaux se multiplient. Pour notre zone d'étude, ces impacts sont de faible ampleur puisque l'activité touristique est limitée au périmètre communal et au village de Tamezret. En revanche, malgré les efforts fournis par la commune de

1) INS, 2004

Matmata qui a gagné le prix présidentiel de la commune la plus propre de la Tunisie en 2006, on trouve des cas où émergent les problèmes environnementaux.

La propreté des établissements touristiques constitue le souci majeur des investisseurs et des acteurs locaux du tourisme à Matmata. Les résultats obtenus sont considérables. Malgré cela, on trouve certaines situations où la propreté constitue toujours un point faible. En effet, on trouve un hôtel visité fréquemment mais qui contient toujours des parties non propres accessibles aux touristes.

Pour le contrôle sanitaire, bien qu'il se fasse de façon hebdomadaire pour les services touristiques, il se fait de façon déclarée. Il est donc facile, hormis ces dates de contrôle, de trouver des unités qui ne respectent pas les normes pendant plusieurs journées de la semaine.

On relève également, aux alentours des établissements touristiques, la persistance de zones de rejet d'ordures de toutes sortes. A titre d'exemple, on trouve derrière l'hôtel Diar El Berber une grande surface destinée au rejet de déchets.

5 - Conclusion

L'activité touristique dans les Matmatas, zone de passage depuis ses débuts, aurait pu mieux fonctionner s'il y avait eu une meilleure intégration des potentialités patrimoniales dans les circuits touristiques. On peut ainsi formuler les orientations suivantes visant à l'amélioration du tourisme culturel à Matmata et à le renforcer comme un vecteur de développement local dans toute la délégation :

➤ La conservation des richesses troglodytiques

Ceci peut s'effectuer par les actions suivantes :

- Une intervention efficace des organismes responsables de la conservation du patrimoine.
- L'activation du rôle de l'association de protection de la ville de Matmata.
- L'augmentation du nombre des troglodytes ouverts aux touristes ce qui va contribuer à la conservation de cette richesse patrimoniale.

- La résolution des problèmes fonciers qui constituent un vrai obstacle devant la conservation des troglodytes.

➤ **La préservation de l'ancienne Zeraoua et du village de Hafsa**

Ces deux villages sont extrêmement typiques et leur architecture n'est pas encore touchée par l'étalement de l'urbanisation. Ces deux villages peuvent être considérés comme monuments historiques et par suite soumis à l'article 9 du code de patrimoine archéologique, historique et des arts traditionnels. Cet article précise que les différentes formes de travaux (démolition, installation des réseaux téléphoniques, électriques, de gaz...) entreprises dans le périmètre des sites historiques « sont soumises à l'autorisation préalable du ministère chargé du patrimoine » (Mehat, 2004). Par la suite, ces deux zones pourraient être aménagées. Avec l'amélioration de leur accessibilité et le renforcement de la publicité, elles pourraient devenir une destination touristique de qualité pour les touristes.

➤ **La mise en valeur des sites culturels non intégrés dans les circuits touristiques**

Plusieurs sites culturels ne sont pas bien connus et mal présentés comme produit touristique. En effet, El Guettar, El Galaa, Zegrarine et le marabout de Sidi Moussa (dont l'architecture est presque identique à celle de la mosquée d'Okba à Kairouan) sont des richesses patrimoniales qui ne sont pas encore valorisées. Pour cette raison, il faudrait penser à l'intégration de ces monuments dans le processus de mise en tourisme de la délégation. Il est nécessaire donc d'améliorer l'accessibilité de ces sites dont le trajet est difficile à parcourir.

➤ **L'animation touristique : un moyen de transformer le tourisme de circuit en un tourisme de séjour**

L'animation touristique constitue jusqu'à nos jours un point faible des établissements touristiques dans la délégation de Matmata. En effet, il est rare de trouver un hôtel qui organise des soirées folkloriques. La discothèque, si elle existe, est fermée pendant une longue période de l'année. Les responsables des établissements touristiques donnent comme raison le nombre insuffisant de nuitées passées. Mais en réalité, les agences de voyages ne trouvent pas les motivations pour programmer un séjour à Matmata. Si l'offre de ce produit s'intensifie, la demande va connaître sans

doute une hausse considérable. Pour cette raison, les établissements touristiques auraient pu penser à l'intensification de l'animation à l'intérieur des hôtels. Une telle action pourrait amener des retombées économiques considérables surtout à moyen et long terme.

➤ **Faire face au problème de signalisation**

La signalisation est un élément essentiel pour la mise en valeur du produit touristique. Ce problème, malgré sa banalité, est grave dans la délégation de Matmata : la majorité des sites culturels ne contiennent pas d'indications ou sont mal indiqués. La seule exception est constituée par quelques troglodytes ouverts aux touristes situés à la proximité des routes. Pour le reste, le problème est important. A titre d'exemple, la signalisation est absente pour les deux musées existants à Matmata. Pour cette raison, on trouve parfois des touristes qui se promènent dans les rues sans connaître l'existence proche de sites culturels ou historiques à visiter. De même, on trouve parfois des visiteurs qui demandent où se trouve tel ou tel site signalé dans les ouvrages.

Cette situation est aussi valable pour quelques maisons troglodytes ouvertes aux touristes mais situées un peu loin des routes. En effet, bien que le cahier de charge concernant ces maisons oblige les propriétaires à y mettre des indications, on trouve parfois des difficultés pour savoir où se situe une telle maison.

Enfin, pour conclure, on peut dire que le tourisme dans la délégation de Matmata souffre de sous-exploitation des potentialités existantes. Un tourisme de passage peut être transformé en un autre de séjour si la volonté des différents acteurs nationaux, régionaux et locaux se complète pour atteindre un tel objectif.

Bibliographie

- Ben Ouezdou, Hédi, 2001, « Découvrir la Tunisie du sud, de Matmata à Tataouine Ksour, jessour et troglodytes », Tunis, 78p.
- Hammami, Zayed, 2007, « Tourisme culturel et développement local dans le Sud-est tunisien : cas des Matmatas », Mémoire de Mastère en Géographie, Faculté des lettres et Sciences Humaines Sfax, 172p.
- Kassah, Abdelfettah, 2004, « Tourisme et patrimoine dans la chaîne des Matmata (sud-est tunisien) », in Aït Hamza, M. et H. Popp (éd.) *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines*, Rabat, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, p.141-151.
- Kassah, Abdelfettah, 2007, « Tourisme et développement en Afrique du nord: bilan et perspectives » in M. G. Lucia (éd.), *Tourisme et développement les défis de la nouvelle Afrique*, L'Harmattan, p.112-118.
- Lazarotti, Olivier, 2003, « Tourisme et patrimoine : ad augusta per angustia », *Annales de Géographie*, n°629, p.91-110.
- Louis, André, Hallet, Stanley, 1979, « Evolution d'un habitat du monde berbère du sud tunisien », *IBLA*, n° 144, CNRS, p.249-267.
- Mamou, Ahmed, Kassah, Abdelfettah, 2002, *Eau et développement dans le Sud tunisien*, Tunis, Publications du CERES, 286p.
- Mrabet, Abdellatif, 2004, « La Tunisie du sud : sites et monuments », Agence de mise en valeur du patrimoine et de promotion culturelle, Tunis, 77p.
- Veschambre, Vincent, 2007, « Patrimoine: un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales » *Annales de Géographie*, n°656, p.361-381.

Annexes

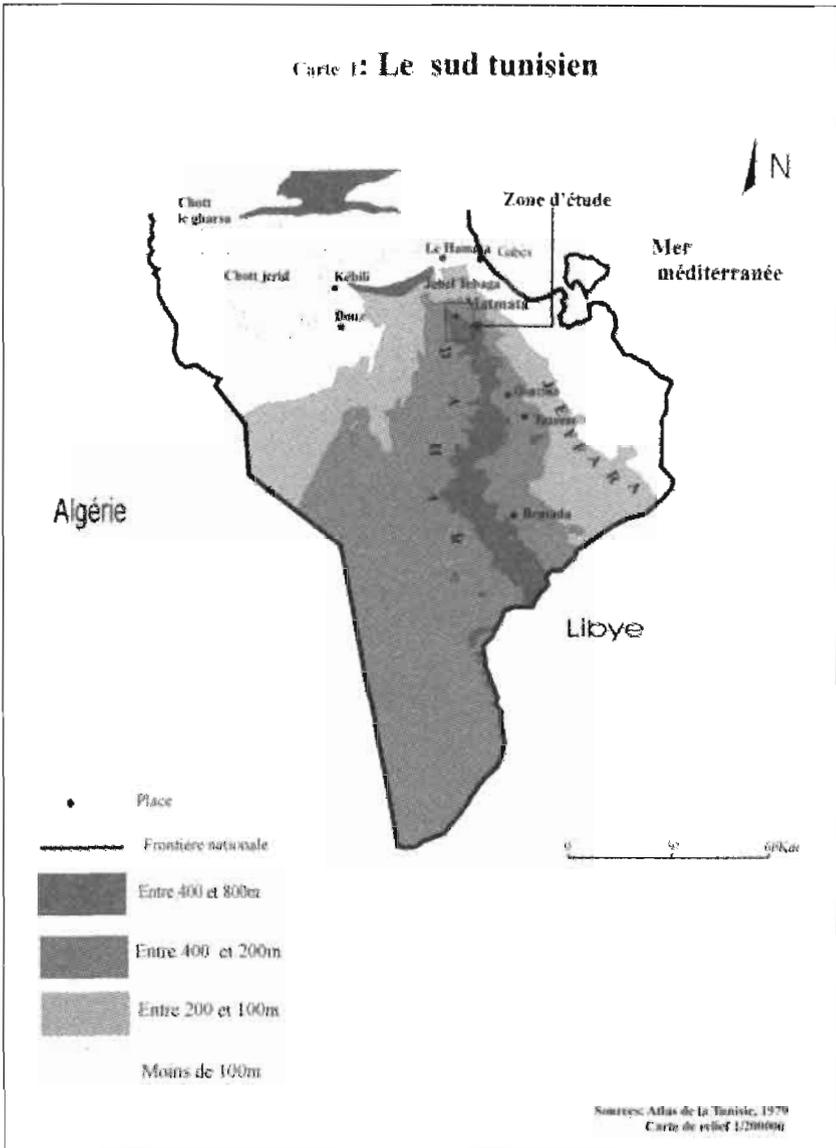
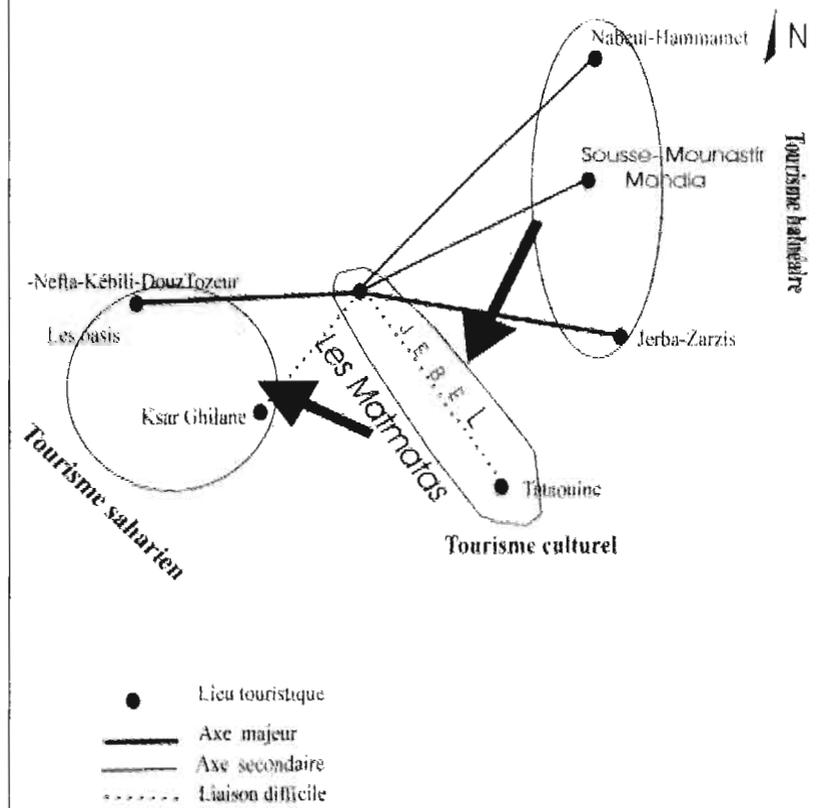
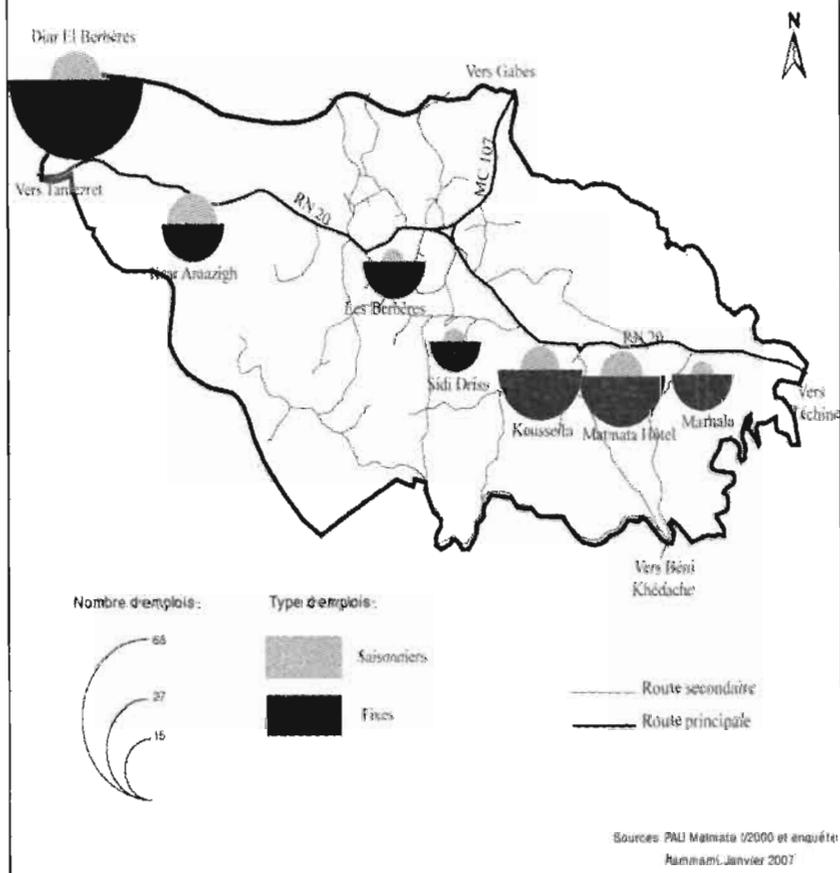


Figure 2. Le tourisme de montagne dans le système touristique tunisien



Carte 3 : Les emplois touristiques dans la commune de Matmata en 2005



Produits et pratiques d'aménagement touristiques à l'oasis de montagne de Chébika : un enrichissement pour le tourisme saharien dans le sud-ouest tunisien.

Hakim Lakdhar ⁽¹⁾

1 - Introduction

Le tourisme saharien dans le sud-ouest tunisien change de figure. Après des décennies de dépendance au modèle de masse une nouvelle étape semble ouverte. La mise en œuvre d'un projet d'écotourisme à Chébika en 2003 a introduit une nouvelle manière de gestion des ressources touristiques de cette région.

La présente étude met en exergue l'aspect enrichissant de ce projet par rapport au fonctionnement classique du tourisme saharien dans le sud-ouest tunisien.

2 - Aperçu sur le fonctionnement classique du tourisme saharien

La politique de promotion du tourisme saharien, débutée en 1975 et complétée en 1987, a élaboré un cadre rigoureux pour le fonctionnement de

1) Enseignant-chercheur à l'Institut Supérieur des Etudes Appliquées en Humanité de Gafsa.
hakim_urbanisme@yahoo.fr

cette activité. Bien que celui-ci ait débouché sur certaines réussites, il n'était pas en mesure d'empêcher l'existence de certains problèmes.

2.1 - Cadre général du fonctionnement

Inspiré du modèle de masse, le cadre de fonctionnement du tourisme saharien s'est appuyé sur la cohérence de ses éléments constitutifs. Cependant, on note des imperfections :

- Objectifs recherchés à portée divergente :

Les objectifs déclarés de la promotion du tourisme saharien sont essentiellement :

- Enrichir et diversifier le produit tunisien qui reste essentiellement balnéaire.
- Participer au développement du sud-ouest.

Ces objectifs appartiennent à des domaines distincts, de croissance économique et de développement socio-spatial. Des domaines qui se séparent plus qu'ils ne se rapprochent. La stratégie de l'Etat, de satisfaire à ces deux objectifs distincts par le seul moyen de la promotion du tourisme saharien, est issue d'une vision classique de développement qui se produit à partir des facteurs de croissance économique.

- Sites touristiques identifiés à intérêts différenciés :

L'étude de prospection des sites touristiques a abouti à déterminer des :

- Sites principaux : les oasis sahariennes de Tozeur, Nafta, Douz et Kebili.
- Sites secondaires : essentiellement les oasis de montagnes de Chébika, Midès et Tamarza.

-
- 1) En 1975 l'Etat tunisien a lancé, dans le cadre de sa politique de développement du tourisme tunisien, la deuxième génération de ses zones touristiques. Sept nouvelles zones touristiques dont trois dans la région du sud-ouest viennent s'ajouter aux six zones touristiques prioritaires édifiées déjà en 1965.
 - 2) Le premier conseil ministériel, après changement de régime, tenu le 12 novembre avait pour objectif de fixer les traits fondamentaux de la politique de l'Etat en matière de la promotion de tourisme saharien dans le sud-ouest.

▪ Programme d'aménagement zonal :

Des plans d'aménagement touristique (PAT) intégrés à ceux des villes de Tozeur, Nefta, Douz et Kébili ont été promulgués par décrets en 1978. Les travaux d'infrastructures sont déclarés d'utilité publique, l'État à travers l'agence foncière touristique s'est chargé de l'exécution. Les promoteurs privés, bénéficiant des incitations fiscales et financières, ont pris en charge la construction des équipements selon les règlements d'urbanisme prévus par les PAT. Les sites secondaires étaient exclus de tout programme de mise en valeur touristique.

2.2 - Des résultats controversés

2.2.1- La réalisation massive d'équipements hôteliers sophistiqués

- La construction d'un nombre relativement élevé d'hôtels : le tableau ci-dessous montre que la région du sud-ouest (Tozeur-Gafsa), par rapport aux autres régions de la deuxième génération des zones touristiques tunisiennes, est première au niveau de sa capacité en établissements et deuxième en ce qui concerne sa capacité en lits. Elle devance de loin certaines régions littorales relativement connues en matière du tourisme balnéaire, en l'occurrence la région de Bizerte-Béja.

**Tableau comparatif de la capacité hôtelière en lits
et par région en 2002**

REGION	ETABLISSEMENT	CAPACITE
Monastir-Skanes	47	21871
Mahdia-Sfax	66	11553
Sbitla-Kasserine	11	541
Bizert-Béja	14	2649
Tabarka-Ain draham	32	5070
Tozeur-Gafsa	76	10341

Source : ONTT ⁽¹⁾

1) Office national de tourisme tunisien.

- La prédominance d'établissements trop grands de standing élevé : on remarque d'après le tableau ci-dessous que plus de 75 % du parc hôtelier est constitué d'hôtels classés et que 68.91 % de celui-ci sont des hôtels de type trois étoiles et plus.

**Répartition de la capacité hôtelière en lits et par catégorie
dans le sud-ouest en 2002**

CATEGORIE	*****	****	***	**	*	PF	NC	Total
CAPACITE	676	1812	4637	450	367	222	2177	10341
%	6.54	17.52	44.85	4.35	3.55	2.15	21.04	100

Source : ONTT

2.2.2 - Des produits offerts banals

La banalisation des produits est liée à la nature du produit ou à sa fréquence de commercialisation. On distingue :

- Produits de base : les excursions à la journée : visites rapides à l'aide de 4x4 aux principaux sites naturels et culturels de la région du sud-ouest. La durée de l'excursion ne dépasse pas dans tous les cas une journée.
- Produits occasionnels : les circuits culturels qui se font généralement en 4x4 durant une période qui peut s'étaler sur une semaine. Ils s'organisent annuellement pour assister aux festivals internationaux du sud-ouest tunisien (le festival international des ksour à Tataouine, du Sahara à Douz et des oasis à Tozeur).

2.3 - Une rentabilité insatisfaisante

L'analyse de la rentabilité à partir d'une logique de développement global aboutit aux conclusions suivantes :

- Crise du secteur hôtelier : l'enregistrement en 2002 des taux de séjour (1,3) et d'occupation (30,3 %) très faibles a aggravé les déséquilibres financiers des hôtels en les amenant à alourdir progressivement leur endettement auprès des banques.
- Épuisement des ressources hydrauliques assez limitées de la région à cause du développement du tourisme de masse fortement

consommateur d'eau avec des équipements sophistiqués pas toujours adaptés à l'environnement.

- Faibles retombées sur la population locale qui est exclue de toute contribution importante à cette industrie touristique.

L'aboutissement du fonctionnement classique du tourisme saharien à des résultats insatisfaisants sur le plan économique, social et écologique a incité les intéressés par la question du développement de cette région à opter pour d'autres formes touristiques plus appropriées.

3 - Promotion de l'écotourisme à Chébika

3.1 - Le lieu et les acteurs

Chébika est une oasis de montagne du sud-ouest tunisien située à 60km de Tozeur et de son aéroport international. Elle était considérée comme un site secondaire dans le système classique du tourisme saharien. Son ancien village, détruit partiellement par les inondations de 1969, a été observé longuement par le sociologue Jean Duvignaud afin d'expliquer l'évolution du pays en voie de développement⁽¹⁾. Sa population qui compte 700 personnes est parmi les plus défavorisées de la région. Les touristes qui visitent leur territoire dans le cadre du système touristique traditionnel ne rapporte que très peu aux habitants qui sont exclus de la grande majorité des circuits imposés.

Les acteurs du développement local :

- PAOTIC : (programme d'appui aux organisations de base en Tunisie et d'intercoopération) : ONG internationale qui soutient des dynamiques de développement endogènes. Elle est relayée sur place par des acteurs locaux et des organisations communautaires dont elle favorise le renforcement pour plus d'autonomie. En Tunisie le PAOTIC accompagne depuis 1998 des projets de développement de sites divers, en l'occurrence le projet d'écotourisme de Chébika (entre 2003 et 2006).
- ASPHADT-Chébika (association de promotion humaine et d'auto-développement de Tamarza et de son antenne à Chébika) : créée en

1) DUVIGNAUD, J, 1990, « Chébika », Paris, Plon.

2003 dans le but d'accompagner le projet de mise en place de l'écotourisme à Chébika, l'adopter et lui servir de relais. Elle est constituée de l'essentiel des catégories sociales et professionnelles qui existent sur place. Elle vise à organiser la population locale pour qu'elle soit à même de porter le projet.

3.2 - Le projet de mise en place de l'écotourisme :

Le projet se caractérise par un contenu novateur. Les politiques d'aménagement et de commercialisation en ont été élaborées à travers une approche participative et dans une optique territorialisée.

3.2.1 - Un aménagement qui valorise le territoire et l'identité :

Des actions peu coûteuses, moins sophistiquées mais largement interprétatives du patrimoine local ont constitué le volet aménagement du projet. On distingue comme actions :

➤ La mise en valeur du patrimoine local :

- La location d'un bâtiment pour abriter les femmes qui pratiquent les activités artisanales de tissage et de vannerie. Les charges locatives sont supportées par ces artisanes.
- La construction d'une baraque sur la place du village pour la transformation et la vente des produits de dattes. Sept jeunes femmes ont été formées pour gérer ce projet et pour en devenir propriétaires.
- La construction des coffres présentoirs pour certains jeunes du village en vue de leur permettre d'exposer et de vendre des pierres ayant une valeur géologique, extraites des montagnes de Chébika.

➤ Le développement d'une circulation douce (la marche) :

La marche est le type de circulation privilégiée dans ce projet. Pour la favoriser il y a eu détermination de plusieurs sentiers de promenade traversant les sites culturels et naturels les plus attractifs de Chébika. Dans le but d'assurer aux visiteurs une pleine jouissance de ces sentiers le projet a mis en place trois modalités :

- Édition de topo-guides qui font la publicité de ces sentiers.

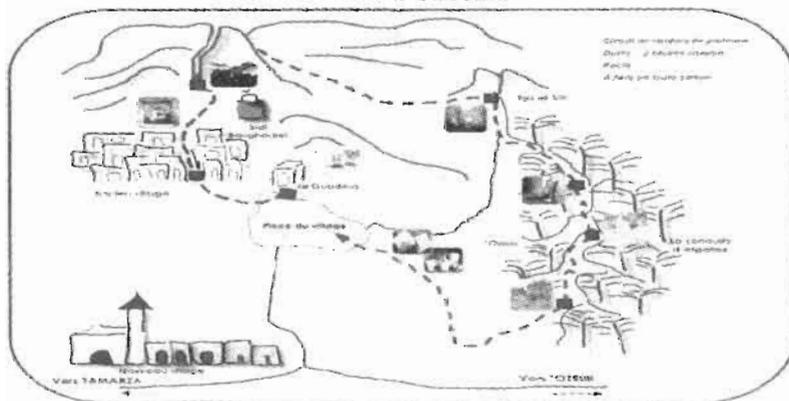
- Pose de balises sur les itinéraires des sentiers pour garantir une auto-orientation des visiteurs.
- Formation de guides locaux sur l'histoire et la géographie de leur territoire pour pouvoir assurer un meilleur accompagnement des visiteurs.

3.2.2 - Offre des nouveaux produits composites :

Les topo-guides informent de l'existence de deux circuits écotouristiques composés de plusieurs arrêts dont les caractéristiques principales sont les suivantes :

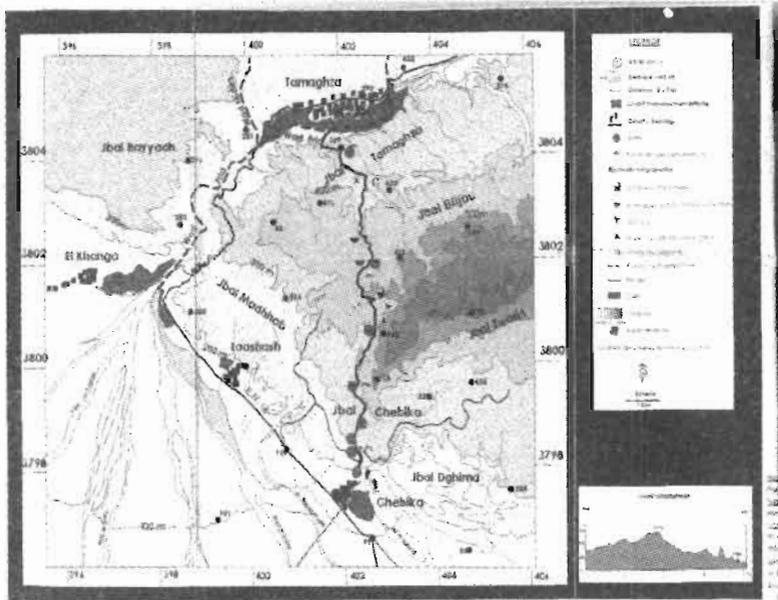
- Circuit de l'eau : selon la carte ci-dessous il s'agit d'un circuit de randonnée pédestre sur un sentier en boucle. Il commence et finit à la place du village où se trouvent les boutiques d'artisanat en passant par l'oasis, la source d'eau, la chaîne de montagne et l'ancien village.

Circuit de l'eau à Chébika



Source : topo-guide, circuit de l'eau de Chébika, réalisé par le PAOTIC.2005

Circuit de trekking à Chébika



Source : topo-guide, trekking à Chébika, réalisé par le PAOTIC.2005

- Circuit de trekking : une sorte de grande randonnée qui déroule sur une distance de 18 km reliant l'oasis de Chébika à celle de Tamarza. Il traverse, d'après la carte ci-dessous, les différents massifs existant entre ces deux oasis. Huit arrêts ponctuent ce circuit dans lesquels les randonneurs peuvent se reposer pour jouir des richesses géologiques, faunistiques et floristiques qui caractérisent la région. Ils peuvent se restaurer lors d'un pique-nique et passer la nuit en bivouac ou chez les habitants. Les guides locaux sont toujours disponibles pour accompagner les randonneurs, individuels ou en groupe, dans cette longue marche.

4 - Conclusion :

Bien qu'il soit de taille réduite, il lui manque l'appui de l'Etat, le projet écotouristique de Chébika a une forte chance d'instaurer une nouvelle

ère du tourisme saharien dans le sud-ouest tunisien. Ces pratiques d'aménagement moins sophistiquées mais plus territorialisées ont favorisé une offre de produits enrichis des actifs culturels et écologiques spécifiques à leurs milieux. Le projet constitue, par ailleurs, une alternative prometteuse à un tourisme classique en perte de vitesse.

Les problèmes de l'eau dans l'oasis de Tozeur : insuffisance ou mauvaise gestion ?

Amel Souissi ⁽¹⁾

« Le tourisme durable est en harmonie avec la population, l'environnement, la culture du lieu de telle sorte que son développement se fait constamment à leur profit et non à leur détriment » : Conseil de l'Europe.

Résumé

Là où la présence de ressources en eau souterraine, qui constituent principalement la base de formation des oasis, a permis de longue date d'existence des populations du Sud. C'est l'excès de prélèvement de cette dernière qui constitue actuellement la plus grande des menaces pour le délicat écosystème oasien.

En milieu oasien l'eau des nappes souterraines est la seule ressource permettant de faire face aux besoins de l'irrigation et des différents usages domestiques et touristiques. L'exploitation de cette ressource a connu depuis le début de ce siècle, une évolution intimement liée à celle des techniques de forages des puits profonds dépassant souvent les 2000 m et de pompage de quantités d'eau de plus en plus élevées.

Dans ce contexte qui se caractérise par des choix stratégiques gouvernementaux pour un développement d'activités touristiques, la pression sur les ressources en eaux s'est significativement accrue.

1) C3ED, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines, France ; UR TED, Souissi.amel_uvvsq@yahoo.fr

Les agriculteurs se sont trouvés en concurrence avec les hôtels pour l'accès à l'eau. Une réallocation de la ressource conduit à un conflit d'usage intersectoriel (agriculture - tourisme).

Cette situation est de nature à mettre en péril les eaux de ces nappes ainsi que les sols qui sont irrigués à cause de la dégradation de leur qualité chimique et à créer des déséquilibres qui sont à l'origine des mouvements migratoires vers les villes, vers des régions ou des pays voisins mieux pourvus.

Mots clés : ressources en eaux, nappe du complexe terminal, eau, SONEDE, agriculture, tourisme.

1 - Introduction

La Tunisie est un pays aride à semi aride, seul le nord est assez généreusement arrosé par les pluies : au total et d'après les données du commissariat régional au développement agricole de Tozeur (CRDA) les ressources hydrauliques de la Tunisie ne sont que de 4700 millions de m³ dont 550 millions de m³ sont non renouvelables. Malgré les efforts considérables déployés depuis 40 ans dans la mobilisation des ressources hydriques du pays, la Tunisie connaîtra, à court terme, une situation de pénurie en eau. Il suffit pour s'en convaincre de comparer le potentiel hydrique utilisable, qui est de l'ordre de 500 m³/an et par habitant, à la valeur de 1000 m³ considérée comme le minimum annuel indispensable à la satisfaction des besoins de chaque individu.

La situation actuelle des ressources en eau et de leur usage dans le Sud tunisien est encore plus préoccupante :

- des ressources en eau limitées et déjà largement exploitées, aléatoires et très inégalement réparties ; c'est un milieu très défavorisé sur le plan climatique, marqué par un fort déficit pluviométriques. Les principales ressources sont des ressources souterraines difficilement renouvelables.
- A partir des années 60 et jusqu'à nos jours, les besoins en eau potable du Sud tunisien se sont nettement accrus. Cet essor provient de l'effet conjugué de la croissance démographique, de l'amélioration de la desserte en eau courante, des modifications des pratiques domestiques liées à l'urbanisation et à l'amélioration des conditions de vie, du développement des activités touristiques

fortement consommatrices d'eau, et qui ont la priorité absolue dans la région du sud par divers encouragements étatiques.

Le problème se pose depuis les années 80, avec l'implantation d'une zone hôtelière à Tozeur qui s'étend sur 52 hectares, Les agriculteurs se sont trouvés en concurrence avec les hôtels pour l'accès à l'eau. Une réallocation de la ressource conduit à un conflit d'usage intersectoriel (agriculture - tourisme).

Sur le plan environnemental le caractère rival mais non exclusif de l'eau la situerait dans la catégorie des « biens communs » dont la disponibilité peut être influencée par les « effets de masse », ce qui nous conduit à parler du risque de « tragédie des communs ».

En fait, pour ce qui concerne la gestion de l'eau, en milieu oasien du Sud tunisien (Tozeur) l'eau des nappes souterraines est la seule ressource permettant de faire face aux besoins de l'irrigation et des différents usages domestiques et touristiques.

Dans le Sud tunisien et avec l'implantation de la zone touristique à Tozeur on assiste à une multiplication des forages et une évolution de l'exploitation de l'eau qui est essentiellement une eau provenant des nappes profondes constituant des réserves géologiques à faible taux de renouvellement et qu'il y a donc lieu de considérer comme fossiles. Selon les données de la CRDA Tozeur :

- les eaux du continental intercalaire présentent un taux de renouvellement de $5,1 \cdot 10^{-5}$ (19000 à 20000 ans).
- celle du complexe terminal ont un taux de renouvellement de $1,6 \cdot 10^{-5}$ (5000 à 6000 ans).
- et selon les prévisions des hydrogéologues, la dégradation de la qualité des nappes fossiles ne permettra plus la culture des palmiers dattiers à partir de 2040.

Dans ce contexte, qui se caractérise d'une part par des choix stratégiques gouvernementaux pour un développement d'activités touristiques, une situation de concurrence entre usages sectoriels, et des conditions climatiques contraignantes qui viennent renforcer les tensions autour de l'eau ; et d'autre part par des prélèvements du secteur touristique

(terrain de golf et hôtels) qui se font sur des ressources non renouvelables ce qui est de nature à mettre en péril les eaux de ces nappes ainsi que les sols irrigués à cause de la dégradation de leur qualité chimique, ce qui provoque l'accroissement des frais de pompage et donc les coûts de la production agricole, d'où un coup sérieux porté au secteur agricole dans le sud de la Tunisie. Plusieurs questions se posent :

- La salinisation est un lourd péril pour l'agriculture, en fait avec un taux de salinisation de 4 à 6 grammes par litres, l'eau est inapte à l'irrigation⁽¹⁾, cette dégradation irréversible du sol pourrait avoir de graves conséquences environnementales, ce qui nous fait poser la question est-on sur le chemin d'une « mort lente des oasis » ?
- Comment peut-on exploiter la nappe du Complexe Terminal sans surexploiter tout en respectant les objectifs du développement durable ?
- Quels effets l'accroissement des extractions sur la nappe du complexe terminale aurat t'il sur l'agriculture ?
- Le problème de l'exploitation des ressources en eau dans l'oasis de Tozeur (zone touristique) : est-ce un problème d'insuffisance ou est-ce un problème de mauvaise gestion ?

2 - Problématique dans le Sud

Le Sud connaît une pluviométrie aléatoire (100 à 200 mm/an); il est caractérisé par son aridité et la vulnérabilité de ses sols à la désertification; c'est un espace à vocation pastorale avec des oasis autour des points d'eau.

Le système agronomique de la zone se compose :

- D'un sous-système oasisien basé sur l'utilisation de l'eau d'irrigation à partir des nappes profondes et phréatiques pour la culture du palmier avec association de plantations arboricoles et de cultures annuelles (maraîchage et fourrages). Ce système est conduit par une population sédentaire.

1) SASS, Gestion conjointe d'un bassin hydrologique international, OSS Tunisie, 2000

- D'un système extensif, utilisant les parcours et la jachère dans la pratique d'une activité d'élevage (ovin, caprin et camelin), conduite par une population nomade et/ou semi sédentaire, l'élevage bovin étant progressivement intégré dans l'oasis.

Dans l'oasis, le palmier dattier reste la spéculation la plus importante sur le plan des superficies, de la production et des revenus. Le reste des cultures pratiquées est destiné à l'auto consommation. En effet l'oasis s'est trouvée depuis fort longtemps au cœur de la problématique du développement en milieu saharien, car, en plus de sa vocation de périmètre irrigué productif, elle représente un point d'ancrage indispensable à toute forme d'activité et de survie, dans ce milieu à forte sensibilité et contraintes.

L'espace en milieu oasien concentre en même temps, un développement spatial et économique et un développement humain et culturel.

Certaines extensions sont réalisées par des exploitants privés, à la limite de l'oasis ancienne de façon illicite à partir d'eau de puits de surface, généralement chargées. Les créations récentes sont réalisées par l'Etat à partir de forages profonds, sur des sites éloignés des anciennes oasis. Les oasis en tant que milieu agricole productif, se caractérisent par des structures foncières particulièrement complexes et dont le morcellement excessif de la propriété rend l'exploitation non viable pour une proportion importante d'entre elles.

La main d'œuvre familiale a disparu pour laisser place aux khamassas dans la majorité des oasis. Ces ouvriers se déplacent occasionnellement au moment de la récolte pour s'occuper de l'oasis. L'enquête « structure agraire », réalisée par le Ministère de l'Agriculture en 1996, a mis en évidence la tendance au vieillissement de la main d'œuvre agricole puisque les actifs âgés de moins de 30 ans ne représentaient que 4% et les plus âgés, de 60 ans et plus, représentaient 37% du nombre total des actifs ⁽¹⁾.

Les oasis du sud sont confrontées à des difficultés particulières. Dans ces régions où l'environnement naturel attire les touristes, le tourisme est fréquemment considéré comme un secteur prometteur, du fait surtout des difficultés que rencontrent ces régions pour trouver d'autres sources de

1) SDA des régions arides, 1998

devises. Toutefois, le développement rapide du tourisme peut engendrer des distorsions sociales importantes et un renforcement des pressions exercées sur l'environnement. La fragilité des écosystèmes de ces régions et les possibilités généralement limitées de poursuivre d'autres stratégies de développement suscitent des inquiétudes car l'impact environnemental et écologique du tourisme y est particulièrement critique.

Dans un contexte global d'aridité, les formes de peuplements ont toujours été étroitement liées à la disponibilité des ressources indispensables à la vie humaine. Les savoirs et savoir-faire traditionnels face à un environnement hostile et avare en ressources, se manifestent dans le développement des techniques permettant d'utiliser au mieux l'eau. Néanmoins, les productions humaines et cet environnement sont aujourd'hui doublement menacés, tant par l'action des hommes qui tentent de prélever des ressources pour subvenir à leurs besoins les plus immédiats, que par les aléas du climat que matérialisent les grandes périodes de sécheresse.

Là où la présence de ressources en eau souterraine, qui constitue principalement la base de formation des oasis, a permis de longue date l'existence des populations du sud. C'est l'excès de prélèvement de cette dernière qui constitue actuellement la plus grande des menaces pour le délicat écosystème oasien. La vie oasienne est, pour sa part, menacée par la raréfaction des pluies et du couvert végétal. En milieu oasien l'eau des nappes souterraines est la seule ressource permettant de faire face aux besoins de l'irrigation et des différents usages domestiques et touristiques. L'exploitation de cette ressource a connu depuis le début de ce siècle, une évolution intimement liée à celle des techniques de forages des puits profonds dépassant souvent les 2000 m et de pompage de quantités d'eau de plus en plus élevées. Avec une exploitation continuellement croissante et un taux de renouvellement faible ⁽¹⁾.

Les principales nappes du sud sont de nos jours soumises à un régime d'exploitation caractérisé par des prélèvements qui dépassent leurs capacités de renouvellement. Cette exploitation n'a pas manqué d'influencer la qualité chimique de leurs eaux par la salinisation ou par la drainance au sein du système aquifère (la salinité de l'eau de la nappe du CT du Djérid oscille en général entre 1,5 g/l et 7 g/l) ⁽²⁾.

1) CRDA Tozeur

2) CRDA Tozeur

Cette situation est de nature à mettre en péril les eaux de ces nappes ainsi que les sols irrigués à cause de la dégradation de leur qualité chimique et à créer des déséquilibres qui sont à l'origine des mouvements migratoires vers les villes, vers des régions ou des pays voisins mieux pourvus.

3 - Diagnostic sur la gestion actuelle de l'eau

Etablir un diagnostic sur la gestion de l'eau dans la zone touristique de Tozeur revient en fin de compte à savoir si l'eau est utilisée d'une manière rationnelle par les hôteliers et par les agriculteurs et si la maintenance des infrastructures se fait de façon à les faire durer autant que possible.

L'inquiétude exprimée par tous les hôteliers et les agriculteurs que nous avons rencontrés et qui prétendent unanimement que l'eau de la SONEDE est coûteuse voire même très coûteuse, et que l'eau pour l'irrigation est insuffisante nous conduit à poser les questions suivantes : *du côté des agriculteurs l'eau pour l'irrigation est-elle insuffisante ou mal gérée ? Du côté des hôteliers l'eau de la SONEDE est-elle coûteuse ou surconsommée ?*

3.1 - La nappe du complexe terminal

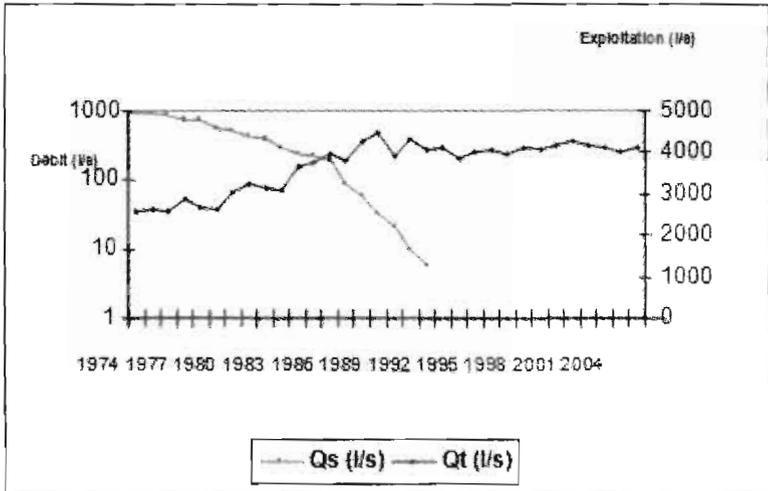
3.1.1 - Exploitation de la nappe

Si on a choisi de raisonner au seul niveau de la nappe du complexe terminal c'est parce que les ressources en eau du gouvernorat de Tozeur sont essentiellement constituées d'eaux souterraines dont la plus importante est celle du complexe terminal, puisqu'elle fournit l'essentiel des ressources de la région du Djérid, les autres nappes constituent des appoints à cette dernière.

L'exploitation de cette nappe était assurée au début de ce siècle, par des sources localisées essentiellement à Ras el Aïn pour Tozeur, dans la corbeille de Nefta, à El Hamma et tout le long du flanc sud de Djebel Sidi Bouhlel. Ces sources assuraient depuis fort longtemps, l'irrigation des oasis.

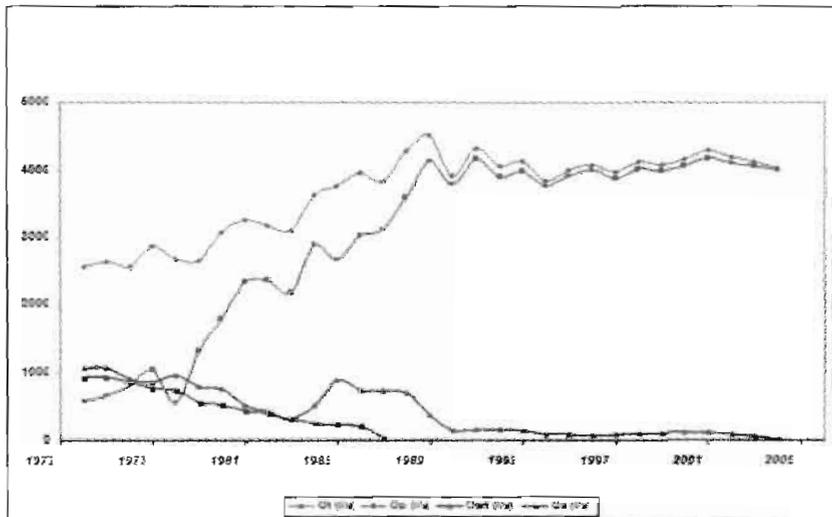
Avec l'accroissement de l'exploitation on a eu recours aux forages qui étaient jaillissants au départ. Par la suite le pompage s'est généralisé entraînant une baisse continue du niveau piézométrique de la nappe. Une baisse qui a provoqué le tarissement complet des sources. Actuellement ces sources sont à sec (fig. 1). L'exploitation de la nappe du CT s'est accentuée au cours des vingt dernières années suite à la généralisation du pompage (fig. 2).

Evolution du débit des sources du Djérid



Source : CRDA Tozeur

Evolution de l'exploitation de la nappe du complexe terminal



Source : CRDA Tozeur

On remarque essentiellement quatre phases d'exploitation pour cette nappe :

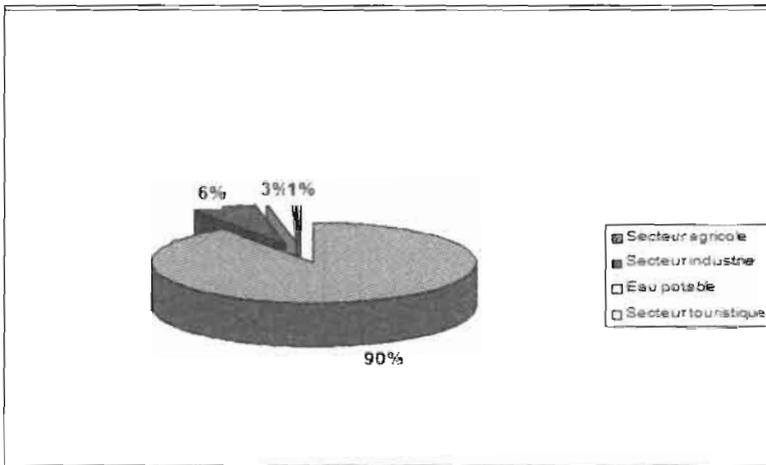
- 1- Artésianisme, sources et forages artésiens avant 1977, tourisme 0
- 2- 1980 – 1986 : mise en œuvre des nouveaux projets : création des forages pompés → Concurrence sources et forages → Extinction de toutes les sources.
- 3- Création des projets jusqu'en 1992 qui se traduit par un accroissement soutenu du pompage.
- 4- Stabilisation de l'exploitation.

Les ressources exploitables de cette nappe constituent une grande part des réserves géologiques. Ce sont des eaux très anciennes au point que l'on considère cette nappe comme « fossile ».

Les ressources exploitables à partir du CT du Djérid furent arrêtées après études par modélisation telles qu'elles ont été fixées par les simulations prévisionnelles (ERESS, 1972 et PNUD, 1983) - à 4500 l/s.

3.1.2 - Exploitation par secteur économique

Prélèvement sur la nappe du complexe terminal par secteur économique



Source : CRDA Tazour

La situation de l'exploitation de la nappe du CT du Djérid montre que le secteur agricole consomme un peu plus de 90% de l'exploitation totale de la nappe. L'usage industriel vient en deuxième position avec 6.4%. L'usage de l'eau potable qui n'a pas beaucoup évolué est resté à 2.6 %. Le secteur du tourisme est apparu comme utilisateur depuis 1990 ⁽¹⁾.

3.1.3 - Niveau piézométrique et qualité chimique :

L'évolution de l'exploitation de la nappe du Complexe Terminal à ressources très peu renouvelables a engendré une baisse de son niveau piézométrique qui est accentuée à partir de 1988 et ce à la suite de la généralisation du pompage dans tout le Djérid ; en effet le niveau piézométrique de la nappe du complexe terminale a connu essentiellement deux phases :

- Une première phase qui correspond à la période antérieure aux années 1988-1989 durant laquelle le niveau a connu une baisse lente qui ne dépasse pas les 0,5 m/an.
- Une deuxième phase correspondant à la période allant de 1989-1995 et au cours de laquelle la baisse est plus importante. Variant entre 0,5 et 1 m/an et ayant atteint 1,5 à 2 m/an à Ibn Châbat sur le flanc nord du Draa Djérid là où 15 forages sont exploités pour l'irrigation d'un périmètre irrigué de 836 ha.

La salinité de l'eau de la nappe du CT du Djérid oscille en général entre 1,5 g/l et 7 g/l

Dans le Djérid, et selon les prévisions du commissariat régional du développement agricole de Tozeur (CRDA), il est attendu que la qualité chimique des eaux de la nappe du complexe terminal s'altère à l'horizon de prévision 2010-2020. C'est ainsi qu'il y a lieu dès à présent de s'orienter vers la mise en place des unités de dessalement pour assurer l'alimentation en eau potable.

3.2 - Conclusion

L'exploitation de la nappe du CT s'est accentuée au cours des vingt dernières années suite à la généralisation du pompage, ce qui s'est traduit par

1) Annuaire de l'exploitation des nappes profondes, 2005

une baisse du niveau piézométrique, une salinisation de plus en plus importante, et une dégradation importante et irréversible des sols qui y sont irrigués. Cette situation est de nature à accroître les frais de pompage et donc les coûts de la production agricole, l'agriculture se trouve alors pénalisée par cette situation et se trouve obligée de supporter des coûts sérieux en terme d'insuffisance de l'eau pour l'irrigation et quand elle est présente d'une mauvaise gestion de cette dernière.

4 - L'eau pour l'irrigation est-elle insuffisante ou mal gérée ?

4.1 - Pour répondre au premier volet de la question à savoir l'insuffisance :

Il s'agit de comparer le volume total d'eau disponible aux besoins théoriques des cultures :

D'après les données du CRDA Tozeur et de l'ODS Tozeur :

- Pour 1 hectare de palmiers les besoins en eau atteindront entre 20.000 et 24.000 M³ /an c'est-à-dire en moyenne un besoin de 22.000 M³ /an
- Le gouvernorat de Tozeur (délégation de Tozeur, Degueche, Hazoua, Nefta, Tamaghza) compte 8220 ha de palmiers donc un besoin théorique de 180.840.000 de M³/an.

Répartition des terres cultivables

Délégation	Céréales	Légumes	Palmiers	Fourrages	Autres
Tozeur	-	310	2 932	300	372
Nefta	-	195	1 613	130	211
Dgueche	-	245	2 206	160	2 388
Tamaghza	200	30	587	20	2 751
Hazoua	-	60	882	50	188
Total Gvt	200	840	8 220	660	5 910

Source : ODS Tozeur 2005

Réellement l'exploitation de la nappe du complexe terminal du Djérid a été de 4100l/s en 2005. Une simple analyse mathématique nous donne :

En 2005, les ressources exploitables de la nappe sont de :

$$4500 \text{ l/s} = 141912000 \text{ M}^3/\text{an}$$

L'exploitation fictive de la nappe est de :

$$4100 \text{ l/s} = 129297600 \text{ M}^3/\text{an}$$

L'exploitation du secteur agricole est de :

$$3731 \text{ l/s} = 117660816 \text{ M}^3/\text{an}$$

Théoriquement l'exploitation du secteur agricole pour le gouvernorat de Tozeur est de 180840000 M³/an (8220 ha palmier avec 22000 M³/an /ha)

Tableau récapitulatif

Année 2005	Ressources exploitables en M ³	Exploitation du secteur agricole en M ³	Qté / Ha de palmier/an
Théoriquement	141912000 (4500l/s)	180840000 (besoins théoriques)	22000
Réellement	129297600 (4100l/s)	117660816 (exploitation réelle)	14314
Ecart		- 63179184	- 7686

Conclusion : ce qui théoriquement ne satisfait pas la demande pour le secteur agricole (palmiers) si on compare le volume total d'eau réellement consommé par l'agriculture (117660816 M³/an) aux besoins théoriques des cultures (180840000 M³/an), cela nous mène à confirmer cette hypothèse, du moins à court terme.

Ceci dit que pour les 8220 ha palmiers du gouvernorat de Tozeur, et pour la quantité d'eau réellement exploitée par le secteur seulement 14314M³/an est disponible pour un hectare palmier.

Par une simple comparaison du volume théoriquement nécessaire pour l'agriculture 180840000 M³/an avec celui qui a été réellement utilisé 117660816 M³/an, on remarque un manque de 63179184 M³/an c'est-à-dire

un manque de 7686 M³/an/ha palmier, ce qui a des effets et des répercussions négatifs très graves sur le secteur :

Ce manque d'eau conjugué à d'autres facteurs climatiques pourra évidemment provoquer :

- L'abandon de l'agriculture
- La création d'une façon illicite de puits qui exploitent la nappe du complexe terminal (on en dénombre 12 de ce genre)
- Le transfert de la main d'œuvre agricole vers le secteur du tourisme
- L'accroissement de la pauvreté
- La disparition de certaines oasis

4.2 - Pour ce qui est de la deuxième partie de la question à savoir la mauvaise gestion :

Selon les données du CRDA de Tozeur, Les ressources en eaux des nappes profondes (174Mm³) sont exploitées à 83%. La disponibilité est offerte par des nappes peu ou pas exploitées (mauvaise qualité chimique...). Les oasis sont essentiellement irriguées à partir des eaux de la nappe du complexe terminal.

Sur la base des données du plan directeur des eaux du sud les déficits notables mis en évidence découlent de :

- L'ensablement et de la chute des débits de certains vieux forages (plus de 15 ans de service). Le remplacement de ces forages est programmé en priorité. Il ne s'agit donc pas d'un déficit permanent selon le ministère de l'agriculture, puisque en période de pointe l'irrigation est renforcée par 1500 puits équipés dans les oasis.
- Les pertes assez importantes aussi bien au niveau des réseaux qu'au niveau des parcelles. Ceci est dû à un manque d'équipements de maintenance et d'entretien bien que certaines actions d'économie d'eau aient pu atténuer l'ampleur du phénomène en diminuant les pertes de la borne d'irrigation jusqu'à la parcelle et à l'intérieur même de la parcelle.
- Un taux d'évapotranspiration assez élevé : le sud saharien est caractérisé par des valeurs élevées de l'évapotranspiration tout au

long de l'année. La continentalité, l'influence du Sahara et la faiblesse des altitudes sont à l'origine de cette ETP.

- L'irrigation des cultures en plein jour, sous le soleil avec des températures dépassants les 50°C parfois !

Evapotranspiration à Tozeur 2005

Station	Indicateur	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Tozeur	Evapotranspiration en mm	335	853	1264	565

Source : Institut National de La Métrologie, 2005

5 - L'eau de la SONEDE est-elle coûteuse ou surconsommée ?

Pour surmonter leurs difficultés économiques, certains pays trouvent dans le tourisme une solution simple et rapide. Ce choix les conduit à exploiter leurs ressources naturelles afin d'attirer davantage de touristes au sein d'un marché hautement concurrentiel. Cette nouvelle situation pose plusieurs problèmes notamment au niveau de la pollution, de l'épuisement des ressources naturelles et donc de la destruction de l'environnement.

A long terme les conséquences peuvent être désastreuses pour l'environnement : douches, piscines et arrosage des pelouses constituent un véritable pillage des réserves. Malheureusement les touristes ignorent souvent que les populations manquent d'eau pour leur usage personnel et l'irrigation de leurs cultures ou ne sont pas sensibilisés à la situation du pays qu'ils visitent. Par exemple on relève que dans des régions touchées par la sécheresse, certains touristes vont jusqu'à prendre trois douches par jour. En fait, un touriste utiliserait en moyenne 7 à 10 fois plus d'eau qu'un paysan.

5.1 - Consommation en eau SONEDE du secteur touristique en Tunisie

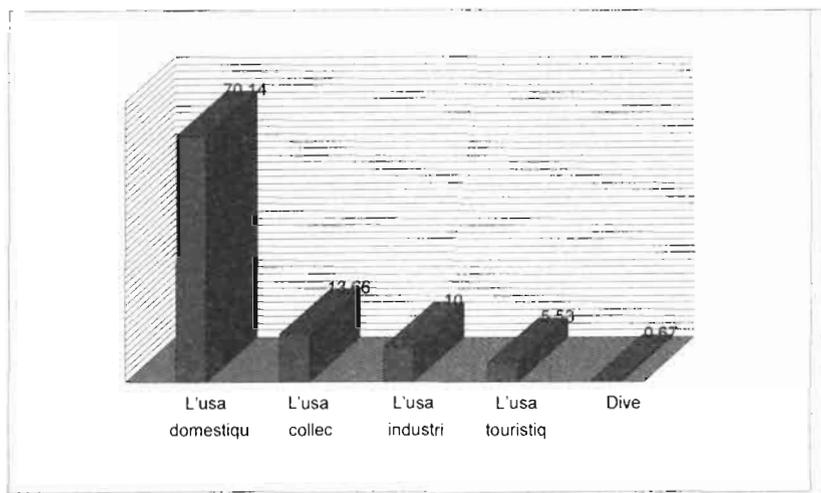
En 2002, l'eau distribuée par la SONEDE à l'échelle nationale a été de 296185 Mm³, 361200 Mm³ en 2003 et de 371400 Mm³ en 2004. Répartie entre 4 usages principaux à savoir :

- L'usage domestique
- L'usage collectif

- L'usage industriel
- L'usage touristique

Le volume d'eau consommé par le secteur touristique représente, en 2002 5,45% du volume total consommé par les différents autres secteurs ; en 2003 5,29 % ; en 2004 il représente 5,53%.

Répartition de la consommation d'eau SONEDE pour 2004



Source : statistiques de la SONEDE 2001, 2002, 2003,2004

Selon ces statistiques la consommation du secteur touristique n'est pas la plus préoccupante puisqu'elle ne représente que 5,53% du volume d'eau consommé en 2004. Par ailleurs et selon le rapport de l'étude stratégique du secteur de l'eau en Tunisie à long terme 2030, élaborée en 1998, les besoins en eau du secteur touristique ne représentent actuellement que 0,85% des besoins en eau de tout le pays, tous secteurs confondus (y compris l'agriculture). Ces besoins atteindront environ 1% en l'an 2010.

Mais compte tenu de l'impérative nécessité de l'eau, de sa rareté et de son prix de revient, il est important d'accorder à ce secteur un intérêt spécial et de se poser la question suivante : **est ce que le secteur touristique a besoin réellement de ce volume d'eau ?**

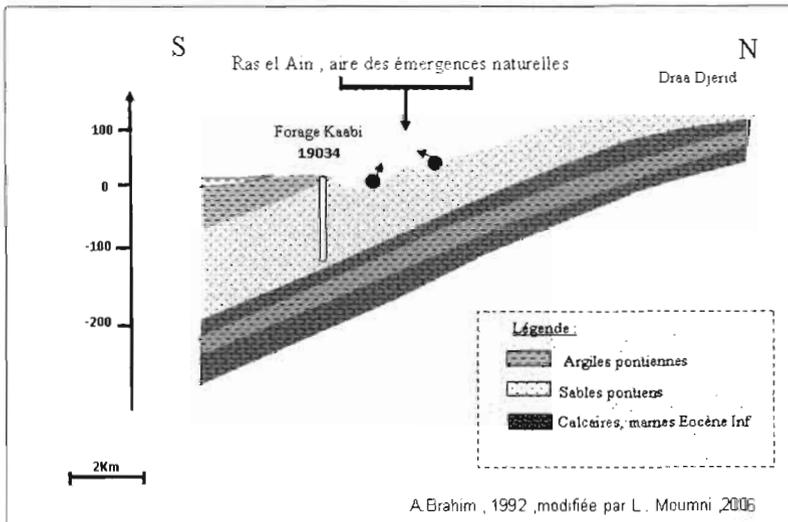
En Tunisie, Le développement de l'agriculture et du tourisme dans la région de Tozeur qui est une des régions les plus sèches de la Tunisie et dont les ressources en eaux sont essentiellement souterraines non renouvelables, s'est accompagné d'une croissance de la consommation de l'eau : les sources de la ville de Tozeur ont cessé de couler alors que l'on comptait 194 sources au début du XXème siècle.

En fait, et en plus de l'eau de la SONEDE, la zone touristique de Tozeur, puise directement dans la nappe du complexe terminal ce qui entraîne de graves répercussions qui se manifestent tout d'abord par une aggravation du manque d'eau, une accentuation des problèmes de désertification et de l'exode de la population et une concurrence entre tourisme et agriculture.

5.2 - Situation de notre zone d'étude

Notre zone d'étude de Ras El Ain à Tozeur se situe au pied du flanc sud de l'anticlinal de Drâa Djérid où les sables du Pontien inférieur renfermant la nappe du complexe terminal se trouvent dépourvus de la formation sous jacente constituée par les argiles du Pontien supérieur (fig. 6).

Emplacement de la nappe du complexe terminal

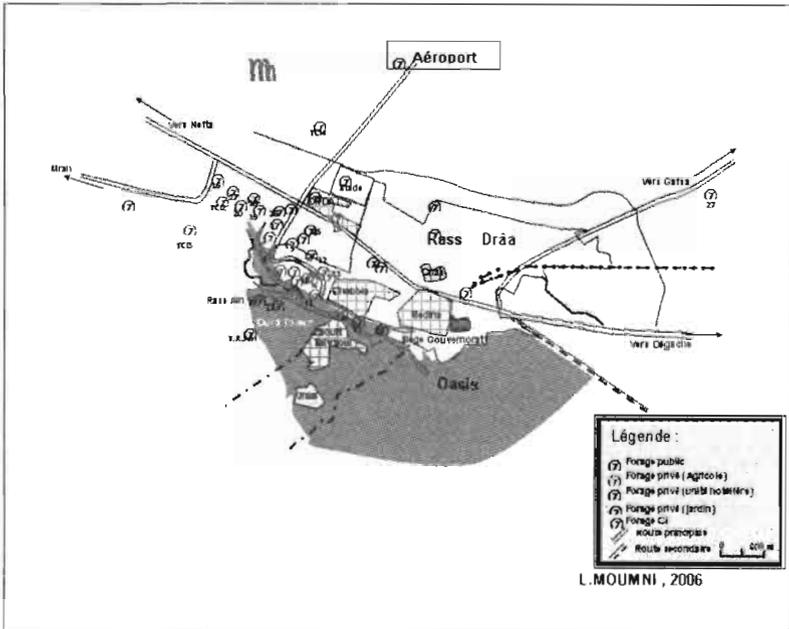


Cette situation géologique rend le captage de cette nappe facile à l'aide de forages de profondeur allant de 50 m à 80 m. Cette zone, bien qu'elle soit limitée dans l'espace, constitue un site favorable au développement touristique. C'est ainsi que 15 hôtels y ont été implantés, au nord de la palmeraie. Toutes ces unités se sont permis de creuser des forages qui captent dans les sables du Pontien inférieur. Le niveau statique se situe, en effet, entre -24 m/TN et -59 m/TN. Les débits de pompage varient entre 4 l/s et 6 l/s pour des durées n'excédant pas 5 h/j. Ces puits sont utilisés pour subvenir aux besoins des unités hôtelières en eau domestique (piscine, nettoyage...) et d'arrosage des jardins. Progressivement, de véritables palmeraies ont été créées autour des constructions des unités hôtelières avec des superficies qui varient de 0.5 à 5 ha. La superficie totale de ces palmeraies « hôtelières » est estimée à environ 14 ha. La configuration géologique facilitant l'accès à la nappe à des profondeurs n'excédant pas 80 m a incité certains agriculteurs (périmètre géothermal) et même certains privés (arrosage des jardins) à créer des puits forés illicites. On dénombre 12 puits de ce genre.

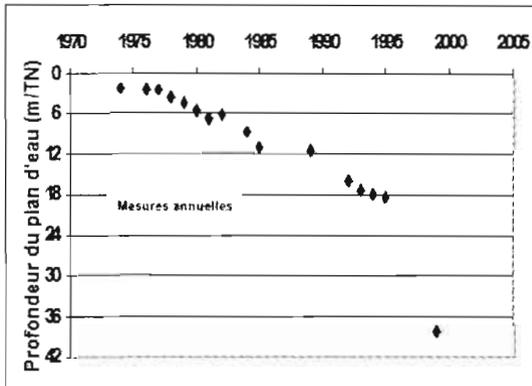
Notre zone d'étude est une zone très sensible du fait de l'accroissement de l'exploitation générale de la nappe au fil des années, exploitation qui est appelée à augmenter grâce à l'accessibilité de la nappe par les privés (profondeur relativement faible, coût acceptable...), ce qui entraîne une forte concentration des puits pompés. On dénombre ainsi 27 puits qui captent la nappe du complexe terminal dans un rayon de 20 Km² (fig. 7).

Les répercussions sont sérieuses sur le niveau piézométrique de la nappe et la dégradation de la qualité chimique des eaux (fig. 8).

Carte de situation des points d'eau dans la zone de Ras Ain Tozeur



Evolution du niveau piézométrique de la nappe du CT à Tozeur dans la partie libre



Source : CRDA Tozeur

Le problème à l'échelle de notre zone d'étude est l'utilisation abusive des ressources en eaux souterraines, une utilisation non contrôlée malgré la réglementation existante.

5.2.1 - Consommation en eau SONEDE du secteur touristique à Tozeur

Consommation d'eau SONEDE (District de Tozeur)

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
V. produite en M3	1918118	2008258	1890344	1878217	1951829	1996400	1997269
V. facturée en M3	1627641	1662762	1623684	1664364	1668693	1723988	1694618
Taux perte	15.14%	17.20%	14.11%	11.39%	14.51%	13.65%	15.15%
Vol d'eau SONEDE consommé/le secteur touristique (milliers de m3)	383	411	359	328	345	355	
Pourcentage de la consommation totale	(12.51%)	(12.56%)	(11.63%)	(10.42%)	(10.78%)	(10.45%)	

Source : SONEDE Tozeur

En 2005, la consommation d'eau SONEDE du secteur touristique de Tozeur a été de 355 milliers de M3 qui n'est que 10,45% du volume d'eau facturé pour le district de Tozeur, en contre partie Tozeur a enregistré 472877 nuitées, en faisant le rapport entre les deux, on s'aperçoit que la consommation moyenne spécifique à la zone touristique de Tozeur est de 0,75575 M3/ nuitée ce qui correspond à 1375 millimes /nuitée, puisque le prix du mètre cube inclus la redevance SONEDE, est de 1819 millimes.

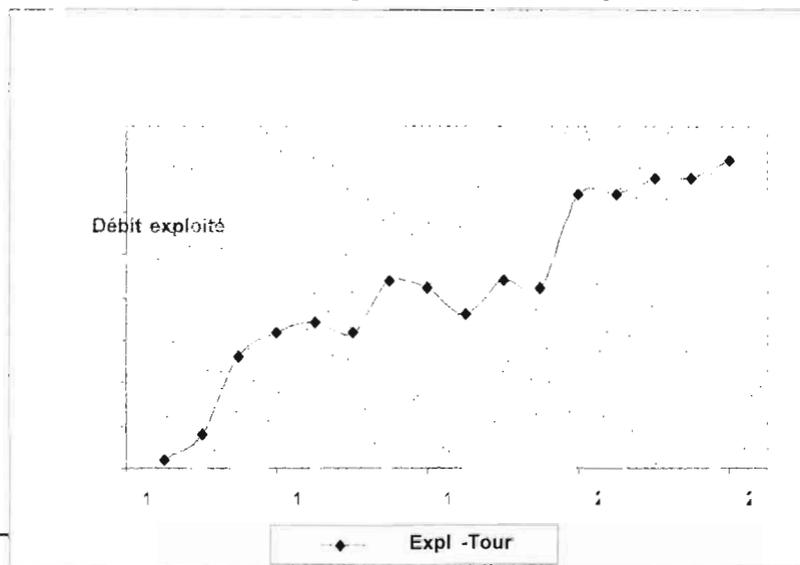
Dans cette zone la présence de l'eau souterraine de bonne qualité limite l'apport de la SONEDE pour des raisons d'économie matérielle et non

d'économie d'eau. En fait le mètre cube d'eau SONEDE coûte 1819 millimes pour les hôteliers alors que le mètre cube d'eau de forage ne coûte que 5 millimes !

La zone touristique de Tozeur s'étend sur 52 hectares ; si on tient compte de la consommation d'eau SONEDE en 2005, on s'aperçoit que la consommation d'eau de la SONEDE par hectare touristique est de 6,8269 milliers de M3 d'eau SONEDE /hectare.

5.2.2 - *Exploitation des ressources en eaux souterraines par le secteur touristique(Tozeur)*

Prélèvements effectués par le secteur touristique à Tozeur



En se basant sur les données du CRDA de Tozeur : en 2005, la consommation du secteur touristique a été de 36 l/s c'est-à-dire 1135296M3/an : 2.4M3 /nuitée (2400l/nuitée) c'est seulement 5676 dinars /an.

Donc au total la consommation d'une nuitée touristique est de :

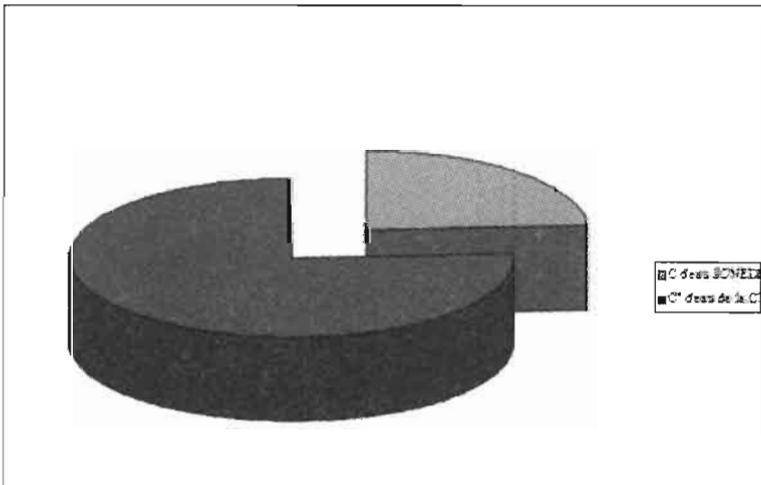
- 755.75L eau de SONEDE = 1.375dinars

- 2400L eau de la nappe du CT = 0.012dinars

Répartition de la consommation d'eau d'une nuitée touristique en 2005

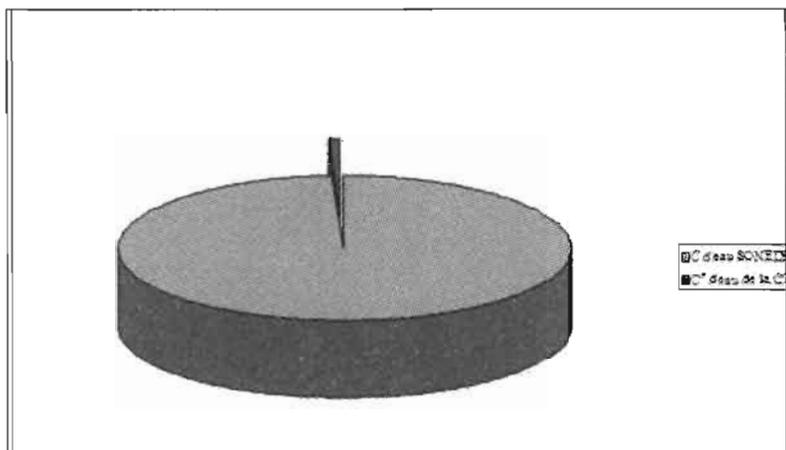
C° d'eau de la zone touristique	C° Litre/nuitée	C° Dinar/Nuitée	C°/Ha touristique (m ³)
C d'eau SONEDE	755.75 (24% de la C° totale)	1,375 (99% de la C° en dinars)	6827
C° d'eau de la nappe du CT	2400 (76% de la C° totale)	0,012 (1% de la consommation totale en dinars)	21832

Répartition de la consommation d'eau pour une nuitée touristique en 2005



Source : ORDA, SONEDE, ONIT Téboul 2005

Répartition en dinar de la consommation d'eau totale pour une nuitée touristique 2005



Source : CRDA, SONEDE, ONTT Tozeur 2006

On remarque que pour une consommation de 24% (eau de la SONEDE) de la consommation totale de l'eau (SONEDE+ Nappe du CT) les hôteliers payent 99% du prix total, alors que pour une consommation de 76% (eau de la nappe du complexe terminal) de la consommation totale de l'eau ils ne payent que 1% du prix total.

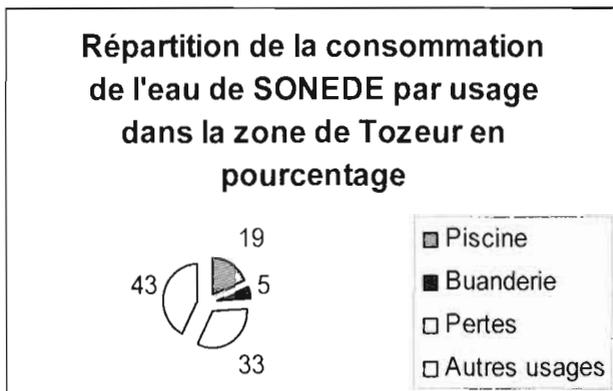
La consommation moyenne spécifique pour la zone de Tozeur est de 3155 l/nuitée, dont 24% proviennent du réseau de la SONEDE c'est-à-dire dont 755 l/nuitée en moyenne viennent directement du réseau de la SONEDE, qui est une consommation supérieure à la moyenne nationale sur les trois dernières années qui ne dépasse pas les 566 l/nuitée.

Selon l'étude stratégique du secteur de l'eau, une étude qui a été faite par l'Agence Foncière Touristique en 2002, en se basant sur 7 études de cas de la zone touristique de Tozeur :

Palm beach 5 étoiles, Salaheddine 5 étoiles, Sahara palace 5 étoiles, Palmyre 4 étoiles, Abounawas 4 étoiles, Ksar rouge 4 étoiles, Besma 3 étoiles.

La répartition de la consommation spécifique de l'eau selon les différents usages est la suivante :

Répartition de La consommation spécifique de la zone de Tozeur



Source : AFT

Le taux de perte dans les réseaux est de 33%, soit presque le double de l'eau SONEDE destinée à la piscine et plus de 6 fois supérieur à l'eau consommée par la buanderie. Ces pertes correspondent à presque 454 millimes par nuitée .

Cette même étude a permis de déduire que moyennant certaines actions d'économie d'eau, on pourrait réduire la consommation spécifique actuelle à une consommation inférieure à 300 l/nuitée comme exigé par le conseil inter ministériel. Ainsi à moyen terme, vers l'année 2015, l'objectif sera atteint. Avec des économies de 64,36% de la consommation nationale actuelle du secteur touristique répartie entre 38,65 % à court terme et 25,71% à moyen terme.

Le gain cumulé à moyen terme est de 80,3Mm³ d'eau ce qui correspond à la consommation nationale du moyen terme de 14 années. Ainsi la mise en place des solutions à court et à moyen terme, permet de reculer l'échéance de l'utilisation des eaux non conventionnelles tel que le dessalement d'eau de mer et la réutilisation des eaux usées traitées.

5.3 - Conclusion

Les hôteliers sont indirectement encouragés à la consommation de l'eau de la nappe du complexe terminal du fait du prix très peu élevé du mètre cube consommé comparativement au mètre cube consommé de l'eau de la SONEDE. En raisonnant à court terme et dans le but de maximiser leur profit personnel les hôteliers ont intérêt à augmenter leurs consommation en eau de la nappe du complexe terminal, et à diminuer leur consommation en eau de la SONEDE. Surtout qu'ils n'approuvent pas la redevance ONAS qui est de 979 millimes le m³ (arrêté du 26 février 2003, JO du 7 mars 2003) et qui est de 17% plus chère que le prix du m³ d'eau potable acheté à la SONEDE. Ceci d'autant plus qu'une partie de l'eau achetée à la SONEDE est utilisée pour les besoins des jardins et donc non rejetée dans le réseau de l'ONAS.

Pour les hôteliers, cette situation est une forte incitation à substituer l'eau de la SONEDE à l'eau de la nappe du complexe terminal qui est facilement accessible, avec des prix qui comparés au prix de la SONEDE sont quasiment nuls (5 millimes le m³).

6 - Conclusion générale

Selon les prévisions des hydrogéologues et selon un scénario dit « scénario zéro » qui suppose le maintien des taux d'extraction des ressources en eau depuis le Système Aquifère du Sahara Septentrional (SASS) - qui est une ressource internationale d'eaux fossiles partagée par l'Algérie, la Tunisie et la Libye et représente une source de vie pour des centaines de milliers d'agriculteurs (la nappe du complexe terminal co-exploitée par le tourisme et l'agriculture dans la zone des oasis de Tozeur fait partie de SASS) - à leur niveau de 2000 et si l'on calcule les taux correspondants pour 2005, les eaux du complexe terminal risqueraient d'être infiltrées par l'eau salée en provenance des chotts. La simple poursuite du rythme d'extraction aurait de graves conséquences et un risque fatal de salinisation.

Dans ce cadre et en se basant sur ces prévisions et sur d'autres définitions d'organismes internationaux plusieurs questions peuvent être posées :

Selon Le Conseil de l'Europe : *« le tourisme durable est en harmonie avec la population, l'environnement, la culture du lieu de telle sorte que son développement se fait constamment à leur profit et non à leur détriment. »*

Est-ce que le tourisme dans la région de Tozeur est en conformité avec cette tendance, surtout si l'on considère que plusieurs agriculteurs ont abandonné leurs parcelles faute de disponibilité des ressources en eau. Dans ce cas, ont-ils tiré profit du développement du tourisme ?

Selon le Guide agenda 21

« Le tourisme durable correspond à une activité et à des infrastructures touristiques qui, au présent comme au futur :

- *respectent les capacités de renouvellement des ressources qu'elles soient naturelles, sociales ou culturelles,*
- *reconnaissent la contribution des modes de vie et des coutumes des habitants aux activités touristiques,*
- *acceptent le fait que les populations bénéficient d'une part équitable des retombées économiques des activités touristiques »*

Le tourisme dans les oasis de Tozeur a-t-il respecté les capacités de renouvellement des ressources en eaux, surtout que les hôteliers surexploitent les ressources en eaux de presque 200 l/nuitée (en comparant la consommation moyenne par nuitée à Tozeur et la moyenne nationale sur les trois dernières années) sans prendre en compte les presque 2400 l/nuitée extraits directement de la nappe du CT.

L'OMT a retenu trois critères pour qualifier le tourisme de durable :

- ❖ Les ressources environnementales doivent être protégées.
- ❖ Les communautés locales sont les bénéficiaires de ce type de tourisme en termes de revenus économiques et de qualité de vie.
- ❖ Les visiteurs reçoivent une expérience de qualité.

Est-ce qu'on peut dire que les ressources en eaux sont protégées alors que chaque unité hôtelière dispose d'au moins un forage privé dans l'hôtel ?

Il ya croissance et croissance, ou plutôt il ya croissance économique et développement dans ce cas de quel genre de croissance s'agit t'il ? S'il s'agit de croissance économique, est-ce de court, de moyen ou de long terme ? S'il s'agit de développement est-ce de faible, moyenne ou de forte durabilité ?

Bibliographie

- SASS, 2000, Gestion conjointe d'un bassin hydrologique international, OSS Tunisie.
- SDA des régions arides. 1998.
- Annuaire de l'exploitation des nappes profondes, 2005.
- Ministère de l'agriculture et des ressources hydrauliques, Direction générale des ressources en eau, Moumni, L., 2006, « Note d'instauration de deux périmètres d'interdiction et d'une zone de sauvegarde dans le Djérid », Gouvernorat de Tozeur, décembre.
- AFT, Agence Foncière Touristique, 2002, « L'étude stratégique du secteur de l'eau ».
- Institut National De La Métrologie
- Etude stratégique du secteur de l'eau, une étude qui a été faite par l'Agence Foncière Touristique en 2002.

Le tourisme dans le Draa moyen au Maroc : facteur de développement ou de concurrence ?

Abdelkabir Bahani ⁽¹⁾

Résumé

Considéré comme pilier de développement, le secteur du tourisme a pris une importance considérable dans la politique des pays. Ainsi, le Maroc l'a considéré comme prometteur de développement et alternatif aux secteurs traditionnels en particulier l'agriculture et la pêche maritime dans les régions qui connaissent des difficultés pour un décollage économique ; et c'est le cas de la vallée du Drâa.

La vallée du Drâa est une région située dans le près Sahara marocain au sud-est. Longée par des palmeraies, ksour et kasbahs sur une longueur de 200 km, formant ce qu'on l'appelle le Drâa Moyen (né de la confluence des oueds Ouarzazate et Dadès près de Ouarzazate à M'Hamid El Ghazlane). Cette vallée est l'une des destinations préférées des touristes de tous horizons venant au Maroc.

La richesse de la vallée se présente dans son patrimoine naturel environnemental et son patrimoine bâti (héritages naturel et construit).

Nous pouvons dire que cette région est considérée comme un musée pour le touriste cherchant le dépaysement et la satisfaction de sa curiosité. Ainsi, les infrastructures touristiques et les services offerts aux touristes doivent satisfaire leurs besoins afin d'attirer plus de touristes et surtout le tourisme de masse.

1) Enseignant chercheur à l'Institut Universitaire de Recherche Scientifique, Rabat, Maroc.
bhanikabir@yahoo.fr

De ce fait, on ne se soucie pas des retombées économiques, sociales, et encore moins environnementales de ce tourisme sur la zone d'accueil.

La situation des palmeraies de la vallée ne s'est qu'aggravée : crise agricole, crise sociale, crise d'identité,... à tel point qu'on peut se demander si ce secteur, considéré comme un « secteur sauveur » n'est pas en fait concurrent du système traditionnel oasien ?

A travers le cas de la vallée du Drâa, nous développerons donc la stratégie touristique poursuivie au Maroc en général et dans la vallée en particulier, les potentialités touristiques dans cette vallée et leur promotion, les infrastructures touristiques existantes, les retombées du tourisme, la situation des éléments du capital de la vallée du Draa, la stratégie des opérateurs et des acteurs locaux dans le domaine du tourisme ; enfin, les perspectives du développement d'un tourisme adapté à ce milieu.

Mots clefs : tourisme saharien, Drâa, zone présaharienne, potentialités touristiques, vulnérabilité.

1 - Introduction

La vallée du Drâa Moyen, faisant partie du Grand Sud marocain est caractérisée par la diversité de son patrimoine naturel environnemental et par la richesse et l'originalité de ses patrimoines culturel et architectural millénaires. Ces patrimoines font de cette région l'une des directions préférées des touristes venant de tous horizons. Ainsi, elle accueille jusqu'à près de 80.000 touristes par an (en 2000)¹, ce qui a permis à la province de Zagora, dont relève cette vallée, en dépit d'une multitude de contraintes accompagnant ce secteur, de se déclarer comme province à vocation agricole et touristique.

En effet, dans un milieu aussi vulnérable, où le système économique est basé sur l'agriculture vivrière irriguée dans un territoire marqué par l'exiguïté de l'espace agricole, la rareté des ressources hydriques et la forte pression sur les ressources naturelles, le secteur touristique s'est développé en l'absence d'une véritable politique stratégique prenant en considération ses répercussions possibles aussi bien sur les secteurs traditionnels que sur la population d'accueil.

1) Éléments introductifs : Région Sous-Massa-Drâa, Inspection Régionale d'Aménagement du Territoire et de l'Environnement de la Région Sous-Massa-Drâa, Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement, 2004, p. 26

Par ailleurs, le développement du tourisme dans la vallée du Drâa n'a fait que suivre l'évolution de cette activité au niveau national en ignorant les dimensions environnementale et sociale qui représentent l'essentiel du capital territorial oasisien.

Nous notons finalement que, face à une intervention très limitée de l'Etat, le développement touristique dans la vallée du Drâa n'a enregistré un élan que grâce à l'action des investisseurs privés locaux et nationaux voire internationaux.

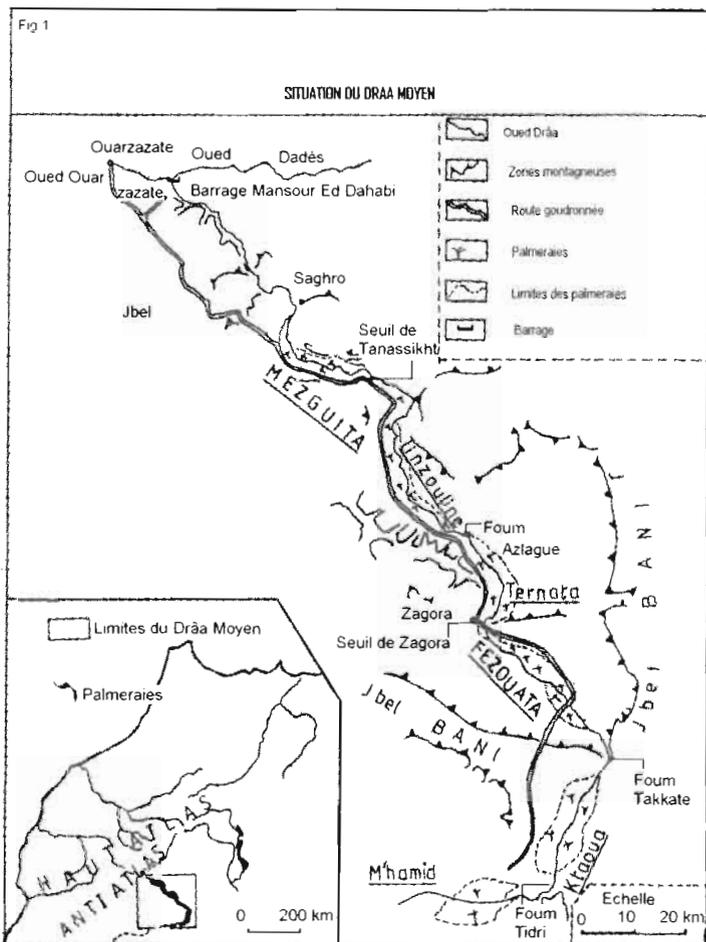
A travers cette communication, nous présentons d'abord le capital touristique dont dispose le Drâa Moyen, ensuite nous examinons l'infrastructure touristique existante, et enfin nous traitons la dynamique touristique locale, les mutations ayant affecté le secteur, ainsi que leurs retombées sur la vallée et les voies d'amélioration.

2 - Capital touristique du Draa moyen

Le Drâa Moyen se caractérise par ses paysages pittoresques variés, l'ancienneté de la sédentarisation de l'homme, l'authenticité de son patrimoine architectural, la richesse et la diversité de sa cuisine et de son folklore.

Cette vallée recèle un important potentiel touristique qui se concrétise, entre autres, dans :

- La biodiversité de la vallée : le Drâa et ses environs englobent une faune et une flore très diverses. Le Drâa contient encore une centaine d'espèces de végétaux supérieurs, en plus des palmiers dattiers, des arbres fruitiers, des cultures maraîchères, céréalières et fourragères qu'on rencontre dans les palmeraies, des légumineuses, des plantes adaptées aux conditions climatiques sahariennes (Tamarix, Acacia Raddiana,...) ainsi que des plantes médicinales, des espèces endémiques marocaines.



Concernant la faune, le Drâa est le pays de plusieurs variétés de mammifères, d'oiseaux, de reptiles... dont certaines sont disparues ou en voie d'extinction à cause de la chasse non contrôlée et de la dégradation des milieux naturels. C'est le cas de la gazelle dorcas, du mouflon à manchettes, et de l'outarde.

- L'unité de Jbel Saghro et ses montagnes à paysage minéral et les différentes gorges de : Dra, Saghro, la porte de Bab-N-Ali ;

- La longue vallée du Drâa Moyen et ses 6 palmeraies (palmeraies de Mezguita, Tinzouline, Ternata, Fezouata, Ktaoua et M'Hamid) qui s'étendent sur une longueur de 200 km, allant d'Agdz en amont à M'Hamid Al Ghizlane en aval (fig. n°1) ;
- Les dunes de sable de la région de Amezrou, Tinfou, M'Hamid, Erg Louhoudi, Chegaga, le site du lac Iriqui ;
- Une histoire très riche et une population très diverse : le Drâa est un ancien foyer de peuplement. Avant l'ère chrétienne plusieurs groupes humains étaient présents dans les palmeraies. C'est une zone de contact entre deux types humains différents : des noirs et des blancs, entre deux modes de vie opposés : le nomadisme et le sédentarisme ;
- Les gravures, tumuli et peintures à Tinzouline (foum Chena), Tamegroute, Tagounite ;
- Une authenticité architecturale millénaire : on dénombre des centaines de qsour et qsbahs et une quarantaine de zaouias. Chacun de ces groupements d'habitations présente des particularités qui le distinguent des autres. Un certain nombre de qsour, de qsbahs et de zaouias ont marqué l'histoire régionale voire nationale. Ainsi, des qsour et qsbahs étaient habités par des anciens caïds, des chefs guerriers, des représentants et fils des sultans : qsar Tagmaddarte, qsbah de Caïd Laârabi à Tinzouline, qsbah Tamnougalt, qsar Aghlane, qsar Beni Zoli ; et des zaouias qui ont un rayonnement national et même international, en particulier la zaouia Naciria et la zaouia al Kadiria ;
- La vallée est célèbre par la diversité de ses arts populaires notamment : Ahidou, Ahouach, « Saqla » ou « Def » connue pour la danse de sabre, Roukba, Rasma, Lguedra ;
- Les moussems : plus d'une trentaine de manifestations à caractère spirituel nommées "moussems", constituant un atout indéniable pour la promotion touristique de la région, s'organisent au cours de l'année dans les différents qsour, qsbahs et zaouias de la vallée.

Ces célébrations des premiers saints à rayonnement local, régional, national ou international sont des occasions pour la méditation, la distraction, le commerce... Selon le rayonnement du saint, le « moussem » attire des foules de différentes régions et reflète la culture populaire. Cette attraction se ressent dans l'importance des activités qu'on remarque à l'occasion de tel ou tel « moussem ». Par exemple, le « moussem d'âchoura » organisé à la zaouia naciria le 10 muharram de l'hégire (1^{er} mois du calendrier musulman) accueille des milliers de pèlerins venant, annuellement, à Tamegroute avec des « hadyas », d'autres pour le commerce, et d'autres encore pour la distraction... Au moment de cette manifestation, la région accueille le plus grand nombre de visiteurs et enregistre la période la plus fébrile de l'année du point de vue des visiteurs, du nombre des véhicules et des échanges commerciaux. D'ailleurs, le souq le plus chaud dans notre région est celui qui précède la fête « d'âchoura » surtout quand il coïncide avec la cueillette des dattes en automne ⁽¹⁾ ;

- La diversité de l'art culinaire draoui : la cuisine de la vallée du Drâa contient des plats variés et typiques de la région (couscous, tagines, pains, pigeons farcis, etc.) ainsi que de plusieurs boissons extraites de produits locaux, notamment des dattes ;
- Le projet de l'aéroport de Zagora ;
- Le centre de formation des accompagnateurs touristiques (45 étudiants).

Toutefois, cette diversité des richesses et ces potentialités sont exposées à une dégradation perpétuelle due principalement aux facteurs climatiques et anthropiques. A cet effet, dans l'esprit de concilier le développement économique, le développement social et la protection de

1) BAHANI, Abdelkabar, 1991, « Les structures agraires et les systèmes d'irrigation dans la palmeraie de Fezouata, (Drâa Moyen Maroc) », Doctorat, tome II, p 328, Université de Rouen.

l'environnement, le Drâa moyen, épine dorsale des oasis du sud-est marocain, s'inscrit dans un site reconnu par le Programme MAB (Man in the Biosphère) de l'UNESCO comme une réserve de biosphère.

Le poids du développement du tourisme dans cette vallée peut être évalué à travers une revue des infrastructures mises en place dans ce secteur.

3 - Infrastructures touristiques

L'action de l'Etat, qui était le seul intervenant dans le domaine touristique, s'est limitée dans le Drâa à la réalisation d'une seule unité touristique réalisée depuis le milieu du siècle dernier. Avec les encouragements offerts aux investisseurs privés dans les zones éloignées et défavorisées, dont le Drâa fait partie, le nombre des unités hôtelières et d'accueil de touristes se voit augmenter et se diversifier d'année en année : outre les hôtels et campings, on réalise des maisons d'hôtes, des gîtes d'étape, des bivouacs.

3.1 - Les hôtels

La première unité hôtelière réalisée dans le Drâa remonte à 1948 (Grand Hôtel du Sud qui s'est privatisé et est devenu Ksar Tinzouline). Il fallut attendre les années 70, en particulier la fin des années 80 et 90 pour assister à une certaine prolifération de ces unités. Ainsi, cette période est marquée par l'arrivée des investisseurs étrangers dans le domaine touristique et la réalisation de plusieurs unités d'accueil en tant que promoteurs.

Les plus marquantes sont les unités réalisées en partenariat entre des étrangers et des locaux ou suite à des mariages d'étrangers, surtout des étrangères, avec de jeunes hommes locaux.

Le nombre des hôtels classés est actuellement de 14 (tab.1) et celui des hôtels non classés dépasse la vingtaine, répartis tout au long du Drâa, de Agdz en amont jusqu'à M'Hamid Al Ghizlane en aval (tab. 2).

**Tableau n°1 : Liste des hôtels classés situés dans la vallée
du Drâa Moyen**

Hôtels	Catégorie	Localité	Année de mise en service
Ksar Tinzouline	4*	Centre Zagora	1948
Riad Salam		Centre Zagora	1993
Reda		Route Zagora-Amezrou	1987
Palais Asmaa		Amezrou -Zagora	
Kasbah Asmaa	3*	Route d'Amezrou	1989
Ksar Azalay		M'Hamid	2004
Porte au Sahara		Palmeraie de Fezouata /Tinfou	1998
Perle du Drâa		Amezrou -Zagora	1999
La Palmeraie	2*	Centre de Zagora	1972
Temata		Centre de Zagora	2004
Kissan		Centre d'Agdz	1990
La Fibule du Drâa		Route d'Amezrou	1989
Zagour		Centre Amezrou Zagora	1999
Sirocco		Amezrou Zagora	2000

Sources : Trésors et merveilles de la vallée du Drâa, Association de Développement de la vallée de Dra (ADEDRA), Zagora, Maroc, 2004, p115

- Enquête personnelle

Le tableau ci-dessus montre qu'il y a une certaine diversité de l'offre hôtelière dans la vallée allant de la catégorie de deux étoiles jusqu'à celle de quatre étoiles. Ceci dit, la catégorie de deux étoiles se concentre dans les centres urbains alors que les autres catégories des hôtels sont éparpillées principalement entre la ville de Zagora jusqu'à la palmeraie de M'Hamid, tant dans les centres urbains que dans les alentours ou même loin desdits centres urbains. Par exemple les hôtels Reda et Palais Asma sont installés respectivement au sein du périmètre irrigué de zaouia Al Baraka et du périmètre d'Amezrou, l'hôtel Perle du Dra au sud-est du piémont de jbel Zagora à près de 4 km du centre ville de Zagora, l'hôtel Porte au Sahara situé près des dunes de Tinfou à 26 km de Zagora sur la route de M'Hamid, etc.

Tableau n°2 : Liste des hôtels non classés situés dans la vallée du Drâa Moyen

Hôtels	Localité
Drâa	Agdz
Jardin Tamnougalté	Tamnougalté
La Liberté	Tinzouline
Dar El Hiba	Tissergate
Palmiers	Zagora
Les Amis	Zagora
Oasis Drâa	Zagora
Belle ville	Zagora
Maison de Charme	Zagora
La Rose des Sables	Zagora
Dar Er Raha	Amezrou
Repos du Sable	Tinfou
CT Aït Atta	Tagounite
Elouaha	Tagounite
Es-Saâda	Tagounite
El Ghazala	Tagounite
Iriqui	M'Hamid
Sahara	M'Hamid

Tableau n°3 : Capacité d'accueil des hôtels classés dans le Drâa Moyen

Nom de l'hôtel	Classement / *	Capacité d'accueil		Nombre de suites
		Nombre de chambres	Nombre de lits	
Ksar Tinzouline	4	88	180	00
Palais Asmaa	4	96	121	05
Riad Salam	4	120	240	07
ClubReda (PLM)	4	156	310	05
Porte au Sahara	3	11	24	01
Perle de Draa	3	30	60	04
La Fibule de Draa	2	24	48	00
Kasbah Asmaa	2	32	64	00
Kissane	2	40	80	02
Sirocco	2	20	40	00
Zagour	2	18	40	00
Ternata	2	24	44	00
La Palmeraie	1	56	110	00
TOTAL		715	1361	24

Source : Monographie de la Province de Zagora année 2006

Concernant les hôtels non classés, nous constatons une certaine répartition spatiale entre les différents centres urbains de la vallée et même au niveau des qsour et des sites les plus visités par les touristes. C'est l'exemple de : qasbah Tamnougalt, qsar Amezrou, la Zaouia de Tamegroute, dunes de Tinfou, etc.

La capacité d'accueil hôtelière dans le Drâa Moyen est de 847 chambres et 24 suites (1645 lits) en 2006 dont 715 chambres (1361 lits soit

82,7%) et 24 suites pour les hôtels classés (tab.3) et 159 chambres (284 lits soit 17,3%) pour les hôtels non classés (tab.4). C'est à dire que presque les 3/4 des lits sont disponibles dans les hôtels classés alors que le reste est fourni par la catégorie des hôtels non classés.

Les hôtels non classés sont des petites unités dont la capacité d'accueil ne dépasse pas, en général, la vingtaine de chambres chacun à l'exception de deux unités (Rose de Sable : 25 chambres et La Belle Vue : 40 chambres) ; comme le montre le tableau suivant :

Tableau n°4 : Capacité d'accueil des hôtels non classés

Nom de l'hôtel	Capacité d'accueil	
	Nombre de chambres	Nombre de lits
Rose de Sable	25	54
Belle Ville	05	05
Iriqui	06	10
El Ouaha	10	10
Palmier	13	18
Oued Draa	14	18
Les Amis	18	28
Sahara	10	30
Essaada	07	07
La belle vue	40	82
Drâa	05	10
Melkichar	06	12
Total	159	284

Source : Monographie de la Province de Zagora, 2006

Les autres formes d'accueil de touristes sont les campings, les maisons d'hôtes et les gîtes d'étapes.

3.2 - Les campings

Ce mode d'hébergement très demandé par une certaine catégorie de touristes est limité dans le Drâa à quelques établissements. Il a connu une évolution importante traduisant la multiplication de leur nombre qui s'élève, actuellement, à 21 campings dont 10 autorisés et 11 en cours de régularisation, répartis au long du Drâa. L'ensemble des campings sont réalisés par les locaux du fait qu'ils possèdent des terrains et que ces établissements ne nécessitent pas des investissements importants.

3.3 - Les maisons d'hôtes

Cette forme d'accueil de touristes, caractérisée par son architecture marocaine traditionnelle, sa décoration et son ameublement de style typique local, est demandée de plus en plus par les touristes qui cherchent à découvrir et à connaître de près la vie des oasiens. On compte une douzaine de maisons d'hôtes au niveau de la vallée.

Il est à noter que des personnes intervenants dans le tourisme, d'une façon formelle ou informelle, ont fait de leurs habitations des maisons d'hôtes non déclarées. C'est le cas des chauffeurs de transports de touristes, chauffeurs de taxi, certains personnels hôteliers, des guides, des faux guides, des bazaristes.

3.4 - Les gîtes d'étapes

Dans le cadre de la promotion du tourisme de montagne, des autorisations d'exploitation des gîtes d'étapes non classés ont été octroyés par les services habilités.

4 - La dynamique touristique locale dans la vallée du Draa

4.1 - Des acteurs locaux en quête de nouveaux produits

Les promoteurs touristiques s'adaptent mieux à la demande du marché international touristique en adoptant une stratégie leur permettant de mettre à la disposition des clients de nouveaux produits pour satisfaire leur curiosité, en ajoutant aux services offerts habituellement (l'offre d'hébergement, la restauration, la vente de produits artisanaux) la location de voitures,

l'organisation de soirées folkloriques, l'organisation de randonnées chamelières et pédestres, des nuits en plein désert...

La stratégie des acteurs locaux se manifeste sous plusieurs formes. Certains opérateurs locaux qui sont, en général, des accompagnateurs de touristes ou des faux guides et parfois des bazaristes, ont élaboré des conventions de partenariat pour créer leurs propres établissements touristiques avec des étrangers et surtout des étrangères, avec qui ils ont tissé des liens d'amitié. Ces liens entre locaux et étrangères évoluent, dans la plupart des cas, en mariage mixte (tableau n°5).

L'opérateur local apporte son savoir-faire dans le tourisme et/ou le bien foncier, facilite l'accès au secteur, alors que l'opérateur étranger ou étrangère contribue avec le fonds financier nécessaire au projet et son savoir en matière de tourisme afin de développer leur activité selon les besoins du marché, et assurer un flux de clients du pays d'origine dudit partenaire.

**Tableau n°5 : Types d'unités touristiques réalisées par des coup
les mixtes ou des étrangers**

Etablissement	Origine du partenaire étranger	Type de relation entre les partenaires	Observations
Bio Sahara	Suisse	Amitié/Copropriété	
Sirocco	Française	Amitié/Copropriété	Changement de partenaire local
Jardins de Zagora	Française	Amitié/Copropriété	
Jnane Eddar	Allemande	Mariage	
Boutique Toudra	Suisse	Mariage	
Caravanier le Grand Sahara		Amitié	Les partenaires ont lancé la réalisation d'une unité à côté de la première dont les travaux sont arrêtés
Porte au Sahara	Allemande	Amitié	Les partenaires ont mis fin à leur accord et la gestion de l'établissement est assurée actuellement par un étranger
Azalay	Française	Association avec des ONG étrangères	

Source : Enquête personnelle

Des acteurs locaux préoccupés par la question touristique dans le Drâa, comme l'ONG intitulée « l'Association de Développement de la Vallée du Drâa (ADEDRA) » qui a entrepris des actions multiples en vue d'assurer le développement touristique le plus approprié à la région, notamment le développement d'un tourisme soutenable et solidaire par l'élaboration d'un accord de partenariat avec la délégation du tourisme. Ce partenariat vise essentiellement l'élaboration d'une stratégie de promotion du tourisme écologique et l'encouragement des initiatives privées en matière de tourisme

durable. Parmi les actions de développement touristique entreprises par cette ONG on trouve des actions de sensibilisation, des programmes de formation, l'élaboration d'un guide du touriste « trésors et merveilles de la vallée du Drâa », etc.

Certains acteurs locaux se disent préoccupés de la préservation et la protection des patrimoines naturel et culturel locaux. Mais en réalité, comme la population des touristes est encore loin d'être constituée d'écotouristes, de touristes solidaires ou responsables, il est difficile de demander à l'opérateur soumis aux exigences du client de mettre la préservation des potentialités naturelles avant ses intérêts commerciaux.

Le bivouac est un moyen d'hébergement touristique établi provisoirement dans une étape de randonnée itinérante en montagne ou dans le désert. Il existe plusieurs organisateurs de bivouac au niveau de cette vallée, qui s'adonnent à ce nouveau produit touristique très demandé par les touristes.

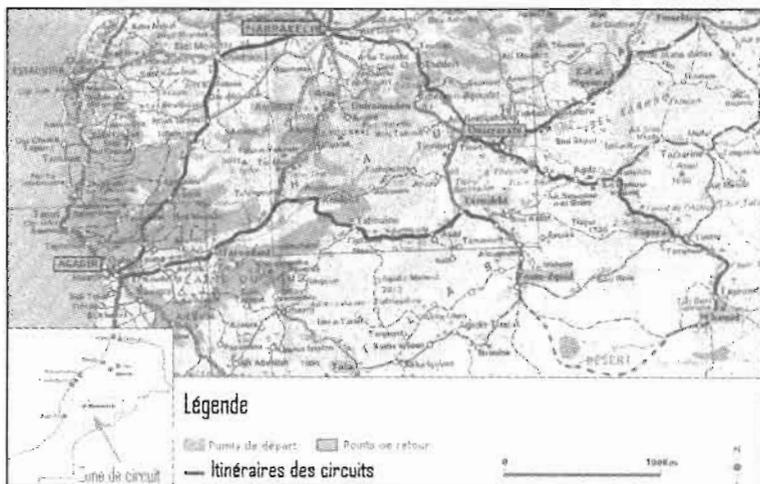
Cette demande a fait surgir une nouvelle catégorie d'intervenants dans l'activité touristique, il s'agit des caravaniers, dont le nombre dépasse la douzaine. Parmi ces caravaniers : Du sud : Zagora ; Des Nomades : Zagora ; Bio Sahara Exploration : Zagora ; Elhilali Hamid : Zagora ; Tombouctours : Zagora ; El Haoudaj : Zagora ; Azul Excursion : Amezrou ; Le Grand Sahara : Douar Sarete Zagora ; Désert Expédition : R'Gabi M'Hamid ; Carrefour des caravanes : Oulad Driss, M'Hamid ;

L'organisation de randonnées a commencé dans le Drâa dès le milieu des années 80, le moyen utilisé était les véhicules tout terrain (Land-Rover puis des 4x4), qu'on a remplacé par les chevaux et surtout les dromadaires, plus appréciés par les touristes. Presque tous les autres professionnels en tourisme qui opèrent dans la région s'adonnent à l'organisation de randonnées en circuits d'une manière directe ou indirecte.

La diversité des circuits : la richesse du capital territorial du Drâa a fait d'elle une destination très demandée par les touristes visitant le Maroc, même ceux venant chercher le soleil des côtes marocaines ou visitant les villes impériales marocaines. Certains circuits proposés aux touristes font partie des circuits organisés depuis les grands pôles touristiques marocains à savoir : Agadir, Marrakech, Ouarzazate... Ils font même partie des circuits proposés par des agences internationales sur Internet (fig. n°2).

Les circuits proposés par les caravaniers, selon la demande des touristes, sont d'une durée d'une demi journée jusqu'à plusieurs jours. Ces circuits traversent les montagnes (l'Anti Atlas : Saghro et Bani), les palmeraies, ainsi que le désert (Hamada Drâa, Erg et Reg...).

Figure n°2 : Circuits touristiques dans la vallée du Draa Moyen



Source : Site Portail touristique de Zagora (plan modifié)

4.2 - Vers une polarisation de l'activité touristique dans la vallée

Les investigations effectuées sur le terrain ont révélé l'existence de deux pôles touristiques importants au niveau du Drâa Moyen :

Pôle de "Bine Lag'natre": ce pôle, situé au piémont de jbel Zagora, s'étend sur un rayon d'environ 2 km, regroupe un nombre important de toutes les catégories d'établissements touristiques qui existent au niveau du Drâa : hôtels de 2 à 4 étoiles (Palais Asmaa, Kasbah Asmaa, La Fibule du Dra, Sirocco, Zagour...), hôtels non classés et maisons d'hôtes (Villa de Zagora, Riad Lamane...), campings et auberges (Palmeraie Amezrou, Oasis palmier, Riad Marrat...), caravaniers (Caravane Chaïma, Caravane de la Montagne, Désert Quard,...), etc. Ce pôle est le cœur du tourisme dans la

vallée en raison des activités touristes qui s'y effectuent en hébergement touristique, restauration, point de départ de randonnées chamelières et pédestres, nombre de bazaristes.

Pôle de Tagounite/M'Hamid : ce pôle, localisé en aval du Drâa Moyen, attire les investisseurs en raison de sa proximité avec plusieurs sites touristiques, notamment : site du lac Iriqui, Erg Louhoudi, dunes de Chegaga, Hamada Drâa, Grand Sahara. Ainsi, des établissements touristiques se sont multipliés au sein des palmeraies de Ktaoua (où se situe Tagounite) et de M'Hamid, les plus vulnérables, marquées par l'exiguïté de l'espace arable, les plus touchées par les effets de la sécheresse, exposées au phénomène de l'ensablement, où s'accroît la question hydrique et par conséquent les plus concernées par l'exode rural. C'est sur cet espace que se reflètent les effets positifs mais surtout négatifs du tourisme.

La concentration des unités touristiques sur ces deux palmeraies se résume dans des hôtels (Kasbah Azalay, Sahara, Elouaha, Es-Saâda, El Ghazala, Iriqui...), maisons d'hôtes, campings (La Palmeraie à Tagounite, Kasbah de Oulad Driss à M'Hamid, Mille et une Nuit : Kasbah de Oulad Driss à M'Hamid, Paradis Garden : 91 km route de M'Hamid, Aït Isfoule : Aït Isfoule Nesrate, M'Hamid Oasis : M'Hamid, Al Khaïma : M'Hamid...), caravaniers (Désert Expédition : R'Gabi M'Hamid ; Carrefour des Caravanes : Oulad Driss, M'Hamid...), etc.

Fig 3



En plus de ces deux principaux pôles, on rencontre d'autres pôles de moindre importance en matière de concentration des établissements touristiques comme Tamegoute / dunes de Tinfou, connues sous le nom de « Tiguïda » (la mère). Ces dunes situées sur le reg à Fezouata sont des dunes

mobiles qui changent tout le temps de forme sur un petit rayon. Selon une étude réalisée en 1982 par la Division des Eaux et des Forêts à Ouarzazate ⁽¹⁾, ces dunes se trouvent à un point neutre de rencontre des vents qui soufflent sur la région : le « Cherqui » venant de l'est et le « Saheli » venant de l'ouest, canalisés par les montagnes formant la cuvette de Fezouata ; ce qui conduit à des mouvements permanents de ces dunes. D'ailleurs, se sont ces dunes qui alimentent celles qui envahissent le périmètre irrigué de Tinfou, choisi pour la réalisation du programme de lutte contre l'ensablement dans le Drâa. Ce site a vu la réalisation d'un hôtel en 1984, fermé depuis deux ans, à côté duquel a été réalisé un autre hôtel de 3 étoiles en 1998. Mais le plus marquant c'est l'existence de dix groupements de tentes aux alentours et au sein de ces dunes installés par des habitants issus des qsour de Tinfou et par les propriétaires de certains hôtels classés, situés dans le périmètre urbain de Zagora.

Tamegroute connu par la zaouia naciria, ses deux mausolées, sa bibliothèque, son ancienne medrassa et sa poterie produisant l'émail vert de différentes couleurs.

D'autres sites très visités comme les qsbahs de : Tamnougalt, Caïd Lârabî, Oulad Driss, douar d'Amezrou, comme les villages fortifiés, leur architecture traditionnelle et leurs rues et ruelles rectilignes et en chicanes.

5 - Les flux touristiques dans la vallée du Drâa Moyen

La diversité de l'offre potentielle touristique de la vallée : tourisme de montagne, de culture, de découverte et d'aventure (randonnées dans les montagnes et les oasis, authenticité architecturale de la vallée, paysages naturels et présence en abondance des dunes de sable) attire jusqu'à près de 80.000 touristes par an (79.802 touristes en 2000) ⁽²⁾.

1) « Lutte contre l'ensablement des palmeraies du Maroc, la connaissance de la dynamique éolienne d'envahissement des palmeraies des oueds Drâa, Ziz et Rheris », Division des Eaux et des Forêts, Ouarzazate, 1982.

2) Région Sous-Massa-Drâa, «Eléments introductifs », 2004, IRATE/SMD, MATEE, p26, Capacité hôtelière selon les provinces et les préfectures, de la Région Sous-Massa-Drâa (Ce chiffre inclue le nombre des touristes visitant les Oasis de Tazarine).

L'élan qu'a connu le nombre des unités touristiques s'est reflété sur le nombre des touristes visitant la vallée et sur celui des nuitées.

Le nombre des arrivées de touristes est caractérisé par des fluctuations, tant inter annuelles qu'intra annuelles, résultant des conditions climatiques et des conjonctures politiques régionales et internationales : 49.202 en 1996, 59.708 en 1997⁽¹⁾, 79.802 en 2000, 68.061 en 2001⁽²⁾... Après les événements du 11 septembre 2001, l'activité touristique a chuté dans la province de Zagora, dont relève le Drâa Moyen, de -14,7% entre 2000 et 2001⁽³⁾. Cependant, dans l'ensemble, l'activité touriste a enregistré une évolution croissante : plus de 21% entre 1996 et 1997 et 7% entre 2005 et 2006 ; comme le souligne le tableau ci-dessous :

Tableau n°6 : Evolution mensuelle des arrivées touristiques dans le Drâa Moyen :années 1996, 1997, 2005 et 2006

Mois	Arrivées				Variation (%)	
	1996	1997	2005	2006	96/97	05/06
Janvier	2163	1896	3114	3774	-12,25	5
Février	2678	2917	3848	2804	8,92	-27
Mars	4743	7024	7360	6598	48,09	-10
Avril	9852	11226	10624	13910	13,94	31
Mai	5313	6256	7003	8353	17,74	19
Juin	2340	2794	3663	3631	19,40	-1
Juillet	1907	2433	2924	3689	27,58	26
Août	4743	5419	5761	5521	14,25	-4
Septembre	4139	5270	4806	5174	27,32	8
Octobre	5101	7016	6264	6994	37,54	12
Novembre	2463	3249	3575	3315	31,91	-7
Décembre	3758	4206	-	-	11,89	-
Total	49202	59708	58942	63263	21,35	7

Source : Monographie de la Province de Zagora, 1998 et 2006

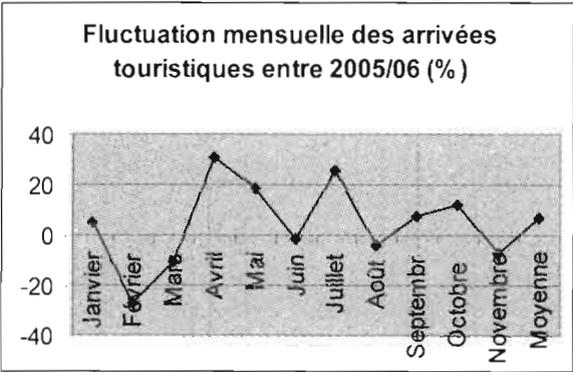
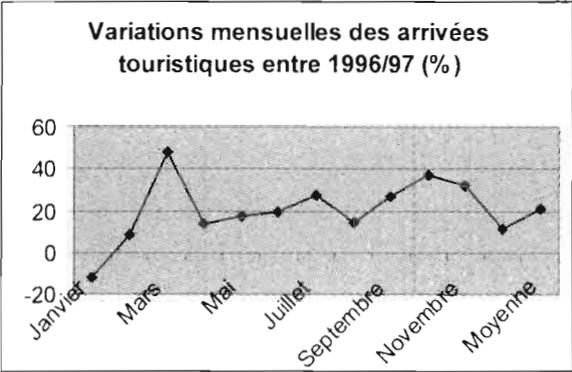
1) Monographie de la Province de Zagora, 1998

2) « Éléments introductifs : région Sous-Massa-Drâa », IRATE/SMD, MATEE, 2004

3) Région Sous-Massa-Drâa, « Éléments introductifs » 2004, IRATE/SMD, MATEE, p.26

L'analyse des données du tableau précédent dévoile une certaine répartition des arrivées au long de l'année avec une période de pointe au mois d'avril et une période de régression au mois de juin ou juillet comme l'illustrent les figures suivantes :

Figure n°4 et 5



Le Drâa Moyen ne constitue qu'une étape touristique, car les touristes qui y arrivent des autres destinations n'y séjournent, en moyenne, pas plus d'une nuitée et demie : 1,26 en 1996 ; 1,34 en 1997 (tableau n°7).

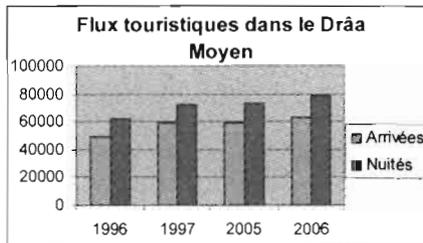
Tableau n°7 :
Evolution mensuelle des nuitées touristiques

Mois	Nuitées				Variation (%)	
	1996	1997	2005	2006	96/97	05/06
Janvier	2592	2349	3933	4215	-9,37	7
Février	3218	3452	5271	3726	7,33	-29
Mars	5722	8301	9139	8164	45,07	-11
Avril	12230	12754	12796	16822	4,28	31
Mai	7153	7223	8567	10249	0,99	20
Juin	2878	3089	4295	4284	7,29	-0,25
Juillet	2269	2979	3746	5322	31,29	42
Août	6291	6594	7014	6925	4,81	-1
Septembre	5103	5879	6252	6116	15,55	-2
Octobre	6554	8107	7844	8498	23,69	8
Novembre	2941	3871	4461	4396	35,02	-1
Décembre	4728	6597	-	-	39,53	-
Total	61679	71812	73318	78717	16,42	7

Source : Monographie de la Province de Zagora année 1998 et de l'année 2006

La figure n°6 présente une évolution croissante des flux touristiques au niveau du Drâa Moyen.

Figure n°6:



Le taux d'occupation des établissements a enregistré, lui aussi, des fluctuations intra annuelles (15% en 2005, 16% en 2006), selon le flux des

touristes. Ces fluctuations s'échelonnent entre 8 en juillet et 29% en avril 2005 et entre 9 en janvier/février et 37% en avril 2006. Il est à souligner, quand même, la sous-exploitation des unités touristiques dont l'occupation n'a pas dépassé, en moyenne, les 16% en 2005 qu'en 2006 (tableau n°8).

Tableau n°8: Taux d'occupation des établissements touristiques dans le Drâa Moyen

Mois	Taux d'occupation en %	
	2005	2006
Janvier	9	9
Février	13	9
Mars	20	19
Avril	29	37
Mai	19	23
Juin	10	11
Juillet	8	12
Août	15	15
Septembre	14	13
Octobre	17	18
Novembre	10	10
T.M.O	15	16

Source : Monographie de la Province de Zagora, 2006

Concernant les flux touristiques par catégorie, l'analyse des données du tableau n°9 démontre le monopole de la catégorie des quatre étoiles qui attire 70% et 68,3 des arrivées, respectivement en 2005 et 2006, alors que la capacité d'accueil de cette catégorie ne représente qu'un peu plus de 64% de chambres par rapport à l'ensemble des autres catégories. On constate aussi l'émergence des maisons d'hôtes qui ont connu une évolution des arrivées très spectaculaire de 192% entre 2005 et 2006.

Tableau n° 9 : Evolution des arrivées et nuitées par catégorie

Catégories	Arrivées		Var (%)	Nuitées		Var (%)
	2005 (janvier à novembre)	2006 (janvier à novembre)	05/06	2005 (janvier à novembre)	2006 (janvier à novembre)	05/06
Hôtel 1*	2094	106	-95	2497	165	-93
Hôtel 2*	12403	13382	7,89	16691	18784	12
Hôtel 3*	2806	5489	95,61	3437	6799	98
Hôtel 4*	41276	43224	4,71	50220	51623	3
Maisons Hôtes	363	1062	192,56	473	1387	192
Total	58942	63263	7	73318	78717	7

Source : Monographie de la Province de Zagora année 2006

Les touristes visitant le Drâa sont de plusieurs nationalités : française, espagnole, italienne, anglaise, suisse, américaine, hollandaise, belge, portugaise, arabes, africaines, asiatiques, avec une nette domination des Français (35.966 touristes soit 60,2% en 1997), suivis de loin par les Allemands (6.551 touristes soit 11%), puis les Espagnols (8,7%), et les Italiens (7,8%) alors que l'ensemble du marché arabe n'a participé qu'avec un chiffre insignifiant (12 touristes)⁽¹⁾. Chiffres très anciens, à actualiser.

6 - Les retombées du tourisme sur la vallée du Draa moyen

Le secteur du tourisme est un secteur de développement social, d'échange culturel et « ambassadeur » de la promotion des valeurs et d'ouverture politique. Mais il est aussi source de certains malaises, d'une façon directe ou indirecte.

6.1 - Les retombées positives du tourisme

Les potentialités du Drâa ont favorisé le développement du secteur touristique plus que les autres activités économiques alors que le secteur

1) Monographie de la Province de Zagora année 1998

traditionnel agricole souffre de plusieurs malaises. Ainsi, ce secteur crée un certain dynamisme dans la vallée en générant des postes d'emploi directs (personnel travaillant dans l'hôtellerie, la restauration, agences de voyage, transport touristiques, accompagnateurs de touristes) et indirects (métiers extra touristiques) assurant la survie de certaines activités traditionnelles comme l'artisanat : la poterie, la bijouterie, l'habillement traditionnel, et faisant rayonner, au niveau international, les potentialités touristiques du Drâa, sans oublier évidemment le rôle du tourisme sur la promotion économique nationale et régionale.

De ce fait, le tourisme a :

- Un rôle de protecteur : il participe au maintien d'un système traditionnel millénaire menacé de disparition ;
- Un rôle social : car il contribue au maintien d'un certain équilibre territorial en retenant une partie de la population qui constitue une masse potentielle pour la migration vers les villes, qui pourrait s'ajouter aux personnes migrantes qui y vivent dans des conditions précaires et pour lesquelles les pouvoirs publics tentent d'offrir des conditions d'habitation décentes.

6.2 - Les retombées négatives du tourisme

Les besoins de l'activité touristique sont bien connus, mais c'est le choix de cette activité dans telle ou telle région qui pose problème. Ainsi, la vallée du Drâa est une région qui recèle plusieurs potentialités très convoitées par les touristes occidentaux. Mais la vulnérabilité de la région nous met devant un dilemme face à cette activité alternative qu'est le tourisme. En effet, cette activité qui pourrait être protectrice pourrait être aussi le facteur accélérateur de la disparition du système qu'on cherche à sauver ou à sauvegarder.

En effet, face aux difficultés liées aux mutations socio-économiques que connaît la société marocaine en général et la société oasisienne en particulier, le tourisme en a créé de nouvelles ou a aggravé la situation. Parmi ces problèmes :

- Atteinte à l'environnement : à l'exception des établissements touristiques situés dans le périmètre urbain de la ville de Zagora où

s'effectue le ramassage des déchets solides, la plupart desdits établissements les déversent dans la nature. Les eaux usées sont rejetées dans des fosses septiques, des puits perdus ou en plein air, ce qui expose à la pollution les nappes phréatiques qui sont les plus utilisées par les oasisiens dans l'irrigation, l'abreuvement des bétails et à des usages ménagers. Les randonnées chamelières et les différentes manifestations sportives (rallyes) portent atteinte à l'environnement en tassant les soles et détruisant des dunes de sable stables. Les bivouacs et campements mobiles génèrent parfois des dégradations très négatives d'autant plus qu'ils profitent peu aux populations locales ⁽¹⁾. Ce constat est très visible dans la région du Drâa pour ce qui concerne l'exploitation du bois et les dépôts de déchets solides laissés après chaque campement.

- Envahissement des espaces agraires : la plupart des établissements touristiques réalisés dans la vallée du Drâa sont construits sur des terres arables aménagées depuis des milliers d'années, c'est le cas de 12 des 16 campings visités et 7 des 14 hôtels classés. Les secteurs et périmètres irrigués occupés par les investissements touristiques ont abandonné leur activité agricole.
- Consommation très importante des eaux : pression sur les ressources du territoire notamment hydriques. La consommation de l'eau par les unités touristiques n'est pas une information en elle-même. Ceci dit, elle pose problème dans un milieu désertique comme le Drâa qui cherche à subvenir aux besoins en eau de la population, sans parler de ceux de l'agriculture, alors que les unités touristiques s'acharnent pour avoir une piscine toujours remplie d'eau pour le plaisir de leurs clients. Selon l'ADEDRA (Association de Développement de la vallée de Dra), l'activité touristique, dans la ville de Zagora, a consommé un volume d'eau de 15.967 m³ en 1982 et 89.575 m³ en 2000, soit une augmentation de 461%. Or les établissements touristiques ont accentué la pression sur les ressources hydriques car leur consommation, qui était de 4% en

1) Etude : « Stratégie de développement du tourisme rural », 2002, Ministère des Finances, de la Privatisation et du Tourisme, réalisée par l'Organisation Mondiale du Tourisme, PNUD, p. 52

1982 de la consommation globale de la ville de Zagora, s'est élevée à plus de 13% ; alors que la consommation totale à Zagora ne s'est qu'à peine doublée pour la même période (399.175 m³ en 1982 à 720.089 m³ en 2000). Les établissements touristiques contribuent ainsi, d'une façon très importante, à la crise agricole dont souffre le système oasien en puisant dans des ressources déjà soumises à un pompage intensif par les oasiens;

- Effets économiques insignifiants : l'analyse des investigations effectuées au niveau du Drâa a révélé que les effets socio-économiques de l'activité touristique sont très limités à cause de la modestie des profits tirés par la population et la faiblesse des revenus. En fait, 6 établissements touristiques classés sont entre les mains de propriétaires issus des autres régions ou des étrangers. Ces établissements sont dirigés par lesdits propriétaires, importent les produits de consommation hors de la région et offrent aux touristes tous les services dont ils ont besoin. Il y a même ceux qui ont commencé leur investissement touristique dans le Drâa, en étendant leurs investissements aux autres régions du pays grâce aux apports de leurs investissements initiaux au Drâa. Aussi, on constate que l'apport de tout achat effectué par le touriste revient au propriétaire de l'établissement.

On a déduit d'après nos investigations que les grands établissements touristiques installent leurs bivouacs auprès ou au sein des sites les plus fréquentés par les touristes (dunes de Tinfou), et offrent à leurs clients tous les services (hébergement, nourriture, visites guidées, transport...). Le monopole de tous les services prive la population locale de la ressource d'un élément essentiel de son capital territorial, qui pourrait contribuer à l'amélioration de ses conditions de vie.

D'après les organisateurs locaux de randonnées, cette forme de tourisme ne permet au touriste aucun contact avec la population locale ; donc, le rôle du tourisme comme un secteur de développement social, d'échange culturel et de promotion des valeurs et d'ouverture politique n'est pas toujours vérifié.

- Mirage d'emplois : le nombre d'emplois directs et indirects créés par le secteur touristique dans la vallée du Drâa Moyen est très limité, les unités touristiques non classées n'embauchant dans les meilleurs des cas qu'une à deux personnes recrutées localement. Les campings et les maisons d'hôtes qui sont en général des établissements familiaux, comme les hôtels non classés, n'assurent pas d'emplois extérieurs. Concernant les établissements classés, ils ne créent qu'un nombre d'emplois très faible, 4 à 7 postes d'emplois permanents et autant d'emplois occasionnels pour chaque unité, concernant les personnels de services (cuisiniers, serviteurs, personnels de chambres, de maintenance...). Il est à signaler que ces établissements sont gérés par des personnes venant d'autres régions du pays et parfois de l'étranger.
- Effets sociaux : malgré les mutations socio-économiques, le tourisme contribue à la destruction des valeurs sociales car la plupart des touristes ne respectent pas les valeurs de la population locale. On observe des comportements de mœurs qui n'existaient pas avant le développement du tourisme et des mariages entre des personnes étrangères âgées et des jeunes hommes locaux appartenant aux familles élites ou propriétaires de biens fonciers.

Nous avons dénombré, pendant les enquêtes de terrain effectuées en septembre 2007, l'existence de 45 couples issus de mariages mixtes, dans la zone située entre la ville de Zagora et la palmeraie de M'Hamid, près de la moitié des mariés étant originaires du pôle touristique Tagounite/M'Hamid. Nous avons rencontré parmi ces couples, trois cas dont les femmes étrangères ont acceptés de devenir la seconde femme en commun accord avec la première femme.

La transgression sociale se remarque encore plus dans le cas de filles mariées à des étrangers. Ces derniers ont réalisé des unités touristiques dans lesquelles travaillent le ou les frères des femmes (cas localisé à Agdz).

On rencontre aussi, des effets sur la scolarisation, des jeunes qui accompagnent les touristes et deviennent de faux guides étant encouragés à abandonner l'école, d'autant plus que la plupart des parents qui peuvent

contrôler leurs enfants ont émigré et qu'il ne reste donc aux qsour, outre les enfants, que les femmes et les hommes âgés.

7 - Obstacles au développement du tourisme

- Conditions géographiques contraignantes : enclavement de la vallée (une seule route goudronnée relie la vallée au reste du pays), ressources naturelles limitées et menacées, ensablement ;
- Patrimoine en délabrement : l'héritage architectural oasisien (qsour et qasbahs) est laissé à son sort. La plupart de ces habitations, en ruine, sont abandonnées par leurs occupants qui préfèrent habiter le nouveau qsar extra muros où on utilise, de plus en plus, les nouveaux matériaux de construction (ciment, gravier, sable, fils de fer, peintures) au lieu des matériaux locaux (pisé, terre battue, troncs de palmiers, roseaux, argile) ou ont émigré vers les autres régions du pays ;
- Sous-commercialisation des produits touristiques du Drâa : la vallée du Drâa ne fait que subir le tourisme en particulier celui de masse qui s'est répandu dans le monde, parce que l'action de l'Etat ne s'est orientée que vers les villes et régions entourant cette vallée : Agadir, Ouarzazate, Erracchdia, alors que cette vallée est considérée comme « l'arrière pays » et zone d'étape pour ces villes et régions. Même les produits touristiques sont commercialisés par les villes principales (Ouarzazate de mille et une qasbahs, dunes de Merzouga...)... Ceci dit, il existe certains sites sur Internet qui font de la publicité aux opérateurs ainsi qu'aux produits touristiques de la vallée.
- Non professionnalisme de certains intervenants dans l'activité touristique : plusieurs intervenants dans les hôtels, maisons d'hôtes, campings, restauration, transport des touristes, guides, etc., manquent de professionnalisme et nuisent à la profession ;
- Sous-valorisation du produit du Drâa : les potentialités touristiques du Drâa sont en état de dégradation et nécessitent des actions de

grande envergure pour les sauvegarder, plusieurs actions lancées ou en cours de lancement nécessitent une coordination ⁽¹⁾ ;

- Mondialisation du tourisme : cette mondialisation conduit vers l'homogénéité des produits touristiques, ainsi les régions perdent leurs spécificités et on trouve les mêmes produits partout. Il est vrai qu'il existe, actuellement, au Maroc, des établissements qui offrent à leur clientèle les différents plats de la cuisine marocaine et organisent des randonnées à dos de dromadaire. Ces pratiques on les rencontre aussi à l'étranger où on peut manger la cuisine et acheter des souvenirs d'un pays sans y mettre les pieds. Ces pratiques « caricaturent » le tourisme et renversent le but des objectifs « nobles » dévolus au secteur touristique.
- Etudes de faisabilité, techniques ou financières de projets inadéquates : plusieurs projets touristiques sont arrêtés, en souffrance ou plongent dans des difficultés sans issue. Ces difficultés sont dues soit au choix du site, c'est le cas des hôtels situés dans des couloirs de vents dominants, ce qui les expose à l'ensablement permanent (Hôtel Repos de Sable à Tinfou, Porte au Sahara...), des hôtels en arrêt de travaux à cause du mauvais choix

1) Parmi ces actions :

+ Les projets de protection et de développement des oasis entrepris par les pouvoirs publics dans la zone, notamment :

Lutte contre l'ensablement des palmeraies du sud marocain avec l'assistance de la FAO

Lutte contre la désertification dans la vallée du Drâa avec le soutien de la GTZ

Lutte contre la maladie de bayoud réalisé par la FAO de concert avec l'INRA

Conservation des ressources phylogénétiques du palmier dattier avec l'assistance du PNUD

Conservation de biodiversité par la transhumance dans le versant sud du Haut-Atlas co-financé par le FEM et le PNUD

Réhabilitation des petits et moyens systèmes d'irrigation avec l'aide de la BIRD, la BID et la RFA

Réhabilitation des kasbahs dans le domaine Atlantique et sud Atlantique avec l'assistance de Paris et de l'UNESCO

+ Les projets de développement rural :

Amélioration de la grande irrigation avec l'assistance de la Banque Mondiale

Restructuration et de développement du palmier dattier

Soutien au développement agricole avec l'assistance de la Banque Mondiale

du site (hôtel situé sur un sommet de jbel Zagora, site naturel et archéologique) ou de conflits entre les partenaires (cas d'un hôtel en cours de réalisation à près de 5 km de Zagora sur la route de Zagora M'Hamid.

En général, la plupart des établissements touristiques souffrent de la sous-utilisation et de l'instauration de la méfiance entre les professionnels eux-mêmes, notamment entre les organisateurs de randonnées et les établissements touristiques demandeurs de ce service.

8 - Conclusion

Vu le nombre d'actions lancées ou en cours de lancement par les pouvoirs publics marocains et les organismes nationaux et internationaux, il est nécessaire d'opter pour un tourisme en adéquation avec ces actions et en concertation avec les différents intervenants :

Activer l'approbation du Schéma Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (SDAU) de la vallée du Drâa, en cours de réalisation, qui définit les orientations d'aménagement et du développement futur de la région. Suite à cette approbation, aucune action ni activité ne pourront s'effectuer, dans la région, si elles ne se soumettent pas aux règles édictées par le SDAU :

Orienter une partie de l'offre touristique vers la clientèle nationale ;

Opter pour un tourisme durable sachant que « le tourisme durable ne peut pas se concevoir uniquement en terme logique gagnant - gagnant, il génère forcément des conflits, des choix et donc des renoncements »⁽¹⁾ ;

Prendre des mesures pour favoriser le tourisme social afin d'améliorer les conditions de travail de la population qui accueille et exerce le travail saisonnier : restauration, accompagnateurs de touristes, etc. ;

Former les touristes aux bonnes pratiques et à l'adoption de comportements civiques en tant que touristes responsables ;

1) « Le tourisme peut-il être un élément de développement durable ? » in *Tourisme durable.net*, par Gilles Caire et Monique Poullet Caire.

Impliquer la population locale et ses représentants dans la gestion de la question touristique ;

Assurer la formation continue des différents intervenants (investisseurs, personnel de l'hôtellerie, accompagnateurs de touristes, organisateurs de randonnées, agences de voyage, etc.) pour les bonnes pratiques et le respect d'un éthique de l'exercice d'intervenant dans le tourisme, dans les services offerts et le respect des potentialités touristiques ;

Dynamiser les organismes locaux concernés par la question touristique, en particulier le Conseil Régional du Tourisme regroupant les différents opérateurs dans le domaine afin qu'il joue pleinement son rôle ;

Encourager la création des associations professionnelles de chaque type des intervenants dans le tourisme et les ONG concernées par la question touristique et la préservation de l'écosystème oasien ;

Favoriser des modes d'exploitation touristiques assurant la préservation et la durabilité des potentialités de la vallée qui génèrent des retombées positives ;

Adopter une charte de tourisme transsaharien préservant les oasis en tant que patrimoine international, comme cela a été stipulé par l'UNESCO en commun accord avec l'ensemble des intervenants nationaux, internationaux, agences de voyages, ONG, populations, etc. en se basant sur les deux "écochartes" existant au niveau international : la charte du tourisme durable publiée à Lanzarote aux Canaries en 1995 à l'initiative de grands organismes (OMT, UNESCO, PNUE, etc.), qui est une application directe des principes du développement durable, et le Code Mondial d'Éthique du Tourisme, adopté par l'Office Mondial du Tourisme en 1999. Tout en tenant compte des propositions déjà formulées dans plusieurs rencontres, séminaires, forum organisés au niveau international ;

Cœuvrer pour la création d'une caisse destinée au financement des opérations de la conservation et de la préservation du patrimoine oasien en déperdition, dont les fonds viennent de prélèvements effectués auprès des opérateurs dans le tourisme saharien.

Bibliographie

- Association de Développement de la vallée de Drâa (ADEDRA), Zagora, Maroc, 2004, « Trésors et merveilles de la vallée du Drâa »
- BAHANI, Abdelkadir, « Les structures agraires et les systèmes d'irrigation dans la palmeraie de Fezouata (Drâa Moyen - Maroc) », Doctorat, tome II, Université de Rouen, France en 1991
- Division des Eaux et des Forêts, 1982, « Lutte contre l'ensablement des palmeraies du Maroc, la connaissance de la dynamique éolienne d'invasion des palmeraies des oueds Drâa, Ziz et Rheris », Ouarzazate
- My Ahmed Elkarimi, 1999, « Acteurs locaux et développement au Maroc : le cas de la commune urbaine de Zagora », mémoire de Diplôme d'Etudes Approfondies
- Caire, Gilles, Pouillet Caire, Monique: « Le tourisme peut-il être un élément de développement durable ? » in site tourisme durable.net
- Inspection Régionale d'Aménagement du Territoire et de l'Environnement de la Région Sous-Massa-Drâa, MATEE,2004, « Brochure éléments introductifs : Région Sous-Massa-Drâa »
- Ministère des Finances, de la Privatisation et du Tourisme, OMT, PNUD, 2002, « Stratégie de Développement du Tourisme Rural »
- Province de Zagora, « Monographie de la Province de Zagora année 1998 » ;
- Province de Zagora, « Monographie de la Province de Zagora année 2006 » ;
- Enquêtes personnelles, réalisées en septembre 2007.

La dimension économique de la durabilité du tourisme saharien : acteurs et retombées financières.

Cas du Saghro, sud du Maroc

Hassan Ramou ⁽¹⁾

Résumé

Les approches de développement du tourisme, et du développement en général, ont été axées pour longtemps sur la rentabilité et le profit en suivant des objectifs mercantilistes. Or, la durabilité de l'activité touristique est de plus en plus orientée vers les dimensions environnementales et socioculturelles. Cependant, dans les pays en voie de développement, la composante économique demeure encore importante. La viabilité économique du tourisme est toujours recherchée, d'autant plus que les produits oasiens ou sahariens offrent à ces espaces marginalisés économiquement des alternatives encourageantes de développement et représentent une aubaine financière considérable pour les acteurs locaux.

Partant de ces considérations, la durabilité du tourisme saharien, loin des exigences écologiques et culturelles - évidentes bien entendu - est tributaire des retombées économiques générées par l'économie locale et les acteurs professionnels indigènes. L'importance de cette approche se justifie par la croissance de l'emprise des acteurs puissants externes, du type des tour- opérateurs, des agences de transport et de voyages, etc., sur le secteur du tourisme saharien, que ce soit au niveau de leur part dans les retombées financières ou de leur influence sur les acteurs locaux (guides, restaurateurs, propriétaires d'unités d'hébergement, etc.). C'est ainsi que la durabilité du tourisme, dans sa dimension économique, demeure importante et nécessite une analyse détaillée à la fois pour évaluer les retombées financières du tourisme saharien

1) Institut Royal de la culture Amazigh. Rabat. Maroc. ramou_h@hotmail.fr.

sur l'économie locale mais aussi pour identifier et mesurer l'ampleur de l'influence des acteurs externes sur les acteurs locaux et de la dépendance de ces derniers envers les premiers.

Mots clés : viabilité économique, tourisme durable, tourisme saharien, Saghro- Maroc.

1 - Introduction

Les milieux oasiens sahariens sont à l'heure actuelle des espaces marginaux. Ils souffrent d'une situation d'exclusion sociale, de la pauvreté et de la précarité des conditions socio-économiques des leurs habitants. Ce constat est le résultat d'une multitude de facteurs internes et externes liés, entre autres, au déclin du système de production oasien (commerce caravanier, nomadisme, etc.).

Situés dans des espaces situés à la marge des grands axes et pôles économiques des pays de l'Afrique du nord, les oasis profitent de leurs richesses patrimoniales et paysagères pour le développement du tourisme. De l'avis de plusieurs organismes étatiques, de la société civile et même des chercheurs, ce secteur « prometteur » est présumé résoudre les problèmes de précarité et de marginalité socio-économique des populations sahariennes. Souvent, il est supposé pouvoir être la clé magique pour réduire la pauvreté des populations locales et améliorer leurs conditions socio-économiques.

Cependant, les expériences touristiques du tourisme saharien dans les pays du Maghreb ont démontré ses limites économiques en matière de développement local. Les apports économiques sont certes importants par rapport au système de production traditionnel saharien (transhumance, agriculture oasienne, artisanat) mais pas assez pour faire sortir ces milieux de la précarité et de la pauvreté. Pis, l'accroissement des flux touristiques dans les milieux sahariens a engendré des impacts négatifs sur le plan environnemental et des chocs socioculturels dans ces espaces fragiles.

Ce constat a incité les communautés scientifiques et les décideurs dans ces pays à adopter la terminologie liée au tourisme durable. En traitant la thématique de la durabilité du tourisme, les rapports administratifs et les recherches effectuées pendant ces dernières années se sont focalisées le plus sur les questions environnementales et occasionnellement les chocs culturels. La dimension économique est très peu présente. Inspirée des études réalisées

en pays industrialisés, cette tendance scientifique axée sur l'environnemental est devenue le thème d'actualité de recherches portant sur la durabilité du tourisme dans les pays du Maghreb. Cette tendance a minimisé la dimension économique, bien que les contextes ne soient pas les mêmes. Si dans les pays industrialisés les questions écologiques revêtent plus d'importance, c'est parce que les problèmes liés au développement économique sont résolus et que ce développement est acquis : un constat qui n'est pas encore réalisé dans nos pays du sud.

Rares sont les études consacrées à la viabilité économique du tourisme saharien bien que le tourisme soit un secteur économique déterminant, et malgré l'importance des questions économiques dans les pays en voie de développement et plus particulièrement dans des espaces marginalisés comme les oasis.

Dans cet article, nous tentons d'analyser la viabilité économique comme l'un des piliers de la réflexion sur la durabilité du tourisme saharien, et ceci en traitant les axes suivant :

- Essai de définition de la terminologie du tourisme durable.
- Analyse des fondements de la durabilité économique.
- Analyse de la viabilité économique du tourisme dans le massif désertique du Saghro (sud du Maroc ⁽¹⁾) à partir d'un ensemble d'indicateurs liés aux fondements de la durabilité économique.

2. Le tourisme durable : essai de définition

En absence d'une définition universelle, le concept de **tourisme durable** reste encore flou. Dans plusieurs pays en voie de développement, le tourisme dit « durable » est conçu comme un levier de développement. Cependant, sa relation avec le « développement » dans les PED2, aujourd'hui reconnue dans les discours officiels des organisations internationales et

1) Une grande partie des données de cet article est extraite de notre thèse de doctorat intitulée « Le tourisme durable et les montagnes au Maroc, cas du Parc National du Toubkal et du Site d'Intérêt Biologique et Ecologique du Saghro ». La thèse traite de la thématique de la durabilité du tourisme en procédant à une étude des acteurs du tourisme et à l'analyse des impacts économiques, socioculturels et environnementaux de cette activité.

répétée par les gouvernements de ces pays, est doublement perverse. D'une part, parce que le concept de tourisme durable peut jouer en faveur d'une augmentation de l'influence des pays développés sur les PED. Et d'autre part, parce que l'idée globale du tourisme durable est basée sur une conception occidentalisée des impacts du tourisme.

De ce fait, les approches du tourisme durable se focalisent, le plus souvent, sur les aspects environnementaux. Les autres dimensions (économiques, sociales et culturelles, importantes pour les sociétés des pays en voie de développement) suscitent peu d'intérêt. A titre d'exemple, les tour-opérateurs des pays occidentaux font pression sur les entrepreneurs privés locaux dans les PED pour subvenir aux exigences de développement durable du tourisme, mais ne sont pas enclins à augmenter les prix de leurs forfaits pour autant.

A l'heure actuelle, la durabilité du tourisme se base sur les mêmes piliers du « développement durable » à savoir viabilité économique, équité sociale et culturelle, et protection de l'environnement. Mais une définition universellement acceptée du terme « tourisme durable » n'existe pas encore. De façon générale, la définition qui est présentée est une adaptation au tourisme de celle de la durabilité, soutenue dans le Rapport Brundtland, et qui se décline ainsi : « *Formes de tourisme qui répondent aux besoins actuels des touristes, de l'industrie touristique et de la communauté d'accueil, sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs besoins. Cela signifie que c'est un tourisme qui est économiquement viable, mais qui ne détruit pas les ressources dont dépend son futur, notamment l'environnement naturel, les valeurs et les équilibres sociaux de la communauté d'accueil.* »⁽¹⁾.

Les besoins de la communauté d'accueil, comme dans le cas des milieux sahariens maghrébins, sont en priorité purement de nature économique. Cette activité doit générer des retombées économiques et engendrer des surplus financiers pour les acteurs locaux et l'économie locale. De ce fait, si l'activité touristique a pu assurer des flux monétaires suffisants pour les locaux, la pression sur les ressources naturelles sera largement atténuée et le déséquilibre causé par le déclin du système de production traditionnel sera redressé.

1) John Swarbrooke, 2000, " Sustainable Tourism Management"

En s'inspirant de cette définition, trois dimensions ou « piliers » du tourisme durable sont généralement reconnus et considérés comme essentiels :

- **La viabilité économique** : assurer une activité économique viable sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socio-économiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté ce qui signifie générer de la prospérité à différents niveaux de la société et se soucier de la rentabilité de toute activité économique. Le plus important ici est la viabilité des entreprises et des activités et leur capacité à se maintenir à long terme.

- **L'équité sociale et culturelle** : un tourisme dit durable, n'engendre pas d'incidences sur l'identité culturelle des communautés d'accueil et ne génère pas de grands écarts socio-économiques entre les acteurs formant la filière touristique. Il permet, par contre, la découverte de l'autre et l'échange mutuel des cultures. Cela signifie le respect des droits de l'homme et l'égalité des chances pour tous dans la société. Cette égalité passe par une répartition équitable des bénéfices, avec pour priorité la lutte contre la pauvreté. L'accent est mis sur les communautés locales, le maintien et le renforcement de leurs systèmes de subsistance, la reconnaissance et le respect des différentes cultures et la disparition de toute forme d'exploitation.

- **La protection de l'environnement** : le tourisme durable est par définition une activité qui prend en compte les exigences écologiques. L'activité peut contribuer, outre la préservation de l'environnement naturel, à la valorisation des ressources naturelles exploitées. D'une manière générale, le souci environnemental dans la réflexion sur la durabilité du tourisme signifie conserver et gérer les ressources, en particulier celles qui ne sont pas renouvelables ou qui sont précieuses pour la survie de l'homme. Elle exige des mesures pour réduire la pollution de l'air, du sol et de l'eau et pour conserver la diversité biologique et le patrimoine naturel.

La définition d'un tourisme durable a parcouru un processus qui débute dans les années 90 et les essais de définition et de clarification se sont ensuite accumulés suite aux différentes rencontres et manifestations internationales :

2.1 - Le code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT, 1999 :

Le code reprend la plupart des principes de développement durable du tourisme. Il place aussi un accent particulier sur le rôle que joue le tourisme dans la compréhension mutuelle et le respect entre les peuples, et comme instrument d'accomplissement personnel et collectif. Il insiste sur la liberté de mouvement des touristes. Il définit aussi les droits des travailleurs et des entrepreneurs du secteur du tourisme. Ce code a été approuvé par l'Assemblée générale des Nations Unies en 2001.

2.2 - Déclaration du Québec sur l'écotourisme, 2002 :

Il s'agit de la déclaration du Sommet mondial de l'écotourisme qui a été le point culminant de l'Année internationale de l'écotourisme (2002) des Nations Unies. Elle expose les recommandations des participants du sommet aux gouvernements, aux professionnels du tourisme et autres acteurs, sur les diverses mesures à prendre pour favoriser le développement de l'écotourisme et rendre toutes les formes de tourisme plus durables. Un accent particulier a été accordé à la dimension environnementale.

2.3- Le Sommet mondial sur le développement durable, Johannesburg, 2002 :

Dans son Plan d'action, le SMDD préconise la promotion du tourisme durable comme l'une des stratégies de protection et de gestion des ressources naturelles et de la conservation de la biodiversité.

2.4 - Vers un tourisme durable, guide à l'usage des décideurs, OMT, 2006 :

Ce guide est le dernier document consacré à la définition du tourisme durable. Le guide a défini un ensemble d'implications en terme de politiques pour assurer la durabilité du tourisme. Ces implications sont résumées en douze objectifs d'un programme en faveur d'un tourisme durable :

- **La viabilité économique** : assurer la viabilité et la compétitivité des destinations et entreprises touristiques afin qu'elles puissent continuer à prospérer et générer des bénéfices à long terme.
- **La prospérité au niveau local** : maximiser la contribution du tourisme à la prospérité économique de la destination hôte,

notamment la proportion des dépenses touristiques réalisées dont bénéficie la communauté locale.

- **La qualité de l'emploi** : renforcer le nombre et la qualité d'emplois locaux créés et supportés par le tourisme, notamment les niveaux de salaire, les conditions de travail et l'égalité des chances devant l'emploi, sans discrimination de sexe, de race, de handicap ou autre.

- **L'équité sociale** : rechercher une répartition large et juste des bénéfices économiques et sociaux du tourisme dans l'ensemble de la communauté bénéficiaire, notamment en améliorant les opportunités d'emploi, les revenus et les services proposés aux plus pauvres.

- **La satisfaction des visiteurs** : offrir à tous les visiteurs des activités sûres, enrichissantes et appréciées, sans discrimination fondée sur le sexe, la race, le handicap ou autre.

- **Le contrôle local** : faire participer les communautés locales, en leur en donnant les moyens, à la planification et au processus décisionnel concernant la gestion et l'évolution future du tourisme dans leur région, en consultation avec les autres acteurs.

- **Le bien-être des communautés** : maintenir et améliorer la qualité de vie des communautés locales, notamment les structures sociales et l'accès aux ressources, aux services collectifs et aux systèmes d'assistance à la vie, en évitant toute forme de dégradation ou d'exploitation sociale.

- **Richesse culturelle** : respecter et renforcer le patrimoine historique, la culture authentique, les traditions et les particularités des communautés d'accueil.

- **Intégrité physique** : maintenir et améliorer la qualité des paysages, urbains et ruraux, et éviter toute dégradation physique et visuelle de l'environnement.

- **Diversité biologique** : soutenir la conservation des aires naturelles, des habitats, de la faune et de la flore sauvages, et limiter le plus possible les dommages qu'ils peuvent subir.

- **Utilisation rationnelle des ressources** : limiter au maximum l'utilisation des ressources rares et non renouvelables dans le développement et l'exploitation des infrastructures et services touristiques.

- **Pureté de l'environnement** : limiter au maximum la pollution de l'air, de l'eau et du sol et la production de déchets par les entreprises touristiques et les visiteurs.

En procédant à une lecture critique de ces documents, on constate qu'une importante attention a été accordée aux questions environnementales par rapport aux soucis économiques. Ceci justifie cette conception occidentaliste de la « durabilité du tourisme ». La vision des pays en voie de développement, soucieux de réaliser un développement économique, est très peu présente. Ces documents permettent aussi de ressortir les principaux fondements de la viabilité économique, l'un des piliers de la réflexion sur le tourisme durable.

3 - Les fondements de la durabilité économique du tourisme

Partant des considérations de l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T) et de ce qui précède, les implications d'un tourisme durable au niveau économique concernent plusieurs points :

3.1 - La pluriactivité économique

Certains gouvernements ont facilité l'implantation de « ressorts » et de certains produits touristiques ayant pour but un développement spécialisé de l'activité. Dans certains cas, le secteur touristique devient un secteur prioritaire et par la suite unique dans l'économie nationale d'un pays, d'une province ou d'une localité. Or, ces choix économiques ne sont pas compatibles avec les implications d'un développement durable.

En effet, une économie locale diversifiée aide à éviter les effets négatifs d'un développement qui dépend trop fortement du tourisme, et offre des possibilités d'emploi multi-activités. De plus, lorsque le développement local des destinations ayant une base économique limitée, telles que des îles ou les oasis, est fortement basé sur le tourisme, cela risque d'entraîner une « mono-économie » fragile et trop dépendante sans entraîner les effets de développement indirect souhaités sur d'autres aspects de l'économie locale, tels que l'agriculture et l'artisanat.

Dans le cas du tourisme saharien, le gros bénéfice que peut apporter le tourisme est l'appui des secteurs traditionnels (valorisation de l'artisanat, appui de l'agriculture et de l'élevage, dynamisation du commerce local).

Pour garantir la prospérité au niveau local, il faut veiller à ce que le tourisme soit bien intégré dans l'économie et se développe parallèlement à d'autres secteurs. Il est également important d'éviter toute dépendance excessive à l'égard du tourisme, tout en faisant le nécessaire pour qu'il soit une source de revenus régulière et fiable.

Il s'agit ici de sécuriser une croissance du tourisme stable, mais aussi de mettre en place des mécanismes pour développer les liens avec l'économie locale. Parce que les touristes et les entreprises qui répondent à leurs besoins font de très nombreux achats auprès de divers fournisseurs (voyagistes, producteurs de produits alimentaires, services de transport, guides, etc.), il y a souvent de nombreuses occasions d'accroître la proportion de recettes perçues localement.

3.2 - La continuité dans le temps :

Le choix mentionné ci-dessus est particulièrement sensible aux fluctuations de la fréquentation touristique (nombre d'arrivées) et dépend largement de changements dans la demande touristique. Par conséquent, l'économie nationale ou locale est en majeure partie subordonnée et liée à des marchés extérieurs fluctuants et aux événements politiques et sécuritaires nationaux et internationaux. En tant qu'industrie planétaire, le tourisme est exposé aux risques de troubles sociaux, de catastrophes naturelles, à la criminalité et aux risques de santé publique. Il peut ainsi rapidement mettre fin à la demande. Ces menaces se renforcent, de plus en plus, avec la croissance des événements terroristes dans des pays islamiques, comme ceux du Maghreb. A ces fluctuations interannuelles, s'ajoute une forte saisonnalité de l'activité touristique (haute saison et basse saison). Un tourisme durable est en principe un tourisme qui assure une régularité temporelle de la fréquentation touristique et, par conséquent, la régularité des recettes monétaires.

Ces effets de saisonnalité conduisent souvent vers une sous-utilisation des équipements ou au contraire vers une surcharge touristique. Dans les deux cas, la viabilité économique n'est pas assurée, soit en raison de la

faiblesse de la rentabilité des équipements ou en raison de la dégradation de la qualité résultant de l'importance excessive de la fréquentation touristique.

3.3 - Une meilleure distribution des recettes monétaires du tourisme

Dans nombre de pays en voie de développement, les investisseurs perçoivent le tourisme comme étant plus rentable que les secteurs traditionnels, notamment en termes de plus-value immobilière. C'est pourquoi ce secteur est souvent développé par des capitaux étrangers. Dans certains pays, on a une certaine tendance à inciter les sociétés touristiques et les tour-opérateurs à développer leurs investissements dans le secteur touristique, souvent aux dépens des petites entreprises et des acteurs locaux. Aussi, une centralisation, quelquefois excessive du pouvoir de décision dans ces pays, a laissé une marge limitée de manœuvre, de parole et de participation de la population et des acteurs locaux. Une autre donnée de ce contexte est l'augmentation de l'influence des sociétés multinationales, qui ont tendance à contrôler les marchés et les flux touristiques, à déterminer les prix des prestations et qui exercent des pressions auprès des organismes publics et influencent ainsi l'offre locale.

Dans ce constat, les acteurs externes (sociétés touristiques et agences de voyage étrangères) monopolisent les retombées économiques, minimisent la part des acteurs locaux en imposant des prix plus bas et renforcent les fuites financières vers d'autres économies externes. Il faut aussi souligner que les infrastructures touristiques dans les milieux ruraux oasiens (hôtels, restaurants, etc.) sont suffisamment rentables pour supporter les niveaux de salaires versés à ces expatriés exogènes, qu'ils soient européens ou citoyens. Cependant, l'apport étranger en capitaux et personnel de direction peut être source de transfert de technologie et pousser tout le secteur vers une concurrence plus forte.

3.4 - Des fuites financières importantes :

A ce rôle grandissant des dirigeants externes, s'ajoutent les fuites des retombées économiques de l'économie locale ou de l'économie nationale vers des économies externes. Une situation qui rend la part des retombées économiques générées localement minime.

Les fuites peuvent prendre plusieurs formes : rapatriement des profits par les investisseurs ou propriétaires non locaux ; achats effectués par les touristes hors de la destination (c'est-à-dire auprès de voyagistes internationaux) ; achats par les touristes et les entreprises de biens importés. Des fuites de second ordre peuvent se produire si les revenus gagnés au sein d'une communauté sont dépensés à l'extérieur de cette communauté.

Souvent le "facteur de fuite" est fonction du niveau de développement d'un pays ou d'une zone, de sa diversification économique et du degré d'ouverture de ses accords commerciaux. Différents facteurs provoquent la fuite, et ils varient d'un pays à l'autre et d'une région à l'autre. Dans les économies diversifiées où les installations touristiques sont construites, équipées et approvisionnées en grande partie par des ressources locales, la fuite sera plus faible et les recettes nettes générées localement sont importantes. Dans les PED ou dans les milieux ruraux marginaux, les importations (externe ou du milieu urbain) peuvent ramener les recettes nettes en devises à 45 %. Des données préliminaires sur le Kenya laissent penser que la fuite n'est que de l'ordre de 23 à 25 %.

3.5 - La maximisation des retombées économiques :

Les dépenses des visiteurs en dehors des unités d'hébergement peuvent représenter de la moitié à près du double des dépenses effectuées à l'intérieur des hôtels. Ces dépenses peuvent avoir un effet de catalyseur sur la production et l'emploi dans tous les secteurs de l'économie. Au départ, le tourisme crée des emplois dans le secteur du bâtiment, après quoi les investissements d'aménagement génèrent une demande locale en mobilier et même en biens d'équipement. Le tourisme nécessite aussi le transport, les télécommunications et les services financiers, de même qu'il établit des passerelles surtout vers l'agriculture, l'artisanat, l'agroalimentaire et l'industrie légère⁽¹⁾. Un tourisme dit durable doit renforcer la prospérité locale qui peut être améliorée par des politiques axées sur la demande qui s'efforcent :

1) Iain T. Christie et Doreen Elizabeth Crompton comme résumé de leur rapport intitulé "Tourism in Africa", Africa Working Paper Series, n° 12, World Bank, February 2001.

- D'allonger la durée des séjours, d'augmenter les occasions de dépense et d'améliorer l'information des touristes à ce sujet. Cela peut se faire par la promotion des marchés de plus long séjour et en encourageant les visiteurs à rester plus longtemps lors de leur séjour ou d'un séjour ultérieur. Cela peut passer par la multiplication des attractions, événements, activités et boutiques susceptibles d'intéresser les touristes.

- De promouvoir l'achat de produits locaux : cela signifie renforcer l'ensemble du commerce de détail, ainsi que la qualité, les prix, la distribution et la présentation.
- D'attirer des marchés à plus haut niveau de dépenses. Certains segments de marché sont plus enclins à dépenser de l'argent dans les endroits visités.
- Allonger la durée d'ouverture des attractions peut également se révéler efficace.
- La mise en place de services d'information au niveau local permettra de faire connaître aux visiteurs les endroits à visiter et les choses à faire, ce qui augmentera les niveaux de dépenses.

En reprenant l'ensemble des éléments présents dans la dimension économique, penser le tourisme dans une perspective de développement durable signifie des formes de tourisme qui **optimisent les bénéfices économiques, tout en minimisant ses coûts, et assurent que ces bénéfices soient redistribués et qu'ils circulent entre les acteurs locaux, en réduisant les possibilités de leur fuite de l'économie locale.**

On peut dire donc que le meilleur apport du tourisme n'est pas forcément celui qui génère les plus gros chiffres d'affaires mais plutôt celui qui entraîne le plus de retombées bénéfiques sur le milieu local⁽¹⁾. Et adoptant ces fondements, il serait facile de procéder à une évaluation de la durabilité économique du tourisme dans une zone donnée et de passer de la réflexion sur la durabilité (comme théorie) à la pratique. Nos recherches géographiques ont porté sur la zone désertique du Saghro : massif désertique connaissant une émergence de l'activité touristique dans le Sud marocain.

1) J. Herbin, 1995.

4 - L'analyse des retombées économiques du tourisme saharien dans le Saghro

Le massif du Saghro est situé au sud de la chaîne du Haut Atlas. Il connaît depuis quelques années une activité touristique axée sur la randonnée pédestre et muletière. Un ensemble d'acteurs en bénéficie, qui se répartit entre les agences de voyage (toutes installées à l'extérieur de cette zone), des guides de montagne, des muletiers et des chameliers, des propriétaires de gîtes.

Des enquêtes qualitatives et quantitatives ont été réalisées avec chaque acteur pour évaluer les retombées économiques du tourisme saharien dans ce massif. L'interprétation des résultats de ces enquêtes permet d'évaluer la durabilité du tourisme selon les fondements précités

4.1 - La quantification des retombées économiques

Notre analyse est basée sur la connaissance du budget d'une randonnée et la répartition des dépenses entre les divers services fournis lors d'un voyage. Cette estimation concerne des exemples de voyage organisés dans le Saghro en adoptant les normes et les formalités standard de l'organisation du voyage telles qu'elles sont reconnues par la majorité des agences marocaines.

Cette "*randonnée modèle*" concerne un groupe de touriste de 6 personnes durant un voyage de 8 jours. Durant cette randonnée, 2 nuits sont prévues à Marrakech dans un hôtel 2 ou 3 étoiles, 2 nuitées sont prévues au gîte et le reste des nuitées se fait en bivouac. Lors de ce voyage, 3 muletiers sont recrutés outre le guide accompagnateur. Il faut signaler que ces estimations ne prennent pas en compte les frais du transport aérien et la marge de profit du tour opérateur.

Cette répartition s'établit comme suit :

Tableau 1 : La répartition des dépenses d'une randonnée.

Service	Hébergement	Nourriture	Transport	Guide	Muleniers	Gîte	Dépenses X 6 personnes	Prix du voyage X 6	Profit de l'agence	%
Sagbro	2400	1800	2000	1500	1350	1200	10250	24000	18750	57.2
%	10	7.5	8.3	6.25	5.625	5				
	Milieu urbain (83.2 %)			Zone touristique saharienne (16.8 %)						

Source : H. Ramou, enquête personnelle, 2002 - 2004

Dont :

- L'hébergement à Marrakech est de 200 Dh/personne, (valeur surestimée si on considère que le groupe est formé de 3 couples, ce qui signifie qu'il faut seulement 3 chambres au lieu de 6).
- Le salaire du guide est de 250 Dh / jour et de 75 Dh / jour pour le muletier.
- Les frais de nourriture sont estimés à 50 Dh/jour /personne (pour 6 jours en montagne). Les dépenses dans le gîte respectent les tarifs légaux : 50 Dh pour la nuitée, 15 Dh petit déjeuner, 40 Dh pour le repas et 5 Dh pour la douche.
- Le prix du voyage estimé par client pour le Toubkal est de 3.000 Dh et pour le Saghro 4.000 Dh seulement. Ceci représente un prix moins cher et constitue une offre très concurrentielle.

En adoptant ces prix, qui sont pour beaucoup d'agences au-dessous de la moyenne, la part de l'agence reste toujours très importante et dépasse 50 % du prix total.

Il est à noter que, dans ce modèle, nous avons choisi un nombre de touriste *idéal* qui est conforme à l'organisation (transport, un guide pour 6 clients). Or, le transport influe lourdement sur le budget ⁽¹⁾.

1) Si l'on suppose que le groupe de touristes est de 7 personnes, ceci impose à l'agence de payer un minibus ou un deuxième véhicule 4x4 (des charges supplémentaires) ce qui influe négativement sur la part de profit de l'agence.

4.2- Une distribution des recettes monétaires du tourisme au bénéfice des acteurs externes

L'analyse des données quantitatives des enquêtes réalisées avec les acteurs du tourisme montre que la part de profit n'est pas égale entre les différents acteurs surtout entre ceux qui sont extérieurs à la zone désertique et les acteurs indigènes.

4.2.1 - La part de l'agence est la plus importante

La part de l'agence est de 57.2 % ce qui est très important. Ceci signifie que l'agence est l'acteur qui profite le plus, sur le plan économique, du tourisme dans le milieu saharien du Saghro. Même après avoir retranché les dépenses et les taxes payées par l'agence, la marge de profit déclarée par le propriétaire de l'agence de voyage est de 5 %

En ce qui concerne les voyages sous-traités pour les TO, la part de l'agence de voyage, selon la loi, est de 35 % en s'engageant dans l'organisation du voyage. Cette formule n'est pas toujours respectée. La procédure suivie par certaines agences est de définir un pourcentage de bénéfice à l'agence pour chaque service présenté. Souvent, on garde comme bénéfice pour l'agence les sommes suivantes :

- 10 % du coût du service de l'hôtel à Marrakech,
- 14 % du coût du transport,
- Entre 15 et 30 % pour les services du muletier, du guide et du gîte (services offerts en montagne).

En l'absence de la connaissance du nombre exact de voyages organisés par les agences de voyage et leurs prix de vente, on ne peut pas avancer une évaluation quantitative précise sur les bénéfices des agents de voyages. Cependant, il est évident que la rentabilité économique de ce tourisme pour cet acteur est pleinement assurée.

4.2.2 - La part du guide est minime mais est augmentée par des revenus annexes

Selon notre estimation, le guide reçoit 6,25 % du prix des randonnées. Mais cette moyenne est loin de refléter la réalité. L'estimation des gains réels des guides doit se baser sur le nombre de voyages organisés par le guide en faveur d'une agence de voyage ou à titre indépendant. Ce calcul est basé sur

les salaires reconnus par les guides et les agences de voyage. Cette estimation se formule comme suit :

- **Profit total** = Salaire au sein d'une agence + profit de l'organisation à titre personnel,
- **Salaire** = nombre de voyages organisés en faveur d'une agence x nombre de jours x 200 Dh
- **Profit de l'organisation à titre personnel** = nombre de voyages organisés x nombre de jours x nombre de touristes par voyage x 300 Dh).

Dont :

- 200 Dh est le tarif officiel payé par les agences de voyage (une moyenne),
- 300 Dh est le prix fixé par la majorité des guides pour l'organisation du voyage pour des touristes individuels,
- Le nombre moyen de jours / voyage est de l'ordre de 6 et,
- La taille moyenne du groupe est de 6 personnes ⁽¹⁾.

En partant de ces estimations, plusieurs remarques peuvent être mises en exergue :

Le revenu annuel moyen d'un guide de montagne peut atteindre 47.400 Dh, soit un salaire mensuel moyen de l'ordre de 3.950 Dh. Le guide, selon les différentes enquêtes, est l'acteur local le mieux rémunéré de l'activité touristique.

Le revenu moyen d'un guide est en grande partie constitué des recettes des voyages organisés à titre personnel. Ces recettes constituent en moyenne 60 % du revenu et peuvent atteindre jusqu'à 95 % pour les guides indépendants, notamment ceux qui organisent des voyages dans les montagnes.

1) Lors d'un voyage organisé par un guide, le salaire est de 300 Dh par jour par personne. Dans le Toubkal, cette somme comprend le service d'accompagnement, de restauration, la nuitée en gîte et le transport de Marrakech à Imlil. Pour d'autres destinations, c'est la même somme et les mêmes services sauf le transport qui est à la charge du client.

Le revenu annuel du guide est composé aussi des **pourboires** des touristes qui peuvent représenter jusqu'à deux fois son salaire, et parfois de **revenus annexes illégaux**. Ces revenus sont prélevés sur les salaires des muletiers, du cuisinier voire même sur le budget destiné à l'hébergement et à la nourriture des clients ; mais aussi de commissions des bazaristes connues dans le milieu touristique par « *Jaàba* ». Ces commissions sur les ventes dans les bazars sont en général très faibles. Dans le cas de Toubkal, les guides disposant de gîtes, peuvent accroître leur profit par le biais de l'**hébergement touristique** ce qui augmente encore leurs profits économiques.

Il ressort de ces formes de répartition que les guides, sous la pression des conditions de travail dans les agences de voyage, optent pour des pratiques parfois illégales. Dans la mesure où les pourboires, les prélèvements sur les salaires des autres acteurs et les commissions des bazaristes sont plus importants que le salaire de base du guide, il apparaît difficile de parler d'une viabilité économique de l'activité touristique pour un accompagnateur.

4.2.3 - Le propriétaire de gîte fournit une multitude de services pour des recettes minimes

L'évaluation des profits économiques pour les propriétaires des gîtes est plus compliquée à estimer. Cette difficulté est due d'abord à l'absence de données crédibles sur la fréquentation touristique et ensuite à la multiplicité des services présentés par ces acteurs (Hébergement, restauration, paiement de la douche, services fournis en tant que chef muletier ou muletier, vente de boissons et autres produits alimentaires).

Pour l'approche de ces revenus, nous avons retenu quelques exemples⁽¹⁾ qui nous semblent crédibles. Il s'agit de deux gîtes dans le Toubkal et trois gîtes dans le Saghro. Notre estimation prend en compte les considérations suivantes :

- Les revenus issus de l'hébergement sont calculés sur la base du nombre de touristes enregistrés dans les fiches des gîtes et ayant

1) Nous nous sommes basé sur 3 gîtes dans le Saghro. Les chiffres sont soit des déclarations du propriétaire de gîte ou issus de registres qui semblent être proche à la réalité.

passé une seule nuitée. Le tarif d'hébergement est de 30 à 40 Dh / jour / personne.

- La douche est payée à 10 Dh bien que le tarif soit 5 Dh.
- Les revenus issus du service de la restauration comprennent le paiement d'un repas (déjeuner / dîner) dont le tarif varie de 35 à 50 Dh / personne et du petit déjeuner à 15 Dh / personne conformément aux tarifs fixés par l'Etat.

Nos estimations portant sur les trois gîtes permet de ressortir une moyenne de l'ordre de 7000 Dh / Saghro. Ces revenus sont constitués de plusieurs services.

Il ressort que l'hébergement ne constitue que 1/3 du revenu bien que ce soit l'activité principale. Mais ce service permet de commercialiser d'autres services et produits : restauration, animation, douche, articles d'artisanat, boissons, etc. Selon notre modèle de calcul, les revenus issus de la restauration semblent être plus importants que ceux issus de l'hébergement. Ils représentent 55 % du revenu général. A ces revenus s'ajoute le paiement de la douche. Or, dans la majorité des gîtes dans le Saghro, le tarif fixé est de 10 Dh voire 15 Dh pour la douche chaude et 5 Dh pour la douche froide. Bien qu'ils ne représentent que 10 % dans notre calcul, ces revenus sont en réalité plus importants, surtout que le massif désertique génère une forte demande sur la douche.

Vu la faiblesse des revenus, les propriétaires de gîte sont contraints d'exercer d'autres activités. Souvent ils travaillent comme muletier ou chef muletier. La viabilité économique de cette activité, pour ces individus n'est pas évidente. Elle ne représente qu'une activité secondaire. Il faut souligner que le coût de deux nuitées dans les villes points de départ des randonnées représente jusqu'à deux fois le coût de toutes les nuitées dans le massif désertique de Saghro.

4.2.4 - Des miettes pour les muletiers face à une corvée forcée.

Les enquêtes avec les muletiers se sont focalisées sur leurs ressources financières : le nombre de jour de travail, le salaire journalier, les dépenses, etc. Les réponses imprécises ne permettent d'avancer que des estimations .Le nombre de jours de travail ne dépasse pas 30 jours ce qui signifie que ce que

gagne un muletier ne dépasse pas 2.500 Dh/an. Selon notre estimation, la part du muletier représente 5 % seulement du prix total de la prestation, sachant que leur tâche est la plus pénible.

Aux salaires, s'ajoutent d'autres **revenus annexes**. Les pourboires constituent pour les muletiers une part très importante de leurs revenus. Dans certains cas, les pourboires dépassent largement le salaire de base. En outre, les chefs muletiers ou le muletier chargé de la cuisine peut revendre les produits alimentaires restants du voyage ou les apporter à son domicile. Dans la majorité des cas, les muletiers investissent dans l'achat de boissons, d'eau minérale, de cigarettes ou de chocolats pour les vendre au cours du voyage aux touristes.

Il faut signaler que le travail de muletier n'est considéré en aucun cas comme une profession ou une activité principale. La majorité des muletiers sont des agriculteurs ou des éleveurs. La haute saison touristique leur permet d'avoir des surplus financiers, certes minimes, mais importants à leurs yeux. Leur importance réside dans leur perception de ce travail. *« Ces revenus sont de l'argent gagné facilement sans grand effort et ne demande pas un niveau de formation. Il s'agit d'accompagner le groupe et porter les bagages à dos de mulet ce qui est moins pénible par rapport aux travaux rudes de l'agriculture ».*

A notre avis, quelle que soit l'importance des salaires obtenus par les muletiers, ils restent toujours en dessous de l'effort et des corvées qu'ils assument avec leur animal. Les tâches attribuées au muletier sont nombreuses et diverses, et le tarif fixé par l'Etat ne reflète pas la pénibilité de ces services. Si la marche dans la montagne constitue une corvée pour les randonneurs qui n'attendent qu'arriver au bivouac pour se reposer, le muletier est appelé dès son arrivée à décharger les mulets, nettoyer le lieu de bivouac, dresser les tentes, chercher de l'eau, etc.

Il ressort de l'analyse qui précède que les acteurs du tourisme profitent de ce secteur mais à des degrés très différents. Situés en amont de la filière et se situant à la source de la clientèle, les acteurs externes (agences de voyages) profitent le plus au dépend des acteurs locaux.

4.3 - La pluriactivité économique :

A l'heure actuelle, les populations des milieux sahariens (oasiens) sont en majorité des agriculteurs. L'agriculture revêt encore un poids considérable dans l'économie des oasis.

La part des populations qui travaille dans le tourisme reste très faible. La tableau suivant illustre la part des populations œuvrant dans le tourisme dans les provinces oasiennes du sud du Maroc.

Tableau 2 : Pourcentage de la population active travaillant dans le tourisme

Province (milieu oasien)	% de la population active dans le tourisme
Errachidia	1
Zagora	2
Skoura	2
Tinghir	2
Boumalne Dadès	3
Kalaât Mgouna	4
Erfoud	4
Taznakht	4
Agdz	6
Ouarzazate	6
Tafraout	11

Source : direction de la statistique, 2006

Les populations sont en majorité des agriculteurs-éleveurs et des artisans mais qui travaillent en haute saison dans le tourisme. Jusqu'à nos

jours, on peut affirmer que l'économie de toutes les oasis n'est pas dépendante uniquement de l'activité touristique. Il est à souligner que la dépendance de l'économie locale du tourisme est détectée surtout à une échelle plus grande, au niveau des villages ou de certains quartiers du village. Cette dépendance du tourisme est détectée aussi lorsque l'on se rend compte que les retombées économiques générées par ce secteur sont plus importantes que celles générées par l'agriculture ou l'élevage. Ainsi, on confirme que la base économique des oasis est une agriculture subventionnée par les recettes financières du tourisme

5 - Plusieurs indices montrent la non durabilité économique du tourisme de montagne dans son état actuel.

Bien que l'activité touristique semble être un secteur rémunérateur et bénéfique pour certains acteurs, plusieurs éléments indispensables à la dimension économique font défaut aux principes de la durabilité. Ces éléments sont liés essentiellement à la saisonnalité de l'activité, à la mauvaise répartition des retombées économiques et à la multiplication des formes de fuites financières sortant de l'économie locale des montagnes.

Dans la perception des acteurs locaux, les organisateurs (TO ou agences de voyage), par leurs méthodes d'organisation et de gestion des voyages, ne permettent pas aux locaux de tirer un profit raisonnable de l'aubaine du tourisme. Le paradoxe à souligner réside dans le fait que l'attraction de ces zones dépend en grande partie du potentiel culturel mis en place par les locaux, potentiel dont ils ne peuvent profiter alors que les acteurs externes en bénéficient largement.

Cette inégalité de la répartition entre les acteurs du tourisme n'est conforme ni aux exigences d'un tourisme dit « durable » selon les recommandations de l'O.M.T., ni aux principes d'un développement local. Ceci permet de conclure que les retombées économiques du tourisme échappent à l'économie locale au profit d'économies externes, principalement vers les villes mais aussi à l'extérieur du territoire national.

5.1 - La saisonnalité et les fluctuations de la fréquentation touristique influent négativement sur la viabilité économique de l'activité.

La saisonnalité est une caractéristique identitaire et originale du tourisme. Ce phénomène se traduit par une variation saisonnière et des

fluctuations à une échelle interannuelle. Cette forte variation n'est pas souhaitée dans le cadre du développement durable du tourisme, car elle se traduit soit par un surpeuplement ponctuel d'une destination ou d'un site, soit par une sous-utilisation des infrastructures, qui remet en cause l'efficacité et la viabilité économique des équipements et peut conduire à une forte concurrence entre les professionnels sur la clientèle. Les causes de ce phénomène sont connues et diffèrent selon les niveaux de fluctuation :

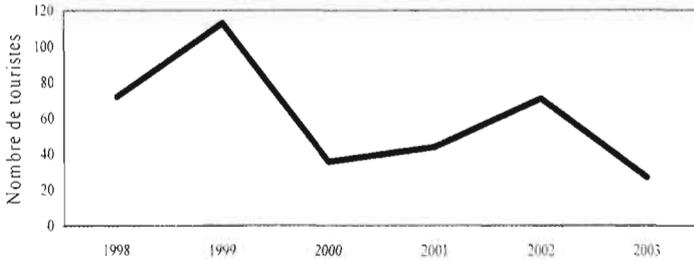
5.1.1 - Les fluctuations interannuelles

Les causes responsables de la baisse de la fréquentation touristique résident dans les changements qu'a connu le marché mondial du tourisme qui est, à son tour, dépendant de la conjoncture mondiale économique et sécuritaire. De plus en plus, ces fluctuations dans le cas du Maroc, pays islamique ⁽¹⁾, sont liées aux événements sécuritaires que connaît la scène nationale ou internationale. La guerre du Golfe au début des années quatre-vingt-dix, les attaques du 11 septembre 2001, les événements du 16 mai à Casablanca et la deuxième guerre en Iraq ont pesé lourdement sur le secteur touristique marocain dans son ensemble.

Le graphe suivant permet de visualiser l'évolution interannuelle de la fréquentation dans un gîte destiné aux touristes étrangers. Il offre un très bon exemple de la dépendance de la fréquentation aux événements politiques nationaux et internationaux, notamment les attaques du 11 septembre 2001, la deuxième guerre contre l'Irak et les attaques terroristes de Casablanca du 16 mai 2003.

1) Parfois la question de la crédibilité économique et l'avenir du secteur touristique dans un pays islamique ou arabe se pose sérieusement avec la multiplication des attaques terroristes islamistes.

Figure 1: L'évolution annuelle de la fréquentation dans le gîte de Tagdilte/Saghro.



Source : H. Ramou, enquête personnelle, 2002 – 2004

En 2000, la fréquentation touristique commence à chuter suite aux attaques du 11 septembre. Certes, la baisse significative n'est enregistrée qu'après les événements du 16 mai 2003 ⁽¹⁾. Les impacts de ces événements touchent aussi la répartition des touristes par nationalité.

- En terme de quantité, le nombre de touristes a chuté considérablement. Le taux de régression du nombre de touristes entre l'an 2002 et 2003 a dépassé 200 %. Le taux de régression total du nombre de touristes entre l'année 2002 et 2003 a atteint 220 %.
- En terme de qualité la répartition des touristes par nationalité est chargée de signification.

Ces variations se répercutent directement sur les revenus des acteurs du tourisme. Ce sont surtout les acteurs locaux qui en souffrent le plus. Lors de la crise du 11 septembre, l'Etat a lancé le programme *Konouz Biladi* en faveur des touristes nationaux ; une démarche qui n'est bénéfique que pour les établissements hôteliers et les agences de voyage et de transport. Les acteurs locaux (propriétaires de gîte, muletiers, guides, restaurateurs) sont à la marge de cette initiative.

1) Les données du registre datent d'avril 1999 jusqu'à septembre 2003.

5.1.2 - Les fluctuations annuelles,

Les causes de ces fluctuations sont liées à la dépendance de l'activité aux vacances européennes (d'été, de Noël, etc.). Les fluctuations se traduisent par une forte fréquentation en périodes creuses (en hiver et au printemps). En basse saison, la fréquentation tend à baisser en été. Cette forte variation est due à la mono-activité touristique limitée à la randonnée et au calendrier des vacances en Europe (Pâques, Noël, etc.). Une grande partie des voyages dans le Sud marocain concerne le produit de la randonnée pédestre, muletière, chamelière et les raids 4x4.

La fréquentation touristique saisonnière dans le massif désertique s'étend du mois d'octobre jusqu'en mai. Elle est répartie en trois périodes discontinues.

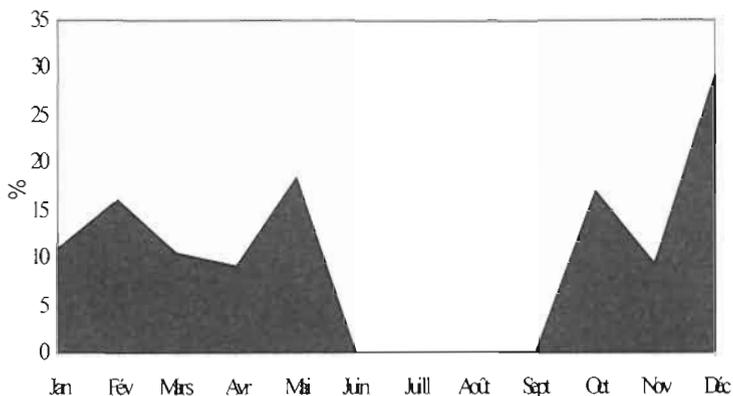
- **Mois de février** : le climat du massif est agréable et permet de réaliser des randonnées pédestres. C'est une période hivernale où la température est clémente et offre aux touristes venus de l'hiver froid européen la possibilité de mener des randonnées sous l'éclat d'un ciel bleu.

- **Mois de décembre et début janvier** : l'importance de la fréquentation touristique au cours de cette période s'explique par l'arrivée des touristes européens pendant les vacances de Noël.

- **Mois d'avril et de mai** : cette période coïncide avec les vacances de Pâques en Europe.

Les mois d'été enregistrent une quasi-absence des touristes dans le Saghro. Les températures élevées et le manque de points d'eau handicapent la pratique de la randonnée, principale activité dans le massif.

Figure 2 : L'évolution saisonnière de la fréquentation dans le gîte d'Agdil/Saghro.



Source : H. Ramou, enquête personnelle, 2002 - 2004

Pour faire face à ces fluctuations, notamment en basse saison, les acteurs locaux sont enclins à baisser le prix des services qu'ils offrent. Les agences, à leur tour, proposent des voyages à des prix moins chers. Cette baisse est supposée être à la charge de l'agence. Or, les agents de voyage essaient de minimiser les dépenses au dépend de la qualité des services proposés et surtout en baissant les salaires de l'équipe d'accompagnement (guide, muletiers et cuisinier). Ces derniers, pour assurer du travail pendant la période de crise, doivent accepter des salaires inférieurs à ceux qu'ils gagnent d'habitude.

En prenant en compte la faiblesse des revenus générés par les acteurs locaux du tourisme suite à cette régression, cette situation incite à réfléchir sur la viabilité économique de cette activité.

5.2 - L'importance des fuites financières vers l'économie urbaine

Lors de l'analyse de la répartition des dépenses par acteur, nous avons constaté que la part des agences de voyage dépasse 50 %. Cela signifie qu'une grande partie du budget des voyages est injectée dans l'économie urbaine des grandes villes (Marrakech, Ouarzazate, Agadir, Casablanca) au lieu d'être au profit de l'économie locale du milieu saharien.

Il faut rappeler aussi qu'une partie considérable de la part de l'agence sera distribuée dans l'économie urbaine et nationale. Certes, l'agence de voyage effectue d'autres dépenses dans le milieu urbain et qui sont très importantes :

- Les impôts : l'IGR qui varie de 25 à 50 %, le paiement de la CNSS (25 %), la TVA (20 % sur la commission), la patente (2 mois du local), l'Impôt des Sociétés estimé à 35 %, etc. Le nombre de ces impôts est évalué à 11 taxes.
- La location du local, siège de l'agence (à titre d'exemple 3500 Dh/mois).
- L'achat ou le renouvellement de l'équipement (bivouac).
- L'assurance (qui est de l'ordre de 4000 Dh/an).
- Le salaire du personnel responsable de la bureautique (au moins 5 selon la loi).

En plus de ces fuites effectuées par l'agence, s'ajoute le transport routier qui représente jusqu'à 10 % selon les destinations et le paiement de l'hôtel à la ville de réception des touristes (l'aéroport). La part de cet hébergement touristique représente aussi 10 % du budget du voyage.

L'achat de la nourriture à consommer au cours de la randonnée s'effectue aux grands pôles urbains (Marrakech) alors que les oasis du milieu saharien comptent essentiellement sur l'activité touristique pour valoriser et drainer une partie des produits agricoles mais aussi de promouvoir les produits du terroir qui font la célébrité de ces milieux oasiens. Lors d'un voyage de longue durée (plus de 10 jours), il y a de fortes possibilités que le groupe de touristes ou le guide effectuent des achats en milieu montagnard (notamment du pain, légumes, fruits, viandes ou œufs). Toutefois, ces achats sont minimes et peu significatifs. Généralement, les guides (qui sont

responsables du déroulement du voyage) préfèrent effectuer l'achat de la nourriture dans les villes au lieu des oasis ce qui est plus rassurant ; ils craignent se trouver dans le milieu oasien sans approvisionnement. Ceci est contradictoire avec la demande croissante des touristes sur les produits de terroir et conduit à une dégradation de l'offre touristique des oasis en ce qui concerne la gastronomie : les touristes sont de plus en plus confrontés aux plats d'origine citadine.

En calculant la répartition du budget du voyage, on constate que la part de retombées injectée dans l'économie saharienne ne dépasse guère 16 % contre 84 % injecté dans l'économie citadine des grands pôles touristiques.

La part de bénéfice des guides, des muletiers et des propriétaires de gîtes laisse croire que l'économie montagnarde en bénéficie complètement. Or, les guides sont de plus en plus orientés à loger en ville, notamment à Marrakech. La nécessité d'être à proximité des employeurs et de trouver du travail les oblige à rester en ville. Ainsi, ils doivent dépenser une partie de leur revenu dans la location du logement et leur ravitaillement. Si le guide de montagne est celui qui profite le plus du tourisme parmi les acteurs locaux, le rôle d'injection des surplus financiers à l'économie locale est de plus en plus faible. Ainsi, une partie des bénéfices du tourisme est retransférée à la ville. De plus, les guides sont externes du milieu oasien puisqu'ils sont originaires des villes ou des montagnes ⁽¹⁾.

L'ensemble des retombées économiques est redistribué d'une manière profitable à la ville et prive l'économie montagnarde d'un pilier de son développement économique. Seulement entre 10 et 20 % du coût de chaque randonnée est injecté directement dans l'économie locale des montagnes. Une situation qui est loin d'attribuer la fiabilité économique au tourisme saharien.

1) Cette question suscite beaucoup de discussions : jusqu'à présent, les guides ayant le droit d'encadrer des touristes en milieu saharien ou montagnard doivent être diplômés du CFAMM Centre de formation Aux Métiers de la Montagne géré par Ministère de l'Intérieur et destiné uniquement aux jeunes de quatre communes montagneuses du Haut Atlas. Une réorganisation du métier de guide est fortement nécessaire pour développer le tourisme saharien et montagnard.

5.3 - Les dépenses réalisées par les touristes sont substantielles.

Outre les bénéfiques que génèrent les acteurs d'une manière directe du tourisme, l'économie locale du milieu montagnard reçoit des apports financiers grâce aux dépenses des touristes. Cependant, plusieurs facteurs n'encouragent pas le touriste à dépenser davantage dans le milieu saharien. La nature du tourisme itinérant pratiqué, l'organisation du voyage dépendante du milieu citadin, la rareté des produits et des services offerts en milieu oasien constituent les principales causes. Il s'agit dans ce point d'exposer les principales caractéristiques de ces dépenses et les individus qui en bénéficient.

5.3.1 - Les dépenses des touristes sont faibles

La quantification et les domaines de dépenses des touristes ont été identifiés à partir de l'analyse des questionnaires destinés aux touristes ⁽¹⁾. Il en ressort que plus de 80 % des touristes affirme qu'ils effectuent des dépenses au niveau local, ce qui est déjà très important. En se basant sur les chiffres déclarés, il ressort que ces dépenses ont une valeur économique faible comme le montre le tableau suivant.

Tableau 3 : Les dépenses des touristes dans le Saghro en Dh par voyage

Nb d'enquêtés	Minimum	Maximum	Moyenne	Somme
41	0	70	15,7	644

Source : H. Ramou, enquête personnelle, 2002 - 2004

Les dépenses des touristes dans le Saghro sont en moyenne très limitées. Elles atteignent au maximum 70 Dh. En raison de la domination des voyages organisés, les touristes ont tendance à limiter leurs dépenses puisque tous les services sont inclus. L'absence de touristes individuels (qui ne passent pas par une agence de voyage) prive la zone d'un ensemble de

1) Il est à signaler qu'il est difficile pour les touristes enquêtés de se rappeler le chiffre exact et les domaines de leurs dépenses

services rentables (organisation de voyage, hébergement, accompagnement, etc.).

Bien qu'au long des circuits il existe des points de vente d'artisanat, les touristes ne sont intéressés qu'à la randonnée et négligent l'artisanat, disponible au point de retour à Ouarzazate ou à Marrakech grand pôle touristique et de commerce de l'artisanat.

En reliant les chiffres recueillis par nos enquêtes à l'effectif de la fréquentation touristique du massif, on peut ressortir une estimation quantitative des retombées économiques injectées directement dans l'économie locale.

Nous procédons à l'estimation quantitative des retombées économiques sur la base de deux scénarios :

Dans le Saghro cette fréquentation se situe à titre estimatif entre 500 et 1000 touriste/an.

1^{er} scénario : une forte fréquentation touristique :

Dans le Saghro : $15.7 \text{ Dh} \times 800^{(1)}$ touristes = 12 560 Dh/an seulement.

2^{ème} scénario : une faible fréquentation touristique :

Dans le Saghro : $15.7 \text{ Dh} \times 400^{(2)}$ touristes = 6 280 Dh/an.

Les apports des touristes à l'économie locale sont très réduits et ceci à cause de la dominance des voyages organisés qui influe même sur les prix ⁽³⁾.

1) 800 est égal à 80 % de touristes visitant le Saghro (1000) qui réalisent les dépenses

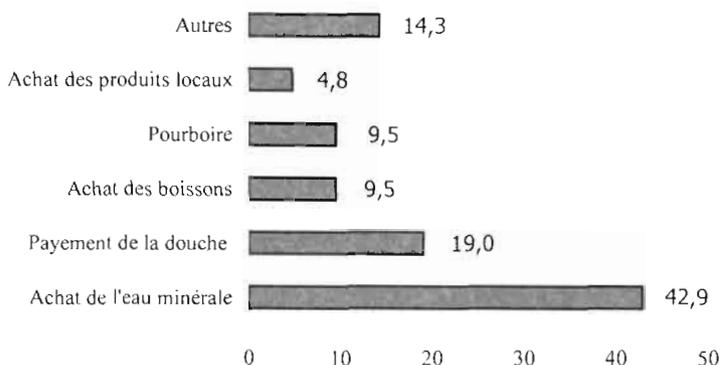
2) 400 est égal à 80 % des touristes visitant le Saghro selon le 2^{ème} scénario (500) et qui réalisent des dépenses.

3) Les prix imposés par les agences de voyages sont parfois au-dessous du tarif fixé par l'Etat. Et même en haute saison, les prix sont fixés. En contre partie, lorsqu'il s'agit de touristes individuels, les prix tendent à la hausse en haute saison et gardent leur niveau normal en basse saison.

5.3.2 - Les touristes réalisent des dépenses dans des domaines limités.

En général, les dépenses effectuées par les touristes se limitent à un certain nombre de domaines et services. Ces domaines sont extraits de l'analyse des questionnaires destinés aux touristes. Les graphes n°3 illustrent les différents domaines de dépenses des touristes.

Figure n°3 : les domaines de dépenses des touristes



Source : H. Ramou, enquête personnelle, 2002 - 2004

Les types de dépenses effectuées par les touristes concernent l'achat de l'eau minérale, le paiement de la douche, les pourboires, l'achat des boissons et de l'artisanat local.

L'achat de l'eau minérale reste primordial pour les touristes et est l'un des importants domaines de dépense. Les touristes, pour des contraintes d'hygiène, ont recours à l'achat des bouteilles d'eau. Le phénomène est plus accentué dans le Saghro (42,9 % des touristes). Les points d'eau naturels sont plus rares dans ce massif chaud et désertique. Pour les locaux, c'est un commerce très rentable et intéressant. Le long des circuits, des enfants, des boutiquiers ou des muletiers proposent des bouteilles d'eau minérale à 10 ou 15 Dh⁽¹⁾.

1) Le prix de la bouteille ne dépasse pas 5 DH en ville. Son prix dans la montagne à 10 Dh inclut les frais de transport.

Le paiement de la douche constitue une importante source de revenus pour les propriétaires de gîtes dans le Saghro et l'un des importants domaines de dépense des touristes. Ce massif désertique et chaud incite les touristes à prendre une douche dès que possible. Bien que les touristes passent la nuit en bivouac, ils prennent la douche dans le gîte le plus proche. Dans le Toubkal, les dépenses pour ce service sont faibles. Les touristes individuels prennent leur douche dans les cours d'eau naturels. Pour les touristes faisant partie d'un voyage organisé, le paiement de la douche est compris dans les frais d'hébergement ! Ainsi, il n'est pas signalé dans les déclarations des touristes.

La contribution du tourisme dans **la commercialisation de l'artisanat** reste très limitée. Les touristes dépensent peu pour l'achat d'articles d'artisanat. Ces dépenses représentent 4,8 %. Parfois, ces produits artisanaux ne sont guère locaux, ils sont en majorité achetés à Marrakech et revendus localement. Les produits commercialisés comportent des fossiles et roches, de la poterie, habillement, des bijoux, et des produits en cuir.

Il ressort de l'analyse précédente que les dépenses des touristes sont très limitées. La présence des touristes dans les deux destinations n'est pas économiquement profitable pour les populations locales. Ceux qui en profitent sont peu nombreux et leur commerce ne génère pas de grands profits. Ceci nous incite à poser la question suivante : à part les salaires substantiels des muletiers et des propriétaires de gîte, quel profit tire la population locale du tourisme et de touristes ?

5.4 - Le tourisme saharien : un faible dynamisme de l'économie locale.

L'autre moyen de mesure des impacts économiques du tourisme est le calcul de l'effet multiplicateur. L'idée est de savoir comment cette activité peut dynamiser l'économie locale qui est basée essentiellement sur l'agriculture et l'élevage. La présence des touristes constitue une possibilité pour trouver des débouchés proches aux produits agricoles avec une valeur marchande suffisante.

Cependant, le bénéfice des agriculteurs locaux se limite aux rares achats effectués par les guides, les muletiers et les propriétaires de gîtes. Occasionnellement, ces achats concernent les produits alimentaires : pain,

œufs, légumes, fruits, viande, poulet, parfois un ovin pour faire le *méchoui* (mouton grillé) aux touristes, etc. Ainsi, une partie de la production des exploitations agricoles locales trouve des débouchés de commercialisation localement. Il faut mentionner que l'achat de nourriture s'effectue dans les grandes villes et on ne procède à l'achat de produits alimentaires locaux qu'en cas de besoin occasionnel.

La valeur de ces produits locaux, bien qu'elle ne soit pas très élevée, reste au-dessus de sa valeur économique locale. La vente des aliments (orge, paille, etc.) pour les muletiers et chameliers constituent aussi une autre forme de bénéfice pour les agriculteurs locaux. Le circuit de commercialisation de ces produits est monopolisé par les propriétaires de gîte dans le Saghro.

De même pour le commerce de l'artisanat qui est géré par les propriétaires de gîte et les petits commerçants qui achètent les articles d'artisanat pour les vendre aux clients. Le secteur artisanal, qui peut trouver dans la présence des touristes une alternative pour la commercialisation de ses produits, reste sous-développé et marqué par la multiplication des médiateurs entre l'artisan et le touriste. Les ventes ne concernent que des petits articles d'artisanat d'une valeur économique très faible ne dépassant pas parfois les 100 Dh. D'autant plus que les boutiquiers d'artisanat affirment que les produits destinés à la vente sont en majorité achetés de Marrakech et vendus localement. Les touristes pour des contraintes organisationnelles, préfèrent acheter l'artisanat à Marrakech après leurs randonnées, ce qui facilite son transport vers l'aéroport et ne seront pas gênés au cours de la randonnée.

Seul le secteur du commerce est marqué par un dynamisme croissant. Les boîtes de conserve, les paquets de cigarette, les boissons, les torches et autres objets consommés lors des randonnées sont demandés par les touristes et leurs accompagnateurs. Dans le Saghro, le phénomène en est encore à ses débuts. C'est surtout les propriétaires des gîtes qui ont pris l'initiative de créer des boutiques ou des épiciers. Il est à noter que la réussite de ce secteur n'est pas liée uniquement au tourisme mais aussi à l'ouverture des locaux sur ces produits.

Le secteur du transport par les minibus, les camions ou les taxis connaît aussi un grand dynamisme pendant la haute saison touristique. Le

transport des personnes et de marchandises entre les centres ruraux et les points de départ des randonnées engendre un dynamisme rentable au niveau local. Cependant, il reste tributaire d'une saisonnalité touristique très forte et handicapante.

Bien que le tourisme dynamise l'économie locale en haute saison, il est encore dépendant du système économique citadin : les ventes de nourriture s'effectuent en ville, les services de transport sont monopolisés par les agences de transport ayant leur siège à Marrakech alors que l'organisation est en grande partie assurée par les agences de voyage et les TO De ce fait, les retombées économiques sont, en majorité des cas, détournées vers la ville.

6 - Conclusion :

Le tourisme de montagne est un secteur qui génère, bien entendu, des surplus financiers importantes. Il peut ainsi contribuer à la résolution des problèmes dont souffrent les oasis du milieu saharien. Certes, leur répartition entre les acteurs est inéquitable et se fait en faveur des acteurs externes de ces milieux pauvres et marginalisés. Seule une minorité d'acteurs locaux en tire profit. Il s'agit des muletiers et chameliers et des propriétaires de gîte. Cette mauvaise répartition prive l'économie locale des conditions favorables d'un développement économique et peut déboucher sur des conflits sociaux entre ces acteurs. Un constat qui est loin d'être qualifié de « tourisme durable ».

Decline of the Tafilalt oasis ?

John Shoup⁽¹⁾

1 - Introduction

The moroccan government built the Hasan al-Dakhil Dam on the Ziz River after devastating floods in 1965, which left 25,000 people homeless and destroyed large amounts of agricultural land, olive trees, and date palms. The dam was finished and inaugurated in 1971. The waters collected by the dam are distributed in two major ways : as clean drinking water (service provided by the National Office for Safe Drinking Water) and as water for irrigation (service provided by the Ministry of Public Works and the Ministry of Agriculture) via a new system of irrigation canals. While everyone agrees that the dam has brought improvements to the region, it has also been the source of major problems for much of the Tafilalt Oasis, especially after a long, severe drought, which began in 1983. The dam has never been able to fill to its capacity of 380 Mm³.

The research presented here focuses on the southern areas of the Tafilalt – al-Ghurfa, Zwaya, al-Safalat al-Thuluth al-Wustani, and al-Safalat al-Thuluth al-Tahtani – which have been most severely affected by the drought. It was discovered that much of the traditional system of water distribution is still in place mainly because water rights are inherited and each *qasr* has its allotted share of water from the Ziz River. Land and water are tied closely to the complicated social system of the oasis. The Ministry of

1) Al Akhawayn University in Ifrane (Maroc). j.shoup@au.ma

Agriculture works in conjunction with the *Shaykh al-Wadi* who is elected by the *qasur* of each area. The *Shaykh al-Wadi* and the *jama'a* or *majlis* of each *qasr* work out the number of hours each person is allowed water. The reduced flow in the Ziz River has also affected the water table level which has dropped from between 18 and 30 meters to 120 to 140 meters causing nearly all of the traditional wells to go dry seriously impacting agriculture. Another impact has been the large numbers of adult men who have left the region to find work, and with the loss of manpower other systems such as the *khattarat* have fallen into disrepair. The net result is lower agricultural production as the local culture does not allow women to fill in for men in agricultural labor.

The general conditions of the southern *qasur* are such that even though the traditional systems are more or less in place, there is little that local people can do to improve their lot. They lack the needed capital to invest in deep wells, pumps, and other machinery and they lack the needed manpower to maintain an oasis. In the past three to four years numerous local associations have been formed to try to find means to deal with the crises facing specific *qasur*.

While the conditions in the southern parts of the oasis are suffering, the opposite is happening in the northern parts. The regions of M'daghrah, al-Ratib, Tizimi, Fezna, and al-Jurf are either improving or have not been impacted as much as the south. The areas of M'daghrah and al-Ratib located along the Ziz Gorge have improved and the local people have expanded the areas under cultivation. Fezna and al-Jurf depend on the flow of the not yet dammed Ghris River and *khattarat* in addition to the Ziz. The negative impact of the dam and the management of irrigation waters to the southern part of the Tafilalt need to be balanced with the positive impact on the northern part. Decline and growth are part of the "natural" life of an oasis.

The focus of this paper is the obvious decline in the productivity of the lower, southern and western districts of the Tafilalt Oasis. This paper will examine the recent historical events that have greatly impacted the region as well as the current situation. The data were collected during field work which began in January, 2003 and continue to the present time as well as from analysis of three SPOT satellite images and information provided by the Moroccan Ministry of Agriculture. The initial research was partially funded

by a grant provided by Al Akhawayn University (2003 – 2004) and has continued within the framework of a number of classes focusing on development issues.

2 - Historical and cultural background

The Taliflalt oasis is formed by the waters from two streams, the Wadi Ziz and the Wadi Ghris, which flow from the High Atlas south into the Sahara Desert where they die. Most of the Tafilalt lies along the Wadi Ziz extending from the village of Ait 'Uthman located 30 kms north of the regional center al-Rashidiyah to some 20 kilometers south of the town al-Rissani. Just when the oasis was created is uncertain, but it was definitely established by the time of the arrival of the *Khawarij* from Iraq who founded the city of Sijilmassa around 750 AD. Sijilmassa became one of the most important centers for the trans-Saharan trade linking North Africa and the Mediterranean with sub Saharan Africa. The *Khawarij* brought with them a number of agricultural techniques such as the underground irrigation system known locally as *Khattarat*, water wheels, wells equipped with pullies and buckets, and storage pools that collected flood waters called *sahrij* (which were used in the past during the summer when the flow of the two rivers was low). In addition, the *Khawarij* built a series of 12 barrage dams on the Wadi Ziz and created a sophisticated irrigation system drainage canals to prevent salinization of the soil. Most of the water came from the Wadi Ziz as the Wadi Ghris was, and is yet today, more seasonal in its flow.

The oasis is composed of a number of different districts; the upper areas are closely restricted by the steep sides of the Ziz gorge and the more open lower areas lie between the two rivers. Classical Arab geographers were struck by the similarities between the upper area and the Nile valley calling the Ziz gorge the *Nil al-Maghrib* or the Nile of the Maghrib and between the lower area with Iraq calling it the *Ma Bayn al-Nahraysn al-Maghrib* or the Mesopotamia of the Maghrib. The region's climate also bears close similarities to those of Egypt and Iraq and it is perhaps due to these reasons the *Khawarij* decided to settle there.

The trans-Saharan trade that flowed to Sijilmassa brought with it a period of great prosperity and the high productivity of the oasis helped support a fairly large population of well over 100,000 inhabitants in the 9th to 11th centuries. The city itself was built along the east bank of the Ziz River

and extended some 10 kilometers long and was some 1 ½ to 2 kilometers wide. Arab geographers noted the whole lower oasis was enclosed in an outer wall and caravans unloaded outside at the western gate still called Bab al-‘Uqlah though the walls and gate have long disappeared. The oasis began to lose cohesion during the 13th century and broke down into the different districts which still exist. The districts entered into a period of conflict over land and water rights that helped with the rise of local *zawiyahs* as neutral places for conflict resolution and of the ‘Alawi family. Sijilmasa was fully abandoned and a number of smaller fortified villages or *qasur* began to dot the landscape. The *qasr* Tabu’asamt took over as the main center for the trans-Saharan trade and it is there that the traveler Hasan al-Wazzan (Leo Africanus) stayed on his way to Timbuktu in the early 16th century.

Trans-Saharan trade was adversely affected by the Europeans on the Atlantic coast, but the trade did continue well into the 20th century. The Tafilalt remained an important trade center for local groups and with Tuwat oasis in Algeria. The Tafilalt remained important for the ‘Alawi family who were able to take control of all of Morocco by 1661. The oasis, being their home region, remained the training ground for princes; the crown princes being sent there to serve as governors and learn the arts of statesmanship. The central region of the lower oasis (mainly the district of Wad Ifli) has a large number of “royal *qasrs*” built to house the princes/governors and their households.

The Tafilalt resisted the French and raised an expeditionary force to liberate Tuwat after it fell in 1902. The French established a fort on the hill above Erfoud by 1914, but the oasis was not subdued until 1930. The fort had to be supplied from Algeria as the entire region around the Tafilalt did not surrender until 1933 with the defeat of the Ait ‘Atta tribe. The people of the region continued in their resistance to the French by refusing to learn French or send their sons to secular schools and even today it remains a strongly Arabic and Berber-speaking region.

The oasis population is divided into several different social categories with strong divisions between them; in fact, they can be considered more like castes than classes. The main division is between those

who are considered to be “free” and those who are “not free”; there are two “free” castes and two that are not. The “free” castes are able to own and inherit land and water rights while the two who are not free can not. The top caste is the *Shurufa*’ or descendants of the Prophet Muhammad either of the *Adarasah* or *Idrissids* and the *’Alawi* lineages. The *Adarasah* tend to be more involved in religion and religious studies (especially connected to the numerous Sufi lodges) while the *’Alawi* quickly became involved in politics along with their *Filali* allies.

The second caste is the *Ahrar* or free people of both Arab and Berber origin, though few of the oasis dwellers are Berber-speaking. Jews and master craftsmen called *Ma’allimin* formed a sub group within the *Ahrar* being free and able to own urban property but customary law restricted Jewish access to agricultural lands and water rights. Jews made up the largest group within the *Ma’allimin* and until 1967 were the main masons, jewelers, and other skilled craftsmen. In order to maintain close control over valuable assets of land and water, social custom has encouraged both the *Shurufa*’ and the *Ahrar* to marry within their own lineages since women have rights of inheritance granted by Islamic law.

The third caste is the *Haratin* who though technically free are not allowed by customary law to own or inherit property. Until the 1950s they formed the major core of the agricultural work force in the oasis since they needed to work for land owners in order to survive. Such relationships were similar to share cropping and were usually called *Khums* in Arabic since the division was that the land owner received 4/5s of the year’s production. Even today certain *qasrs* are labeled as *Hartani* noting that those who live there are of that caste and own no shares in the distribution of irrigation water. Mezzine’s study of Qasr Jadid in al-Ratib district notes that sales of property to *Haratin* did occur but the person selling had to pay the local council a heavy fine and the children of the *Hartani* buyer had no rights of inheritance, the property reverting to the family of the original owner or more frequently to the “community”. The way around such legal issues was to lease property rather than sell and the terms of the lease could include it being inherited by the descendants for numerous generations.

The fourth group is the *'Abid* or slaves. In the Tafilalt they were mainly household slaves attached to the wealthier families among the *Shurufa'* and *Ahrar* though according to the current *Muqaddam* of *Zawiyat Sidi al-Ghazi*, the *zawiyah* used to own around 40 slaves who also worked the *zawiyah's* fields. Given the close connection between certain household slaves and members of the ruling 'Alawi family, some slaves held higher positions in local administration than free men. Nonetheless, slaves were not allowed to own or inherit property.

These social categories play an important role in the current situation of the oasis. The *Shurufa'* distanced themselves from the French and were highly reluctant to send their sons to school other than the traditional Islamic *madrasah* often connected to one of the *zawiyahs*. The *Ahrar* generally followed the example of the *Shurufa'* though were less bound by their class to keep such a distance from the French. The most effected group was the *Haratin* who had "no honor" in the local sense of the phrase and did take advantage of the new secular schools. As a result they became one of the better educated sectors of the society, especially after independence in 1956, and many began moving away migrating to better jobs inside Morocco and in Europe starting a labor crisis in the oasis.

It needs to be noted that the first post independence rebellion in Morocco was in the Tafilalt from 1956 to 1958. It was caused by the attempt to replace traditional administration with young men trained as government officers. The rebellion was defeated but has left a legacy of conflicting officials at the lower levels of the administration. Government rule is no longer challenged but the government has yet to impose its laws and according to several local government authorities, traditional law is still what is applied within the villages. For the mainly pastoral Ait 'Atta tribe customary law is recognized by the Moroccan government as part of an important compromise between King Muhammad V and the leaders of the tribe at the time of independence.

3 - Research question

Agricultural production in the Tafilalt has been in a serious decline for some years. The main cause for this is the lack of water needed to sustain agriculture. There are two main reasons for the lack of water: 1.) the Hasan al-Dakhil Dam built just to the north of al-Rashidiyah, and 2.) the long term

drought that has affected the entire Sahara since 1983. It was proposed in the original research question to see if traditional institutions that managed resources were still in tact, and if they were, would they be able to micro manage the problem of water effectively. If they were no longer viable, the question was could they be revived? The theoretical orientation came from the participatory/grass roots approach in development; that local, traditional methods often have the best results in development schemes especially at the small scale.

The Hasan al-Dakhil Dam was built between 1965 and 1971 after a devastating flood on the Ziz River in 1965 that left 25,000 people homeless, killed hundreds, and destroyed large amounts of agricultural land, and uprooted thousands of olive trees and date palms. His Majesty King Hasan II launched the dam with a royal speech (which makes it very hard to reverse today) and a tax was placed on sugar to help raise the funds. It must be noted that the dam was built primarily to control the Ziz and is not part of the 1 Million Hectare policy adopted by the Moroccan government after 1965. The waters were to be used for irrigation, to provide safe, clean drinking water for the region as a whole, but mainly to control floods. The dam was inaugurated in 1971 and a new network of irrigation canals was built using models from the American Southwest (Arizona and southern California). Since its inception, the dam has not been able to hold more than half of its capacity of 380 Mm³ of water.

The water from the dam is administered through local offices of different ministries: the Ministry of Public Works, the Ministry of Agriculture, and the National Office for Safe Drinking Water. Coordination between especially the Ministry of Public Works and Agriculture does not always work that well and farmers frequently complain that water is released from the dam at inconvenient times. The post dam irrigation canals did not follow the courses of the original canals and farmers frequently break or block them in order to divert the water back into the older network. In addition, the rate of absenteeism in many of the local government offices (in Erfoud and al-Rissani) means that communication is difficult at best. In addition, lack of sufficient transportation hinders the work of many local office employees. For example, the Ministry of Agriculture in Erfoud has only one working vehicle which needs to be shared out by all of the employees. When they are all there, the local office has over 30 employees though it is rare to find more than 2 at any one time.

The drought that began in 1983 has lasted until the present with an occasional good year with heavy rainfall. 2006-2007 was such a good year but after more than 20 years of drought damage it takes more than one wet winter to reverse the effects. The drought is a general problem facing the Sahara as a whole, not only the Tafilalt. It should be noted that “good” wet years in the Sahara can also bring locust as occurred in 2004 when good rains in Mauritania hatched out swarms of locust that descended on the Tafilalt during the summer months destroying much of the agriculture, even eating date palm fronds. The region is also prone to flash floods which do more damage than not. Waters from flash floods are collected in village *sahrij* where they still function, but generally the water comes with such force that it causes great damage and is then lost to the desert.

It was quickly discovered during the course of the research that the traditional social institutions used to manage land and water are still in place. In the Tafilalt the person in charge of monitoring the amount of water any one field gets is called the *Shaykh al-Wadi* or *Shaykh al-Sagiyah*. He is elected within a particular district (rarely serving for more than one district) from among those known to be knowledgeable about water rights and inheritance. Water rights are inherited and are divided into specific number of hours one gets based on 1.) size of the plot (usually called a *fiddan* in the Tafilalt), and 2.) where the land lies along the course of the irrigation canal (those with lands closer to the source getting more). The person of the *Shaykh al-Wadi* monitors the use and tells the farmers when to open and close their intake gates. Persons caught stealing water or any way abusing the system is taken before the *jama'* or council of elders (heads of the local lineages) of the district and punished by heavy fines and/or denial of turns for the water for a specific time period. Local government officials try to work with the *Shuyukh* and with the local councils preferring not to interfere if at all possible. Current shares of water released from the Hasan al-Dakhil Dam are managed by the *Shuyukh* and the council of elders in conjunction with Ministry of Agriculture representatives. Water shares are recalculated by the *Shuyukh* according to the amount of water available at any one time. In severe drought conditions for example, the area called Tizimi located around the town of Erfoud each farmer gets 400 hours of water a year while southern areas such as Zawayat and Tazgezut get only 2 hours of water a year.

It was soon evident during the initial stages of the research that the local management system is not only still in place, but is fully participating in the distribution of water released from the Hasan al-Dakhil Dam. The Ministry of Agriculture is not responsible for allocating water shares, but is only involved in maintaining the network of irrigation canals while the Ministry of Public Works deals with issues related to the dam itself and makes the decision of when to release water. Little to no direct consultation is made with the local population.

4 - Impact of the Hasan al-Dakhil Dam

The Hasan al-Dakhil Dam has had a number of negative impacts on the Tafilalt Oasis especially on the districts of al-Ghurfa, Zawaya, al-Safalat al-Thuluth al-Wustani, and al-Safalat al-Thuluth al-Tahtani. It has prevented the constant flow of water in the Ziz River and has contributed to the collapse of the water table in the lower half of the oasis. Since the building of the dam the water table in much of the lower part of the oasis has collapsed from 15 to 30 meters to below 120 meters (in the last year it has fallen to 140 meters). This has meant that the vast majority of the 2,000 traditional wells that were used to irrigate fields have gone dry. In addition, the already brackish nature of much of the ground water has become worse as there is little addition of new waters from the river to dilute the salts. In some places where ground water is still available at more shallow depths it is so salty that it can not be used for anything. For example, the village of Gauz on the southwestern extreme of the oasis has lost one half of its agricultural lands due to salination of the soil after being irrigated from their brackish well.

A program to improve the quality of the ground water called *Tamallaht* proved to be a total failure. It was instituted in the 1980s and European engineers were brought in to extract the brackish water and were to replace it with fresh water. The plan was poorly conceived and the result was the total opposite – the ground water resources became even more salty and the water that was pumped out formed unusable salt pans.

The amount of water released from the dam varies according to the year and the amount it has stored. The dam has rarely been more than one half full. In most years between 1980 and 2006 some of the most southern districts of the oasis have received as little as two hours of water a year. The southern part of the oasis has retreated some five kilometers leaving the most southerly of the dams built by the *Khawarij*, Sadd al-Bathah, standing alone surrounded only by desert; the trees have all died. Since 1980 several of the southern villages such as Zawiyat Sidi al-Habib al-Ma'ati have lost all of their agricultural lands. The village of Tazgizut has only 400 of their 8,000 palm trees still alive.

The loss of usable agricultural lands was verified by analysis of satellite photos taken over a period of 15 years. Three SPOT photos were purchased for the year 1987, 1995, and 2002. The analysis was conducted by two AUI students, Souad Sabri and Faical Baamer, while doing their internships at the Centre Royal de Télédétection Spatiale in Rabat. In using analysis of vegetative cover, they determined that a total of 14,807,600 m² of land had been partially or completely lost to desertification by the year 2002 when the last SPOT Satellite photo was taken. The results were verified by several visits to specific sites in the study area by both students and by AUI faculty.

The drought and other water related issues have forced a number of people to leave and several entire villages are now abandoned. In al-Ghurfaḥ for example, 3 villages are completely abandoned, 4 have 10 or less families remaining, 4 have between 10 to 100 families, and only 3 still have over 100 families living in them. For example, Qasr Jadid, the largest village in the district, is inhabited today by 780 people; a reduction of nearly two thirds of the pre-dam population (120 of the 300 homes in the *qasr* are inhabited). Most men between the ages of 18 and 50 have left to find work in Fez, Meknes, or other Moroccan cities while others have left Morocco for jobs in Europe. The lack of farm labor has impacted the quantity of the production especially since women can not replace men in farm labor. Women are rarely allowed to leave the confines of one of the walled villages let alone be allowed to work in fields. The result has been a further decline in the oasis.

It is generally agreed that the dam has not been beneficial overall. Local people continue to express their great discontent with it calling it a “disaster” and a “catastrophe”. Recognition of the numerous problems

caused by the dam is even voiced, sometimes very strongly, by representatives of the Moroccan government. The one and only positive benefit which everyone agrees is the fact that now all of the villages have a constant supply of fresh drinking water supplied via a system of stem pipes located at the entrances of all of the *qusur*. These stem pipes were put in shortly after the dam was finished in 1971 and by 1973 all of the villages had fresh drinking water. However, amounts available are restricted during the summer when most villages have water on an every other day basis.

While the lower part of the oasis has suffered as a result of the dam, the upper area (the Ziz gorge) has been able to increase its production and even expand the land under cultivation. Analysis of the SPOT images revealed that some 8,027,200 m² have been “improved” meaning new lands have been opened to agriculture (mainly at the southern mouth of the Ziz gorge) or older lands mainly in Tizimi and Fazna have been enhanced. Much of the recently developed lands are owned by absentee landlords who have dug deep wells using diesel or electric water pumps.

5 - Change in research focus

It became very clear that the single main problem for the Tafilalt is the constant lack of water. Nothing can be done to increase the amounts available on the average (recognizing that the total amount held in reserve by the Hasan al-Dakhil Dam varies from year to year). The local institutions are in tact and are capable of managing the resources, but the lack of water has set off a series of inter-related problems that contribute to the continual decline of the southern sectors of the oasis. Lack of water has caused an outward migration of labor that due to cultural and social conventions can not be covered by the remaining population. Other forms of income generation need to be considered though agriculture remains the major means of local livelihood.

The Tafilalt is used for locations for major American and European films and in 2005 a sound studio was built in Erfoud. However, local people generally lack any of the skills to work as more than extras. While the number of films partially filmed in and around the oasis is increasing, serious inclusion of local people has not happened.

Tourism has concentrated on the dune fields at Merzouga located some 50 kilometers to the southeast of Erfoud and most tourists don't spend much time in the oasis. Currently tourism plays on the idea of the "Blue Men of the Desert" with locals telling tourists they are "Tuareg". They dress up in clothes more appropriate for Hassani Arabs in Mauritania and the Western Sahara rather than the Tuareg; but the locals are not Tuareg but belong to the Ait Khabbash of the Ait 'Atta. The desire to be Tuareg comes from what they think tourists want – and reflect little real understanding of the tourist desire for an authentic desert experience. It also points out a serious problem in giving value to local culture and history by locals themselves.

Tourism within the oasis is in its beginning stages and two types may develop: 1.) cultural tourism and 2.) solidarity tourism. There are several local associations who have begun such activities, though so far mainly through the agency of Al Akhawayn University. Cultural tourism is best represented by the activities at *Zawiyat Sidi al-Ghazi* which is a Sufi *zawiyah* belonging to the Shadhili-Ghazi order located in Zawaya district. The *zawiyah* organizes Sufi evenings with a dinner and presentation of poetry, Qur'anic recitations, and music. In 2006 they organized a local association recognized by the Moroccan authorities to help raise money, the Tabubakart Association of Cultural Revival and published a small book of poetry by the order's major figures Sidi Abu al-Qasim al-Ghazi and Sidi al-'Arabi al-Ghazi. These have gone on sale not only at the *zawiyah* but in local bookstores as well. They have yet to establish a price for the evening since charging money is against the basic principles of the *zawiyah*. Usually student groups agree to leave a parting gift of 20 to 100 Dhs per person (2 to 10 Euros) which is handed discreetly to the *Muqaddam* when saying goodbye. The *zawiyah* would like to expand and bring in other groups who would be interested in learning about the history of the *zawiyah* and about Sufism, but they are handicapped with minimal language skills outside of Arabic. They are also reluctant to bring in the kinds of tourists they associate with the Merzouga dunes who have over time developed a rather bad reputation. While they are very willing to welcome visitors, they insist on proper behavior and conservative dress.

Solidarity tourism is being slowly instituted by the Sidi Tuhami Association for Education and Development based in al-Ghurfa district. The

Association began in 2000 and has concentrated on the problems of education in the district. They began considering allowing selected groups coming and staying with local families based on the success of a similar program of the Taskala Association for Development in the village of Timidart in the Dra' Valley. The project at Timidart grew out of the desire by the international NGO Helen Keller International to find a more lasting way to improve local conditions of living. Those who participate are required to respect and abide by all local cultural rules.

The idea was introduced to the Sidi Tuhami Association in 2005 by an Al Akhawayn student, Wadia Ait Hamza, as a possible income generation project. Taking the success of the program at Timidart as a model, the Association has begun very slowly to allow groups of students associated with Al Akhawayn University to stay for limited periods of time. In addition, other groups have contacted them (via Al Akhawayn University) to arrange for traditional lunches served in the home of one of the members. Members of the Association assist with walking tours of some of the *qasrs* and the gardens explaining traditional architecture and agricultural methods. Again language is a major handicap as few feel that competent in French and none know enough English to present. They are dependent on others (Al Akhawayn faculty and students) to help translate from Arabic. Similar to the concerns of the Sidi Tuhami Association, they are highly reluctant to bring in the Merzouga dunes tourists.

The monies made from solidarity tourism are divided between the Association and the host families. The host families are paid for the cost of the food and lodging as well as a small fee of about 10 Euros per person. They are free to spend this money as they see fit. The Association adds a fee of about 12 Euros per person and the money goes into their general operational budget to be used as needed.

Tourism is being pushed by the Moroccan government as an important part of the country's development but so far this has concentrated on large hotel/resort complexes on the Atlantic and Mediterranean coasts. Mountain trekking is an alternative, but it has not been greatly developed outside of two regions in the High Atlas (Imlil and Azilal). Other types of tourism such as cultural tourism, ecotourism, and solidarity tourism have not been strongly supported by the government, but are interesting ways local

communities can tap into the growing tourism industry. For the Tafilalt, little has been done other than camel rides at the Merzouga dunes and nothing has been developed for the oasis itself. Tourism could serve as an important means of income generation should it be developed intelligently and with full local participation.

6 - Conclusion

The southern and western parts of the Tafilalt Oasis have suffered extreme degradation since the completion of the Hasan al-Dakhil Dam in 1971. It is clear that without swift action to improve the amount of water available those parts of the oasis will die. The out migration of most able bodied males has created a serious labor shortage which exacerbates the problems around agricultural production. The northern districts of the oasis have been able to improve and even expand from the mouth of the Ziz gorge. This has again caused water issues with the southern parts of the oasis since more water is being used in the north - and many of these new agricultural developments use deep wells. Ground water is pumped out by electric or diesel engines that run unchecked by the traditional management system; they are private on private land and not subject to the restrictions placed on water consumption by the *Shuyukh*.

Radical solutions such as destroying the dam have been expounded by many; local farmers and even government employees and experts. Everyone agrees the dam was a mistake and has caused far more problems than it has solved. The region is still subject to devastating flash floods (such as in April, 2007) and the overall lack of water is killing much of this historic oasis. While it is true the northern sectors are growing, the amount that has been developed is far less than the amount that has been lost to desertification. The future of the vast majority of the oasis' people is in doubt and the need for viable alternatives is immediate.

Bibliography

- Adnane, Souad, 2007, "Assessment of the cultural dimension in the tourist packages offered in Tafilat", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.
- Ait Hamza, Wadia, Bassam Nejjar, 2003, "Effects of the Hasan Addakhil Dam: a case study: Qasr Irara", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.
- Ait Hamza, Wadia, 2005, "Internship report: Helen Keller International", Al Akhawayn University: Unpublished Internship report.
- Ait Hamza, Wadia, 2005, "Possibility of implementing a solidarity tourism project in the oasis of Tafilat", Al Akhawayn University: Unpublished Senior Capstone report.
- Ait Lmoudden, Sara, 2003, "Water distribution in Tafilat", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.
- Al-Andalousi, Housna, 2003, "Participation of rural women in income Generation programs: a case study of "Al-Ghurfa" community", Al Akhawayn University: Unpublished Senior Capstone.
- Ejekki, Fatima, Mona El Hamdani, Moulay Safouat El Kadiri El Bouchichi, 2005, "The Tafilat Group Project: The Irrigation System in Al Ghorfa", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.
- Ejekki, Fatima, Molk Kadiri Hassani, Alpha Peterson, Mohamed Hosni Alaoui, 2006, "Agriculture a key to the sustainability of the Tafilat oasis", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.
- Ilahiane, Hussein, "Small-scale irrigation in a multiethnic oasis Environment: the Case of Zaouit Amelkis village, southeaster Morocco". *Journal of Political Ecology*, vol. 3 (89-106).
- Kaneriya, Ravi, Patrick Hughley, Hasnaa El Jamali, 2006, "Solidarity tourism in the Ghurfah district of the Tafilat oasis", Al Akhawayn University: Unpublished Class Paper.

- Mezzine, Larabi, 1987, « Le Tafilalet contribution à l'histoire du Maroc aux XVII et XVIII siècles », Casablanca : Imprimerie Najah El Jadida.
- Ministry of Agriculture and Land Development, 1997, "Regional Agency for Irrigation and Agricultural Development of the Tafilalet: Errachidia", Al-Rashidiyah: Office régional de mise en valeur agricole du Tafilalet.
- Sabri, Souad, Faïçal Baamer, 2004, "Assessing the Development of Rissani Oasis Between 1987 and 2002", Al Akhawayn University: Unpublished Internship report.
- Sabri, Souad. 2004, "Desertification and Impact of the Hasan al-Dakhil Dam in the Tafilalet." Al Akhawayn University: Unpublished Senior Capstone Report.
- Sidi al-Ghazi, Bal-'Arabi, 2006, " Diwan al-Shaykh al-'Arif bi-Ilah wa Dal 'ala Allah Saydna wa Mawlana al-Ghazi bin al-'Arabi" Al-Rashidiyah: Jam'iat Tabubakart Sidi al-Ghazi lil-Tanmiyah wa Ihya' al-Turath.
- Swearingen, Will, 1988. "Moroccan mirages: agrarian dreams and eceptions 1912-1986", London, I.B.Tauris.

Vers une massification du tourisme saharien au Maroc : le cas d'Erg Chebbi et de M'hamid

Asmae Bouaouinate ⁽¹⁾

1 - Introduction

« Le tourisme, lié aux comportements et pratiques du voyage, de la villégiature et des loisirs, connaît depuis une trentaine d'années un développement croissant et devient un enjeu majeur pour l'ensemble des sociétés humaines. Les flux économiques liés directement ou indirectement au tourisme constituent la première activité internationale en volume d'affaires, devançant des activités industrielles considérées comme majeures, telles l'industrie automobile, la production d'énergie, l'informatique et les télécommunications ⁽²⁾ » (LOZATO-GIOTART, 2007, 5).

Cette croissance du tourisme en fait un phénomène mondial qui ne cesse de se répandre aux quatre coins de la planète, engendrant des répercussions aussi bien économiques, sociales qu'environnementales, le qualifiant tantôt d'un tourisme miracle, tantôt d'un tourisme maudit. Le tourisme s'impose de plus en plus, dépassant même dans certains cas la capacité de charge des sites visités et devient alors le redoutable tourisme de masse.

1) Université de Bayreuth. Géographie humaine. asmaebouaouinate@yahoo.fr

2) OMT, 1997, *Prévisions du tourisme mondial à l'horizon 2000*, Madrid, p.6 ; OMT, 2001, « Le tourisme international triplera d'ici 2020 », AG de l'OMT, Istanbul.

Ceci peut conduire à la spirale du cycle de vie d'une destination donnée (BUTLER, 1980) : on a à faire au début à un groupe limité de touristes qui se transforme en l'espace de quelques années en une inondation de touristes venant en masse. A ce stade, la destination se voit alors boudée par d'autres touristes qui partent ailleurs, la laissant noyée sous les impacts majoritairement négatifs du tourisme de masse, pour aller envahir d'autres territoires, répétant ainsi le même schéma (BERNARD, 2006).

Ceci pourrait être le cas du tourisme de désert, saharien ou caravanier qui est cette nouvelle forme de tourisme, répondant aux attentes d'une demande envoûtée par le mythe du désert et en quête d'exotisme, d'aventure, de dépaysement, et qui a priori fuit le tourisme de masse. Mais au moment où les flux ne sont plus maîtrisés et les impacts du tourisme commencent à se faire sentir, il y a lieu de comparer ce tourisme saharien aux autres formes de tourisme qui ont déjà connu le phénomène du tourisme de masse ⁽¹⁾.

Le Sahara, c'est d'abord un mythe qui était marqué et déterminé par les explorateurs allemands dès le 19^{ème} siècle, comme Heinrich Barth, Otto Lenz, Gerhard Rohlfs (POPP, 2003) et les explorateurs français comme René Caillié, Michel Vieuchange, Charles de Foucauld, Henri Barth ou plus récemment Théodore Monod (VERITE, 1999) pour devenir ensuite un produit touristique fini, prêt à être consommé par les touristes de par le monde et qui est maintenant en voie de massification. Comment en est-on arrivé là ?

Au tout début il y avait quelques opérateurs qui proposaient des circuits au désert et les prix étaient plutôt élevés. Mais après la banalisation du produit « désert », qui était autrefois réservé à l'élite touristique, le désert se démocratise, se vend à des prix abordables et s'ouvre ainsi à tous les types de touristes, avec toutes les répercussions positives et négatives que ceci implique.

1) Cette expression de « tourisme de masse » ne concerne pas une pratique du tourisme, mais plutôt l'utilisation des infrastructures lourdes comme l'aéroport, les réseaux routiers, les parcs hôteliers, les complexes touristiques dits de loisir... où l'impact est irréversible sur une zone donnée. Le tourisme de masse entraîne des effets en chaîne allant de l'urbanisation aux afflux des populations pauvres, à la désocialisation, à la délinquance et aux autres manifestations de débauche. Les intérêts commerciaux des uns et les plaisirs des autres priment sur la protection de l'environnement et sur l'intérêt à long terme pour les populations locales (BOYER, 1999, LAURENT, 2003, LOZATO-GIOTART, BALFET, 2007).

Par conséquent et face à la montée considérable de ces touristes, les TO et les acteurs locaux du tourisme se sont empressés d'organiser des « packages », des circuits et/ou des excursions adaptés à tous les âges, bourses et motivations mais sans prévoir pour autant les dégâts environnementaux et sociétaux que ce tourisme saharien pourrait provoquer s'il n'est pas maîtrisé.

Certes cette croissance touristique dans des régions sahariennes marginalisées est une aubaine pour certains acteurs locaux (création d'emplois, augmentation des revenus, amélioration du niveau de vie...), mais une catastrophe sur le plan naturel (déchets, quads sur les dunes, front de béton en bordure des dunes, bivouac aux assises bétonnées...) et un bouleversement sur le plan culturel (tensions et concurrence accrue entre les locaux causant des conflits au sein d'une société autrefois fortement solidaire et très liée à la tribu, émergence de l'esprit matérialiste et monétaire au détriment de l'esprit sociétal, communicatif).

Dans le présent article nous illustrons cela par deux études de cas au sud-est du Maroc qui présentent à notre sens une tendance confirmée vers une massification de leur tourisme. Il s'agit d'Erg Chebbi, plus connu sous le nom de Merzouga, et de M'hamid.

Mais il convient d'abord de signaler que le Maroc, comparativement à d'autres pays sahariens (comme l'Algérie ou la Libye) ne dispose pas de beaucoup d'ergs sahariens dont raffolent les touristes. La concentration touristique est alors automatiquement relevée tout au long des rares ergs dont il jouit. Cette limitation spatiale de l'offre en produit saharien dans la bordure sud-est du Maroc (Erg Chebbi et M'hamid) implique également une concentration des touristes au même endroit, pratiquant les mêmes circuits et consommant les mêmes espaces et les mêmes services et donc une tendance affichée vers une massification du tourisme. On notera que les provinces sahariennes du sud-ouest marocain ne font pas l'objet de notre étude et qu'elles ne sont pas affichées par les catalogues des TO comme une destination saharienne en vente.

2 - Erg Chebbi : la région pionnière du tourisme saharien au Maroc

Erg Chebbi, plus connu sous le nom de Merzouga, est la région pionnière du tourisme saharien au Maroc et ce depuis les années 70 où les locaux ont entrepris des investissements touristiques plutôt simples offrant d'abord des tentes : « *avant il n'y avait pas d'auberges à Erg Chebbi, seules des tentes nomades servaient le thé près des dunes comme le décrit J. Berque : « on trouve, place du Souk, à Erfoud, divers transporteurs qui assurent l'excursion à l'Erg Chebbi, au moyen de Land-Rover. Certains s'arrêtent à des tentes nomades, dressées à peu de distance des dunes. On y offre le thé »* » (BERQUE, COULEAU, 1977, 173).

Ensuite, les locaux ont commencé à construire des auberges-cafés ⁽¹⁾ principalement pour les touristes venant d'Erfoud, à 58 km (au nord de Merzouga, cf. fig.1) pour admirer le lever ⁽²⁾ et/ou le coucher du soleil, laissant par conséquent peu d'impacts aussi bien économiques, sociaux, qu'environnementaux ⁽³⁾.

Au fil des ans et vu le succès grandissant que connaît la région, – grâce notamment au rallye Paris-Dakar, et à l'industrie cinématographique qui a élu Erg Chebbi comme espace favori des tournages tels que : *Un thé au Sahara, Le légionnaire, Momie I, Momie II, Le retour de la momie...* –, les

-
- 1) Ou café-auberges car il ne s'agissait au début que « de simples cafés doublés de quelques pièces aménagées en chambres et salons à la marocaine équipés d'une cuisine et parfois de quelques douches. Ces « auberges » sont construites en pisé et sont modestement meublées. On y trouve presque toujours un à deux chameliers, une troupe folklorique locale et un ou plusieurs gérants. Elles appartiennent presque toutes à des familles Aït Khebbach, fraîchement sédentarisés qui ont partiellement ou définitivement abandonné le nomadisme pour s'adonner à l'activité touristique, mieux lucrative » (JARJIR, 1999, 74).
 - 2) Le lever du soleil était même identifié par les voyageurs d'étude (Studienreisende) au désert marocain comme un grand moment fort (WEISS, 1998).
 - 3) A l'exception de quelques touristes que nous avons personnellement surpris en train de remplir des bouteilles et des sachets en plastique de sable pour le garder avec eux comme souvenir d'Erg Chebbi. Aucun panneau de restriction d'un tel acte n'existe. Ces touristes laissent beaucoup plus que les traces de leurs pas que l'association française ATR (Agir pour un Tourisme Responsable) recommande aux touristes sahariens !

auberges commencent à voir le jour tout au long de la bordure ouest d'Erg Chebbi offrant une vue très accessible sur les dunes qui restent l'objet de visite par excellence des touristes (BIERNERT, 1998, 1999).

Depuis 2001, de nouvelles auberges luxueuses commencent à pointer, équipées de piscines, de douches, reprenant l'architecture et l'ambiance locales mais avec des capitaux et des investisseurs étrangers. Ils appliquent par conséquent des prix chers et accueillent une clientèle aisée. Outre les auberges simples aux capitaux entièrement locaux, on assiste alors à un nouveau type d'offre en hébergement qui consiste à associer des capitaux locaux et étrangers et qui paraît satisfaire tout le monde et atténuer la concurrence.

Par ailleurs, la route goudronnée opérationnelle en 2005, longue de 35 kilomètres liant Rissani à Taouz, a également contribué à massifier davantage Erg Chebbi, notamment Merzouga, le plus grand village qui borde l'Erg et qui lui prête même son nom dans les brochures touristiques ⁽¹⁾. Cette route a rendu alors cette destination accessible à toutes sortes de véhicules, donc à plus de touristes aussi bien individuels qu'en groupes ; « *le tourisme s'y développe depuis de façon rapide, le goudron est là* » (PETIT FUTE, 2007-2008, 522).

1) « Merzouga est immédiatement reconnu par les touristes. Tous leurs guides en parlent alors qu'Erg Chebbi est rarement évoqué par ces mêmes guides. Merzouga est plus musical qu'Erg Chebbi et donc plus touristique ». (Interview menée à Merzouga avec le propriétaire de l'auberge Lac du Sahara, le 9 mars 2006).

Fig. 1 : Emplacement des zones d'étude



Au mois de mars 2006, nous avons recensé 71 auberges majoritairement concentrées au pied des dunes (fig.2), se rivalisant continuellement en créant de nouveaux produits et en bradant continuellement les prix. Cette offre en hébergement satisfait toutes les bourses allant des auberges très simples aux auberges moyennes et à celles de luxe. Mais la concurrence n'épargne aucune catégorie d'auberges et toutes doivent y faire face. Cette concurrence fait tache d'huile, notamment au village de Merzouga (BECKEDORF, 2006). C'est cette même concurrence

qui a poussé nombre d'investisseurs à planter leurs projets au nord de Merzouga, au village de Hassi Lbied et à Ras el Erg, ou au sud de Merzouga au village de Tanamoust et Khemliya.

Des années durant, la croissance touristique, certes anarchique mais soutenue dans le temps et dans l'espace, n'a cessé de se confirmer à Erg Chebbi, jusqu'à ce que des inondations frappent la région, au mois de mai 2006, (fig. 3) laissant d'importants dégâts matériels et démontrant ainsi que la zone est inondable. Elle aurait dû être en principe une zone non constructible, d'autant plus que « théoriquement » le ministère des Eaux et Forêts classe Erg Chebbi comme SIBE (Site d'Intérêt Ecologique et Biologique) à protéger impérativement de toute invasion humaine en raison de la fragilité du site.

Ces inondations étaient à notre sens une chance à saisir par les responsables marocains du tourisme pour réorganiser le tourisme de façon réfléchie via un plan d'aménagement d'Erg Chebbi et une concertation avec les responsables des Eaux et Forêts.

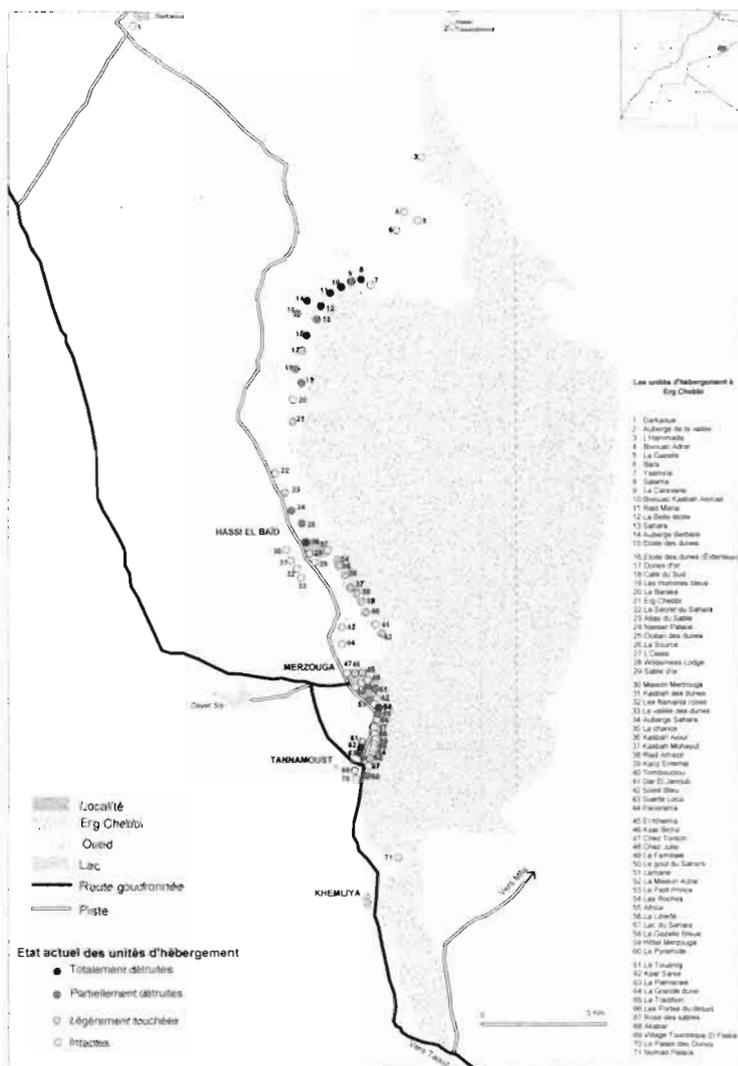
Or cette catastrophe naturelle n'a rien changé à la donne. Et nous avons constaté lors de nos deux dernières visites sur place (en janvier et en mai 2007) que l'emplacement des auberges n'a pas changé et que par conséquent le nombre des auberges est resté approximativement le même, hormis quelques auberges complètement détruites (Riad Maria à Ras El Erg et Ksar Sania à Merzouga) dont les propriétaires sont respectivement une italienne et une française.

Ces dernières ont catégoriquement refusé d'entamer la reconstruction de leurs projets et elles ont demandé à l'Etat (à la commune locale) de les rembourser car celui-ci leur avait loué des terrains inondables comme emplacements de leurs projets.

Bref la chance de relancer le tourisme à Erg Chebbi sur de nouvelles bases a été ratée et les investisseurs touristiques ont entrepris, une fois la terre asséchée, les travaux de rénovation ou de reconstruction là-même où l'oued avait fait ses ravages une année plus tôt.

L'offre touristique à Erg Chebbi est multiple : lever ou coucher du soleil à Ras El Erg, simple nuitée à l'auberge (dans la chambre, sous une tente ou sur la terrasse), nuitée à l'oasis Bouyikniwen, tour de l'Erg pour les touristes disposant de plus de temps, etc.

Fig. 3 : Les unités d'hébergement affectées par les inondations (juin 2006)



2.1 - Les offres touristiques existantes à Erg Chebbi

2.1.1 - Les offres pour les touristes de circuit venant d'Erfoud

Le lever et le coucher du soleil se font à Ras El Erg (au nord de l'Erg) où des vendeurs de fossiles, servant souvent de chameliers et d'accompagnateurs, précèdent les touristes quelques heures avant et les attendent pour les aider à monter sur les dunes⁽¹⁾. L'Erg Chebbi est envahi à ces deux moments (lever et coucher du soleil) par des Land Rovers et par des 4X4 venant d'Erfoud. Chaque groupe de touristes est accueilli par une auberge et, en guise d'hospitalité, on lui sert à boire le thé dit « whisky berbère » et il est ensuite acheminé vers l'erg par un accompagnateur, soit à pied soit à dos de dromadaire.

« Les voyageurs qui vont vers le désert sont souvent traversés par des sentiments contradictoires, une envie de solitude et la sécurité de la présence » (BELMAHI, ANDRE, 2006, 58) d'où le recours systématique des touristes aux accompagnateurs car ils ont peur de pénétrer l'erg tous seuls au risque de se perdre mais paradoxalement certains touristes demandent tout bonnement aux accompagnateurs de se taire et de les laisser savourer en silence la beauté de l'Erg Chebbi même si, dans ces conditions, l'appréciation en silence de l'erg peut s'avérer difficile car des groupes de touristes se cotoient, parlent en même temps et cliquent sur leur appareils à photo pour immortaliser cet instant magique afin de ne pas rater le beau spectacle pour lequel ils sont venus...en masse.

Pour ce groupe de touristes (dits touristes de circuits) tout le monde vient à un moment précis, reste en moyenne deux bonnes heures à guetter le lever ou le coucher du soleil, prend des photos et repart en coup de vent. Ainsi Erg Chebbi représente pour eux un « désert-express » où ils ont vu des dunes, ils ont pris des photos, ils sont montés à dos de dromadaire et où ils ont rencontré des nomades qui ne sont autres que leurs chameliers qui leur ont tenu compagnie pendant l'ascension des dunes. Vu que la région est connue pour ses pierres fossiles ces accompagnateurs proposent aux touristes d'acheter quelques pierres et marchandent le prix en l'écrivant à tour de rôle

1) On notera que cette clientèle de circuit qui vient uniquement pour le spectacle du lever ou du coucher du soleil est souvent celle du 3ème âge pour qui l'ascension des dunes n'est pas vraiment facile, ce qui représente une aubaine pour les jeunes et dynamiques accompagnateurs qui assurent de cette manière leur gagne-pain quotidien.

sur le sable (une fois par le vendeur, une fois par le touriste), reprenant ainsi un des arts de négociation des prix du temps des caravanes commerciales transsahariennes.

Ainsi on est loin du tourisme saharien que recommande et que défend l'UNESCO (UNESCO, 2000 ; 2003 ; 2005). Le paramètre culturel est complètement absent car même le contact avec les chameliers-accompagnateurs-vendeurs de fossiles est biaisé par les relations commerciales. Ces derniers racontent à satiété qu'ils sont encore des nomades, qu'ils parcourent des kilomètres à dos de dromadaires, laissant leurs familles vivant sous une même et unique tente pour venir gagner un peu d'argent en offrant leurs services aux touristes. Les touristes apprenant cela, compatissent avec leurs accompagnateurs et leur remettent souvent un bon pourboire ou achètent quelques pierres fossiles, plus par compassion que par intérêt pour ces pierres. Car les touristes ne manquent pas de remarquer voire d'acheter ces mêmes pierres, dès leur arrivée à Erfoud, donc bien avant leur visite à Erg Chebbi.

Cette « visite-éclair » du désert qu'on vient de décrire se répète chaque jour pendant la haute et moyenne saison, transforme ainsi les dunes en estrade pleine de touristes observant le spectacle du lever ou du coucher du soleil et elle ne donne par conséquent qu'une impression déjà toute faite et préconçue de ce qu'ils sont venus chercher.

Mais certains touristes ne manquent pas de relever l'incongruité de cette masse de touristes venant au même endroit (au nord d'Erg Chebbi) à la même heure (deux heures avant le coucher ou le lever du soleil) pour faire systématiquement les mêmes gestes. « *C'est vrai l'erg est très beau mais tout le monde vient au même endroit, à la même heure pour observer la même chose, c'est ça ce qui me dérange. M'imaginant seule sur cet erg, je serais sûrement mieux ravie.* » (Interview menée à Ras El Erg au moment du coucher du soleil avec une touriste française, le 20 mars 2006).

2.1.2 - Les offres pour les touristes de séjour ⁽¹⁾

Elles varient selon la disponibilité des touristes, de la nuitée à l'oasis Bouyikniwen, au tour de l'Erg qui dure de 2 à 3 jours. La visite de Dayet Serji et celle du village des Gnaoua de Khemliya sont par contre rarement

1) Les touristes de séjour, qui sont des touristes individuels en majorité, viennent également en groupes qui peuvent atteindre des centaines chez le même organisateur (Xaluca, Tombouctou) et pour une seule nuitée.

recommandées, car toutes les deux restent peu rentables. La première visite dépend de l'année pluvieuse où Oued Ziz alimente en fin de parcours ce lac et le trajet à parcourir pour cette visite est court et il ne génère pas beaucoup de recettes pour les acteurs locaux. La deuxième visite est plus profitable pour la troupe musicale grâce aux pourboires des touristes ou grâce à la vente des CD de musique qu'elle produit. Cette troupe refuse de donner une commission au guide ou à l'accompagnateur qui aurait ramené les touristes au village. Par conséquent, le village de Khemliya est omis par bon nombre de guides, aussi bien des guides-accompagnateurs (personnes) que des guides de voyages (livres).

Donc les environs d'Erg Chebbi restent mal exploités car il y a également le site des gravures rupestres aux environs de Taouz et les mines toujours opérationnelles et qui restent méconnues par les touristes, alors qu'ils représentent une chance de mieux ventiler les retombées touristiques et de décongestionner l'afflux massif sur les dunes comme unique attraction de la région.

Les acteurs locaux proposent donc ce qui leur est rentable, et par conséquent ils offrent les mêmes produits aux touristes. Vu l'étroitesse de l'Erg Chebbi et les rares oasis qui se trouvent à l'intérieur de l'erg, les opérateurs touristiques locaux n'ont pas vraiment un grand choix pour planter leurs bivouacs. Ainsi, les bivouacs des différents organisateurs se jouxtent les uns les autres dans l'oasis et l'animation nocturne tardive d'un camp dérange les autres, s'appêtant à se lever tôt pour pouvoir admirer le lever du soleil. *« Au moment où on s'appêtait à dormir pour pouvoir se réveiller tôt le lendemain et ne pas rater l'aurore, le bivouac voisin venait juste de commencer sa soirée Tam-Tam pour des touristes espagnols qui voulaient s'éclater et danser. Visiblement on n'est pas tous venu pour la même chose au désert ! »* (Interview menée à Merzouga, à l'auberge Lac du Sahara, avec un touriste français, évoquant son expérience à l'oasis Bouyikniwen la veille du jour de l'entretien, le 17 mars 2006).

On offre également les quads aux touristes malgré la circulaire communale d'interdiction de l'accès aux dunes par les quads, piétinant ainsi la végétation, causant un bruit infernal (dérangeant les touristes qui aspirent au calme) et causant des accidents en renversant des bergers et en effrayant les dromadaires qui pourraient faire chuter les touristes qui sont en selle.

Beaucoup de touristes escaladent la grande dune pour admirer le coucher du soleil d'autant plus que, haute de 150m, elle offre un panorama sur l'étendue de l'Erg Chebbi et une vue sur tout le village de Merzouga. En haute saison la grande dune connaît un va-et-vient notable des touristes où les uns montent alors que les autres s'apprêtent à descendre. Cette même grande dune est sillonnée par les quads déjà mentionnés. A force de vouloir satisfaire les différents goûts des touristes, le résultat n'est pas pour autant positif. Les goûts de certains touristes dérangent les autres et tout le monde se plaint de ce début de massification qui gâche toute la beauté de l'Erg Chebbi, notamment à l'entrée du village de Merzouga.

Les touristes sont plutôt déçus par le premier contact avec le « désert » d'Erg Chebbi car il est trop urbanisé à leur sens et ils s'attendaient à trouver des pistes et non du goudron, des tentes et non des constructions, des bougies mais pas d'électricité, des puits et non des châteaux d'eau ou encore l'eau courante de l'ONEP ⁽¹⁾ et ils restent perplexes devant la présence massive des antennes de télévisions et des paraboles sur les toits des maisons des villages: *« on s'attendait à voir un désert où il n'y a rien qui nous voile la vue. Mais qu'on se retrouve nez à nez avec du goudron, des pylônes électriques, des châteaux d'eau, des auberges alignées comme des champignons...alors là ça ne fait plus désert à notre sens ! »*. (Interview menée à Merzouga avec un touriste français, à l'auberge Lac du Sahara, le 17 mars 2006). Mais paradoxalement les acteurs locaux ne voient pas ce développement sous cet angle : *« si on veut plaire au touriste il veut qu'on reste arriéré mais nous aussi on a droit au développement. De toute façon le vrai désert ils le trouvent à l'intérieur de l'Erg. Chacun trouve son compte : à nous le progrès et à eux le désert. »* (Interview menée à Hassi Lbied, avec le propriétaire de l'auberge Maison Merzouga, le 25 mars 2006).

L'industrie cinématographique a certes, comme on l'a déjà signalé, contribué à faire connaître la région et à induire des effets économiques dans la région, mais elle ne manque pas de laisser traîner des déchets qui ont servi au tournage.

1) ONEP : Office National de l'Eau Potable.

Aux dires des locaux, les responsables du tournage versent de l'argent aux gens de la région pour les débarrasser des déchets. Mais une fois le tournage terminé et l'argent empoché, personne ne se soucie du sort des déchets qui jonchent le sol, au vu des touristes qui parcourent la piste pour aller à Merzouga et qui ne manquent pas de prendre ce triste paysage en photo.

En dépit de la route goudronnée⁽¹⁾, les touristes fuyant la masse d'autres touristes et disposant d'un véhicule tout terrain préfèrent de loin prendre la piste reliant Erfoud à Merzouga pour garder cet aspect d'aventure et de « rudesse » du désert pour lequel ils sont venus. C'est d'ailleurs aussi le cas pour les touristes venant à Ras El Erg pour le lever ou le coucher du soleil, ils empruntent les mêmes pistes et ils apprécient les secousses en Land-Rovers sur la Hamada. Cependant les pistes menant à Merzouga ne sont pas aussi faciles à aborder que le goudron tout tracé. A cet effet, quelques touristes ne manquent pas de faire appel à des « faux guides » pour arriver à bon port et ne pas errer dans le désert.

2.2 - Les faux guides : conséquence d'une anarchie du tourisme à Erg Chebbi

Contrairement aux préjugés négatifs que les responsables du tourisme marocain attribuent à ces jeunes « faux guides » ou guides illégaux⁽²⁾, ces derniers maîtrisent la région mieux que quiconque et pallient l'absence d'un bureau d'information touristique, qui devrait a priori exister sur place. Ils vivent essentiellement grâce aux informations qu'ils donnent aux touristes et grâce à leur accompagnement. Etant donné qu'ils ne sont pas encadrés ni parrainés par une association locale, ils évoluent dans une anarchie totale et, sans le vouloir, font fuir les touristes et sont de ce fait l'exemple vivant d'une mauvaise organisation du tourisme.

1) La route goudronnée du tronçon Rissani-Merzouga- Taouz, opérationnelle en 2005, faisait partie du programme de revêtement des pistes du ministère de l'Équipement qui achève par là le dernier tronçon de la route nationale 13 liant Tanger à Taouz.

2) Ils sont appelés « faux guides » car ils ne disposent pas de carte agréée par le ministère du tourisme les rendant aptes légalement à accompagner des touristes. Ils sont passibles d'une amende si les gendarmes les surprennent en train d'accompagner des touristes, même si ces derniers n'ont pas porté plainte. Le ministère de tutelle considère ces faux guides comme le vrai mal du tourisme alors qu'à notre sens il n'est que la conséquence d'une absence de planification de l'activité touristique saharienne.

Le touriste s'attend à voir un village isolé, au bout du monde alors qu'il est assailli par les faux guides de toute part. Certains touristes prennent même ces faux guides pour des « bandits du désert » et ils ne manquent pas parfois de faire demi-tour vers Ras El Erg et Hassi Lbied où le phénomène des faux guides n'existe pas encore.

En haute saison ces faux guides se retrouvent même tellement débordés qu'ils ne posent pratiquement plus de problèmes. Au contraire ils pallient l'absence de guides agréés du désert. Mais leur désoeuvrement en basse saison cause maintes disputes, car ils ne respectent plus le tour de rôle pour aborder les touristes et sèment la pagaille devant les touristes qui ne leur font plus confiance d'autant plus que les guides touristiques ne cessent de mettre en garde leurs lecteurs contre ces faux guides.

La présence de faux guides à Merzouga remonte à l'achèvement du tronçon de la route goudronnée liant Rissani à Taouz. Auparavant ces faux guides étaient à Rissani où ils proposaient leur aide pour accompagner et guider les touristes en voiture pour ne pas se perdre sur les pistes et ne pas tomber en panne ou ensabler leurs véhicules. La route goudronnée a donc privé ces gens de leur activité et ils se sont vus contraints de se déplacer à Merzouga pour guider les touristes dans les auberges où ils comptent passer la nuit, et leur proposer – tel un voyageur – le programme de découverte qu'ils comptent entreprendre.

Les faux guides maîtrisent, outre le territoire, plusieurs langues étrangères qu'ils ont apprises sur le tas. Cependant le gain reste l'objectif primordial de ces gens. Peu leur importe la durabilité de cette activité touristique, seul l'instant présent compte et ils profitent de la concurrence entre aubergistes pour orienter le touriste vers l'auberge donnant la commission la plus élevée. Les aubergistes se trouvant hors-course dénoncent ces faux guides aux autorités et ces derniers se retrouvent passibles d'une amende d'au moins de 1000 dhs (environ 100 euros).

2.3 - La forte concurrence des propriétaires des unités d'hébergement

Cette montée considérable du tourisme à Erg Chebbi⁽¹⁾ est accompagnée par une augmentation soutenue du nombre des unités

1) Malheureusement nous ne disposons pas du nombre exact de nuitées passées sur place car elles ne sont comptabilisées ni au niveau des auberges des villages ni au niveau des bivouacs

d'hébergement et laisse depuis 2002 pressentir une concurrence acharnée, souvent à peine dissimulée, entre les propriétaires de ces mêmes auberges (BECKEDORF, 2006). Ils n'hésitent pas à brader continuellement les prix et à avoir par conséquent une vision à court terme qui consiste à s'emplier les poches avant les voisins. La protection des dunes, qui est avant tout leur capital et leur argument commercial, et la notion de développement durable leur sont complètement indifférentes. Dans cette région entièrement dépendante du tourisme, où les acteurs locaux sont pour la plupart analphabètes ou à très faible niveau de scolarité, l'avenir du tourisme saharien est on ne peut plus incertain. Ainsi la forte présence des auberges et le début de massification du tourisme dans la région, reflètent une mauvaise image d'Erg Chebbi que les guides touristiques ne manquent pas relever (encadré 1).

2.4 - L'écho des guides touristiques montrant cette tendance à la massification du tourisme à Erg Chebbi

Les touristes individuels viennent généralement munis de leurs guides de voyages d'où l'idée d'en dépouiller quelques-uns pour voir les critiques négatives réservés à la région d'Erg Chebbi :

au milieu des dunes. C'est également le cas de M'hamid. Rares sont les auberges qui envoient mensuellement leurs fiches de statistiques à la délégation du tourisme concernée. Ceci nous prive de la connaissance du nombre réel des touristes qui passent la nuit au désert. Quant à ceux qui le sillonnent, il n'y a en ce moment aucun moyen de les comptabiliser, bien qu'ils soient manifestement nombreux, génèrent des recettes (notamment la restauration) et laissent traîner des déchets.

**Encadré 1 : La description de la région d'Erg Chebbi
par les guides touristiques**

- « Merzouga : il est vrai que certains jours, au pied des dunes, on assiste à l'arrivée d'un rallye de 4x4 dès 4h30. Très vite, on se croirait dans un parking de supermarché où les clients seraient venus faire leurs emplettes en 4x4, quad et motos. Difficile de s'isoler : Anglais à gauche, Japonais à droite, Allemands devant. Les dunes se transforment en véritables tours de Babel et, lorsque le soleil apparaît, il est salué par les déclics de centaines d'appareils-photo, en batterie. Il serait peut-être temps de protéger le site... » (Le Guide du routard 2005- 2006, p. 618).
- « Merzouga : La plupart des établissements se trouvent au sud de ce village désordonné. Les hôtels les moins chers se regroupent au même endroit.» (Lonely Planet 2003, p. 374).
- « Si le temps est clément (pas trop de vent de sable), nous vous conseillons d'aller dormir au pied des dunes de l'erg Chebbi. On compte sur place pas moins d'une soixantaine de formules d'hébergement. Autant dire que le désert ne l'est plus ! » (Le Guide du routard 2007-2008, p. 667).
- « ... malgré les maisons, quads et autres pylônes électriques, la magie du sable opère encore. S'isoler en revanche, relève de l'exploit en pleine saison, mais vous pouvez toujours aller camper de l'autre côté des dunes, à condition, bien sûr, de ne le dire à personne... » (Le Guide du routard, 2007- 2008, 667).
- « ...Vous irez plus loin et vous aurez plus de chance de vous isoler. » (Le Guide du routard 2007- 2008, p.668).
- « Attention à ne pas camper auprès d'un de ces bivouacs « luxe » organisés pour les étrangers en manque de grands espaces. Certains jours, ils sont plus de 400 individus à venir s'encanailler puis à rester couchés côte à côte dans la dune. Vive le désert ! » (Le Guide du routard 2007- 2008, p.668).
- « L'idéal est de passer la nuit au pied des dunes dans les nombreuses « auberges de sable » qui attirent les touristes marocains et étrangers ». (Maroc, le Grand Sud 200, p. 112).

- « Il ne faut pas manquer un tel spectacle, même si l'on peut regretter que le silence du désert soit perturbé par le grondement des Land Rovers ». Maroc, le Grand Sud 2003, p. 112).
- « Les excursions les moins chères s'arrêtent souvent au même endroit pour la première nuit ; par conséquent, si vous imaginez passer une soirée romantique avec pour seuls compagnons les dunes et le sable, mieux vaut opter pour un séjour de deux jours. » (Lonely Planet 2003, p. 372-373).
- „Während man noch Ende der 80er Jahre in den wenigen Cafés um die Dünen auf Sitzpolstern schlief und dem Trommeln der Berber in den Wüstennacht lauschen konnte, gibt es heute im Umkreis der Dünen wie an einer Perlenschnur aufgereiht unzählige Auberges, deren Zimmer teilweise schon richtigen Luxus mit elektrischem Licht und warmen Duschen aufweisen. Man kann aber auch sehr romantisch auf dem Dach unter Millionen von Sternen schlafen, vor allem in den heißen Sommernächten die bessere Alternative. Als Tourist mag man es sehr bedauern, dass eine solche Explosion von Auberges die wundervolle Düneneinsamkeit des Erg Chebbi zerstört hat. Aber die Leute hier haben kaum Arbeitsmöglichkeiten und der Tourismus bringt zumindest ein wenig ein, auch wenn man oft tagelang auf Gäste wartet“⁽¹⁾. (Marokko2002, p. 272).
- « Il y a maintenant plus de vingt ans, l'Erg Chebbi, avec ses « plus grandes dunes du Maroc » était un coin qui sortait de l'ordinaire quand on n'y rencontrait que quelques tentes de nomades. Aujourd'hui l'endroit est devenu le passage incontournable de tous les circuits touristiques dans le « Grand sud marocain » proposés par les agences internationales. Rassurez-vous, en passant du côté est de l'erg vous rencontrerez encore des endroits « sauvages » pour vos bivouacs. » (Gandini 2003, p. 377).

1) « Alors qu'on dormait encore à la fin des années 80 dans quelques cafés sur les dunes, sur des sièges capitonnés et qu'on pouvait écouter attentivement le tambour du berbère dans la nuit du désert, il y a aujourd'hui aux environs des dunes de nombreuses auberges, rangées comme dans une ficelle de perle, dont les chambres montrent déjà en partie un vrai luxe avec l'électricité, et des douches chaudes. Mais on peut aussi dormir très romantiquement sur le toit sous des millions d'étoiles, qui est avant tout la meilleure alternative pendant les nuits chaudes d'été. Comme touriste on aime beaucoup regretter qu'une telle explosion d'auberges a détruit la merveilleuse solitude des dunes d'Erg Chebbi. Mais les gens d'ici ont à peine des possibilités de travail et le tourisme rapporte au moins un peu, bien qu'on attend souvent les hôtes des journées entières. »

On remarque cependant lors de notre dernière visite en mai 2007, alors que cette année agricole avait été plutôt fructueuse grâce aux inondations de 2006 et aux pluies de 2007, les habitants d'Erg Chebbi se sont convertis une fois de plus à l'agriculture et se souciaient peu des touristes. Ceci montre que si l'agriculture redevenait prospère, la pression sur le tourisme se ferait moindre. La région a donc besoin d'activités économiques alternatives pour décharger la pression touristique comme unique secteur économique viable. « *On est toujours en état d'attente : avant on attendait la pluie et maintenant on attend les touristes* » (Interview menée à Merzouga avec le propriétaire de l'auberge Lamane, le 13 mars 2006).

3 - M'hamid : sur les pas d'Erg Chebbi

À cause des tensions politiques avec le front Polisario, M'hamid (fig.1) n'a connu l'essor touristique qu'à partir des années 90. Déjà à la fin des années 80, on notait un début timide d'activité touristique à Nekhla, à 12 km de Zagora, d'où les touristes de groupe partaient à la dune de Tinfou qui « *ressemble plutôt à un gros tas de sable déchargé par plusieurs camions pour faire venir les touristes sur place* » (Interview avec un bazariste à M'hamid, vantant les dunes de M'hamid et critiquant celle de Tinfou, le 8 avril 2006). A présent, grâce à la route goudronnée qui la dessert, les bus touristiques déferlent à intervalles irréguliers à la dune de Tinfou et, contrairement à Ras El Erg, elle est visitée toute la journée et non uniquement au moment du lever ou du coucher du soleil, ce qui explique la présence permanente de quelques bivouacs et de chameliers à côté de leurs dromadaires.

Mais tout comme Ras El Erg à Erg Chebbi, la dune de Tinfou rappelle la visite éclair du désert, ce qui ne manque pas d'être relevé par quelques guides touristiques : « *un peu plus loin à gauche, vous verrez posées comme de gros tas de sable sur la plaine caillouteuse, les dunes de Tinfou, qui attestent que le désert n'est pas loin* » (Au Maroc 1991, p. 119). Ou encore : « *Dunes de Tinfou : à quelques 5 Km au sud de Tamegroute, vous aurez un premier aperçu du Sahara. Sur la gauche de la route se dressent quelques dunes isolées. S'il s'agit de votre première rencontre avec le désert et que vous n'envisagez pas de gagner Merzouga, Tinfou est un endroit agréable pour souffler un peu et goûter au désert* » (Lonely Planet Maroc 2005, p. 325).

Certes M'hamid a accusé un retard par rapport à Erg Chebbi à se positionner touristiquement. Mais au rythme actuel, M'hamid est en train d'avancer à grandes enjambées vers la massification et les dégâts environnementaux déjà observés à Erg Chebbi. En effet, dans les deux régions on observe le même cycle de vie commençant par une période de lancement timide, très vite suivie par une rapide évolution non maîtrisée, débouchant sur une tendance affichée vers un déclin probable dans les prochaines décennies. Au début, le charme de la destination de M'hamid résidait dans le fait qu'il y avait moins de touristes qu'à Erg Chebbi (c'est désormais connu, les touristes fuient les autres touristes) et donc le touriste se retrouvait en aparté avec des étendues désertiques et livré à un silence imperturbable.

Après Nekhla et la dune de Tinfou c'est au tour d'Erg Lihoudi, à 12 km au nord de M'hamid, de se développer et d'abriter beaucoup de bivouacs des opérateurs touristiques de Zagora et de M'hamid. Erg Lihoudi commençant lui-même à s'essouffler et à montrer une tendance à la massification, les acteurs locaux, tout comme les TO, proposent désormais des circuits plus poussés dans le désert.

Il faut également relever qu'à cause du phénomène de l'ensablement, chaque petite dune qui se forme aux abords d'une unité d'hébergement est offerte au touriste comme produit saharien où il peut s'installer pour admirer le lever ou le coucher du soleil ou encore sur laquelle il peut effectuer des randonnées d'une heure à dos de dromadaire.

M'hamid est qualifiée par tous les organisateurs locaux de voyage comme le point de départ pour les excursions vers le « vrai désert ». M'hamid est ainsi décrite comme la porte du désert où les acteurs locaux vendent leurs produits dans des agences d'excursions qui font le même travail qu'une agence de voyages, à la différence près qu'elles relèvent du registre du commerce et non du ministère du tourisme. Cette déviation juridique est justifiée par le fait qu'en voulant posséder une agence de voyages, on doit nécessairement avoir le diplôme de l'Institut Supérieur International du Tourisme de Tanger. Vu qu'aucun des locaux ne possède ce diplôme, ils ont recours à ces agences d'excursions qui offrent aux touristes

différents produits allant du bivouac aux environs de M'hamid (appelés les portes du désert), à Mezouaria à 4 km de M'hamid, à l'oasis Oum Laâlag à 40 km de M'hamid, aux dunes de Chegaga à 60 km de M'hamid et plus récemment à l'Erg Zehhar accessible uniquement à pied et à dos de dromadaire pour tenter de le laisser intact et lui épargner les hordes de 4x4.

La durée de séjour varie largement selon le type de circuit choisi mais M'hamid reste en général une destination qui offre un désert plus vaste et des ergs plus importants qu'Erg Chebbi, avec pour conséquence des durées de séjour plus longues

Il est important de noter que ces offres de circuits se sont élaborées graduellement, temporellement et spatialement. On a commencé par Nekhla et Erg Lihoudi à la fin des années 80 pour terminer à Erg Zehhar au début des années 2000. Une fois que les locaux et les TO remarquent que la région « A » commence à présenter des signes de massification de touristes ils changent automatiquement et ils se lancent dans des opérations de repérage d'autres sites « B » et « C », moins accessibles à la masse de touristes et plus « authentiques ». Mais une fois que ces nouveaux lieux commencent à se massifier, ils partent en quête de nouveaux lieux, jugés intacts et préservés. Ainsi le même schéma se renouvelle et les touristes finissent par gâcher tout ce qui fut le potentiel de départ...sans le vouloir.

Mais jusqu'à quand va durer cette exploration de nouveaux lieux qui une fois désuets sont abandonnés et d'autres espaces sont traqués pour plaire continuellement aux touristes sans se soucier des dégâts entraînés sur place ? Si M'hamid continue sur ce rythme il y n'aura bientôt plus de lieux « vierges », « authentiques » ou encore hors de la portée des touristes. La région sera alors boudée par les TO et elle sombrera dans l'oubli. D'autant plus qu'elle devrait gérer les dégâts environnementaux laissés par les touristes et tenter de dépasser les impacts culturels du tourisme, fortement observés sur place.

Tout comme Erg Chebbi, le phénomène des faux guides est fort dérangeant pour les touristes à M'hamid. Ainsi les porteurs de projet ont plutôt investi du côté de Bounou et d'Oulad Driss, deux villages au nord de M'hamid, qui sont beaucoup plus tranquilles à l'instar de Ras El Erg et de Hassi Lbied, de Tanamoust et de Khemliya. C'est dire que les deux régions se ressemblent comme deux gouttes d'eau dans leur évolution.

M'hamid connaît également à son tour l'éclosion de beaucoup d'unités d'hébergement à Bounou – Oulad Driss et M'hamid, certes pas un nombre aussi surprenant qu'à Erg Chebbi mais cela présente quand même un front d'auberges au bord de la route goudronnée rivalisant les unes les autres sur un axe de 7 km : 4 unités d'hébergement à Oulad Driss, 8 à Bounou et 10 à M'hamid. Cependant la massification du tourisme saharien de la région reste à notre sens encore plus notable au niveau des bivouacs, où cette fois on constate - contrairement à Erg Chebbi - l'existence de bivouacs semi-bétonnés pour lutter contre l'affaissement continu des tentes après chaque tempête de sable et aussi pour « réserver » le lieu de bivouac de chaque opérateur touristique.

Les quads et les motos à M'hamid, tout comme à Erg Chebbi, ne manquent pas de traverser mêmes des sites de bivouacs, d'autant plus que le livre de Gandini (2003) recommande aux motards un circuit avec des coordonnées GPS mais qui traverse en plein milieu un bivouac. Nous avons assisté à cela avec un groupe de touristes français (à Bouguern, le 19 avril 2006), où nous étions réunis autour de la tente en train d'admirer le ciel étoilé et la quiétude du désert quand des bruits de quads se sont fait entendre bien avant qu'ils n'arrivent à proximité du bivouac. Les touristes n'ont pas manqué de manifester leur mécontentement à leur accompagnateur qui, pour se défendre, tient Gandini pour seul responsable. Ces mêmes motards de quads élirent place à proximité de notre bivouac pour passer la nuit. Le lendemain matin nous fûmes réveillés très tôt le matin par les vrombissements des quads.

Cette expérience démontre encore une fois combien il est difficile de satisfaire les goûts de différents touristes dont la perception du désert diffère. Alors que les uns voient dans le désert un espace de calme par excellence où rien ne doit perturber le silence immuable, d'autres voient le désert comme un immense espace pour essayer en toute liberté divers engins mécaniques et plonger dans l'aventure.

En tout cas les circuits de M'hamid sont forts fréquentés et parcourent tous les mêmes trajets, car ils sont conditionnés par la présence de points d'eau et par des arbres qui servent d'abri aux touristes pendant les pauses, et de fourrage pour les dromadaires. On assiste alors souvent, surtout en haute saison, à un défilé de touristes au désert de M'hamid où les touristes à pied

ou à dos de dromadaire, croisent d'autres « caravanes touristiques » qui ne manquent pas d'être doublés à leur tour par d'autres touristes en 4x4, en Land Rover ou en quads. « *C'est le boulevard du désert!* » s'écrie un touriste français, participant à l'un des circuits (à Oued Naâm, le 17 avril 2006).

Les toilettes fixes pullulent au désert de Chegaga aux abords de chaque bivouac. Ceci illustre le paradoxe des motivations des touristes puisqu'ils aspirent au dépaysement tout en restant attachés au confort, notamment à la présence des toilettes. « *Le fait que le petit coin ne soit autre que quelque part derrière les dunes leur déplaît, ils demandent par conséquent des toilettes. Donc on leur offre ces toilettes.* » (Interview menée avec un organisateur de bivouac à Chegaga, le 10 avril 2006).

L'eau de ces toilettes, stockée dans une citerne, est fournie par un puits d'eau saumâtre situé à 2 km du bivouac. Les fosses sont creusées à peine de quelques mètres et contaminent parfois la nappe phréatique causant des diarrhées pour les touristes qui certes ramènent de l'eau minérale et des « micropures », mais qui parfois boivent le « thé nomade » que les locaux leur offrent. D'autres aspects du confort ne manquent pas au rendez-vous et ce pour mieux plaire aux touristes : des lanternes à bougie, des matelas, des couvertures, des chaises, des tables, de la bonne nourriture, variée et abondante...l'image d'un désert « cruel » et « dangereux » que véhicule la littérature est bien loin et on a à faire à un désert spécialement conçu pour les touristes.

La consommation du bois pour la préparation du feu de camp et du méchoui est aussi nuisible aux rares arbres qui existent. Mais l'ambiance décrite par les brochures touristiques doit trouver son écho dans la réalité et les acteurs locaux sont au petit soin pour les touristes, même au détriment des conséquences environnementales.

Dans un autre domaine, tout comme à Erg Chebbi, divers sites touristiques ne sont pas proposés aux touristes car ils ne sont pas rentables comme les produits sur les dunes. La visite des Ksour de M'hamid par exemple est négligée car elle ne rapporte pas beaucoup puisque seule la visite guidée est payée et aucun autre service n'est offert. Par ailleurs la population ksourienne reste relativement réticente à l'idée de s'ouvrir au tourisme et d'accueillir des touristes, par crainte de répéter le même modèle qu'à

M'hamid Centre, et afin d'éviter à leur progéniture la débauche impliquée par le tourisme saharien, tels la demande avec insistance d'argent, de bonbons, de stylos aux touristes, et l'abandon scolaire pour travailler constamment avec les touristes et pour apprendre les ficelles du métier le plus tôt possible. Les ksouriens refusent les visites touristiques à l'intérieur du ksar car ils considèrent ceci comme une « violation de leur intimité » (Interview menée avec un habitant du Ksar Oulad Youssef, le 23 avril 2006). Géographiquement, on peut dire que M'hamid « la rebelle » est séparée de la population « conservatrice » des ksour par le célèbre Oued Draâ. Ce grand oued du Maroc a bien su diviser les deux camps, voisins mais si différents !

A l'instar d'Erg Chebbi, la région de M'hamid n'échappe pas aux critiques des guides touristiques quant à son début de massification (encadré 2).

Encadré 2 : La description de la région de M'hamid par les guides touristiques

- * Erg Lihoudi : « en saison, quelques *Khaïma* sont plantées là, sous lesquelles vous trouverez quelques « hommes bleus » qui vous proposent un thé à la menthe. L'ensemble est très sympa, il y a des chameaux pour une balade dans les dunes au coucher du soleil (...). Par contre, nous nous élevons contre des expéditions et des rallyes qui laissent traîner après leurs bivouacs des tonnes de détritrus sur ces lieux et qui offrent de vulgaires bouteilles en plastique au vent ». (Le Guide du routard 2003-2004, p. 581).
- * « Tout le monde à Zagora semble avoir un dromadaire à louer et être en mesure de vous arranger une méharée (jusqu'à une semaine) ». (Lonely Planet Maroc 2005, p.322).
- * « Tinfou : à 7Km de Tamegroute, Tinfou n'est pas un véritable village mais plutôt un lieu-dit. Il n'y a que les dunes et deux hôtels. De nombreuses personnes viennent de Zagora, ou de plus loin, pour admirer les premières dunes du Sahara marocain. Elles n'ont pas vraiment d'intérêt et sont envahies par des touristes déposés en car à leurs pieds et qui repartent à l'aventure après s'être fait photographier au cœur du désert. Les dunes culminent tout de même à 120 m et occupent une superficie de 4 ha ». (Petit Futé Maroc 2005- 2006, p. 457).

- * « Depuis quelques années, les dunes ont une nette tendance à ressembler à un dépotoir. Nous ne le redirons jamais assez : n'enfouissez pas vos poubelles, rappez-les à votre hôtel ! ». (Le Guide du Routard 2007-2008, p.626).
- * Erg Lehoudi : « L'ensemble est très sympa hors saison, le reste du temps, c'est une autre histoire : les *khaimas* sont alors alignées comme des baraques à frites dans une fête foraine. Il y a des chameaux pour une balade dans les dunes au coucher du soleil. Vous pouvez même rester dormir sur place si vous le souhaitez, ce n'est pas l'offre qui manque ! C'est néanmoins l'occasion d'aller fouler le sable pieds nus. Dommage que la surféquentation du site se traduise par autant de sacs plastique tourbillonnant dans les environs ». (Le Guide du Routard 2007- 2008, p.626- 627)
- * Les dunes de Chigaga : « à 60 km. Véhicule 4x4 indispensable. (...) ces dunes, longues de 40 km, sont plus belles que celles de l'erg Lehoudi mais commencent à être victimes de constructions anarchiques. Les meilleures heures de la journée sont le lever et le coucher du soleil (mais ne le dites à personne !), la lumière y est beaucoup plus belle. On vous recommande d'établir un bivouac et de dormir au pied de la dune. Adressez-vous de préférence à des agences spécialisées, et essayez de vous isoler (pas facile !) ». (Le Guide du routard 2007- 2008, p. 627).
- * Erg Lihoudi (Judendüne): „(...) Noch von wenigen Jahren waren diese goldgelben Dünen der Geheimtipp, hier konnte man anders als in Merzouga noch in Ruhe campen. Doch inzwischen haben sich hier einige Biwaks etabliert, noch keine festen Häuser, aber das ist sicher nur eine Frage der Zeit“ ⁽¹⁾ (Marokko 2002 p. 309).
- * „ Bis Ende der 80er Jahre waren zur Weiterfahrt ab Zagora eine Genehmigung und ein Führer nötig und eine Übernachtung in Mhamid nicht gestattet. Daher stand die touristische Entwicklung der Region mit

1) « Erg Lihoudi (dune du juif) : (...) Il y a encore quelques années, ces dunes au jaune doré étaient le bon tuyau, ici on pouvait encore camper calmement, différemment de Merzouga. Pourtant quelques bivouacs se sont entre-temps établis, certes on n'a pas encore à faire à des maisons fixes mais ce n'est sûrement qu'une question de temps.

ihren schönen Sanddünen lange hinter dem Erg Chebbi zurück und die Hotels konzentrierten sich auf Zagora. Bis Mitte der 90er war Mhamid ein Geheimtipp unter Off-Roadern für einsame Dünenfahrten. Doch in den letzten Jahren, auch bedingt durch die Trockenheit, die die Landwirtschaft fast zum Erliegen gebracht hat, hat man hier aufgeholt und viele neue Camps geschaffen, in die vor allem organisierte Gruppen mit Landrovern kommen, um von Mhamid einen Ausflug auf dem Rücken eines Kamels zu machen, der von hier aus auf jeden Fall reizvoller als von Zagora aus ist ⁽¹⁾.“ (Marokko 2002, p. 310).

* „...eine besondere lokale Konkurrenz zwischen alteingesessenen, (...), könnte die Entwicklung vor Ort in einem touristischen Boom gipfeln ⁽²⁾.“ (Marokko, der Süden 2003, p.148).

Ainsi le risque de gâcher –via cette massification – le potentiel de départ risque, outre les dégâts environnementaux sur ces milieux sensibles, de faire « désertiser » bien des régions où les populations locales, grâce au tourisme, parviennent à survivre et à rester dans leurs territoires.

C'est cette même pauvreté et l'absence de secteurs économiques alternatifs au tourisme de désert dans ces régions marocaines qui favorisent la massification du tourisme et qui justifient la vision à court terme qu'ont les acteurs locaux. Peu leur importe la durabilité de cette activité pour les générations à venir, l'essentiel c'est d'assurer le gagne-pain immédiat via ce créneau rémunérateur qu'est le tourisme saharien. Mais cette massification touristique croissante dans ces deux régions sahariennes marocaines risque

1) Jusqu'à la fin des années 80, une autorisation et un guide étaient nécessaires pour continuer le voyage à partir de Zagora et une nuitée à M'hamid n'était pas permise. C'est pourquoi le développement touristique de la région, malgré ses longues et belles dunes de sable, était inférieur à celui d'Erg Chebbi et les hôtels se concentrèrent à Zagora. Jusqu'à la moitié des années 90, M'hamid était le bon tuyau pour des voyages sur les dunes, isolés des sentiers battus. Cependant, dans les dernières années, la sécheresse aidant qui a presque interrompu l'agriculture, on a gagné ici du terrain et beaucoup de nouveaux campements ont été créés, dans lesquels viennent avant tout les groupes organisés avec les Land-Rovers, pour faire une excursion chamelière à M'hamid, qui est d'ici en tout cas plus attrayant que Zagora. »

2) « ...une concurrence locale particulière entre les anciens indigènes, (...) pourrait culminer le développement sur place à un boom touristique ».

d'accélérer la dégradation de ces deux sites, de détruire tout ce qui fut leur attrait au départ et d'encourager l'exode rural, et par là-même l'avancée du désert au nord du Maroc. Donc il est justifié de s'inquiéter pour l'avenir de ces deux régions – emblèmes du tourisme saharien marocain actuellement – et de remettre en cause la durabilité de l'activité touristique à Erg Chebbi et à M'hamid.

C'est la recherche du gain immédiat et l'absence de planification et d'accompagnement du tourisme saharien au Maroc qui sont responsables de cette mise en doute de la durabilité d'une activité (fig. 5) devenue vitale dans ces espaces. On assiste alors à un choc entre deux économies : une économie locale qui était fondée sur la relation (dénudée de tout objectif mercantile) et qui a bifurqué vers l'économie capitaliste et une économie du touriste, basée sur les transactions monétaires, même s'il vient au Sahara en quête d'un rapport « interculturel » (Winkin, 1998).

Ainsi, il appartient principalement aux locaux de repenser leur tourisme via les deux associations existantes dans les deux régions, associations qui peinent à s'imposer pour éviter la phase du déclin que toutes les destinations touristiques du monde redoutent.

**Fig. 5 : Les critères du développement touristique
Durable et non durable**

Développement touristique durable	Développement touristique non durable
Concepts généraux	Développement rapide
Développement lent	Développement incontrôlé
Développement contrôlé	Echelle disproportionnée
Echelle appropriée	Court terme
Long terme	Quantitatif
Qualitatif	Contrôle extérieur
Contrôle local	
Stratégies de développement	Développement sans planification
Planifier et après développer	Augmentation de la capacité
Diffusion des pressions et des bénéfices	Développeurs étrangers
Développeurs locaux	Travail importé
Travailleurs locaux	Architecture non locale
Architecture locale ou traditionnelle	
Comportements des touristes	Voyage peu préparé
Préparation au voyage	Ne cherche pas à apprendre la langue locale
Apprentissage de la langue locale	Intensité et insensibilité
Sensibilité et bon sens	Lourd
Calme	N'aime pas retourner
Visites répétées	

Source : Laurent, 2003, p.248



Nos deux régions d'étude s'inscrivent plutôt dans cette deuxième colonne. Pour rattraper ses « erreurs » d'aménagement, elles doivent respecter la première colonne.

Bibliographie

- AU MAROC, 1991, guides Hachette Visa.
- Beckedorf, A.-S., 2006, *Wüstentourismus in Marokko. Das Beispiel des Erg Chebbi*, mémoire de maîtrise de géographie urbaine et rurale, Université de Bayreuth.
- Belmahi, Y., André, J.M., 2006, « *Tafilalet, la porte du désert* », *Médina Maroc Magazine*, pp. 39- 69.
- Bernard, P., 2006, « Ethnotourisme, écotourisme, tourisme équitable, etc. », *Ikewan*, n° 60- avril, mai, juin 2006, p. 3- 5.
- Biernert, U., 1998, *Wüstentourismus in Südmarokko. Das Beispiel des Tafilalet*, Passau, L.I.S. – Verlag, (Maghreb-Studien, vol. 11).
- Biernert, U., 1999, « L'image du désert dans la perception des touristes allemands : le cas du Tafilalet », in M. Berriane M. et H. Popp (éd.), *Le tourisme au Maghreb. Diversification du produit et développement local et régional. Actes du 5^{ème} colloque maroco-allemand, Tanger 1998*, Rabat, pp.239-248, (Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. Série : Colloques et séminaires, vol. 79).
- Boyer, M.,1999, « Histoire du tourisme de masse », Paris, PUF, Que sais-je ?
- Butler, R.W., 1980, "The concept of a tourism area, cycle of evolution", *The Canadian Geographer* , n° 1.
- Gandini, J.,2003 « Pistes du Maroc, tome II : le sud, du Tafilalet à l'Atlantique », Extrem'sud éditions.
- Gerard, I. et J., 1977, « Un autre Maroc », Bruxelles, Impri-compo.
- Jarir, M.,1999, « La croissance du tourisme et ses effets limités au Tafilalt », *Le tourisme en question*, Meknès, pp. 71- 81, (Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Meknès. Série Colloques 11).
- Laurent, A., 2003, « Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable » Ministère français des Affaires étrangères.
- Le guide du Routard Maroc (2003- 2004) ; (2005- 2006) et (2007- 2008). Paris, Hachette.
- Lonely Planet Maroc (2003) ; (2005).

- Lozato-Giotart, J.P, Balfet, M., 2007, « Management du tourisme: territoires, systèmes de production et stratégies », Pearson Education.
- MAROC, Le Grand Sud, 2003, Paris, Ed. Jaguar.
- MAROKKO, 2002, Ed. Mobil Reisen.
- MAROKKO, der Süden , 2003, Ed. Dumont.
- Petit Fute Maroc (2007- 2008). , Paris, Nouvelles éditions de l'université.
- Popp, H., 2003, „Neuere Tourismusentwicklung im ländlichen Raum am Beispiel der Maghrebländer“, in H. Egner (éd.), *Tourismus – Lösung oder Fluch? Die Frage nach der nachhaltigen Entwicklung peripherer Regionen*, Mainz, pp. 55- 74, (Mainzer Kontaktstudium Geographie, Band 9).
- UNESCO, 2000, Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara
- UNESCO, 2003, Le Sahara des cultures et des peuples.
- UNESCO, 2005, Le Sahara des cultures et des hommes.
- Verite, M., 1999, le Sahara. Ed. Favre, Paris.
- Weiss, M., 1998, *Studienreisen nach Marokko. Angebote, Teilnehmkreis, Reisemotive, Images*, Passau, (Maghreb Studien, vol. 9).
- Winkin, Y., 1998, « Le touriste et son double. Éléments pour une anthropologie de l'enchantement », in CNRS (éd.), *Miroirs maghrébins : itinéraires de soi et paysages de rencontre*, sous la dir.de Ossman S.

La Route des Kasbahs, produit touristique d'une région présaharienne marocaine

Herbert Popp ⁽¹⁾

1 - Introduction

Le long de la pente méridionale du Haut-Atlas au sud du Maroc on relève une spécificité de l'habitat traditionnel qui s'est développé dans le passé alors que les populations vivaient dans des conditions semi-nomadiques. Les maisons des populations sédentaires oasiennes furent construites sous forme de petites forteresses servant à la défense envers des ennemis menaçant ces habitats, soit sous la forme de maisons isolées, soit sous la forme d'agglomérations appelées *Ksar*. Les maisons sont construites comme de petits châteaux défensifs, décorés par la population locale amazighe.

Ce type d'habitat appelé *Tighremt* en berbère – ou quelque fois par le mot arabe « *Kasbah* » – n'a pas seulement une fonction de défense, mais il est également très photogénique et esthétique et constitue un paysage culturel attractif. C'est déjà dans la période du protectorat français que quelques premiers guides de voyages ont présenté ces « *Kasbahs* » comme éléments

1) Université de Bayreuth, Allemagne. herbert.popp@uni-bayreuth.de

architecturaux qui méritent d'être visités dans le cadre d'un circuit touristique. La ligne le long de laquelle ces *Kasbahs* sont concentrées fut appelée « la route des *Kasbahs* ». Dans la publicité de l'Office du Tourisme Marocain, dans les guides de voyage et dans les catalogues touristiques, la route des *Kasbahs* est devenue une marque et une destination de haute valeur qu'on doit absolument visiter. Surtout dans le cadre d'un tourisme culturel désireux de faire la connaissance d'une culture traditionnelle (comparable à ce qu'on appelle actuellement « ethno-tourisme ») la « route des *Kasbahs* » est devenue une région attirante pour sa clientèle.

En même temps que le tourisme international s'intéresse de plus en plus à ces maisons traditionnelles, faites en briques ou en pisé et avec des ornements artificiels, on assiste à un déclin croissant de cette architecture traditionnelle. Aujourd'hui, la fonction de défense envers les ennemis n'a plus lieu d'être et le souhait des habitants de la région de vivre dans ces maisons n'existe plus. Avec l'émigration internationale, le béton est devenu un matériel jugé plus moderne et plus approprié aux formes modernes de la vie. La population abandonne donc les *Tighremts*, et elles tombent de plus en plus en ruines.

On assiste ainsi à la situation paradoxale que le produit touristique largement demandé, les *Kasbahs*, est en train de disparaître. Le capital touristique est menacé. La stratégie d'une publicité autour des anciennes *Kasbahs* risque de vendre aux touristes un produit qui n'existe plus.

Cette contribution répond aux questions suivantes qui résultent de cette problématique :

- (1) Comment décrire le type traditionnel des *Tighremts* ? Quelle est la répartition spatiale de ces maisons en pisé ?
- (2) Quels sont les éléments d'attraction de ce patrimoine architectural pour le tourisme ? Comment est-ce que le tourisme culturel, qui est à la recherche de la « route des *Kasbahs* », s'est développé jusqu'à nos jours ?
- (3) Y a-t-il des initiatives pour sauvegarder et pour revaloriser les *Tighremts* à présenter aux touristes ?

- (4) Est-ce que la demande internationale de tourisme contribue au développement d'une perception positive vis-à-vis de l'héritage du passé et à une prise de conscience historique ?

2 - Comment décrire le type traditionnel des *Tighremts* ? Quelle est la répartition spatiale de ces maisons en pisé ?

Les villages et les demeures fortifiés le long de la pente méridionale du Haut-Atlas sont des ensembles architecturaux de plusieurs étages, construits de briques en pisé, souvent avec des ornements géométriques et dans des proportions élégantes et harmonieuses. On trouve ce type d'habitat surtout entre Errachidia et Ouarzazate avec une concentration entre Tineghir et Skoura.

3 - Quels sont les éléments d'une attraction de ce patrimoine architectural pour le tourisme ? Comment est-ce que le tourisme culturel qui est à la recherche de la « route des Kasbahs » s'est développé jusqu'à nos jours ?

Les premiers rapports des Européens sur l'habitat de la région se passionnent pour l'harmonie de l'habitat avec son paysage environnant, en insistant surtout sur la beauté des maisons qui joue un rôle primordial dans les descriptions. Les finesses de la décoration, l'économie oasienne créée par la population amazighe, les grandes et superbes *Kasbahs* des seigneurs de la région (surtout de la dynastie des Glaouas) ont ainsi créé un mythe qui se vend bien à une clientèle aisée, bien éduquée et intéressée par la culture de la région.

C'est surtout le village de Skoura qui, par sa variété et la beauté de ses *Tighremts*, est devenu une destination très demandée, surtout la Kasbah d'Amerhidil qui figure même sur le billet marocain de 50 dirhams. Des rapports de voyage publiés (comme celui de l'Allemand Werner Wrage dans les années 60 avec le titre « La route des *Kasbahs* ») font de la publicité pour la ligne routière entre Errachidia et Ouarzazate comme route touristique. Avec sa nomination comme patrimoine culturel mondial, le village d'Aït Ben Haddou, au nord de Ouarzazate, attire les touristes en grand nombre par son site grandiose et par son statut de patrimoine.

L'activité la plus fréquente des touristes est la traversée de la région par voiture ou par autobus. Plusieurs arrêts sont prévus pour faire des photos ou pour une courte visite de certains châteaux (à la base d'un modeste pourboire pour le propriétaire) et constituent les comportements touristiques dominants. Quelques maisons exceptionnelles, comme la *Kasbah* Taourirt du Glaoui à Ouarzazate, ont été transformées en musée où la visite est payante. Brièvement, il s'agit surtout d'un tourisme de passage et la population ne profite pas beaucoup du produit.

Mais dans le cadre du développement récent d'un tourisme culturel qui demande un séjour plus long dans les *Tighremt*, qui est à la recherche d'une visite détaillée de ces habitats et d'un hébergement dans les *Tighremts* sous forme d'un ethno-tourisme, les effets touristiques pour la population locale sont en train d'augmenter. Il y a même beaucoup d'Européens qui sont à la recherche de l'achat d'une *Tighremt* traditionnelle pour transformer ces maisons en unités d'habitation pour des séjours de plusieurs jours dans la région. Ils les restaurent alors de manière non-authentique, selon la perception orientaliste des mille et une nuits, avec un certain luxe et des aménagements modernes.

4 - Y a-t-il des initiatives pour sauvegarder et pour revaloriser les *Tighremts* à présenter aux touristes ?

Parallèlement à ce processus d'une demande croissante vis-à-vis des *Tighremts*, le nombre des maisons traditionnelles qui sont toujours en bon état est devenu très rare puisque la *Tighremt* comme lieu d'hébergement pour la population indigène n'est plus demandée.

Un inventaire que nous avons fait dans l'oasis de Skoura en 2001 montre bien que la plupart des *Tighremts* ne sont plus habitées. Cependant, les *Tighremts* abandonnées sont dans quelques cas toujours dans un état qui permettrait une rénovation. Quelques *Tighremts* sont déjà transformées en auberges pour accueillir les touristes, dans la plupart des cas parce qu'elles sont facilement accessibles par la route. On les a transformées en hôtels luxueux, comme par exemple Aït Ben Moro près de la route principale ou Dar Ahlam (Sidi Brik) au centre de l'oasis où la *Tighremt* traditionnelle fut restaurée et élargie par la construction d'une piscine et de salles modernes luxueuses.

Le premier exemple est un hôtel qui fut transformé d'une manière très prudente et authentique par un architecte espagnol qui a loué la Kasbah à un prix exorbitant de DH 6.000 par mois. Le même type de location d'un Européen se trouve à Tineghir dans la Kasbah de Tombouctou. Le deuxième exemple est le seul cas où l'ancien propriétaire a vendu son terrain à une Française qui a transformé la *Kasbah* en un hôtel de grand luxe orienté vers une clientèle aisée originaire de la région parisienne et à la recherche du mythe orientaliste.

Les acteurs marocains de la région qui sont en train de présenter leurs *Tighremts* aux touristes ont choisi une formule moins luxueuse pour l'hébergement, ou bien ils offrent leur maison pour la seule visite payante, sans nuitée. Souvent on a l'impression que ces activités ne sont pas faites d'une manière professionnelle, mais relèvent plus ou moins du bricolage.

Excepté ces initiatives que nous venons de décrire, la tendance dominante est celle de la disparition des *Tighremts*, de leur transformation en ruines et ainsi à la transition vers un paysage désormais dominé par des habitats modernes en béton, mais un paysage sans *Tighremts*. Le capital touristique des *Ksour* et *Kasbahs* disparaît et le terme de « route des *Kasbahs* » ne décrit plus la réalité actuelle. La « route des *Kasbahs* » est devenue une « route des téléboutiques » puisque entre-temps ces lieux publics de téléphonie dans une région avec un haut pourcentage d'émigrés de travail en Europe sont visibles avec une densité remarquable et représentent une marque typique de l'époque actuelle.

5 - Est-ce que la demande internationale du tourisme contribue au développement d'une perception positive vis-à-vis de l'héritage du passé et à une conscience historique ?

Cet intérêt croissant pour le tourisme culturel au niveau international pourrait également pousser l'Etat à participer à une sauvegarde d'au moins une partie des habitats traditionnels. Rappelons que c'est l'Etat qui fait la publicité touristique pour la « route des *Kasbahs* » ! Mais les activités étatiques sont plus ou moins négligeables. Les grandes *Kasbahs* de la dynastie des Glaouas sont toutes laissées à l'abandon : Tineghir ainsi que Kelâaat Mgouna, Toundout ainsi que Dar Chair à Skoura. Seule la *Kasbah* de Taourirt à Ouarzazate a été restaurée et transformée en musée.

Même le site d'Aït Benhaddou, patrimoine culturel mondial de l'UNESCO depuis 1987, sert aux seuls objectifs touristiques, sans respect de la sauvegarde de l'habitat et sans aucune conscience historique vis-à-vis de l'héritage architectural. Les maisons privées de l'ancien *Ksar* ne sont pas restaurées (exceptée la mosquée). Si elles sont conservées cela se fait d'une manière non-authentique et non-conforme à la tradition.

Concernant la question de la transformation des anciennes *Kasbahs* en hôtels et restaurants – une activité qui se fait dans la plupart des cas par des investisseurs européens (à l'exception de l'hôtel Baha-Baha à Nkob) –, une nouvelle formule remplace celle de la restauration d'une ancienne *Kasbah* : celle de la construction *ex nihilo* d'un arrangement de studios ou de chambres en imitant l'ambiance des *Kasbahs* et situé à l'intérieur des oasis. Le refus des anciens propriétaires de vendre leur habitat ne joue plus de rôle, la construction se fait en réalisant l'infrastructure sanitaire moderne, un aspect qui est souvent une contrainte dans la restauration des anciennes *Tighremts*. Pour le touriste cette non-authenticité n'est pas un facteur limitant la demande, bien au contraire. La mise en scène artificielle d'un habitat traditionnel se vend assez bien. C'est le mythe traditionnel qui persiste, mais l'offre devient de plus en plus instrumentalisée artificiellement. La perception des touristes reste cependant toujours celle de croire qu'il s'agit d'une vie rurale paysanne authentique.

Il ne reste que quelques cas individuels d'acteurs locaux qui ont développé une conscience historique et d'une identité régionale en sauvegardant les vrais habitats hérités. C'est l'exemple du musée de la culture quotidienne berbère de Souk el Khemis Dadès qui fait une exception, fondé sur l'initiative idéaliste de quelques particuliers.

6 - Conclusion

En résumé on peut constater que la formule et la marque touristique de la « route des *Kasbahs* » n'est plus conforme avec la réalité de l'habitat dans la région le long de la pente méridionale du Haut-Atlas. Seulement quelques objets isolés et exceptionnels ont été conservés pour satisfaire à la demande touristique et transformés en hôtels ou en restaurants.

On peut regretter la disparition progressive des villages traditionnels et des maisons individuelles d'un charme architectural et d'une tradition profonde. Mais, hélas, le monde des *Tighremt* et des *Ksour* est en train de

disparaître et parallèlement à cela la marque touristique n'est plus convaincante, elle est devenue une construction stéréotypée vendue aux touristes. Le produit authentique touristique de la « route des *Kasbahs* » est en crise.

Bibliographie

- Jacques-Meunié, D., 1962, « Architecture et habitats du Dadès », Paris.
- Aït Hamza, M., 2002, « Mobilité socio-spatiale et développement local au sud de l'Atlas marocain (Dadès-Todgha) », Passau, *Maghreb-Studien*, vol. 13.
- Bartha, I., 2006, „Ethnotourismus in Südmarokko. Touristische Präsentation, Wahrnehmung und Inszenierung der Berber“, Bayreuth, *Maghreb-Studien*, vol. 15.
- Weiss, M., 1999, „Weltkulturerbe Aït Ben Haddou (Südmarokko) – der internationale Besichtigungstourismus verändert ein abgelegenes Berberdorf. Das Beispiel der lokalen Händler“, In: H. Popp (éd.), *Lokale Akteure im Tourismus der Maghrebländer*, Passau, pp. 115-146, *Maghreb-Studien*, vol. 12.
- Berriane, M., 2000, « Le patrimoine culturel et son utilisation touristique : le cas de l'habitat en terre du Sud marocain », In : M. Berriane, A. Kagermeier (éd.) : *Le Maroc à la veille du troisième millénaire. Actes du colloque maroco-allemand de Paderborn 2000*, Passau 2001, pp. 201-205 *Maghreb-Studien*, vol. 14.
- Aït Hamza, M, Popp, H., 2004, « Carte touristique « Randonnée culturelle dans le Djebel Saghro (Maroc du sud) », Bayreuth.
- Lessmeister, R., 2004, „Die Lehmburgen entlang der « Straße der Kasbahs » (Südmarokko)“, In G. Meyer (éd.), *Die arabische Welt im Spiegel der Kulturgeographie*, Mainz, pp. 412-419.
- Popp, H., 1999, „Weltkulturerbe Aït Ben Haddou (Marokko). Lokale Vermarktung eines Standorts von globalem Interesse“, *Geographische Rundschau*, 53, p. 44-49.

Le parc national de Sidi Toui : atouts pour une valorisation touristique

Abdelkader El Idi, Amor Tbib, Ali Ferchichi ⁽¹⁾

Résumé

Grâce à sa richesse monumentale et ses caractéristiques géographiques et climatiques, la Tunisie est classée parmi les pays méditerranéens les plus développés dans le secteur touristique. Les investissements et la mise en place d'une infrastructure hôtelière très importante et appropriée lui ont permis d'être parmi les destinations privilégiées des touristes. De ce fait, le secteur touristique représente, en Tunisie, environ 7 % du PIB en employant plus de 4 % de la population active. Le nombre d'établissements hôteliers est passé de 200 en 1970 à plus de 800 actuellement. Ces établissements sont en majorité installés dans la frange littorale du pays où le tourisme balnéaire prédomine. En revanche, le tourisme saharien reste encore marginalisé et peu exploité. En dépit de l'importance du secteur touristique dans l'économie du pays, les parcs nationaux n'ont pas encore été convenablement valorisés. En effet, le secteur touristique en Tunisie est essentiellement basé sur le tourisme balnéaire associé à de rares excursions culturelles orientées.

Malgré leur richesse floristique et faunistique et même culturelle, les parcs nationaux restent encore considérés comme des réserves naturelles non exploitées. Ces parcs, qui sont dirigés par les services forestiers, ne sont visités que dans un cadre scientifique restreint. L'intégration du patrimoine archéologique et socioculturel local

1) Institut des Régions Arides de Médenine - Tunisie. akadertn@yahoo.fr. amor.tbib@ira.rnrt.tn.

de ces sites dans les programmes du développement régional pourrait constituer une alternative prometteuse d'occupation pour une large gamme de la population locale, jusqu'à présent absorbée par des activités agricoles ou pastorales très limitées. L'implication de cette catégorie de population dans le secteur du tourisme écologique ou culturel est certainement avantageuse au secteur touristique, au patrimoine national et à la préservation des ressources naturelles du secteur agricole, notamment dans le Sud tunisien.

A travers cette étude, on tentera d'explorer une réserve naturelle située à l'extrême sud tunisien. Il s'agit du Parc National de Sidi Toui, créé depuis 1990. Ce parc renferme en effet une richesse floristique et faunistique considérable et qui mérite d'être exploitée dans l'écotourisme. Sa richesse en ruines antiques pourrait lui conférer une valeur éco-touristique. La situation géographique de ce parc est en faveur d'une éventuelle valorisation dans le tourisme écologique. En vue d'une éventuelle exploitation touristique, des propositions d'aménagement seront évoquées.

Mots clés : parc national, tourisme écologique, diversité biologique, Tunisie.

1 - Introduction

En Tunisie, le tourisme représente environ 7 % du PIB en employant plus de 4 % de la population active (Géotourisme, 2007). Il constitue de ce fait la première ressource économique du pays. Compte tenu de sa richesse monumentale et de ses caractéristiques géographiques et climatiques, la Tunisie constitue une des destinations privilégiées des touristes européens (Hosni, 2000). Durant ces dernières décennies, ce pays a pu installer une infrastructure touristique très importante. A ce sujet, le nombre d'établissements hôteliers est passé de 200 en 1970 à plus de 800 en 2005 (I.N.S, 2004) ⁽¹⁾. Ceci s'est traduit par une élévation de la capacité d'accueil des visiteurs. Ces dernières années, la Tunisie accueille, en moyenne, 5 millions de touristes dont 80 % arrivent en groupe. Les principales stations d'accueil sont concentrées en deux zones principales. Il s'agit des zones de Nabeul-Hammamet-Sousse et Djerba-Zarzis. En se référant aux autres pays méditerranéens, le secteur touristique en Tunisie occupe une place avancée (généralement la deuxième) sur tous les plans (emploi, nombre de touristes, recettes) (Chaponnière, Lautier, 2005).

1) Les données sur le secteur touristique en Tunisie sont disponibles sur le site officiel de l'Institut National de Statistique (I.N.S) : www.ins.nat.tn.

Toutefois, la tendance vers le tourisme écologique n'est pas encore prise en considération par les décideurs en matière de tourisme. Cette voie reste encore marginalisée par rapport au tourisme balnéaire qui se limite aux zones côtières.

Afin de mieux attirer de nouvelles catégories de consommateurs touristiques, avec tout ce que cela peut entraîner, la recherche de nouveaux secteurs touristiques est devenue une nécessité. Le tourisme écologique pourrait répondre à cette tâche. En revanche, cette voie d'exploitation doit répondre à la fois aux besoins en matière de tourisme et à la bonne gestion du milieu naturel. En d'autre terme, une nouvelle voie qui doit être gérée à la fois par les décideurs du secteur touristique et les écologistes.

En Tunisie, les parcs nationaux sont actuellement gérés par les services forestiers et subissent des mise en défens plus ou moins strictes. Ces parcs sont répartis sur tout le territoire du pays, et ce en relation avec la diversité des écosystèmes naturels.

Au travers de cette étude, l'accent est mis sur ces réserves naturelles. En effet, l'idée générale est d'aboutir à un mode de gestion de ces parcs qui pourrait satisfaire à la fois les besoins des écologistes et des investisseurs en tourisme. Du point de vue écologique, ces réserves doivent être strictement protégées contre toute forme d'exploitation qui pourrait aboutir à une perturbation de l'écosystème naturel, et ce afin de maintenir un certain équilibre écologique entre les êtres vivants qui s'y abritent et de conserver la diversité biologique au sein de l'écosystème en question. En revanche, le secteur touristique fait intervenir une perturbation certaine au niveau de ces écosystèmes, en particulier si ce tourisme est plus de loisir qu'écologique. De là vient la nécessité de créer une nouvelle voie de tourisme écologique qui tienne compte à la fois du loisir et de la préservation du site visité.

Le parc national de Sidi Toui peut constituer le point de départ pour une éventuelle exploitation de cette réserve naturelle en éco-tourisme. Ce choix est justifié par les particularités géographiques et écologiques du parc ainsi que par sa richesse en monuments historiques. Enfin et en vue d'une éventuelle tentative de valorisation de ce parc dans le tourisme écologique, des perspectives d'aménagement seront proposées.

2 - Le tourisme en Tunisie

En Tunisie, le secteur touristique occupe une place de choix dans l'économie du pays (Hosni, 2000). Ceci est justifié par les valeurs des recettes touristiques (figure 1). Le tourisme a bien marqué sa présence dans le pays, même avant l'indépendance, grâce aux particularités climatiques et géographiques du pays. En effet, sa localisation sur la rive sud de la Méditerranée, proche de l'Europe, et son climat modéré ont fait de la Tunisie une destination privilégiée des touristes européens.

A partir des années 1950, on a assisté à une expansion du tourisme balnéaire estival. De là, le pays s'est trouvé face à une demande de plus en plus exigeante et à une nécessité d'investir en infrastructures hôtelières. Il en a résulté un accroissement considérable des établissements hôteliers (fig. 2). On compte actuellement plus de 800 établissements hôteliers avec une capacité qui dépasse 200.000 lits (fig. 3). Avec cette expansion, les conséquences sur le secteur de l'emploi ont été très favorables. En effet, ce secteur assure l'emploi pour plus de 4 % de la population active. Les principales stations touristiques du Sud (Djerba-Zarzis-Gabès) occupent le premier rang dans le secteur (22 % du total emploi en tourisme en 2002). La zone de Nabeul-Hammamet, au nord-est du pays, vient en deuxième rang (20,74 % du total en 2002). Ceci est dû à la forte concentration des établissements hôteliers au niveau de ces zones (fig. 4).

Figure 1: Evolution des recettes touristiques en Tunisie de 2000 à 2004.

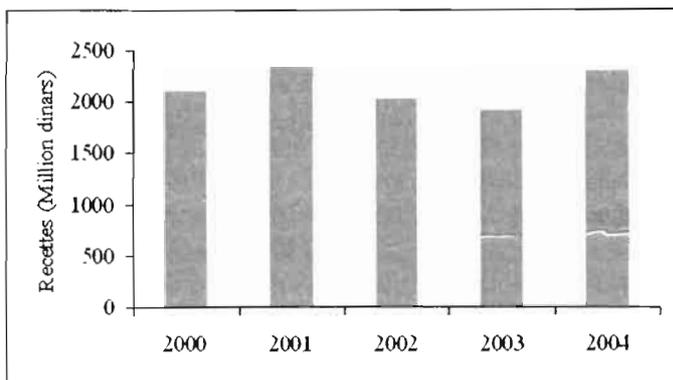
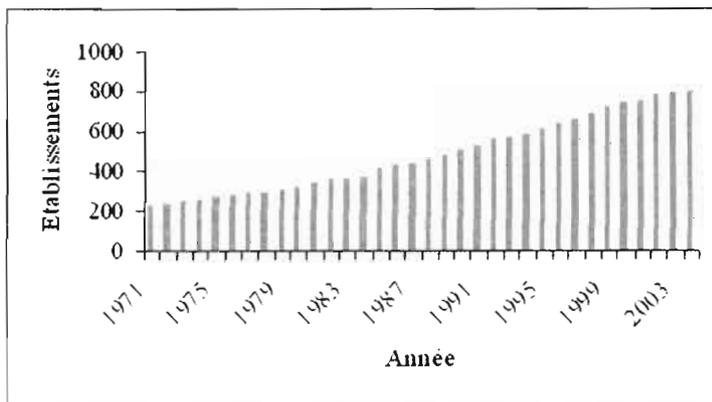


Figure 2 : Evolution du nombre des établissements hôteliers en Tunisie.



Le tourisme balnéaire prédomine en Tunisie mais il est généralement associé à des excursions organisées. Ces excursions, essentiellement de loisir, couvrent principalement les régions continentales. Les différentes parties du Sahara tunisien sont ainsi exploitées par le secteur touristique.

En ce qui concerne les catégories d'âge, les touristes des zones du centre et du nord du pays sont dans la majorité des personnes âgées ou d'âge

moyen. Les jeunes sont majoritaires dans les stations de Gafsa-Tozeur et Djerba-Zarzis-Gabès. Les destinations des excursions touristiques couvrent dans la plupart des cas les régions de Tozeur, Douz, Matmata et Tataouine où l'on peut observer une richesse monumentale très diversifiée représentant l'histoire des occupations successives des terres par les diverses civilisations qu'a connues le pays. Ce tourisme, qualifié de « tourisme saharien », est généralement réalisé sous forme d'excursions en groupes. Les destinations sont pratiquement les mêmes chaque fois que ces excursions de terrain sont réalisées. Un exemple typique qu'on peut signaler à titre d'exemple est celui de la visite de Ksar Ghilane. Pour atteindre ce site, on passe généralement de Djerba vers Matmata puis on part vers le Ksar. Là, on organise des promenades à cheval, en dromadaire ou en 4x4. Une exploitation de plus en plus accentuée de ces sites est alors signalée.

Figure 3 : Evolution de la capacité hôtelière (en 1000 lits) en Tunisie.

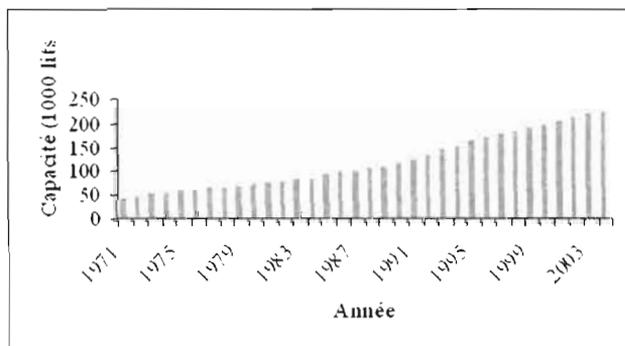
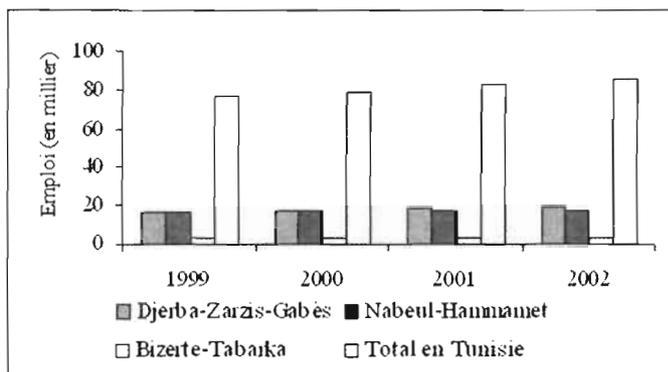


Figure 4 : Evolution de l'emploi direct dans le secteur touristique



3 - Le tourisme écologique en Tunisie

Le tourisme écologique en Tunisie n'a pas encore pris place dans le secteur touristique. Le tourisme balnéaire reste toujours le plus dominant (Moumni, 2001). Cependant, un tourisme culturel est associé à celui-ci au niveau du secteur littoral sud du pays (Djerba-Zarzis-Gabès). Ce tourisme culturel se présente généralement sous forme de visites de monuments historiques qui sont très localisés au niveau du gouvernorat de Tataouine et de la région de Matmata. Le surpiétinement, lié à la fréquentation en masse des touristes, de dromadaires, de voitures et de quads, a causé une certaine fragilisation des ces zones visitées. A l'inverse, les parcs souffrent d'une absence de piétinement qui serait favorable à l'amélioration du taux d'émergence de nouvelles plantules à partir des semences dispersées. En effet, le manque de piétinement au niveau du parc facilite la mise en place d'une pellicule de battance qui empêche alors la germination des semences et la régénération rapide du couvert végétal naturel. Ces parcs, tout comme les oasis, constituent de véritables réservoirs génétiques. Les espèces animales ou végétales qui y sont présentes sont indemnes de toute perturbation anthropique.

La politique du pays s'est engagée dans une voie d'installation d'écomusées au niveau des différents parcs. Ces musées regroupent non seulement les caractéristiques floristiques et faunistiques du parc mais aussi l'histoire de la région ou même du secteur territorial (à l'échelle du

gouvernorat). Cependant, la réussite de l'intégration des parcs nationaux dans le tourisme écologique nécessite la prise en considération des exigences des visiteurs qui se résument en besoins touristiques communs (loisir) et scientifiques (découverte). Parmi les points que l'on doit prendre en compte, on cite :

- la motivation pour connaître les cultures étrangères qui constitue un motif pour le déplacement ;
- la recherche historique par laquelle les touristes cherchent une identification à travers leurs expériences ;
- la curiosité qui prend naissance suite à certains faits de l'actualité, des faits culturels ou sociaux (livres, films, documentaires, reportages, etc.) ;
- les villes les plus proches du site jouent un rôle très important dans la valorisation de ce site.

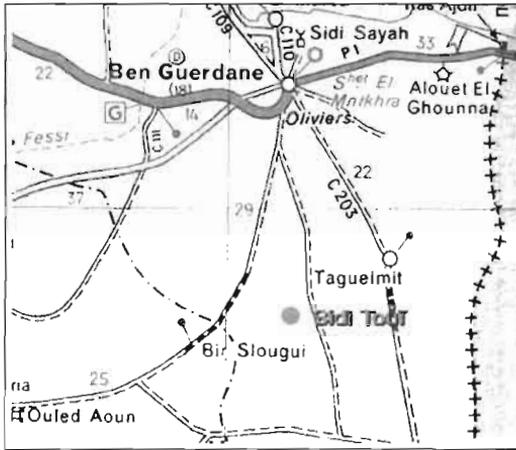
De ce fait, l'écotourisme doit être un tourisme dont la motivation principale est l'observation de la faune et de la flore dans leur milieu naturel. C'est l'observation de tout un écosystème naturel. Un tourisme qui suscite l'intérêt d'une nouvelle clientèle passionnée par ce genre d'excursion écologique, un tourisme qui pourrait devenir un créneau prometteur pour les prochaines générations.

4 - Le parc national de Sidi Toui

Le Parc national de Sidi Toui est situé à la frontière tuniso-libyenne (11° 15' E et 32° 43' N). Ce parc a été créé en 1990 en vue de préserver un écosystème indemne de toute perturbation anthropique. La précarité climatique est une caractéristique de ce site qui couvre environ 6.135 ha. Sur le plan bioclimatique, il fait partie du climat méditerranéen aride, sous étage inférieur. La végétation est diversifiée faisant du parc une steppe plus ou moins dense sous l'effet de la protection relativement longue. Avec l'introduction des animaux (gazelle, oryx, autruche et autres...), ce parc a pu assurer un certain équilibre sur le plan écologique. Ce site constitue aussi un biotope pour de nombreuses espèces animales (oiseaux, reptiles, petits ruminants...). Un autre point fort de ce parc, en faveur d'une éventuelle exploitation éco-touristique, est qu'il regroupe un nombre important de marabouts qui sont généralement fréquentés par les habitants venant essentiellement des gouvernorats de Médenine et de Tataouine. Ces

marabouts sont aussi visités par un certains nombre de personnes venant d'Algérie et de Libye. C'est en quelque sorte un point de rencontre des différentes tribus. Ces visites sont annuelles et se font généralement au printemps. Le reste de l'année, ces marabouts sont visités chaque semaine par de nombreux paysans venant des villes les plus proches comme Ben Guerdane (à 50 km) et Smar (à 40 km) (fig. 5).

Figure 5 : Localisation du parc national de Sidi Toui.



4.1 - Caractéristiques climatiques

Le climat de la région de Sidi Toui est aride. Les températures sont toujours positives. L'hiver est frais alors que l'été est sec avec des températures élevées. Le mois de janvier est le plus froid avec une moyenne des températures les plus basses de 4,8 à 5,9°C tandis que les températures des mois de juillet et d'août sont les plus élevées et peuvent dépasser 40°C.

La moyenne annuelle des précipitations est de l'ordre de 120 mm au niveau du parc (moyenne de 80 ans) (tableau 1). Ces précipitations sont caractérisées par une grande variabilité temporelle aussi bien annuelle que saisonnière. En revanche, ces précipitations se répartissent essentiellement sur les saisons plus ou moins humides (automne et hiver) et peuvent s'étaler jusqu'au mois de mai.

**Tableau 1 : Caractéristiques climatiques du site de Sidi Toui
(source : station météorologique de Sidi Toui).**

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Températures moyennes (°C)	12,5	16,5	20,1	22,8	25,1	28,9	32,0	31,9	29,6	28,3	25,2	18,7
Précipitations maximales (mm)	75	42	60,5	42	21	-	-	-	26	110	43	35,5
Précipitations minimales (mm)	18,3	9,2	19,7	8,1	4,3	-	-	-	4,6	32,2	9,9	12,1

4.2 - Richesse floristico-faunistique

Le parc national de Sidi Toui couvre une superficie de 6135 ha de végétation saharienne steppique. L'aridité du milieu conditionne la nature de la flore qui y pousse et de la faune qui y vit.

4.2.1 - La flore

Le parc présente un couvert végétal steppique. Ce couvert végétal varie en fonction des altitudes et de l'exposition. On y trouve les différents groupements de la steppe, et la végétation s'enrichit dans les lits des oueds (qui sont généralement caillouteux), en devenant de plus en plus abondante. Cette végétation est généralement dominée par des chaméphytes (tableau 2). Le groupement végétal dominant est celui de l'*Anthyllis sericea* et *Gymnocarpos decander* où ces espèces sont majoritaires. Au niveau des cours d'eau se présente le sparte (*Lygeum spartum*), l'alfa (*Stipa tenacissima*), et le jujubier (*Ziziphus lotus*). La périploque (*Periploca laevigata*) occupe également les oueds au niveau du parc, où des actions de réintroduction prévoient un repeuplement par l'*Acacia raddiana*, *Rhus tripartitum*, *Calligonum* et encore *Genista saharae*.

Tableau 2 : Espèces caractéristiques du parc national de Sidi Toui.

Espèce	Famille botanique	Espèce	Famille botanique
<i>Anthyllis sericea</i>	Leguminosaeae	<i>Nitraria retusa</i>	Zygophyllaceae
<i>Artemisia campestris</i>	Compositaeae	<i>Periploca laevigata</i>	Asclepiadaceae
<i>Artemisia herba-alba</i>	Compositaeae	<i>Pituranthos tortuosus</i>	Umbelliferae
<i>Echichilon fruticosum</i>	Boraginaceae	<i>Plantago albicans</i>	Plantaginaceae
<i>Erodium glaucophyllum</i>	Geraniaceae	<i>Polygonum equisetiforme</i>	Polygonaceae
<i>Gymnocarpos decander</i>	Caryophyllaceae	<i>Retama raetam</i>	Leguminosaeae
<i>Helianthemum kahiricum</i>	Cistaceae	<i>Rhanterium suaveolens</i>	Compositaeae
<i>Helianthemum lipii</i>	Cistaceae	<i>Salsola vermiculata</i>	Chenopodiaceae
<i>Herniaria fruticosa</i>	Caryophyllaceae	<i>Stipa lagascae</i>	Gramineae
<i>Lycium arabicum</i>	Solanaceae	<i>Stipa tenacissima</i>	Gramineae
<i>Lygeum spartum</i>	Gramineae	<i>Ziziphus lotus</i>	Rhamnaceae

4.2.2 - La faune

La faune existante dans le parc est principalement saharienne. Elle est répartie sur tous les biotopes qui y sont présents (montagne, steppes, dunes et sebkhas). Les multiples prospections du site ont répertorié 26 espèces de mammifères (B.E.T, 2003). On trouve ainsi, la gazelle Dorcas (seul ongulé de la région), le renard des sables, le chat sauvage, le lièvre pâle, la petite gerboise, le goundi, etc. (tableau 3). Les reptiles y sont aussi présents et représentés par le fouette-queue, le varan du désert, la vipère à cornes et plusieurs couleuvres. L'avifaune, nombreuse est diversifiée, compte environ 90 espèces parmi lesquelles le sirli du désert, le cochevis huppé et l'outarde. Cette dernière espèce bénéficie d'un programme particulier de conservation. Beaucoup d'autres espèces sont présentes mais peu nombreuses. Ce sont en général des reptiles et des amphibiens qui comptent également près de 26 espèces (B.E.T, 2003). Ainsi, dans les fentes des roches vivent le fouette-queue et les agames du désert. Dans les plaines on trouve le varan du désert et divers lézards. Mais le parc est aussi l'habitat de nombreux papillons dont certains sont très rares.

Tableau 3 : Quelques espèces de mammifères répertoriées dans le parc (BET, 2003)

Nom français	Nom scientifique
Insectivores :	
Hérisson d'Algérie	<i>Erinaceus algirus</i>
Hérisson du désert	<i>Erinaceus aethiopicus</i>
Musaraigne musette	<i>Crocidura russula</i>
Musaraigne de Whitaker	<i>Crocidura whitakeri</i>
Chiroptères :	
Trident	<i>Rhinolophus tridens</i>
Petit murin	<i>Myotis blythi</i>
Pipistrelle de Kuhl	<i>Pipistrellus kuhli</i>
Pipistrelle commune	<i>Pipistrellus pipistrellus</i>
Grande sérotine	<i>Eptesicus serotinus</i>
Carnivores :	
Chacal commun	<i>Canis aureus</i>
Renard famélique	<i>Vulpes rueppelli</i>
Fennec	<i>Fennecus zerda</i>
Zorille de Libye	<i>Mustela libyca</i>
Hyène rayée	<i>Hyaena hyaena</i>
Chat ganté	<i>Felis lybica</i>
Chat marguerite	<i>Felis margarita</i>
Artiodactyles :	
Gazelle dorcas	<i>Gazella dorcas</i>
Mouflon à manchettes	<i>Ammotragus lervia</i>
Camelidae :	
Dromadaire	<i>Camelus dromedarius</i>
Rongeurs :	
Gerbille champêtre	<i>Gerbillus campestris</i>
Gerbille de Henley	<i>Gerbillus heneleyi</i>
Gerbille naine	<i>Gerbillus nanus</i>
Petite gerbille	<i>Gerbillus gerbillus</i>
Grande gerbille	<i>Gerbillus pyramidum</i>
Petite gerboise	<i>Jaculus jaculus</i>
Grande gerboise	<i>Jaculus orientalis</i>
Porc-épic (Stachelschwein)	<i>Hystrix cristata</i>
Gundi de l'Atlas	<i>Ctenodactylus gundi</i>
Lagomorphes :	
Lièvre du Cap	<i>Lepus capensis pallidor</i>
Macroscelides :	
Rat à trompe	<i>Elephantulus rozeti</i>

4.2.3 - Richesse en monuments historiques

Le parc national de Sidi Toui renferme environ 14 marabouts répartis sur les différentes collines du parc. Ces marabouts constituent le motif majeur de visite de ce parc (tableau 4). Les visiteurs sont dans la plupart des

cas des paysans de la région qui n'accordent aucun intérêt au paysage qui les entoure. L'attitude des jeunes visiteurs est différente et on signale que ces derniers ont commencé à porter intérêt à ces visites afin d'organiser ou d'assister à des fêtes folkloriques. Ceci d'autant plus que ces visites se font au printemps qui offre une vue admirable du couvert végétal printanier. Une occasion particulière de visite du parc durant le printemps est la collecte du « Terfess » (*Terfezia* sp.), un champignon très recherché et très apprécié dans le Sud tunisien.

Tableau 4 : Statistiques des visiteurs du parc.

	Nationalité	Moy. ann (2000-2005)	%
Visiteurs des marabouts	Algériens - Libyens	617	5 %
	Tunisiens	10861	95 %
Visiteurs du parc	Etrangers	21	39 %
	Tunisiens	34	61 %
Moyens de transport	Privés	1024	44 %
	Administratif (militaire et autres)	1344	56 %

Avec l'installation de « feskia », réservoirs d'eau potable, les visites de ce parc sont devenues plus fréquentes qu'auparavant. Les principaux marabouts sont : Toui et R'tila, Medi,...

Jusqu'aux années 1950, un festival du dromadaire était organisé dans la région du parc. Ce festival est actuellement organisé à mi-distance de la ville de Ben Guerdane.

Actuellement l'écomusée offre beaucoup de « confort » aux visiteurs (électricité par énergie solaire). Cet écomusée bien équipé a été aménagé au sein du parc dans un ancien bâtiment réhabilité avec extension. Il abrite une exposition qu'on peut qualifier non seulement de pédagogique, mais aussi de culturelle, présentant tout le patrimoine de la région. A l'extérieur, des enclos d'acclimatation offrent certaines espèces aux regards des visiteurs. Le parc est formé d'un massif montagneux d'altitudes variant entre 45 et 172 mètres, de steppes et de formations dunaires.

Ce parc peut être amélioré et transformé en écoparc destiné à l'écotourisme. Sa richesse floristique et faunistique peut ainsi constituer une base de recherche écologique tout en bénéficiant du tourisme. C'est à 50 km de la ville de Ben Guerdane que se trouve le plus grand marché du Sud tunisien où l'habit traditionnel et l'électroménager venant de Turquie, d'Egypte et de Libye sont prédominants.

L'accès au parc se fait via diverses voies : en venant de Ben Guerdane, trois chemins sont possibles dans le paysage naturel avec accès facile.

Durant l'automne, on peut profiter de la période de semis pour voir l'exploitation des parcours naturels en terrains céréaliers alors qu'en hiver et au printemps, on voit bien le pâturage ovin et camelin. Durant les mois de mars et d'avril et même mai, c'est la saison des moissons, et le trajet vers le parc présente un beau paysage très diversifié.

4.2- Risques qui peuvent provenir du développement du tourisme

Cette partie du pays n'est pas encore exploitée par le secteur touristique ce qui fait qu'on peut installer, sur les différents itinéraires, des locaux pour diverses exploitations. A la lumière de ce que l'on constate sur le terrain (pistes bien déterminées), on peut cependant craindre l'émergence de problèmes causés par le cheminement permanent. Ainsi, la fréquentation des pistes menant à ce parc pourrait alléger le pâturage dans ces zones et ceci est bien remarqué tout au long du chemin allant vers Ksar Ghilane. En effet, généralement les pasteurs évitent de pâturer tout près des routes touristiques car ces pasteurs préfèrent être loin des ces chemins pour éviter les accidents qui peuvent survenir aux troupeaux.

Un autre point très important qui peut être très bénéfique à la lutte contre les passagers clandestins entre les territoires tunisien et libyen.

4.3 - Proposition de solutions pour une éventuelle valorisation du parc de Sidi Toui

Afin de valoriser le parc national de Sidi Toui dans le secteur écotouristique, des propositions d'une gestion adéquate doivent être prises en

considération. Il serait très utile de concevoir des solutions qui aident à une exploitation adéquate et rationnelle de ce site dans le tourisme écologique :

- Prise des décisions nécessaires pour l'intégration du parc dans le secteur touristique tout en tenant compte de règlements particuliers relatifs à la conservation de la biodiversité et de l'équilibre écologique.
- Organisation de rencontres rassemblant les scientifiques et les décideurs impliqués dans la gestion du parc.
- Aménagement des itinéraires reliant le parc à la ville la plus proche (Ben Guerdane).
- Création de locaux pour différentes fins (restauration, vente d'articles artisanaux, etc.)
- Coopération avec les décideurs dans le secteur touristique afin d'intégrer le parc dans les produits touristiques.
- Contribuer aux études écologiques et socio-économiques du parc.

5 - Conclusion

En dépit des menaces qui peuvent survenir du fait de la mise en exploitation des parcs nationaux dans le tourisme écologique, les tentatives d'intégration de ces parcs pourraient aboutir à des résultats prometteurs. Ceci ne peut être atteint qu'avec des prises de décisions scientifiques adéquates et rationnelles. Les considérations de préservation de l'environnement ne devraient pas constituer un frein à la valorisation éco-touristique des parcs. En effet, les répercussions négatives sur le milieu naturel constatées dans les zones sahariennes fréquentées par les touristes sont a priori dues à une exploitation irrationnelle de ces zones ne tenant pas compte de la fragilité des écosystèmes existants. La collaboration entre les scientifiques et les décideurs en matière de tourisme aurait pu aboutir à des résultats meilleurs que ce à quoi l'on assiste actuellement.

Face à la demande incessante de nouveaux produits touristiques, les parcs nationaux peuvent certainement servir de supports à une nouvelle catégorie de touristes attirés par le tourisme écologique. Les multiples prospections de terrain réalisées au niveau du parc national de Sidi Toui

laissent suggérer une possible valorisation de ce site dans le tourisme écologique. Son climat, ses richesses floristique et faunistique, associés à la richesse en monuments historiques pourraient satisfaire aux besoins écotouristiques. Cependant, une intégration de ce parc dans le secteur touristique exige une gestion adéquate du parc ainsi qu'une bonne organisation de ses visites. Une éventuelle intégration du patrimoine biologique et socioculturel local de ce parc dans les programmes du développement du tourisme écologique pourrait constituer des opportunités d'emplois pour une partie de la population locale, jusqu'à présent absorbée par des activités agricoles ou pastorales très limitées. L'implication de cette catégorie de population dans le secteur du tourisme écologique ou culturel serait certainement bénéfique au secteur touristique, au patrimoine national et à la préservation des ressources naturelles du secteur agricole.

Bibliographie

- Géotourisme, 2007, « Le tourisme en Tunisie. » Disponible au site de la géographie touristique en France et dans le monde <http://geotourweb.com/>.
- I.N.S, 2004, « La Tunisie en chiffres 2004 », 131 p.
- B.E.T., 2003, « Plan d'aménagement et de gestion du parc national de Sidi Toui et de la zone tampon », 66 p.
- Chaponnière, J-R., Lautier, M., 2005, « La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme », Document de travail, AFD, 30 p.
- O.N.T., 2005, Rapport annuel de l'Office National de tourisme.
- Moumni Y., 2001, « Politique de protection de ressources en Tunisie : la réutilisation des eaux usées dans le secteur touristique, l'irrigation de terrains de golf à l'île de Djerba. » Wageningen, Nederland, 9p.
- Hosni, E., 2000, « Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara, UNESCO, 71 p.

La valorisation des ksour sahariens du sud-est tunisien : un essai d'orientation stratégique d'un développement touristique durable.

Hanane Abichou ⁽¹⁾,

Mongi Sghaier ⁽²⁾,

Hélène Rey-Valette ⁽³⁾

Résumé

Le Sud tunisien a bénéficié de plusieurs projets et programmes de développement agricole qui démontrent la détermination des pouvoirs publics à développer ces régions défavorisées.

Ces projets font tous partie du programme de développement rural intégré, qui vise à donner une impulsion à l'activité économique dans la région et gérer durablement ses ressources. Malgré ces actions qui ont été entreprises, plusieurs régions arides sont encore enclavées, qui pourtant sont caractérisées par une richesse patrimoniale valorisable très importante. L'innovation et la valorisation de cette richesse locale par l'organisation de tous les acteurs locaux semblent une solution

1) Doctorante, Montpellier 1, LASER, IAM, 3191 Route de Mende, 34093 Montpellier, France.
hanen_agro@yahoo.fr

2) Enseignant et Directeur de recherche à l'Institut des Régions Arides-Médénine, Route El Jorf
4119 Médénine, Tunisie. s.mongi@ira.rnrt.tn

3) Maître de conférences, Montpellier 1, LASER. fvhr@wanadoo.fr

intéressante et primordiale pour le développement de ces zones difficiles. La région du sud-est tunisien est l'une des régions défavorisées de la Tunisie, confrontée à plusieurs difficultés pour suivre le mode de développement, mais cependant caractérisées par une richesse locale très abondante.

Les ksour font partie de cette richesse locale. Un patrimoine culturel témoignant de l'évolution historique et sociologique de ce territoire. Ils suscitent un grand engouement de la part des touristes. La mise en valeur de ce patrimoine en intégrant l'aspect modernité est un vecteur de développement d'un tourisme culturel de découverte. L'idée soutenue dans ce travail est que la valorisation du patrimoine local par des acteurs locaux constitue en lui-même un moteur pour le développement local durable de la zone aussi bien de point de vue économique que social et environnemental. Une telle valorisation devient une alternative de développement.

Mots-clés : patrimoine, valorisation, développement durable, tourisme, ksour, acteurs.

1 - Introduction

Le choix du territoire rural significatif (c'est-à-dire caractérisé par une dynamique touristique et gastronomique) s'appuie dans un premier temps sur l'identification des *Sites remarquables du goût*, lieux connus par leur richesse patrimoniale. Ainsi, on a choisi la région sud-est tunisien qui commence à présenter des stratégies de valorisation de son patrimoine au service d'un développement territorial.

Le sud-est tunisien est caractérisé par des systèmes de représentations qui mettent en exergue de façon variable différentes conceptions et interprétations patrimoniales identifiant, par là-même, différents processus locaux de valorisation. Entre tradition et modernité, entre typicité et standardisation, les productions locales font l'objet de dynamiques territoriales singulières que nous pouvons caractériser selon trois modes de valorisation patrimoniale. Un premier processus qualifié de « traditionnel » ou d'« artisanal » se différencie par une logique d'action et de mobilisation locales centrée sur l'émergence de multiples initiatives à dominante individuelle, dispersées et à faible densité. Le rattachement à un même héritage collectif territorial structure une offre patrimoniale de terroir dont la logique à dominante qualitative privilégie la reproduction des savoir-faire

transmis. Un second processus qualifié d'« industriel » se caractérise, à l'opposé, par la valorisation intensive d'une seule production patrimoniale (essentiellement l'artisanat local à caractère commercial). Le troisième type de valorisation patrimoniale renvoie à une pluralité d'offres de qualités spécifiques et différenciées à vocation touristique. Composé d'« entreprises rurales » tournées vers le tourisme, ce système territorial de patrimonialisation s'avère représentatif d'une nouvelle logique d'adaptation agricole et de recomposition des sociétés rurales. Entre pratiques de conservation et d'adaptation, la valorisation patrimoniale ici observée démontre une logique de fructification ou de stimulation du patrimoine. Ce processus s'exprime dans un collectif structurant identifiant une nouvelle logique d'interaction entre acteurs fondée sur la prééminence d'actions résiliantes.

Ces différentes configurations de construction patrimoniale s'accompagnent de logiques contrastées d'intégration territoriale, spécifiquement touristique. Ainsi, les processus observés s'insèrent différemment dans les dynamiques touristiques locales, définissant des systèmes de développement territorialisés plus ou moins construits ou aboutis. Ces systèmes démontrent une capacité nouvelle de la société à envisager son développement à partir d'une approche conjuguée du tourisme et des ressources locales.

Ces nouvelles orientations obligent à étudier les processus de développement sous-jacents : en quoi le tourisme dans des territoires arides valorise-t-il les ressources locales, renforce-t-il la notoriété du territoire et permet-il d'accroître la valeur ajoutée produite ? Quels emplois, quels revenus professionnels génère-t-il ? Quels sont les acteurs qui seront concernés (locaux ou nouveaux, flux directs ou indirects...) et comment la répartition des bénéfices sociaux de ce développement pourra être organisée de façon à préserver la cohésion sociale et répondre aux exigences d'équité du développement durable ? En quoi les liens territoriaux seront-ils confortés par la dynamique créée ? Et comment le territoire recomposé pourra-t-il devenir producteur d'initiatives, d'innovation, d'organisation... bref de développement local durable ?

L'objectif de cette communication est d'identifier au travers de critères économiques, sociaux et culturels et d'indicateurs illustrant ces critères, les types d'effets induits par le développement d'une activité

touristique patrimoniale dans le territoire du sud-est tunisien. Cette analyse sera réalisée sur la base d'une exploration prospective d'un éventail élargi d'exemples de types d'actions dont les effets seront évalués à partir d'enquêtes de terrain auprès des acteurs quant à l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces ainsi que les enjeux et les défis relevés dans le cadre du diagnostic territorial que nous avons réalisé. On étudiera en particulier les capacités d'innovation institutionnelle du territoire à partir de l'attitude et l'implication de tous les acteurs et institutions concernés par le secteur touristique saharien ainsi que les atouts du territoire en termes d'accessibilité et d'attractivité et les moyens mis en œuvre relatifs aux services d'accueil.

2 - Qu'est ce que le patrimoine ?

Emprunté au latin *patrimonium*, le patrimoine désigne l'ensemble des biens et droits appartenant au *pater familias*. Au cours des siècles sa valeur s'est étendue à ce qui est transmis à une personne, une collectivité, par les ancêtres, les générations précédentes.

Aujourd'hui, la notion de patrimoine s'est élargie pour s'étendre à l'architecture populaire, les objets et outils quotidiens, les connaissances et les savoir-faire, les paysages modelés par les activités humaines, et, également, à des éléments comme les biotopes, les ensembles floristiques et faunistiques, constituant ce que l'on appelle le patrimoine naturel (Sadorge, 1996).

« Le patrimoine est l'ensemble des éléments matériels et immatériels qui concourent à maintenir et à développer l'identité et l'autonomie de son titulaire dans le temps et dans l'espace par adaptation en milieu évolutif. [...] Il n'y a pas de patrimoine en soi, sans relation patrimoniale à un titulaire qui l'investit. » (Ollagnon, 1984).

« C'est ce qu'une génération conserve de sa vie pour le transmettre aux générations suivantes. C'est ce qui permet aux générations suivantes de comprendre ce que les générations précédentes ont vécu. » (Granet, 2005).

Selon une définition économique, un patrimoine est un bien susceptible, moyennant une gestion adéquate, de conserver dans le futur des potentialités d'adaptation à des usages non prévisibles dans le présent (Jeudy, 1990).

La notion de patrimoine appliquée à un objet naturel figure depuis longtemps dans les textes juridiques. En France, dès 1967, elle apparaît dans un décret relatif aux parcs naturels régionaux. Le contenu officiel de cette notion est donné en 1986 par la publication de l'ouvrage intitulé « les comptes du patrimoine naturel ». Mais au niveau international, ce n'est qu'en 1982 que la notion de patrimoine de l'humanité a été officiellement adoptée. Inscrire un objet dans un « patrimoine » devient une des conditions préalables de sa conservation. Le patrimoine désigne « non plus le bien dont on hérite mais le bien constitutif de la conscience collective d'un groupe », (Nora, 1997).

Trois critères d'identification sont retenus pour définir le vocable « patrimoine.. » (Chenane, 2001) :

- Les éléments doivent être hérités des générations précédentes ;
- Transmissibles aux générations futures ;
- Et constituent un enjeu pour la collectivité.

3 - Les ksour du sud-est tunisien : un patrimoine typique

Les monuments grandioses de la région du sud-est tunisien et qui l'ornent et la couronnent aujourd'hui, sont un véritable symbole d'une des plus anciennes architectures connues dans la région. « Cette architecture sans architectes du sud-est tunisien » (Daghari, 2002), témoigne à la fois d'un sens du dépouillement et de la créativité, en même temps que d'une maîtrise technique indéniable : elle allie dans le même geste le matériau de construction et le savoir-faire de l'artisan-maçon. Leur apparition remonte selon des historiens chercheurs, dont André Louis, approximativement à la 2^{ème} moitié du XI^{ème} siècle.

Témoins d'une certaine civilisation, celle de l'insécurité dans une nature aride, les ksour ornent de leur masse les pitons et les crêtes du Sud tunisien (Zaïed, 1992). Ils intriguent et aiguïent la curiosité, et l'homme moderne vient aujourd'hui dans leurs ghorfas vivre un instant dans l'âge des cavernes. Il y a également des ksour de plaine témoins de la continuité de la tradition même lorsque la sécurité a été retrouvée.

Ce patrimoine est considéré comme l'émergence d'une construction identitaire de la société sud tunisienne. Son existence témoigne de la conscience de cette société de maintenir un élément de son environnement en

lui attribuant une valeur qui implique la conservation et la transmission de cet élément. Ce patrimoine représente également un lien fort entre les générations de cette société et leur lieu qui a toujours permis l'identification de ce territoire.

Le ksar possède une multifonctionnalité : la fonction du ksar est essentiellement agricole. A l'origine, c'est un grenier collectif qui sert de lieu d'ensilage des céréales, des olives, des produits de bétail. C'est aussi un lieu sûr où les objets de valeur sont bien en sécurité. Le ksar était aussi une appropriation du lieu à but d'habitation. Le caractère défensif est spécial des ksour de montagne. Maintenant quelques ghorfas et maisons troglodytes sont affectées à des prestations touristiques de passage, c'est la nouvelle fonction de ces monuments.

Plus de 150 ksar et kalâa jalonnent le Sud-est tunisien et se concentrent particulièrement dans la région de Tataouine (Zaïed, 1992). C'est un ensemble de ghorfas réparties sur un ou plusieurs étages entourant une cour intérieure de forme géométrique en général. Le mur extérieur peut, dans certains cas, dépasser 10m de hauteur. Il se présente uniforme et continu, il donne au ksar l'allure d'une forteresse (Zaïed, 1992).

Plusieurs catégories de ksour peuvent être distinguées en fonction de leur rôle dans l'histoire. On a pu classer les ksour en 3 types.

3.1 - Les ksour citadelles

Ces ksour occupent les sommets des buttes qui sont totalement détachées de la surface du plateau ou des éperons rattachés par des isthmes étroits disposés en creux et faciles à contrôler (Ouezdou, 2001). Ces ksour datent pour les plus anciens, d'après les inscriptions trouvées sur les murs des portes et des ghorfas, de la fin du V^{ème} siècle de l'Hégire/XI^{ème} siècle de l'ère chrétienne. Les ksour citadelles perchés sur les buttes ont permis aux Berbères de Douiret, Chénini et Guermassa de se maintenir, tout en établissant des relations de clientèle et de protection avec les tribus arabes.

3.2 - Les ksour de montagne

Ces ksour se placent en montagne sur des sites plus facilement accessibles que les ksour citadelles. Ces ksour sont à vocation essentiellement agricole.

3.3 - Les ksour de plaine :

Ces ksour marquent une étape importante dans l'histoire du Sud-est tunisien. C'est la dernière phase dans l'évolution des ksour dans leur descente progressive des crêtes vers les plaines. L'apparition de cette nouvelle génération de ksour a engendré l'apparition d'une nouvelle situation socio-économique et ceci dès la fin du 19^{ème} siècle. Un nouveau mode d'occupation de l'espace est donc apparu, avec un intérêt accru accordé aux centres urbains créés (Djerba, Médenine, Zarzis et Tataouine). Ceci a donné à la plaine une nouvelle importance et a engendré donc la multiplication des ksour de plaine dans toute la région du Sud-est tunisien. Il est à mentionner que ces ksour occupent une superficie plus vaste que les ksour de montagne et citadelle.

4 - La stratégie de restauration des ksour du Sud tunisien

Un élément ou un objet devient patrimoine sous l'effet d'une convention. Comme l'écrit J. F. Léniaud, un objet rentre dans le patrimoine dès qu'il perd sa valeur d'usage pour se voir affecté une valeur patrimoniale, au terme d'un processus d'adoption qualifié par les uns d'appropriation et par les autres d'assomption des monuments. Ce mouvement d'entrée dans le patrimoine est effectué par des médiateurs, au premier rang desquels l'Etat, sur la base de plusieurs critères plus précis.

Trois critères peuvent être identifiés selon Greffe (2003) :

- Le premier sera celui de communication. Un objet devient patrimoine parce qu'il est lourd de sens pour une collectivité. Son existence devient le moyen de symboliser une histoire ou de faire partager des valeurs. Dans un cas comme dans l'autre, ces sens peuvent différer selon les époques.
- Le deuxième sera celui de scientificité. Un objet devient patrimoine parce qu'il se voit reconnaître au milieu d'autres objets une grande valeur historique ou artistique, un caractère irremplaçable. Ce critère est souvent utilisé, à l'encontre du précédent, pour maintenir le caractère patrimonial d'un objet ou d'un monument alors que plus personne ne voit sa valeur de communication.

- Le troisième sera économique. Un objet devient patrimoine parce qu'il présente une valeur économique et que sa disparition pourrait constituer une perte pour la collectivité. Ainsi des matériaux de valeur et rares incorporés à un monument ancien pourront-ils le sauver.

La restauration des ksour du Sud tunisien se fait généralement par l'Institut National du Patrimoine, en collaboration avec les autorités régionales et locales tout en respectant un cahier de charges bien défini. Cependant, des initiatives privées désireuses d'investir dans la valorisation économique et touristique de ces monuments (citant par exemple ksar Ouled Debbab⁽¹⁾, ksar Hdadda⁽²⁾) n'ont pas respecté dans leur restauration l'architecture de ces ksour. Ces actes sont allés jusqu'à la dénaturation totale de ces monuments par l'utilisation de matériaux non conformes à leur nature. L'enjeu ici est de déceler à quel point la conservation et la restauration juste et correcte des ksour du Sud-est tunisien pourraient contribuer à une exploitation économique durable de la région.

4.1 - Stratégie de l'Etat

Dans la délimitation et la protection des patrimoines, l'Etat a un rôle actif, comme le montre bien le cas de la France. Dès l'ancien régime, on relève la volonté des gouvernants de créer une mémoire unitaire à partir de la construction de témoignages monumentaux, de la commande d'œuvres d'art, ou de l'organisation de collections. Avec le règne de Louis XIV, près de 10 % du budget de l'Etat est consacré aux arts, et dès cette époque on relève la force du lien culture-politique.

Pareillement en Tunisie où l'Etat devient le conservateur unique et obligé de la majorité des sites patrimoniaux du pays. En Tunisie le patrimoine n'est plus considéré, aujourd'hui, uniquement comme valeur culturelle mais également comme moyen de progrès et de développement. Pour l'Etat tunisien, sauver les noyaux historiques imprégnés de culture, chargés d'histoire, mémoire collective de tout un peuple, les intégrer dans un

1) ksar de la région de Tataouine, pris en charge par une initiative privée afin de le mettre en valeur et d'intégrer l'aspect modernité pour un tourisme culturel de découverte.

2) Ce véritable monument a été utilisé par le réalisateur américain George Lucas dans son succès cinématographique international « La Guerre des Etoiles ».

monde contemporain, en pleine mutation technologique, n'est pas une tâche aisée.

Face à l'arrivée de nouveaux médiateurs, au premier rang desquels les associations et les entreprises, l'Etat s'est alors efforcé de conserver son propre rôle en créant de nouvelles protections, en organisant des lieux de mémoire.

Le rôle que s'est attribué l'Etat à travers l'Institut National du Patrimoine est de :

- Rédiger un manuel pédagogique des travaux de réhabilitation et des techniques et méthodes de conservation.
- Identifier les obstacles juridiques, fonciers et immobiliers à la réhabilitation et décrire les moyens de les surmonter.
- Faire appel à des experts en vue d'améliorer la qualité des actions visant la restauration du patrimoine ksourien.

La nouvelle stratégie adoptée par l'Etat tunisien repose surtout sur le renforcement de la sauvegarde de ce patrimoine monumental parce qu'il considère aujourd'hui qu'il nous est permis, après avoir traité l'insalubrité et freiné la dégradation, d'ajuster notre politique vers l'animation culturelle, l'embellissement et la réconciliation de cet héritage avec la modernité d'une manière non traumatisante.

4.2 - Les collectivités territoriales

Comme l'Etat, les collectivités locales jouent un rôle prépondérant dans la mise en valeur touristique du patrimoine. Selon le cas, ce rôle peut être technique, financier, juridique ou économique. En tant que propriétaires de la majorité du patrimoine, les collectivités locales ont un rôle premier dans sa valorisation touristique. Elles aident aussi bien la restauration que l'animation. Ces collectivités mènent, plus largement, des politiques de développement touristique avec parfois un accent mis sur le tourisme culturel. La prise de conscience des acteurs locaux de la nécessité « d'agir ensemble » en valorisant durablement les ressources locales, a permis l'émergence de plusieurs projets de développement dans la région. Citons par exemple le cas du projet IRZOD ⁽¹⁾ dans la région de Béni Khédache et dont

1) Innovation Rurale dans les Zones Désertiques.

l'objectif principal était de créer une activité touristique structurée dans le territoire par organisation des acteurs locaux et valorisation des produits locaux.

4.3 - Les associations

Le rôle social des associations de sauvegarde et de mise en valeur du patrimoine est imposant dans le Sud-est tunisien. Rien ne pourrait se faire sans la présence, sur le terrain, de nombreuses associations. Par exemple dans la région de Tataouine, il y a les associations parapubliques, chargées de mettre en place la politique de la collectivité en la matière ou de gérer des sites culturels pour le compte de la collectivité. Il y a les associations, constituées de bénévoles, créées pour défendre et faire connaître le patrimoine de la région. Ces dernières sont de véritables vecteurs de lien social. Par leurs actions, elles font vivre et revivre les ksour faisant partie de l'identité du territoire. Même si les résultats ne sont pas toujours importants en terme de fréquentation touristique, ces associations, composées de membres passionnés, participent, par les animations qu'elles organisent, au maintien d'une activité culturelle et festive autour du patrimoine de la région.

Ces associations essayent de :

- Conserver le patrimoine culturel de la région en le protégeant contre la disparition.
- Revivifier le patrimoine et le faire connaître à l'échelle locale, régionale et nationale.
- Investir le patrimoine riche et diversifié de la région pour encourager le tourisme durable dans les régions montagneuses.
- Contribuer au programme de restauration et de protection des monuments.
- Former des groupes de recherche faisant connaître le patrimoine de la région et étudiant les possibilités de son investissement pour la promotion continue.
- Préparer une carte locale des monuments, concourant ainsi aux efforts fournis par l'Etat dans ce cadre.

- Etablir des relations de mutualité et d'amitié avec les associations semblables dans les gouvernorats voisins et dans tout le pays d'une façon générale afin d'échanger l'information.
- Créer des sites Internet faisant découvrir aux autres la région avec ses spécificités patrimoniales et ses zones touristiques, ce qui contribue à encourager le tourisme intérieur et celui des montagnes.

La région est caractérisée par le nombre important de ces petites associations qui essayent de s'organiser entre elles afin de préserver un héritage porteur d'un développement durable malgré les difficultés qu'elles rencontrent pour assumer ce rôle important. En effet, leurs activités se limitent généralement à l'organisation de certains événements et à la participation à la gestion affaires locales dans certaines périodes.

4.4 - Les propriétaires et les gestionnaires privés du patrimoine

Les propriétaires des sites culturels doivent assurer l'entretien, la restauration et la mise en valeur du patrimoine qui leur appartient. Cela engendre des besoins de financement importants. Ainsi, certains propriétaires ont vu dans la valorisation touristique du patrimoine une source de revenu supplémentaire, bien que cela ne soit pas toujours très rémunérateur.

Les gestionnaires privés des sites culturels assurent des tâches d'animation culturelle, de gestion financière, comptable et commerciale. Ils ont le statut d'association ou de société d'économie mixte (donc adossées à une collectivité) et plus rarement de société anonyme. Ils ont une obligation de résultat, même si la notion de rentabilité en matière culturelle est difficile à appréhender. En conséquence, ces gestionnaires du patrimoine privé utilisent toutes les techniques muséographiques, commerciales et de communication (marketing) susceptibles d'augmenter le nombre de visiteurs et de répondre à leurs attentes tout en dénaturant quelquefois ce patrimoine afin de répondre à une clientèle exigeante. Pour parvenir à un bon fonctionnement, il faut une répartition des tâches entre le conservateur, garant de la qualité scientifique et artistique, et le gestionnaire capable d'attirer le public. Ils doivent travailler de concert tout comme le tourisme et la culture avec un respect mutuel des valeurs des uns et des autres (Vergneau, 1998).

Les initiatives privées de mise en valeur des ksour sont en train de tirer profit de cette valorisation. On a interrogé les entrepreneurs sur leurs projets pour l'avenir de leurs activités, 85.7 %⁽¹⁾ envisagent l'agrandissement et l'amélioration de la qualité des services de leurs entreprises. Cependant une majorité essaye de minimiser les coûts de réhabilitation et restauration de ce patrimoine.

5 - La valorisation touristique du patrimoine, quelle démarche durable ?

Les ksour font partie du patrimoine culturel du Sud tunisien et témoignent de son évolution historique et sociologique. Ils suscitent un grand engouement de la part des touristes. La mise en valeur de ce patrimoine en intégrant l'aspect modernité est un vecteur de développement d'un tourisme culturel de découverte. Ce rapport entre modernité et tradition dans la perspective d'un développement durable où la durabilité est en partie déclinée comme un mariage réussi de la modernité et de la tradition, conduit en particulier à instituer les conditions de développement d'un tourisme patrimonial durable. Les flux de visites que génère le tourisme patrimonial permettent de valoriser les produits du terroir. Les touristes découvrent, consomment sur place et peuvent ensuite reproduire chez eux leurs achats de produits locaux.

Le choix d'encourager le développement du tourisme patrimonial saharien est une politique à la fois stratégique et emblématique de la part du gouvernement tunisien, qui résulte d'une réflexion prospective sur le devenir et les voies de diversification du tourisme tunisien en réponse à la pression concurrentielle de plus en plus vive dans ce secteur. Cette réorientation stratégique répond à deux objectifs :

- Permettre, à moyen terme, à l'industrie touristique tunisienne, en butte à la concurrence des autres destinations balnéaires méditerranéennes et à la chute des prix de ses prestations, de faire fructifier un gisement touristique peu exploité jusqu'alors en développant des produits innovants.

1) Nos enquêtes ont été conduites en 2004 sur le territoire de Béni Khédache dans le Sud-est tunisien.

- Permettre aux régions arides déshéritées de trouver, dans le tourisme, une solution à leurs problèmes économiques, tout en préservant leur patrimoine culturel et naturel. On s'inscrit dans la logique du tourisme durable défini comme « Un tourisme qui satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme intégrant la gestion de toutes les ressources, de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes vivants » (OMT, 1998).

Cette orientation vers le tourisme durable face au caractère limité des ressources et à la croissance des flux touristiques nécessite la mise en place d'un aménagement touristique planifié et réfléchi : le tourisme devient un outil d'aménagement de ce territoire fragile.

Le territoire du sud-est tunisien est en train de promouvoir des formes de tourisme plus douces où le milieu local est non seulement préservé et réhabilité mais également enrichi par la présence du tourisme.

La première étape consiste à l'analyse de la situation du tourisme. C'est en fait évaluer le potentiel touristique de la région. On a procédé à des investigations dans la région du sud-est tunisien. Suite aux entretiens menés auprès des responsables locaux de la région et des visites de terrain des ksour, on a sélectionné quelques-uns (pour études de cas approfondies) par rapport aux critères suivants : site restauré ou pas, si restauré est-ce valorisé ou pas, type de valorisation, inscrit ou pas dans le circuit touristique, son poids dans l'économie locale et l'histoire de la région.

On a remarqué que la région Médenine-Tataouine est caractérisée par une richesse patrimoniale très importante et une dynamique touristique impressionnante. Le patrimoine de la région constitue un levier de développement et une source de création de richesse locale. L'ensemble de ces ressources patrimoniales est aujourd'hui le support d'activités économiques importantes : le tourisme mais aussi l'artisanat et toutes les productions liées à l'exploitation des ressources locales spécifiques. Ces activités sont même devenues la source principale de revenu d'un certain nombre de personnes. Dans tous les cas, elles représentent un facteur

important du dynamisme local en accroissant la valeur ajoutée dans la zone, en créant des emplois, en favorisant le maintien sur place de la population et en accroissant le degré de qualification quand elles impliquent le développement de services élaborés. La valorisation de ces ksour est un élément important de la différenciation des biens et des services pour toute une série d'activités : le tourisme, l'agro-alimentaire, l'artisanat, l'hôtellerie, le transport. A côté du tourisme de masse des deux régions de proximité Djerba et Zarzis, s'est développé un tourisme de découverte et d'agro-alimentaire, et qui pourra se diversifier vers des produits dont la plus haute valeur ajoutée reposera sur l'acquisition d'une qualité patrimoniale (labels régionaux). La valorisation du patrimoine favorise par ailleurs une diffusion spatiale plus équilibrée du développement. Ce patrimoine n'existe qu'au travers de sa valorisation, et tout territoire a un patrimoine à valoriser, même si ce qui est à valoriser n'a pas la même importance d'un territoire à l'autre. Et donc le développement local est davantage entre les mains des collectivités et des acteurs locaux. La diffusion plus large des ressources patrimoniales rend possible un développement plus équilibré du territoire.

Un autre point mérite d'être signalé, c'est qu'en fait la valorisation du patrimoine n'est pas seulement le support de création de richesse au travers d'activités économiques comme le tourisme et le commerce. Elle est aussi un moyen pour ce territoire de s'identifier et de s'afficher dans le mouvement de concurrence qui l'oppose pour attirer et retenir des activités (Rallet, 2001). Sur 362 visiteurs des ksour du Sud-est tunisien, 59 % ont mentionné que ce sont les monuments et circuits culturels qui les intéressent en Tunisie.

En partant de l'hypothèse que ces touristes qui fréquentent ces sites patrimoniaux dans un but essentiellement de découverte et récréatif, tout comme les professionnels, sont considérés comme des usagers présentant une certaine familiarité avec ce patrimoine, on a voulu déceler la perception des droits et devoirs envers ce patrimoine par tous les acteurs. Un questionnaire a donc été adressé aux personnes qui tirent profit de ce patrimoine (touriste lui-même, agences de voyages, agences de tourisme, artisans et commerçants, hôtels restaurants). Il s'agissait de mettre en évidence que les processus de valorisation de ce patrimoine sont le résultat direct des jeux des différents acteurs sur ce milieu. Ceci pour une formulation d'un Consentement A Payer moyen par les usagers de ce patrimoine (CAP).

La question posée aux visiteurs de ces sites était la suivante : si on met des droits d'entrée pour visiter ces ksour, continuerez-vous à les fréquenter ? Si oui pouvez-vous m'indiquer sur cette carte de paiement quel montant maximum consentiriez-vous à payer comme droit d'entrée à ce ksar. Sur 362 interrogés 74,3 % donnent un CAP positif, 25,4 % un CAP nul. Le CAP moyen des visiteurs est de 4 DT environ pour accéder à la visite de ce patrimoine typique de la région ⁽¹⁾. C'est en quelque sorte la valeur attribuée par les visiteurs à ce monument.

Les personnes qui tirent profit de la valorisation touristique de ces ksour (commerçants, agences de voyages, entreprises de tourisme, restaurants...), présentent également un CAP positif et intéressant. Ils sont prêts à participer, par cotisation annuelle, à la restauration et la valorisation des ksour afin de maintenir un tourisme durable et de qualité.

Cette démarche patrimoniale est inhérente au concept de développement durable. Dans la gestion des sociétés humaines et des milieux dans lesquelles elles vivent, il apparaît indispensable, si l'on respecte « le principe de responsabilité » éthique (Passet, 2001) selon lequel notre génération est responsable de la vie et du développement de l'humanité en devenir, de prendre en compte le long terme et le maintien de l'existence de biens et services sans valeur marchande.

L'identité est au centre des définitions du patrimoine formé par l'ensemble d'éléments qui concourent à sauvegarder l'autonomie et l'identité de leur titulaire et son adaptation au cours du temps. Le savoir-faire d'une société constitue un patrimoine hérité d'une génération à une autre : tant qu'il se transmet d'une génération à l'autre c'est qu'il a toujours contribué à la résistance de sa communauté.

Le patrimoine est un concept du droit civil qui a été profondément remodelé par son usage dans le monde de l'environnement puis sa formulation dans le droit de l'environnement. Les modifications concernent le nombre et la nature des « titulaires » de ce patrimoine (les patrimoines communs) et l'insistance mise sur le devoir de transmettre plus que sur les acteurs (générations antérieures).

1) Nos enquêtes de 2007 sur le ksar de Médenine et le village berbère de Chénini.

Comment faire de ce patrimoine et de sa valorisation un facteur de vitalité et de développement durable de ce territoire ?

Les ressources naturelles et patrimoniales dont dispose un pays ont toujours été considérées comme l'élément majeur pour assurer la croissance économique et sociale. Jusqu'à ces dernières décennies, le patrimoine a rarement été pris en compte en tant que ressource nationale tout aussi importante que fondamentale, pouvant jouer un rôle important dans le développement. Pourtant, le patrimoine en plus du fait incontestable qu'il constitue une composante essentielle de la particularité des peuples et des communautés et la référence intangible à leur identité culturelle et civilisationnelle, constitue, de plus en plus, un domaine dont l'intérêt économique grandit à mesure que grandit la recherche de ressources économiques nouvelles. Le tourisme culturel, longtemps laissé pour compte par les professionnels et les inconditionnels d'un tourisme de masse tourné volontairement ou involontairement vers les loisirs, et d'un tourisme d'affaires lucratif, est en passe aujourd'hui de prendre une dimension à la mesure de son importance. Lorsqu'on entend parler des nouveaux piliers du développement -surtout dans les pays à faibles ressources naturelles mais au passé important - le tourisme est là pour figurer en bonne place surtout en direction du développement local, c'est-à-dire au bénéfice des populations locales et de leur cadre de vie et de travail. Apparaît alors et se renforce le concept de développement durable.

Le développement durable suppose la prise en compte des populations, de leur spécificité et de leur savoir-faire, dans tout programme concernant l'amélioration de leurs conditions et la constitution de richesses profitables à eux et au pays.

Lorsque l'on parle de tourisme et qu'on le met en corrélation avec le développement durable, c'est à cette interaction entre la population, ses richesses intrinsèques et environnementales et l'attrait qu'elles peuvent exercer qu'il faut penser.

Ce développement relève de la volonté d'apporter des réponses aux trois types de crises actuelles :

- la crise de la perte de sens de l'économie, notamment par sa "financiarisation,"
- la crise due à la destruction du lien social,
- la crise de survie à terme des ressources et du fonctionnement des écosystèmes.

Le Développement Durable n'est pas simplement l'addition des trois dimensions du triptyque constitué par la dimension économique, la dimension sociale et la dimension écologique, mais c'est la recherche des éléments qui, de manière transversale, apporte à ces trois crises des réponses qui se complètent les unes les autres sur chacun de ces trois champs.

6 - Conclusion

Les enjeux économiques de la mise en valeur du patrimoine ksourien sont multiples et diverses activités peuvent être générées par ce processus :

- Les travaux de conservation ou de restauration des ksour en utilisant les technologies traditionnelles et culturelles devraient mobiliser en même temps que la main d'œuvre spécialisée d'entreprise de travaux publics, les artisans locaux.
- Les ksour restaurés et réhabilités engendrent de nombreux emplois liés à leur fonctionnement et à leur entretien. Leur valorisation touristique génère en plus des emplois dédiés à l'animation directe et indirecte des ressources patrimoniales. Ksar Médenine, par exemple, situé en plein centre ville fait travailler environ 30 commerçants locaux.
- Bien entendu le tourisme culturel ne peut être le seul et unique outil de développement durable des régions sahariennes. Néanmoins réhabiliter les ksour et aider les habitants à se les réapproprier pourrait également contribuer à créer une dynamique nouvelle de développement durable.
- Pour ce faire, le schéma directeur qu'on propose s'appuie sur 2 volets importants :
- D'une part, sur une législation adéquate au niveau du classement des monuments historiques et du plan de sauvegarde ;

- D'autre part, sur une politique de mise en valeur durable du patrimoine monumental au niveau : de l'esthétique architecturale, de la promotion culturelle, de la promotion du tourisme culturel, de la promotion économique. Aussi assiste-t-on à une volonté bien exprimée par les investisseurs locaux de vouloir insérer ce patrimoine monumental dans le développement touristique de la région.

Plusieurs tentatives ont eu lieu pour récupérer des ksour laissés, jusque-là, à la ruine et à la désolation afin d'en faire des lieux prestigieux, rayonnant d'art et de culture et participant à la promotion socio-économique de la région. Ksar Ouled Debbab dans la région de Tataouine est un bon exemple de ces initiatives.

Le principe fondamental qui doit être adopté pour la mise en valeur de ce patrimoine est la restauration suivant un programme et un cahier des charges bien défini. La reconversion permet au monument restauré de continuer à vivre et à jouer un rôle déterminant dans le développement d'un territoire.

Les investissements touchant tous les domaines ont, certes, eu leur impact sur la revalorisation du patrimoine de la région. Toutefois, ils ne peuvent atteindre leurs objectifs de protection d'un centre historique vivant et en perpétuelle évolution que s'ils sont accompagnés d'une législation adéquate et d'une démarche durable, s'ils sont pris en considération dans le processus de planification à l'échelle de la région, s'ils sont soutenus par une opinion publique consciente de sa valeur et par une politique médiatique spécialisée dans le domaine.

On ne peut qu'affirmer que la sauvegarde du patrimoine et sa mise en valeur est l'affaire de tous : Etat, collectivités locales, associations, habitants etc. La sensibilité de ces acteurs aux valeurs de la conservation du patrimoine et leur organisation a une grande influence sur l'orientation des investissements, des décisions et des options à prendre dans la matière. L'information, au même titre que la formation, doit être considérée comme une composante fondamentale dans toute stratégie de sauvegarde adéquate.

Bibliographie

- Abichou, H., 2004, « Le patrimoine un atout pour le développement local durable des zones difficiles : cas de la région de Béni Khédache sud-est tunisien », DEA Université Montpellier 3, 150p.
- Abichou, H., 2007, « Tunisian southern inheritance: to restore correctly and develop durably, vector of local development », 7th International Symposium on the Conservation of Monuments in the Mediterranean Basin, 6-9 juin 2007, Orléans, France.
- Chenane, A., 2001, « La gestion du patrimoine et de la biodiversité confrontée aux intérêts des populations locales. L'exemple du parc national de l'Ahaggar Tamarrasset-Algérie », CIHEAM, IAM Montpellier, 200p.
- Daghari, M., 2002, « Tunisie habiter sa différence ; le bâti traditionnel du sud-est tunisien », L'Harmattan, 212p.
- Granet-Abisset, A.M., 2005, « Musée et mémoire, sous le regard du géographe, de l'historien, de l'ethnologue, du politologue », Séminaire professionnel de travail et de réflexion, 9-10 juin 2005, Musée Savoisien, Chambéry.
- Greffé, X., 2003, « La valorisation économique du patrimoine », Paris, La documentation Française, 383p.
- OMT, 1998, « Guide à l'intervention des autorités locales. Développement du tourisme durable », Collectif-Editions, 223p.
- Jedy, P.H., 1990, « Patrimoines en folies », Paris, Maison des sciences de l'homme, 297p.
- Léniaud, Jean-Michel, 1992, « L'Utopie française. Essai sur le patrimoine », Paris, Mengès.
- Louis, A., 1975, « Douiret, étrange cité berbère », Tunis, Société tunisienne de diffusion, 107p.
- Nora, P., 1997, « Science et conscience du patrimoine », Paris, Fayard.
- Ollagnon, H., 1984, « Acteurs et patrimoine dans la gestion de la qualité des milieux naturels », *Aménagement et nature*, n°74, Paris, pp 1-4.

- Ouezdou, H., 2001, « Découvrir la Tunisie du sud de Matmata à Tataouine : ksour, Jessour et Troglodytes ». Tunis, 80p.
- Passet, R., 2001, « Eloge de la mondialisation, par un 'anti'présumé », Paris, Fayard.
- Rallet, A., 2001, « Proximité géographique ou proximité organisationnelle ? Une analyse spatiale des coopérations technologiques dans les réseaux localisés d'innovation », *Economie Appliquée*, LIV, n°1, pp. 147-171.
- Sadorge, J., 1996, « Quand le patrimoine fait vivre les territoires, Cnfp-Centre National, 113p.
- Vergneau, J., 1998, au nom de la Commission n°7 'Culture Tourisme et Sport' Région des pays de la Loire, conseil économique et social, session de 18-19 juin, Avis relatif à La valorisation historique du patrimoine.
- Zaïed, A., 1992, « Le monde des ksour du sud-est tunisien », Tunis, Fondation Nationale Carthage, 268p.

**Le tourisme des franges pré-sahariennes : potentialités,
aménagement et structuration.
*IRZOD à Béni Khédache et Sur la route des caravanes
à Tataouine***

Youssef Moumni, Mustapha Helal ⁽¹⁾

1 - Introduction

Les deux expériences que nous présentons dans ce travail se situent dans le sud-est tunisien où les potentialités touristiques sont, selon de nombreuses études et diagnostics, importantes. En revanche, dans ces régions, les ressources naturelles sont rares et limitées. Elles nécessitent, sans doute, protection et préservation contre toutes les formes de désertification. Cependant, que ce soit les "**jessours et ksours de Béni Khédache**" dans le gouvernorat de Médenine ou "**Sur la route des caravanes à Tataouine**", les deux projets ⁽²⁾ ont été menés selon les démarches de la recherche-développement.

1) Institut des Régions Arides. Médenine, Tunisie. moumni.youssef@ira.mrnt.tn

2) "Jessours et ksours de Béni Khédache" : projet de recherche-développement réalisé par l'Institut des Régions Arides de Médenine en collaboration avec l'Institut Agronomique de Montpellier (France) durant la période 2002 – 2006 et connu sous la dénomination "Innovation Rurale dans les Zones Difficiles" (IRZOD).

- "Sur la route des caravanes" : projet de recherche-développement en réalisation depuis 2005 à Tataouine dans le cadre de la valorisation des acquis de recherche de L'institut des Régions Arides avec le Projet de Développement du Sud (PRODSUD).

Il ne s'agit pas ici de relater ces expériences où la recherche-développement a joué un rôle primordial pour accompagner les actions de développement conduites dans le cadre de ces projets. Il ne s'agit pas, non plus, de décrire la démarche adoptée par la recherche scientifique pour aboutir à un ensemble de résultats (acquis de recherche) parmi lesquels certains sont valorisables et peuvent se considérer comme innovants et soutenables en matière de développement durable. En fait, ce sont les modestes résultats de ces expériences que nous essayons de présenter dans cet article.

La démarche partenariale dans ces expériences était importante et innovante. C'est pourquoi, il est aussi important de signaler les partenaires qui ont contribué à la réalisation de ces projets pour mesurer l'envergure de leur contribution. Outre les représentants des structures administratives et techniques et les ONG actives en place, le partenariat a été enrichi par la participation de la coopération internationale. Autant pour la coopération décentralisée dans le premier cas (IRZOD) que pour les organismes internationaux pour le deuxième cas, le partenariat a été l'élément fondamental dans le déroulement des projets.

2 - Innovations Rurales dans les Zones Difficiles (IRZOD) : « jessours et ksours de Béni Khédache »

2.1 - Origine du projet : le partenariat

Les partenaires du projet :

- Deux opérateurs de développement dont une association de développement en Tunisie.
- Deux institutions d'enseignement et de recherche qui accompagnent le projet et "apportent l'encadrement scientifique et technique".
- Un Conseil Régional en Tunisie et un Conseil Général en France et les autorités locales qui "offrent le soutien administratif, financier et politique aux opérations" de développement.

2.2 - Principaux éléments de la problématique et stratégie de développement

Le **diagnostic global** de la zone en matière de données démographiques, économiques et sociales récentes se résume ainsi :

Données générales sur la région du projet

Désignation	Médenine	Béni Khedache
Superficie (Km ²)	9 167	1 35 6 (14,8 %)
Population	417 400 (1999)	33 000 (1999)
Densité (hab. / Km ²)	45,5	24
Nombre de secteur	93	13
Nombre de ménages (1994)	70 443	5 240
Emigration (actifs en 1999)	10 468	580

Secteur du tourisme et artisanat en 1999 dans la région du projet

Désignation	Médenine	Béni Khedache
Hôtels	110	0
Nombre de lits	38 831	0
Agences de voyage	48	0
Restaurants touristiques	22	0
Emploi tourisme	15 532	0
Artisanat (centres de formation publics)	20	0
Artisanat (Unités de formation et de production)	16	1
Artisanat (Cartes professionnelles octroyées)	135	23

1999 : date de la prospection pour le démarrage du projet.

"L'hypothèse centrale de la stratégie de développement proposée est donc la suivante : la seule issue pour résoudre les problèmes (des zones difficiles ou arides) réside dans de nouvelles activités exercées sur place qui ne soient pas des activités agricoles conventionnelles et qui puissent ainsi

améliorer emploi et revenus sans augmenter la pression sur les ressources" (IRZOD, document de base, inédit).

Autres résultats du diagnostic de la zone :

La zone du projet comprend toute la délégation de Beni Khédache du gouvernorat de Médenine, environ 13 % de la superficie totale du gouvernorat. C'est une zone rurale qui compte 13 Imadas (secteurs) sur lesquels 12 sont en milieu rural.

Les principales contraintes de développement dans cette délégation, constituée essentiellement de montagnes, sont la rareté des ressources naturelles, la dispersion de la population et la faiblesse des productivités agricoles.

Par contre, les principaux atouts de cette zone sont la richesse en biodiversité, surtout végétale, les intéressantes ressources en eau (superficielle) et le riche savoir-faire technique et culturel (agricole et artisanal).

Les axes identifiés dans la zone en vue de les développer sont nombreux. Les plus importants sont au nombre de quatre : le tourisme, l'artisanat et les produits locaux agricoles traditionnels en plus des ressources en eau.

2.3 - Objectifs du projet :

- L'expérimentation d'une stratégie de développement local dans une zone qualifiée de "difficile" : le projet doit se distinguer par rapport à d'autres projets actuels de développement rural par sa vocation territoriale, multisectorielle et doit être "géré par les acteurs locaux".

- Un des "objectifs spécifiques du projet est de consolider le groupe des associations de développement de Béni Keddache dans son rôle de responsable de la mise en œuvre de la stratégie locale de développement".

- Le projet à "caractère expérimental" doit tester au niveau de la recherche-développement "un certain nombre de méthodes de développement rural local et contribuer à définir la place de la coopération décentralisée en général", outre la coopération avec d'autres groupes de territoires différents, en Tunisie ou dans d'autres pays méditerranéens.

2.4 - Les axes de développement proposés :

- Patrimoine naturel : qualité des paysages naturels et en particulier "l'aménagement" des flancs du Djebel par des jessours (barrages) où se pratiquent des cultures ancestrales.
- Patrimoine architectural : aux sommets du Djebel plusieurs ksours s'érigent témoignant d'un "intérêt historique" important de la région et qui méritent valorisation.
- Savoir-faire local : deux volets s'imposent :
 - L'artisanat, particulièrement le tissage bédouin.
 - Les produits agricoles de la zone en raison de leur "forte image de qualité et d'authenticité", particulièrement les figues et l'huile d'olive.

L'ensemble de ces propositions sont réunies en commun dans un axe central appelé dans la stratégie de développement proposée "axe fédérateur": tourisme.

2.5 - Résultats

2.5.1 - Résultats de recherche

La création et le renforcement de circuits touristiques par une nouvelle dynamique de développement : ce travail consiste en la valorisation des techniques traditionnelles par l'identification du mécanisme qui relie les différents secteurs et assure la promotion de nouveaux produits.

Dans les zones rurales, les indicateurs de développement sont variés. Lorsque les innovations rurales émergent dans les unités de production, l'expérience peut les intégrer dans des projets.

L'expérimentation œuvre pour la concrétisation d'un programme qui accompagne un processus de développement local dans les zones rurales "difficiles". Il s'agit de définir, à partir du diagnostic approfondi de la zone, une stratégie de développement pour identifier des opérations et des actions susceptibles de mettre en œuvre cette stratégie. Cela implique, l'émergence du processus de développement durable dans la zone. Ce qui a été visé par ce

projet est le développement intégré qui intéresse l'ensemble des secteurs d'activité de la zone.

La méthodologie appliquée dans ce projet était une méthode innovante. Elle s'appuie sur l'application de l'approche participative avec une équipe pluridisciplinaire en vue d'accompagner les acteurs locaux dans leurs initiatives de développement.

2.5.2 - Résultats de développement

➤ Accompagnement de la création du tourisme de qualité "maisons d'hôtes"

Le résultat des actions sur les maisons d'hôtes peut se résumer en trois types:

- Habitation troglodyte :

Il s'agit d'un habitat creusé horizontalement sur les flancs du *Djebel* à réaménager pour créer une ou deux chambres à coucher, une salle de bain, un hall - salon, une kitchenette. Cette proposition n'a pas malheureusement trouvé d'issu.

- Nouvelle construction à proximité de l'habitat du logeur :

Il s'agit ici de la création d'une nouvelle construction d'accueil auprès de la maison du logeur composé d'une ou deux chambres à coucher, une salle de bains, un hall +salon, une kitchenette.

Cette nouvelle construction doit être architecturalement conçue en harmonie avec l'environnement existant, "dans ses détails, ses formes, son organisation". Trois chambres ont été réalisées.

- La démarche pour réussir ce genre d'accueil touristique :

- * Sensibilisation des acteurs locaux
- * Appel à projet et sélection des candidats pour Chambres d'hôtes
- * Montage des dossiers individuels de subvention
- * Lancement des travaux
- * Contrôle de l'architecte agréé par le projet

➤ **Autre résultat : aide à la décision**

Cette expérience du projet a été consolidée par un décret ministériel (tourisme) qui est apparu dans le Journal Officiel du 13 mars 2007, règlementant les prestations d'hébergement dans les établissements touristiques. Les chambres d'hôtes, genre d'hébergement touristique, s'annoncent ainsi pour la première fois dans le tourisme tunisien.

3 - Sur la route des caravanes à Tataouine : valorisation du savoir-faire local et promotion d'activités génératrices de revenu

3.1 - Objectifs du projet

3.1.1 - Objectifs généraux

- Le Projet de Développement du Sud (PRODESUD) constitue un programme intégré de développement rural à Tataouine. Il est fondé sur une approche participative basée sur la demande sociale. Ce programme vise le soutien des groupes cibles (surtout femmes et jeunes), la diversification des revenus, l'amélioration des conditions de production des produits agropastoraux et la promotion des initiatives économiques. Il accorde des programmes de formation, des mesures d'accès à des responsabilités d'exploitation, des aides spécifiques pour la promotion de micro-entreprises.
- Tataouine dispose d'un important patrimoine architectural, d'un savoir-faire local dense et spécifique en matière d'artisanat et de potentialités touristiques encourageantes qui peuvent favoriser la mise en place de nouveaux métiers et de nouvelles activités génératrices de revenu.
- Dans ce cadre, a été créé le projet "Sur la route des caravanes" pour aider à la mise en valeur d'activités pouvant améliorer emploi et revenu des acteurs locaux (pasteurs et agriculteurs) principalement dans les secteurs de l'artisanat et du tourisme (écotourisme).

3.1.2 - Objectifs spécifiques

➤ Artisanat et petits métiers

- Promouvoir les petits métiers autour d'activités artisanales sur les sites et circuits touristiques.
- Valoriser des sous-produits de l'élevage (laine, poil de dromadaire, poil de chèvres).
- Promouvoir les produits locaux d'artisanat des zones montagneuses (qualité).
- Diversifier la gamme des produits d'artisanat par l'innovation (design).
- Mettre en secteur des produits d'artisanat et contribuer au développement de la profession (commercialisation).

➤ Ecotourisme et tourisme patrimonial

- Contribuer au développement d'activités agro-pastorales pour mettre en valeur les potentialités touristiques locales : préparer certaines zones à un accueil spécifique de qualité.
- Améliorer le tourisme de la région par la qualité et impliquer davantage et directement les acteurs locaux dans l'aménagement touristique, en l'occurrence les agropasteurs.
- Valoriser les produits sahariens, particulièrement agricoles pour développer l'offre touristique de la région.
- Initier la mise en place de tourisme de circuits, de randonnées et de découverte du patrimoine naturel (forêts, parcs et réserves naturels) et culturel.
- Contribuer à la mise en projet et à la formation de promoteurs dans le secteur de l'écotourisme.

3.2 - Partenaires du projet

Les partenaires du projet, outre IRA-PRODESUD, sont principalement le Conseil Régional, le Commissariat Régional au Développement Agricole (CRDA), l'Office National de l'Artisanat (ONA-

CR), l'Office de Développement du Sud (ODS), l'UTAP, l'UTICA, les syndicats d'initiative du tourisme, les GDA et UST du projet PRODESUD.

3.3 - Quelques activités du projet

3.3.1 - Artisanat et petits métiers

- Caractérisation et identification du savoir-faire artisanal (réalisation d'enquêtes auprès des femmes rurales, des artisanes).
- Promotion des produits d'artisanat (introduire et consolider le design dans la profession auprès des artisanes, améliorer les produits actuels, Ghrara, Hemel, Margoum (etc.), encourager l'innovation par la conception de nouveaux produits.
- Aide à l'installation d'unités de qualité (création d'unités de design, formation d'agents spécialistes en innovation et qualité).

3.3.2 - Ecotourisme et tourisme patrimonial

- Identification des sites et étude préliminaire des potentialités touristiques de la région : repérage des sites, description des sites.
- Proposition de circuits : identification du circuit, description de ses sites, considération du type d'animation.

3.4 - Principaux résultats

3.4.1 - Axe artisanat et petits métiers

706 artisanes dans les zones de passage touristique ont été identifiées dans les zones suivantes :

Région	Nombre
Ghomrassen et ksar elhdadda	33
Smar	205
Bir lahmer	28
Chnenni	70
Douiret	70
Elmesreb, ksar awled debbeb	300
Total	706

En première conclusion, l'artisanat de la femme rurale à Tataouine est caractérisé suivant les régions : en montagne le margoum domine. Par contre, dans les plaines, l'artisanat se base sur le tissage bédouin : g'rara, hemel, wsedda et flig.

L'ensemble de ces produits est entièrement ou en partie employé dans l'offre touristique de la région et il caractérise, entre autres, culturellement et touristiquement la région de Tataouine.

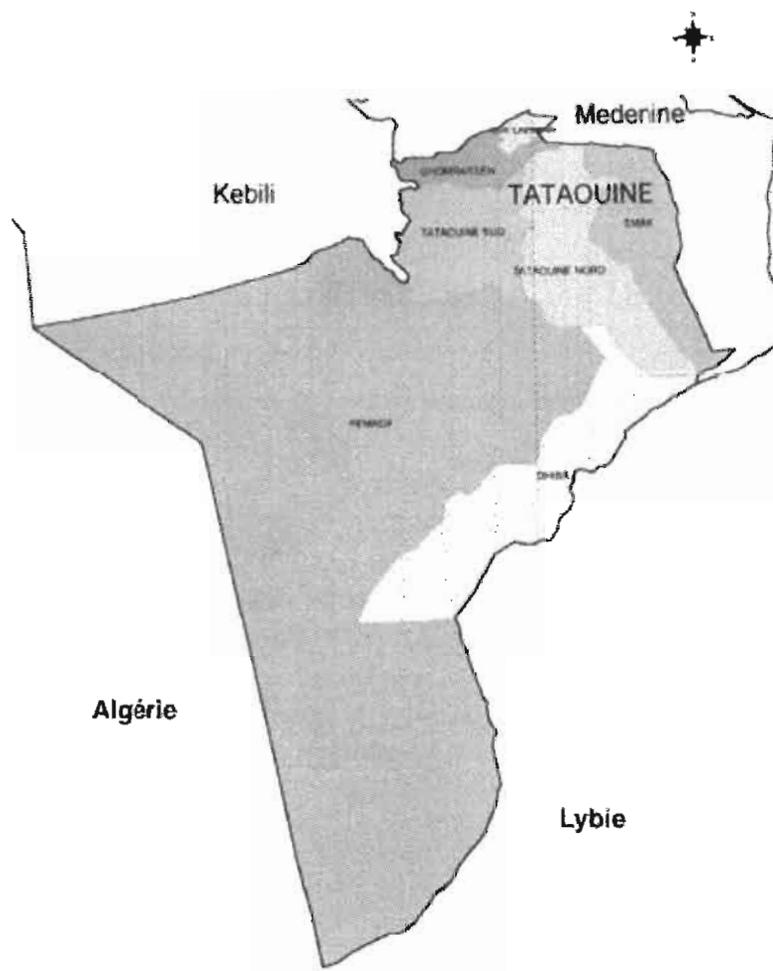
3.4.2 - Axe écotourisme et tourisme patrimonial

➤ Le socle du tourisme à Tataouine

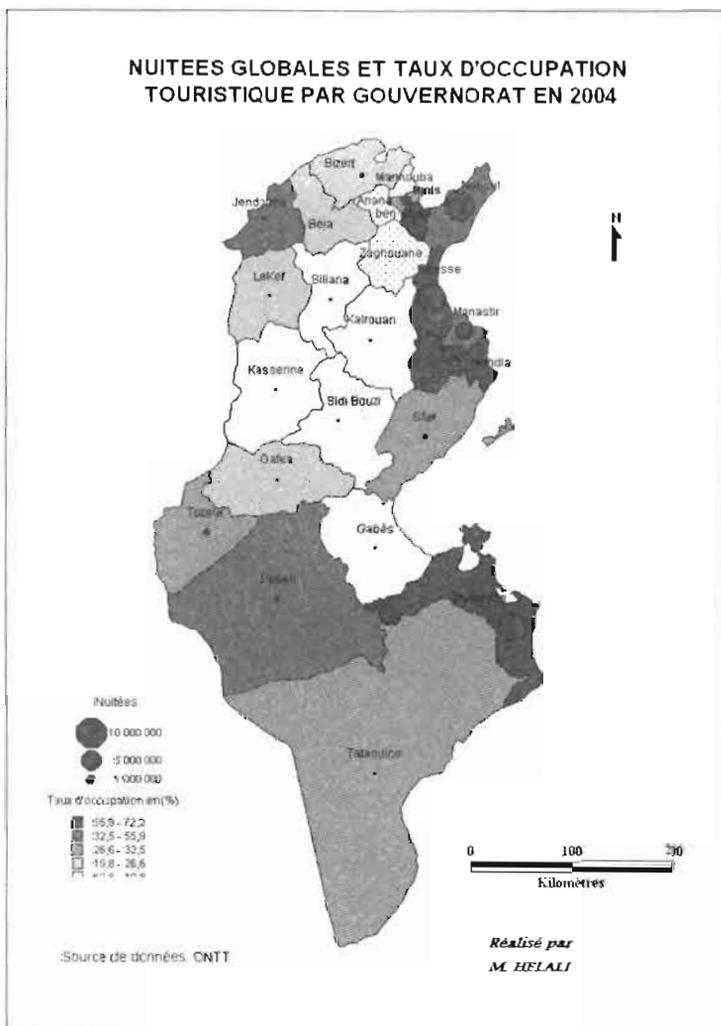
Situé à 500 kilomètres de la capitale, le gouvernorat de Tataouine est limité par trois gouvernorats (Kébili, Gabès, Médenine) et par la Libye à l'Est et l'Algérie à l'Ouest. La température moyenne est de 22°C. La pluviométrie annuelle varie entre 88 et 157 millimètres. La région occupe le quart de la superficie de la Tunisie. Administrativement, le gouvernorat est découpé en 7 délégations, 5 municipalités, 5 conseils ruraux et 64 imadas.

Par sa position géographique, Tataouine est un point de départ pour effectuer les grands circuits du Sahara. C'est une région de ksour. Ces villages fortifiés font la spécificité de Tataouine où on peut développer un genre de tourisme de montagne devant un tourisme de Sahara. Donc, Tataouine est le point de départ des circuits de découverte des potentialités touristiques : le monde des ksour, les paysages naturels et les zones géologiques (etc.).

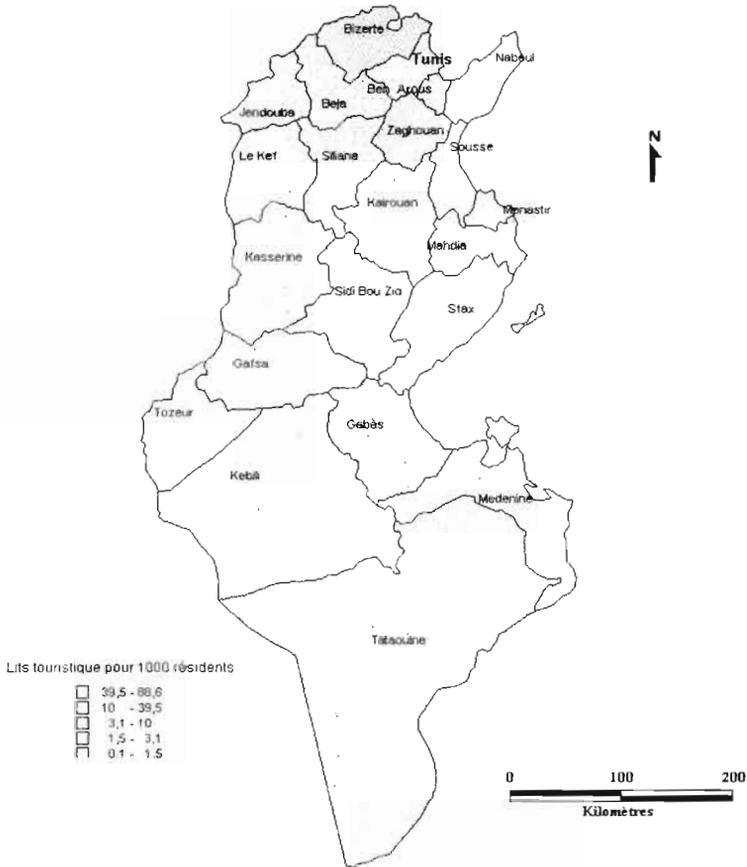
Tataouine dans le Sud tunisien : un espace de tourisme saharien



➤ La part de Tataouine dans le tourisme national



TAUX DE FONCTION TOURISTIQUE (LITS X 1000 RESIDENTS)



Source de carte SYFACTE
donnée ONTT

Réalise par. Hlel Mustapha

➤ Les principaux sites touristiques actuels

Les principaux sites touristiques de Tataouine se divisent en deux :

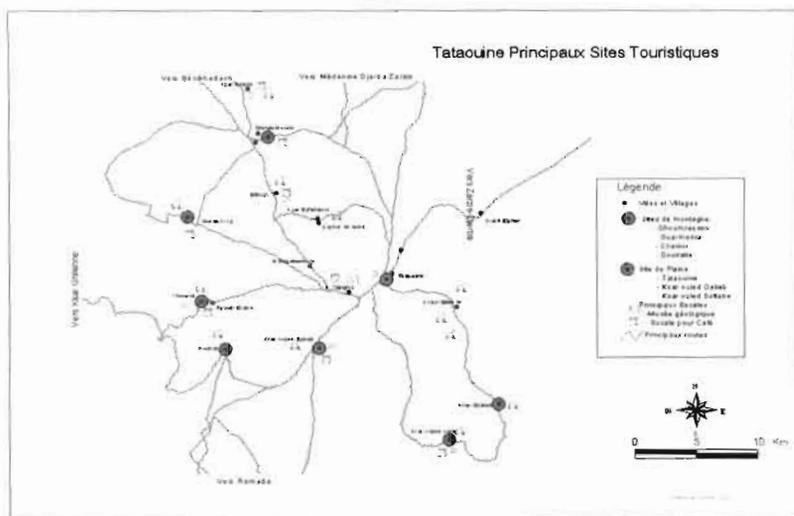
Sites de montagne

- Chenini : village de montagne, maisons troglodytes, les Sept Dormants
- Douiret : village de montagne ; mosquée
- Guermassa : village de montagne
- Ghoumressen : Ibn Arafa

Sites de plaine

- Ksar Hadada
- Ksar Ouled Soltane
- Ksar Ouled Debab
- Ksar Ezzahra
- Musée "mémoire de la terre".
- Souk de Tataouine

Carte des principaux sites touristiques à Tataouine



4 - Conclusion

Les projets qui ont été présentés plus haut ont été bien conçus sur le plan théorique, de même sur le plan de l'exécution. L'engagement était unanime chez tous les partenaires pour faire réussir les actions programmées et instaurer le processus du développement durable.

En revanche les difficultés ont été énormes. Nous pouvons en citer les plus importantes :

- L'impossibilité de résoudre le problème foncier sur quelques sites, à titre d'exemple les ksours, qui ont un caractère collectif de propriété.
- La mise en tourisme de quelques circuits nécessite plusieurs financements pour faire au préalable les aménagements de l'infrastructure touristique, pour encourager les promoteurs, surtout les jeunes diplômés, à s'installer et créer des projets durables.
- Parfois, bien que les encouragements du secteur public ne manquent pas dans ce domaine, la prise en charge par la profession de certains espaces touristiques (sites et circuits) ne s'accomplit qu'après une rude validation des projets par de nombreux organes de fonctionnement de la profession touristique (agences de voyage, syndicats d'initiatives, tour-opérateurs, etc.). Les retombées d'un retard de validation impliquent implicitement une sorte de relâchement des mises en projet touristique. Par conséquent, une hésitation au niveau de la réalisation d'actions de développement s'annonce dans la région.

Toutefois, au niveau théorique, l'objectif de tout développement est de créer une dynamique économique et sociale au sein des territoires pour apporter changement et bien-être aux populations. Le développement dans les zones dites "difficiles", surtout montagneuses, passe par la préservation et la valorisation de leur patrimoine naturel et culturel avec, bien entendu, l'implication ou la participation des populations locales (Kassah, 2005). Cela n'est pas aussi facile qu'on le pense. Olivier Lazarotti a essayé d'étudier la conciliation entre tourisme et patrimoine. Les résultats auxquels a abouti l'auteur sont apparemment 'hypothétiques' mais décourageants, puisque le problème d'après lui est ailleurs, c'est une question de "mobilité" et de "mondialisation". "La faculté d'aller et de venir, écrit-il, donne ainsi une incontestable rente, non plus de situation, mais de mobilité. La mobilité elle-même se nourrit de ces différences. Et la liaison du tourisme et du patrimoine

est bien, en tant qu'invention sociale, tout à la fois le résultat et le stimulant de cette réalité d'aujourd'hui : le patrimoine, comme culture du lieu, se nourrit du tourisme qui le rend, dans tous les sens du terme, enrichissant. *"L'enjeu de la mobilité, aujourd'hui, est bien là : avoir également accès au monde à partir du lieu et aux lieux à partir du monde"* (Lazarotti O., 109).

Peu importe le débat scientifique sur ces questions théoriques. Actuellement, la valorisation des potentialités des régions "difficiles" et plus clairement arides (le sud tunisien en particulier)⁽¹⁾ en vue de développer un tourisme durable, mérite d'être prise d'abord, à partir du renforcement des structures d'accueil touristique dans ces régions. Cela implique de continuer davantage l'aménagement des territoires sur une base d'accueil touristique et entraîner les « détenteurs du fonctionnement », à savoir, la profession touristique, à investir encore davantage dans ces zones (auparavant non encourageantes) puisque les perspectives dans les nouvelles options du tourisme de qualité, s'annoncent prometteuses.

Néanmoins, cela implique la contribution de tout le monde, Etat et population, professionnels et coopération internationale, pour réaliser en quelque sorte le développement durable à travers le tourisme durable tel qu'il est perçu par les experts : *"Découlant des concepts d'écodéveloppement et de développement durable, le tourisme durable présente des objectifs de développement responsable ou éthique basés sur la préservation des ressources naturelles et du patrimoine culturel, l'implication des populations dans le choix de développement et dans le bénéfice des retombés économiques, la réduction des disparités régionales et sociales"* (Rapport Nations Unies, p 44).

1) Dans le sud tunisien, E. HOSNI a inventorié quatre régions touristiques sahariennes :

- La région de Gafsa et du Jérid avec les oasis de l'ozeur, Nefta, et les oasis de montagne (Chebika, Mides, Tamerza).
- La région du Nefzaoua avec Kébili, Douz, le grand sud et le parc de Jbil.
- La région des troglodytes de Matmata, les K=ksour de Tataouine avec Gabès, Médenine et Tataouine.
- L'île de Jerba, bien que faisant partie du tourisme balnéaire, peut constituer une base d'appui à cette dernière région, p 30.

Bibliographie

- Documents de données de base des projets en questions (inédits).
- HOSNI, Ezzedine, 2000, « Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara », UNESCO.
- GANDINI, J., « Pistes du sud tunisien à travers l'histoire », Extrême Sud Editions.
- KASSAH, Abdelfatteh, 2004, « Tourisme et patrimoine dans la chaîne des Matmatas (Sud-est tunisien) » in Actes du colloque maroco-allemand Rabat 2004 sur "Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines". Publications de la FLSH de Rabat. Série: colloques et Séminaires, 119) Rabat 2005, pp. 1141 – 151.
- LAZZAROTTI, Olivier, 2003, « Tourisme et patrimoine », Armand Colin, Ann. Géo., n° 629, p. 91–110.
- MOUMNI, Youssef, 1998, « Conservation de patrimoine et développement : insertion du phénomène du Ksar dans le développement du sud-est tunisien », *Revue des Régions Arides*, n° 10, 1/98.
- MOUMNI, Youssef, 1998 « Patrimoine en milieu aride: le ksar dans le sud-est tunisien » in Abhandlungen und Berichte des staatlichen Museums für Völkerkunde Dresden n° 50.
- Nations Unies, 2004, « Ecotourisme et Tourisme Durable en Tunisie, Situation actuelle et perspectives », avril.
- ZAIANE, Selma, 2004, « Tourisme et loisirs dans les parcs nationaux tunisiens, l'exemple du parc national d'Ichkeul », centre de publication Universitaire.

Le tourisme est une des premières activités économiques de la planète, particulièrement importante dans les pays du Sud qui en ont fait un composant essentiel de leurs stratégies de développement. Ses répercussions sociales, identitaires et environnementales conduisent à s'interroger sur sa compatibilité avec un développement durable.

La littérature internationale souligne qu'à un niveau global on passerait d'un tourisme de masse, standardisé, à des formes de tourisme alternatives, marquées par l'orientation de la demande vers une consommation plus « authentique » et porteuse de plus de « sens ». Ceci se traduit par le développement du tourisme dans des zones sensibles restées jusqu'alors relativement protégées. La mise en marché de ce nouveau créneau commercial se fait principalement sur la base de considérations de rentabilité économique à court terme ce qui pose des questions très aiguës sur la durabilité globale de telles trajectoires de « mise en valeur » marchande de ces territoires. Cette interrogation s'impose particulièrement dans le cas du tourisme saharien qui apparaît particulièrement sensible aux risques induits par ce tourisme des méridiens géographiques opposé au tourisme des parallèles.

La mise en tourisme du Sahara, généralement peu contrôlée, s'effectue au détriment d'un environnement fragile. Confronté à l'envahissement par les touristes, le désert ne l'est plus. Devenu un espace touristique marchand, humanisé, aménagé et organisé en opposition totale avec ce qui est censé en faire l'attractivité, le désert devient le lieu de mise en scène d'un imaginaire saharien complexe empruntant autant à la mythologie des « hommes bleus » du désert qu'à celle des grands espaces vierges et « préhumains » où l'individu se retrouverait seul face à lui-même. En fait, le tourisme de masse s'y développe et le désert en souffre, c'est en tout cas ce qui ressort de cet ensemble de communications faites par trente quatre chercheurs, maghrébins, européens et américains, à partir de leurs travaux de terrain au Maroc et en Tunisie.

