

Développement  
et Coopération  
Europeaid



European  
Commission

# Un Tourisme Durable pour le Développement

NOTE D'ORIENTATION

MÉTHODOLOGIE

ANALYSE DE LA SITUATION

ANNEXES

1

2

3

4



Organisation mondiale du tourisme



# Un Tourisme Durable pour le Développement

## Guide

Renforcement des capacités pour un tourisme durable pour le développement dans les pays en voie de développement

N ° de contrat de subvention. DCI-MULTI-2011/280-663

*"Ce document a été réalisé avec l'aide financière de l'Union Européenne. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de l'OMT et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union européenne".*

L'étude « Un tourisme durable pour le développement » a été élaborée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) avec le financement de l'Union Européenne, Direction Générale du Développement et de la Coopération, dans le cadre du projet «Renforcement des Capacités pour un Tourisme Durable pour le Développement dans les Pays Émergents », (Contrat de subvention DCI-MULTI- 2011/280-663).

Le but du projet est d'améliorer la compréhension et l'engagement pour un tourisme durable, de montrer comment le secteur peut favoriser la croissance économique et sociale à travers la réalisation des impératifs de développement, tout en minimisant les impacts sociaux, culturels et environnementaux négatifs.

Les bénéficiaires et les parties prenantes de l'étude sont les suivants:

- Les fonctionnaires européens travaillant dans le domaine de la coopération et du développement;
- Les autres bénéficiaires: la communauté internationale du développement, les décideurs de l'industrie du tourisme et de sa chaîne de valeur, les organisations de la société civile.

#### Contact

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)  
Capitán Haya, 42-28020 - Madrid (Espagne)  
Courriel: [icr\\_sprm@unwto.org](mailto:icr_sprm@unwto.org)  
Tél.: +34 91 5678 224  
[www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Prière de citer cet ouvrage comme

**Guide du tourisme durable pour le développement (2013)**

Première édition: 2013

#### Copyright

© Un tourisme durable pour le développement (2013)

La reproduction est autorisée, à condition de mentionner la source, sauf spécification contraire. Vous pouvez copier, télécharger ou imprimer le contenu du guide "Un tourisme durable pour le développement" pour votre propre usage et vous pouvez inclure des extraits du guide « Un tourisme durable pour le développement », site web et les multimédias dans vos documents, présentations, blogs, sites internet et matériel d'enseignement, à condition que la mention de la source et l'auteur soit mentionnés.

Si il faut obtenir une autorisation préalable pour la reproduction ou l'utilisation de données textuelles et multimédias (son, images, logiciels, etc.), cette autorisation annulera l'autorisation générale susmentionnée et indiquera clairement les éventuelles restrictions d'utilisation. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être soumises à [pub@unwto.org](mailto:pub@unwto.org).

*"Ce document a été réalisé avec l'aide financière de l'Union Européenne. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de l'OMT et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union européenne".*

## Table des matières

Acronymes	6
Avant-propos	8
Remerciements	9
Resume	10
Introduction	13
La structure du document	14
<b>PARTIE 1: NOTE D'ORIENTATION</b>	<b>16</b>
1 Le tourisme durable comme outil de développement	18
2 Questions clés pour le Tourisme Durable	23
3 Quelle place pour le tourisme dans les priorités de développement ?	25
4 Les étapes de l'identification et de l'exécution des interventions	35
4.1 Points de départ dans la pratique	37
4.2 Évaluation de la situation et identification des besoins	37
4.3 Sélection des interventions	39
4.4 Formulation des interventions et des actions	40
4.5 Mise en œuvre et évaluation des actions	41
5 La voie à suivre: le tourisme, l'Aide au Commerce et l'Agenda pour la Croissance Verte	41
<b>PARTIE 2 : METHODOLOGIE</b>	<b>46</b>
Pilier 1      Politique du tourisme et gouvernance	51
1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement	51
1.2 La politique du tourisme et le cadre réglementaire	55
1.3 La gouvernance du tourisme et le contexte institutionnel	63
	72
Pilier 2      Performance économique, investissement et compétitivité	75
2.1 Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie	77
2.2 Commerce, investissement et environnement du monde des affaires	80
2.3 Positionnement de marque, marketing et produit	85
2.4 Résilience et gestion des risques	88
Pilier 3      Emploi, travail décent et capital humain	92
3.1 La planification des ressources humaines et des conditions de travail	93
3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation	97

Pilier 4	Réduction de la pauvreté et inclusion sociale	104
4.1	Une approche intégrée de réduction de la pauvreté par le tourisme	106
4.2	Renforcer les initiatives touristiques en faveur des pauvres	110
4.3	Inclure les groupes défavorisés dans le secteur du tourisme	115
4.4	Prévenir les impacts sociaux négatifs	118
Pilier 5	Durabilité de l'environnement naturel et culturel	123
5.1	Le tourisme pour le patrimoine naturel et culturel	124
5.2	Mettre l'accent sur la lutte contre le changement climatique	130
5.3	Améliorer la durabilité du développement et de l'exploitation du tourisme	133
5.4	Mesurer et suivre les impacts du tourisme	138
<b>PARTIE 3: ANALYSE DE LA SITUATION</b>		<b>144</b>
1.	Introduction	145
2.	Tourisme: croissance et diversification	145
3.	Tourisme - une source de croissance économique et de développement	150
4.	Le tourisme - l'un des dix principaux secteurs de la transformation vers une économie verte	155
5.	Aide publique au développement (APD) en faveur du tourisme	158
6.	Conclusion	161
<b>PARIE 4: ANNEXES</b>		<b>164</b>
Annexe 1	Portefeuille des Services	165
Annexe 2	Documents d'orientation de développement du pays dans des cadres internationaux	237
Annexe 3	Domaines du gouvernement qui influencent le tourisme durable	239
Annexe 4	Analyse de la chaîne de valeur pour évaluer l'impact sur les pauvres	240
Annexe 5	Références	242

## Acronymes

AASP	Autres Apports du Secteur Public
AGCS	Accord Général sur le Commerce des Services
APD	Aide Publique au Développement
CAD	Comité d'Aide au Développement
CDTD	Comité Directeur pour le Développement du Tourisme
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
CO <sub>2</sub>	Dioxyde de Carbone
CST	Compte Satellite du Tourisme
DMO	Organisation de la Gestion des Destinations
DRH	Développement des Ressources Humaines
DSRP	Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté
EDIC	Études et Diagnostic sur l'Intégration du Commerce
EIE	Évaluation de l'Impact sur l'Environnement
GCP	Gestion du Cycle de Projet
GSTC	Global Sustainable Tourism Council
IDE	Investissement Direct Étranger
MPME	Micro, Petites et Moyennes Entreprises
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement économique
OIT	Organisation Internationale du Travail
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONT	Office National du Tourisme
ONU	Organisation des Nations Unies
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
PED	Pays en Développement
PEID	Petits États Insulaires en Développement
PIB	Produit Intérieur Brut
PMA	Pays les Moins Avancés
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'Environnement
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
PPP	Partenariat Public-Privé
RH	Ressources Humaines
SNV	Organisation Néerlandaise de Développement
ST-EP	Tourisme Durable pour l'Élimination de la Pauvreté
TIC	Technologies d'Information et de Communication
TKZN	Tourisme Kwa Zulu Natal
UE	Union Européenne
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture
UNDAF	Cadre d'Assistance au Développement des Nations Unies
USD	Dollars des États-Unis
VAB	Valeur Ajoutée Brute
VCA	Analyse des Chaînes de Valeur
WHST	Patrimoine Mondial et Tourisme Durable
YBR	Réserve de la biosphère Yasuní





## Avant-propos

Au cours des dernières décennies, le tourisme a connu une croissance continue et une diversification accrue pour devenir l'un des secteurs économiques en développement des plus rapides dans le monde. Cette dynamique lui a permis de devenir l'un des moteurs essentiels du progrès socio-économique dans les pays à travers le monde.

Aujourd'hui, le tourisme est l'un des principaux secteurs du commerce international, créateur de richesse pour de nombreux pays en développement. Le tourisme contribue à la création d'emplois, l'éradication de la pauvreté, l'égalité des genres et la protection et valorisation de notre patrimoine naturel et culturel.

La reconnaissance de la place du tourisme et son importance dans les stratégies nationales de développement mais aussi dans le programme du développement mondial devient également une réalité. Le tourisme a été identifié par les Nations Unies (ONU) comme l'un des dix secteurs pouvant stimuler la transformation vers une économie verte et a été inclus dans le document final de Rio+20 comme l'un des secteurs capable de faire *"une contribution significative aux trois dimensions du développement durable, a des liens étroits avec d'autres secteurs, peut créer des emplois décents et générer des opportunités d'échanges"*.

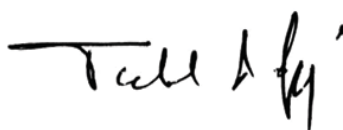
Nous avons tous un rôle à jouer pour assurer que le tourisme devienne un pilier du développement. Le système des Nations Unies et l'Union européenne (UE) en particulier, peuvent être des acteurs clés dans ce processus en soutenant la mise en œuvre du tourisme des pays en développement de manière intégrée, en fournissant des conseils et appuis, en suivant les progrès et en mobilisant les ressources financières nécessaires. Ce document vise à mieux orienter ce processus.

La Déclaration de Busan sur l'efficacité de l'aide en 2011 a ouvert de nouveaux débats pour mieux intégrer la position du tourisme dans l'aide au commerce, en soulignant l'importance de soutenir le secteur dans le cadre de l'Aide Publique au Développement (APD), dans la catégorie des échanges.

Cette même année, la direction générale de la Commission européenne chargée du développement et de la coopération – s'est engagée avec l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) dans la réalisation de ce guide sur le tourisme durable pour le développement visant à améliorer la compréhension et l'engagement de l'Union européenne - EuropeAid, et de toutes les autres agences attribuant l'aide au développement pour soutenir le tourisme durable.

Le guide montre comment le secteur du tourisme peut être un moyen de favoriser la croissance économique et sociale, à travers la réalisation des impératifs du développement, tout en minimisant les impacts sociaux, culturels et environnementaux négatifs. Il souligne en particulier la complexité du tourisme dans ses liens avec l'intégralité des aspects économiques et sociaux d'un pays et montre le contraste entre son potentiel élevé de bâtir une vie meilleure pour tous et la faible priorité qui a été donnée à ce jour en termes d'aide internationale, notamment de l'APD.

J'espère que ce guide servira de base pour des décisions éclairées sur les priorités et les mesures qui doivent être prises pour assurer la contribution toujours croissante du tourisme dans les trois dimensions du développement durable – la croissance économique, l'inclusion sociale et la préservation de l'environnement - en ligne avec l'ONU et les engagements de l'UE pour un avenir meilleur.



M. Taleb Rifai  
Secrétaire général de l'OMT

## Remerciements

Le guide "Un tourisme durable pour le développement" a été développé afin d'améliorer la compréhension du tourisme durable et de démontrer sa capacité à contribuer aux impératifs du développement durable pour les acteurs de la coopération et du développement, ainsi que pour les décideurs des pays en voie de développement.

Cette étude a été réalisée dans le cadre du projet « Renforcement des Capacités du tourisme durable pour le développement dans les pays émergents » grâce aux co-financements reçus par la direction générale (DG) du développement et coopération – EuropeAid.

Sous la responsabilité générale de l'OMT et du directeur exécutif M. Márcio Favilla Luca de Paula, l'étude et le guide ont été réalisés grâce à la contribution et l'engagement de l'équipe de l'OMT: Zoritsa Urosevic, Claudia Lisboa, Harsh Varma, Marcel Leijzer, Luigi Cabrini, Sofia Gutierrez, Sandra Carvao, John Kester, Jelena Novakovic, Giulia Pivetti, Chiara Hartmann, Elisa Piñeiro, Samiti Siv, Marina Diatollevi, Igor Stefanovic, Clara Van Der Pol, Dirk Bezemer, Predrag Bozovic and Ivan Radosavljevic. Richard Denman, expert de l'OMT, en est l'auteur principal.

Le projet a été accompagné du soutien de Philippe Loop, sous la direction constructive de Maria Castaldi, Christophe Masson et Mariusz Tamborski de EuropeAid.

Nous tenons à remercier spécialement les délégations et les techniciens de l'Union Européenne au Kenya, en Inde, au Botswana, au Vietnam, au Timor Oriental et au Sénégal, pour la contribution technique fournie dans la phase pilote de cette étude, ainsi que toutes les personnes et les institutions impliquées dans la conduite du projet dans ces pays. Les commentaires, critiques et remarques nous ont permis d'améliorer considérablement le contenu de cet ouvrage.

L'appréciation témoignée lors de la phase pilote, autant de la part des délégations que des acteurs du tourisme consultés, a été renforcée par le panel d'experts consultés pour les commentaires techniques et la validation des différents volets thématiques et parties de l'étude:

Comité directeur du tourisme pour le développement (CDTD): Dale Honeck (Organisation mondiale du commerce), Francesco Geoffroy, Aissatou Diallo, Marie-Claude Frauenrath et Fernanda Leite (Centre du commerce international), Gunter Fischer et Jo Butler (Conférence des Nations Unies sur le commerce et développement), Peter Debrine (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, les sciences et la culture), Helena Rey et Charles Arden Clarke (Programme des Nations Unies pour l'environnement), Massimiliano Riva et Luisa Bernal (Programme des Nations Unies pour le développement) Wolfgang Weinz et Lucie Servoz (Organisation internationale du travail) .

Les autres experts : Dorothy Tembo et Kristiane Kraus (Cadre intégré renforcé) Wim van Heumen et Ester Kruk (Pays-Bas - Centre pour la promotion des importations des pays en développement) Penelope Denu et Eleonora Berti (Conseil de l'Europe), Hans-Peter Egler (Secrétariat d'Etat à l'économie -Suisse) Rocío Rodriguez et Joaquín Pardo (ONU-Femmes).

Nous remercions le Comité Directeur du tourisme pour le développement (ILO, ITC, UNCTAD, UNDP, UNEP, UNESCO, UNWTO, WTO) pour avoir permis l'utilisation du « SCTD Portfolio of Services » pour construire l'Annexe 1, ainsi que UNWTO Technical Coopération and Services Programme pour le « Portefeuille de services ».

## Résumé

Le tourisme est une activité majeure qui représente un secteur économique responsable de 9% du PIB mondial. Au cours des dernières années, il a connu une forte croissance, qui devrait se poursuivre, en particulier dans les pays en développement qui ont connu un taux d'augmentation des arrivées de visiteurs qui dépasse largement la moyenne mondiale. Le tourisme représente 29% des exportations de services dans le monde entier et dans de nombreux pays en développement, il offre une importante, et parfois la principale, source de recettes en devises. Des études universitaires et de nombreux organismes internationaux ont confirmé la contribution du secteur à la croissance économique et reconnaissent l'importance du secteur en tant que moteur du développement durable. Le nouveau document final de Rio+20 intitulé «L'avenir que nous voulons» souligne que le tourisme durable contribue à la croissance verte.

Le tourisme a de nombreuses caractéristiques qui le rendent particulièrement actif en tant qu'agent de développement. Etant donné sa nature transversale, il stimule les capacités productives du commerce et de la création d'emplois liés à la chaîne de valeur du tourisme. En particulier, il est basé sur le capital naturel, tels que l'environnement naturel, un climat chaud, un patrimoine culturel riche et surtout, un fort capital humain, pour lequel les pays en développement ont un avantage. Cependant, le tourisme peut supposer également une source de dégradation et de pollution de l'environnement. Il peut aussi être un gros utilisateur des ressources limitées et une cause de changements négatifs de la société. Pour ces raisons, il est impératif que ces ressources soit bien planifiées et gérées, embrassant les principes du tourisme durable, défini comme «un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, qui réponde aux besoins des visiteurs, de l'industrie, de l'environnement et des communautés d'accueil»<sup>1</sup>. L'Union Européenne et d'autres organismes d'aide au développement sont bien placés pour aider les pays en développement à identifier et à mettre en œuvre des interventions en matière de tourisme durable. Le but de ce document est de guider ce processus.

Il commence par une **Note d'orientation**, décrivant les caractéristiques, les exigences et la contribution du tourisme durable, compte tenu de sa relation aux priorités de développement tels que celles de l'UE, et propose des conseils sur l'approche exposée. Il présente ensuite une **Méthodologie** pour évaluer la position du tourisme durable, en identifiant une série de questions sur les besoins et en traitant les défis à surmonter. Le processus s'articule autour de cinq piliers qui encapsulent les dimensions clés et les thèmes du tourisme durable. Cette méthodologie d'évaluation des priorités et des défis peut être utilisée aussi bien par les pouvoirs publics que par les institutions. Une dernière partie fournit des informations de fond sur la relation entre le tourisme et le développement dans une **Analyse de la situation**.

Le premier des cinq piliers de la Méthodologie concerne **la politique du tourisme et de la gouvernance**. Pour s'assurer que le secteur est correctement positionné comme une force pour le développement durable, il doit être pleinement pris en compte dans les stratégies et les cadres de développement pour le pays et être dûment reconnu au sein du gouvernement. Tous les pays devraient convenir des politiques du tourisme, des stratégies ou des plans directeurs qui s'engageraient à des principes de durabilité et qui seraient effectivement mis en œuvre. Des législations et des réglementations adéquates doivent être mises en place pour contrôler et orienter le développement du tourisme, tout en étant sensibles aux besoins du secteur. La responsabilité du tourisme doit être clairement confiée à un Ministère spécifique et soutenue par des organismes gouvernementaux qui ont suffisamment de ressources et de qualifications. Enfin, une exigence fondamentale de la bonne gouvernance dans ce secteur multidimensionnel sera de créer un environnement favorisant les intérêts du secteur privé et d'autres intervenants à travailler avec le gouvernement sur la planification du tourisme, son développement et sa gestion. Cela devrait s'appliquer non seulement au niveau national, mais aussi aux destinations locales, là où les activités du secteur ont un impact.

---

<sup>1</sup> UNWTO and UNEP (2005) Making Tourism More Sustainable – A guide for policy makers

Le deuxième pilier porte sur la **performance économique, l'investissement et la compétitivité**. Il reconnaît que le secteur doit être compétitif s'il veut réussir en tant que vecteur pour le développement. La performance et l'impact du secteur doivent être correctement mesurés et vérifiés car de nombreux pays en développement ont besoin d'aide en ce qui concerne la mise en place d'un système fiable de statistiques nationales du tourisme. Les accords commerciaux et la politique d'investissement qui conduisent à l'ouverture des marchés peuvent être bénéfiques pour le tourisme, à condition que ces mesures soient établies avec soin pour répondre aux objectifs nationaux du tourisme durable. Par ailleurs, il faut prendre des mesures pour créer un cadre favorable pour le développement des petites entreprises locales, y compris l'amélioration des liens et filières d'approvisionnement entre le tourisme et d'autres secteurs, comme l'agriculture, l'artisanat et d'autres industries créatives, les services et les TIC. Il faut s'assurer que les produits et services touristiques sont en ligne avec les exigences des marchés en croissance, avec des actions de mise en place pour améliorer les normes de qualité, combler les lacunes au niveau de l'offre et poursuivre des stratégies de marketing efficaces, y compris l'utilisation des nouveaux médias, qui ont transformé la promotion du tourisme et des voyages. La nécessité de soutenir la résilience du secteur devrait également être abordée.

Le troisième pilier, couvrant **l'emploi, le travail décent et le capital humain**, reflète le fait que le tourisme est une activité fondamentalement basée sur les personnes. Une planification minutieuse des ressources humaines, impliquant des consultations avec les entreprises privées et les représentants des employés est nécessaire pour s'assurer que le tourisme puisse atteindre son quota de création d'emplois et compter avec un approvisionnement suffisant de main-d'œuvre qualifiée pour subvenir convenablement à la croissance future. L'Agenda du travail décent, les salaires, les conditions de travail, le développement personnel, la liberté d'expression et l'égalité des chances, devraient être soutenus par des lois du travail qui soient respectées par le secteur. Finalement, il est nécessaire de comprendre clairement où se situent les écarts de compétences dans le secteur public et privé, de s'assurer que la formation soit accessible et disponible pour y répondre aussi bien au niveau de la gestion que de la formation professionnelle. Il faut également porter une attention particulière à la mise à disposition des compétences dans les domaines concernés pour la durabilité du tourisme et sa contribution à l'économie verte, comme dans la gestion environnementale.

Le quatrième pilier, porte sur la réduction de **la pauvreté et l'inclusion sociale** et met l'accent sur les opportunités uniques proposées par le tourisme, en tant que secteur à forte intensité et diversité du travail, pour bénéficier les personnes pauvres et défavorisées. Cela nécessite un engagement du gouvernement et du secteur privé au niveau de la destination nationale et locale, avec des politiques pertinentes et des outils tels que l'analyse de la chaîne de valeur, afin de déterminer quelles interventions peuvent apporter le meilleur résultat pour aider les communautés démunies. Une série de mécanismes ont été identifiés pour augmenter la proportion des revenus du tourisme qui atteignent et bénéficient les pauvres. Ceci implique l'emploi, les chaînes d'approvisionnement, les activités informelles et la création de micro entreprises. Parfois l'utilisation des taxes liées à l'activité touristique, les donations spontanées et les bénéfices collatéraux liés aux investissements touristiques peuvent contribuer à améliorer les conditions de vie des pauvres. Une attention particulière devrait être accordée aux besoins des femmes, des minorités, des personnes handicapées, des personnes âgées et des jeunes, qui pourraient tous s'engager efficacement dans le secteur du tourisme. Ce pilier concerne également des mesures pour prévenir ou minimiser les impacts sociaux négatifs potentiels du tourisme, tels que la concurrence pour les terres, l'eau et d'autres ressources, le changement social non désiré, notamment la criminalité et l'exploitation sexuelle. Ceci souligne la nécessité de veiller à ce que les communautés locales soient consultées, engagées et habilitées à influencer les décisions sur le développement du tourisme et les opérations susceptibles d'affecter leurs moyens de subsistance et la société.

Le cinquième pilier porte sur **la durabilité de l'environnement naturel et culturel** tout en reconnaissant que le tourisme a une raison unique de se préoccuper des questions de préservation et d'accessibilité des paysages et du patrimoine local, y compris l'importance de la consommation durable des ressources naturelles telles que l'eau et l'énergie. Les politiques et actions pour la conservation des actifs, de la biodiversité naturelle et culturelle, y compris à l'expansion et à la gestion efficace des aires protégées, sont importantes pour le tourisme. De même, le secteur devrait s'assurer que ses actions contribuent à la

conservation et la sauvegarde de ces biens plutôt que de les menacer. La contribution du tourisme au changement climatique, notamment à travers des émissions des transports et de l'hébergement, nécessite que des mesures d'atténuation soient prises globalement et localement. Il est essentiel que le secteur s'adapte aux impacts du changement climatique, de la façon dont le tourisme est planifié, comme par exemple dans les zones côtières. En général, les mesures devraient être prises pour promouvoir la production et la consommation durables dans le secteur, y compris la réduction de l'utilisation des ressources telles que l'eau et l'énergie. Des instruments comme la planification des contrôles, l'évaluation d'impact, la certification et les incitations financières doivent être utilisés pour augmenter la durabilité à la fois du développement et du fonctionnement des entreprises touristiques, en tenant compte de l'expérience internationale, des normes et des conventions. En retour, cela nécessite une mesure et un suivi efficaces des impacts sur le secteur, grâce à l'utilisation d'indicateurs appropriés.

Outre les questions identifiées dans chaque pilier de base pour l'évaluation, le document offre des suggestions pour les actions pertinentes à prendre. Il présente des exemples de bonnes pratiques et identifie un ensemble de services connexes qui sont disponibles auprès des organismes internationaux et qui sont énoncés intégralement dans une annexe.

## Introduction

Le tourisme est l'un des plus importants secteurs économiques en croissance dans le monde, il contribue considérablement au développement durable dans de nombreux pays. Cependant, il requiert une gestion rigoureuse afin de profiter aux communautés locales ainsi qu'à l'environnement naturel et culturel dont il dépend.

Compte tenu des opportunités et des enjeux relatifs au développement du tourisme durable, en 2011, la Direction générale de la Commission Européenne chargée du développement et de la coopération - EuropeAid a initié une étude visant au «Renforcement des capacités pour le développement du tourisme durable dans les pays émergents».

Ce document est le résultat principal de l'étude susmentionnée, il a été mené conjointement avec l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) qui a été chargée de préparer ce document.

L'approche est basée sur l'expérience de l'OMT et de son travail avec un large éventail d'organismes partenaires et de gouvernements. En particulier, les résultats de l'étude ont été testés sur le terrain dans six pays pendant et après la préparation du document, à savoir le Kenya, l'Inde, le Vietnam, le Sénégal, le Botswana et le Timor-Leste.

### Le but de l'étude

Le but de l'étude est d'améliorer la compréhension du secteur et l'engagement pour un tourisme durable, de montrer comment il favorise la croissance économique et sociale, à travers la réalisation des impératifs du développement, tout en minimisant les impacts sociaux, culturels et environnementaux négatifs.

Le document est principalement destiné à deux types de publics:

**L'UE et d'autres organismes d'aide au développement:** permettre de comprendre et d'identifier les opportunités et priorités pour aider les pays dans le cadre du tourisme et de l'APD, afin de contribuer à un développement durable;

**Les gouvernements et les autres parties prenantes dans les pays en développement:** identifier les besoins pour pouvoir renforcer leur approche du tourisme durable, et si nécessaire, comment mieux formuler les demandes d'aide, dans le cadre des priorités et des politiques internationales en faveur du développement durable.

En particulier, le document fournit une base de discussion entre les deux groupes ci-dessus pour s'accorder sur les priorités et les actions pour soutenir le tourisme durable.

L'étude a été conçue afin de sensibiliser les cadres de coopération existants, à mieux évaluer l'importance du secteur du tourisme dans les priorités des instruments de l'Aide Publique au Développement (APD) et de l'aide au commerce. Notamment, la méthodologie de l'analyse du secteur présentée dans ce document a été identifiée par le Cadre intégré renforcé (CIR) comme un outil pouvant contribuer considérablement à l'élaboration des études diagnostiques de l'intégration du commerce (EDIC) pour les PMA, dans le cadre du tourisme, et dans l'attribution de l'Aide pour le commerce.

Enfin, l'étude contribue à positionner le tourisme durable dans le cadre d'action mondial post 2015, émanant de Rio+20, pour une croissance verte contribuant à l'éradication de la pauvreté et au développement durable. Dans ce même contexte, il est important de noter que la Commission Européenne inclus le tourisme durable dans sa Communication (2013) 92, *Mettre fin à la pauvreté et donner au monde un avenir durable*.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/documents/2013-02-22\\_communication\\_a\\_decent\\_life\\_for\\_all\\_post\\_2015\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/documents/2013-02-22_communication_a_decent_life_for_all_post_2015_en.pdf)

Le tourisme se trouve à présent comme un secteur porteur pour bénéficier de l'Aide au commerce: au cours des cinq dernières années l'aide au commerce allouée au tourisme a connu une croissance très importante (plus que pour tout autre secteur). Néanmoins, il ne représente encore que 0.5% du total des décaissements d'aide au commerce <sup>3</sup> alors que le secteur représente environ 4% du PIB dans les pays à faible revenu. Il est également important de souligner que le secteur reste sous-représenté dans l'Aide au commerce, compte tenu de son fort potentiel en tant que secteur productif, contribuant au développement durable.

## La structure du document

Le document est divisé en trois parties principales:

Cette partie résume certains aspects clés du tourisme dans les pays en développement et présente les principes essentiels du tourisme durable. Comme le tourisme est un secteur transversal, cette partie établit un parallèle entre le cadre stratégique de l'UE tel que le Consensus pour le développement et le Programme pour le changement, et les différents aspects du tourisme, démontrant comment le tourisme s'inscrit dans chacune des priorités. Les éléments identifiés sont redirigés vers les 5 piliers du tourisme durable expliqués dans la Partie 2: Méthodologie.

### Partie 1: Note d'orientation



Cette partie fournit la substance de la démarche. Elle explique en détails chacun des cinq piliers du tourisme durable tour à tour. Un certain nombre de thématiques et de questions sont présentés pour chaque pilier, en définissant des opportunités et des défis, et en conduisant à une série de questions afin de déterminer comment mieux les traiter. Les actions possibles sont identifiées afin d'améliorer la situation, appuyées par quelques études de cas représentatives, et les liens sont faits aux services existants et possibles concernés (figurant en annexe).

### Partie 2: Méthodologie



Cette partie fournit des données et tente de démontrer la relation entre le tourisme et le développement, définissant aussi les défis liés à la mesure des impacts socio-économiques. Elle contient des statistiques sur la croissance du tourisme et des tendances dans le secteur de différents types de pays, suivies par une analyse de la relation avec les variables économiques et sociales, y compris le PIB, les exportations, l'emploi, le genre et autres questions de durabilité. Par ailleurs, elle couvre les questions relatives à l'Aide publique au développement.

### Partie 3: Analyse de la situation



Certaines des informations contenues dans ce document (y compris les questionnaires, des tables et des notices explicatives) peuvent être trouvées ou téléchargées sur: <http://icr.unwto.org/en/content/devco-study-sustainable-tourism-development>

<sup>3</sup> OECD Creditor Reporting. Voir Section 5 de la Note d'Orientation pour plus de détails

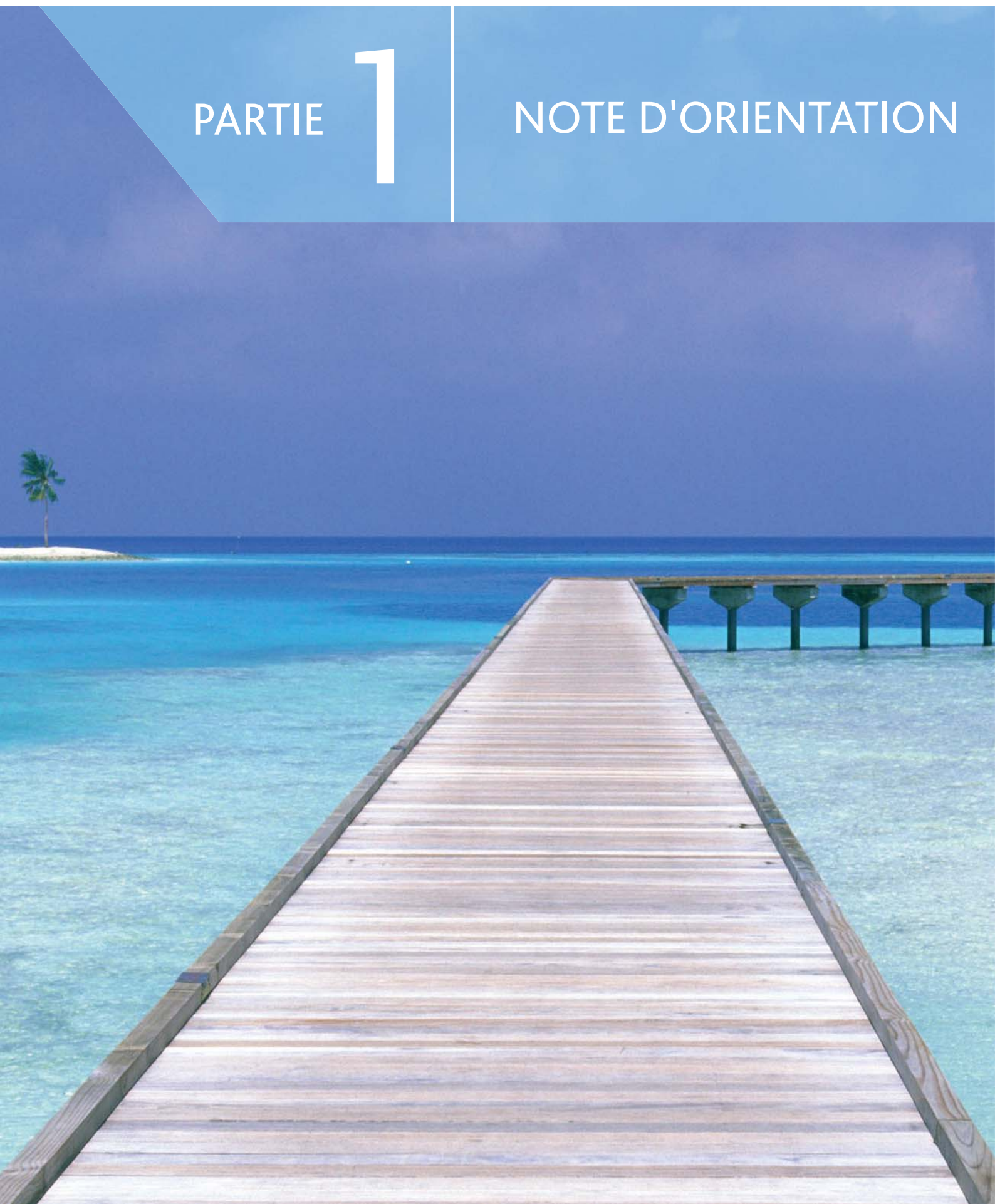






# PARTIE 1

## NOTE D'ORIENTATION



Le but de cette note d'orientation est de fournir:

- Une orientation dans le domaine du tourisme durable et de sa relation avec les politiques de développement de l'UE
- Une direction sur le processus d'évaluation des besoins et la priorisation des interventions possibles dans le secteur, en utilisant la méthodologie présentée plus bas dans la deuxième partie de cette étude.

La Note d'Orientation commence par un résumé de certains aspects clés du tourisme dans les pays en développement et expose les principes fondamentaux du tourisme durable. Par la suite, elle relie ces principes aux cinq piliers du tourisme portant les thèmes essentiels du tourisme durable en tant qu'instrument de développement. Elle fournit le cadre d'ensemble de l'étude et l'approche exposée dans la Partie 2 Méthodologie. En se servant de l'exemple du cadre politique de l'UE, elle démontre que ces 5 piliers sont reliés aux principales priorités de développement. Finalement, elle souligne comment cette approche peut aider à définir les interventions prioritaires dans le secteur touristique.

# 1 Le tourisme durable comme outil de développement

Au cours des cinquante dernières années, le tourisme est devenu l'un des secteurs économiques les plus importants dans le monde. Il représente environ 9% du PIB mondial et plus de 200 millions d'emplois.

Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté régulièrement depuis de nombreuses années et en 2012, le nombre s'élevait à 1035 millions. Au cours des dix dernières années, cette croissance a été particulièrement marquée dans les pays émergents, où elle a été en moyenne de 5,6% par an, contre 1,8% pour les économies avancées. L'OMT prévoit que les tendances de croissance dans le tourisme mondial se poursuivront, avec l'ensemble des arrivées égalant 1,8 milliards en 2030. Encore une fois, les économies émergentes, y compris les pays en développement, auront le taux de croissance le plus élevé.

Le tourisme représente une part importante du commerce mondial. Il symbolise une proportion considérable des exportations dans les services - soit 29% dans le monde et 52% pour les PMA.

En 2012, les touristes étrangers ont dépensé 386 milliards de dollars dans les pays émergents en développement, plus de cinq fois le niveau du total de l'aide publique au développement dirigée à ces pays. Le tourisme est une des principales sources de recettes en devises.

Lors de l'analyse des tendances de développement du tourisme dans le monde entier, au moins trois conclusions principales peuvent être tirées concernant le tourisme et son potentiel de réduction de la pauvreté:

1. Le tourisme est un des secteurs économiques les plus dynamiques dans de nombreux pays développés mais aussi dans ceux en voie de développement, avec un large éventail d'effets en amont et en aval sur les autres activités économiques grâce à une chaîne de valeurs très large et diversifiée.
2. La mouvement des touristes vers le pays en développement et les pays les moins avancés est en croissance plus rapide que celle vers les pays développés, qui représente maintenant près de 50% du total des arrivées de touristes internationaux. De nombreux pays en développement ont des atouts d'une valeur énorme pour le secteur du tourisme, tels que la culture, l'art, les paysages, la faune et flore et le climat, et sont très bien placés pour développer le tourisme comme un secteur clé qui contribue à la croissance économique.
3. Dans de nombreux pays en développement et dans les moins avancés, le tourisme est l'une des principales sources de recettes en devises. Il représente très souvent, l'option de développement économique plus viable et plus durable. De plus, elle a des effets positifs sur la réduction des niveaux de pauvreté.

L'impact du tourisme comme moteur de développement a été ressenti dans de nombreux pays. Par exemple, au cours des dernières années, le tourisme est un facteur principal dans le repositionnement du Botswana, des Maldives et du Cap-Vert de leur statut de PMA au statut de pays en voie de développement.

Alors que le tourisme est un pilier important du développement, il a un certain nombre d'aspects négatifs:

- Le tourisme est un contributeur important au changement climatique, qui représente actuellement environ 5% des émissions mondiales de CO<sub>2</sub>, principalement générées par les transports, mais aussi par l'exploitation d'installations touristiques telles que l'hébergement.
- La pollution locale des terres et des eaux due au mauvais traitement des déchets solides et liquides par les entreprises du tourisme et des activités du tourisme, peut être un problème dans certaines régions
- Les entreprises d'hébergement sont souvent les principales utilisatrices des ressources non renouvelables et précieuses, comme la terre, l'énergie et l'eau. Dans certaines régions, une station touristique peut consommer beaucoup plus d'eau par personne que la communauté locale avec laquelle elle est en concurrence pour l'approvisionnement.

- Le développement touristique mal planifié et les activités inappropriées peuvent être très dommageables à la biodiversité dans les zones sensibles. Des effets négatifs sur les sites du patrimoine culturel/naturel peuvent se produire là où il y a une mauvaise gestion des visiteurs.
- Le tourisme peut avoir des impacts négatifs sur la société locale, en restreignant l'accès aux terres et aux ressources, en conduisant à une hausse de la criminalité, à l'exploitation sexuelle, et en étant une menace pour les traditions et les valeurs sociales et culturelles.
- Alors que le tourisme est bien placé pour créer des emplois accessibles, les mauvaises conditions de travail sont parfois constatées dans le secteur.
- La performance économique du secteur est sensible aux influences des marchés émetteurs, comme la conjoncture économique, des événements naturels et les préoccupations en matière de sécurité, même si la récupération peut être rapide lorsque les circonstances changent.

Tous les aspects négatifs ci-dessus soulignent la nécessité de planifier et gérer le tourisme très soigneusement dans les pays en développement. Cela oblige les gouvernements à établir et appliquer des politiques claires sur le contrôle et la gestion du secteur, en collaboration avec l'ensemble des acteurs du tourisme et des autorités.

Afin de développer le secteur du tourisme de manière durable et de renforcer l'impact socio-économique local du tourisme, de nombreux pays en développement ont fait du tourisme une priorité dans leurs politiques nationales de développement, et tentent, avec l'appui des bailleurs de fonds et des organismes de développement, à formuler et mettre en œuvre des interventions visant à accroître la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté. La Commission Européenne est bien placée pour soutenir ce processus en développant une méthodologie complète pour identifier les défis, les besoins pertinents, les nouvelles opportunités pour le tourisme durable et le soutien choisi pour les pays en développement dans la formulation et la mise en œuvre des projets de développement du tourisme durable. L'approche présentée dans ce guide est très appropriée pour définir de nouvelles orientations en ce qui concerne l'attribution efficace de l'aide au développement, émanant de Rio+20 et dans le nouveau cadre global pour après 2015.<sup>4</sup>

### Les principes du tourisme durable

Une exigence fondamentale du secteur du tourisme, c'est qu'il doit adhérer aux principes du tourisme durable et se concentrer sur la réalisation des objectifs de développement durable.

Le tourisme durable ne doit pas être considéré comme une composante distincte du tourisme, comme un ensemble de produits de niche, mais plutôt comme un état du secteur du tourisme dans son ensemble, qui devrait travailler à devenir plus durable.

L'OMT a défini le tourisme durable comme «un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, répond aux besoins des visiteurs, de l'industrie, de l'environnement et des communautés hôtes»<sup>5</sup>

D'après l'OMT, le tourisme durable fait référence au besoin de:

- Faire un usage optimal des ressources environnementales qui constituent un élément clé du développement touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à conserver le patrimoine naturel et la biodiversité.

<sup>4</sup> Commission européenne (2013) - *ibid.*

<sup>5</sup> UNWTO and UNEP (2005) *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*

- Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, préserver leur patrimoine culturel bâti et vivant ainsi que leurs valeurs traditionnelles et contribuer à la compréhension interculturelle et la tolérance.
- Assurer des opérations économiquement viables, à long terme, offrant des avantages socio-économiques pour tous les intervenants qui soient équitablement réparties, notamment des emplois stables et des possibilités de gagner un revenu, des services sociaux aux communautés d'accueil, et de contribuer à la réduction de la pauvreté.

Plus précisément l'OMT et le PNUE ont identifié 12 objectifs pour un tourisme durable qui sont énoncés dans l'encadré 1.1 <sup>6</sup>

#### Encadré 1.1: 12 Objectifs pour le tourisme durable

- 1 LA VIABILITE ECONOMIQUE:** Pour garantir la viabilité et la compétitivité des destinations et des entreprises touristiques, afin qu'elles puissent continuer à prospérer et générer des bénéfices à long terme.
- 2 LA PROSPERITE LOCALE:** Afin de maximiser la contribution du tourisme à la prospérité de la destination hôte, y compris la proportion des dépenses des visiteurs qui est conservée localement.
- 3 LA QUALITÉ DE L'EMPLOI:** Pour renforcer le nombre et la qualité des emplois locaux créés et soutenus par le tourisme, y compris le niveau de rémunération, les conditions de service et de disponibilité à tous, sans discrimination selon le sexe, la race, le handicap ou par d'autres moyens.
- 4 ÉQUITÉ SOCIALE:** Pour obtenir une distribution généralisée des avantages économiques et sociaux du tourisme dans toute la communauté bénéficiaire, y compris l'amélioration des possibilités, des produits et des services offerts aux pauvres.
- 5 SATISFACTION DU VISITEUR:** Pour assurer une expérience satisfaisante, sécurisante et enrichissante pour les visiteurs, accessible à tous sans discrimination en fonction du sexe, de race, de handicap ou d'autres moyens.
- 6 CONTROLE LOCAL:** engager et responsabiliser les communautés locales dans la planification et la prise de décision concernant le développement de la gestion et l'avenir du tourisme dans leur région, en consultation avec les autres intervenants.
- 7 BIEN-ÊTRE DE LA COMMUNAUTÉ:** Pour maintenir et renforcer la qualité de vie des communautés locales, y compris les structures sociales et l'accès aux ressources, des équipements et des systèmes de soutien de la vie, en évitant toute forme de dégradation ou d'exploitation sociale.
- 8 RICHESSE CULTURELLE:** respecter et valoriser le patrimoine historique, l'authenticité de la culture, les traditions et les particularités des communautés d'accueil.
- 9 L'INTÉGRITÉ PHYSIQUE:** Pour maintenir et améliorer la qualité des paysages, urbains et ruraux, et éviter la dégradation physique et visuelle de l'environnement
- 10 LA DIVERSITE BIOLOGIQUE:** Pour soutenir la conservation des espaces naturels, des habitats et de la faune, et de minimiser leurs dommages.
- 11 L'EFFICACITE DES RESSOURCES:** Afin de minimiser l'utilisation de ressources rares et non renouvelables dans le développement et l'exploitation des installations et des services touristiques.
- 12 PURETE DE L'ENVIRONNEMENT:** Pour minimiser la pollution de l'air, de l'eau et de la terre, la production de déchets par les entreprises touristiques et les visiteurs.

L'OMT et le PNUE 2005

---

<sup>6</sup> ibid.



Grâce à cet encadré, on constate que l'agenda du tourisme durable est vaste. Il s'agit donc d'offrir des avantages économiques aux destinations et aux communautés, à travers un secteur touristique compétitif qui crée des emplois. Il s'agit également de minimiser les impacts négatifs sur l'environnement.

Une caractéristique fondamentale du secteur du tourisme est sa capacité de relier les aspects économiques, sociaux, culturels et environnementaux du développement durable et d'agir comme une force motrice pour leur enrichissement mutuel. Ceci est dû au fait que le tourisme est une activité économique fortement dépendante de la préservation de milieux intacts, un patrimoine culturel riche et des communautés accueillantes. La possibilité que le tourisme offre pour apporter des revenus et des emplois par le biais d'expériences culturelles en est justement l'illustration. A son tour, ceci représente une responsabilité importante pour le secteur qui doit faire face aux impacts sociaux, culturels et environnementaux pour son développement et ses opérations.

## Les rôles et les relations des intervenants dans le développement du tourisme durable

Le tourisme est une activité aux multiples facettes. De nombreux intervenants sont potentiellement engagés dans le secteur ou affectés par ce dernier, aussi bien directement qu'indirectement. Le tableau 1.1 présente les principales catégories d'intervenants et leurs rôles dans les prestations du tourisme durable. Ces mêmes intervenants pourraient avoir besoin d'aide à différents niveaux.

Tableau 1.1: Les intervenants et leur rôle dans le tourisme durable

Types d'intervenants	Rôle dans la prestation du tourisme durable
<u>Les agences internationales d'aide au développement</u> Institutions et programmes multilatéraux Les agences bilatérales	L'intégration du tourisme dans les politiques et les accords du développement Assistance financière et technique du tourisme durable, des programmes et des projets individuels
<u>Gouvernement national</u> Ministère du Tourisme Autres ministères <sup>7</sup> Agences de tourisme, par exemple, Office de tourisme D'autres organismes de prestation du gouvernement Organismes de gestion des ressources, par exemple Service des parcs nationaux	Politique du tourisme, le développement et la mise en œuvre de la stratégie Intégration du tourisme dans les stratégies nationale La législation, les normes et la réglementation relatives au secteur La planification et le développement des infrastructures Gestion des ressources Communication, information et marketing
<u>Collectivités locales et institutions dans la destination</u> Le gouvernement régional Les autorités locales comme les conseils de district Les organismes de gestion de destination, par exemple, public-privé	L'orientation stratégique et la planification locale La mise en œuvre des politiques et réglementations Développement des infrastructures locales et la gestion L'engagement des intervenants, la coordination et le soutien

<sup>7</sup> De nombreux Ministères différents ont des responsabilités qui influent sur le tourisme, comme indiqué dans le sous-pilier 1.3 et figurant dans l'annexe 3.

Types d'intervenants	Rôle dans la prestation du tourisme durable
<u>Entreprises du secteur privé</u> Associations professionnelles du tourisme, national et local Les prestataires de services touristiques. par exemple les entreprises hôtelières Les tour-opérateurs - internationaux et entrants Les fournisseurs du secteur, par exemple les producteurs de denrées alimentaires Les investisseurs - nationaux et internationaux	La représentation et l'influence sur le secteur du tourisme Fonctionnement des services touristiques Lien vers les marchés nationaux et internationaux Le développement et l'amélioration de l'offre, l'investissement La création d'emplois et génération de revenus locaux Refléter les questions de durabilité économique, sociale et environnementale du développement et des activités
<u>Les employés et les organismes connexes</u> Les syndicats Les travailleurs individuels dans le secteur	Représenter les intérêts des employés La planification et le développement des ressources humaines Prestation de services fiables en échange de revenus
<u>ONG - international, national et local</u> Les ONG de développement durable Environnement, conservation et ONG culturelles Les ONG sociales et communautaires	Représenter les intérêts des différentes intervenants S'engager dans la planification stratégique et le développement La coordination des intervenants et la mise en œuvre d'appuis Le renforcement des capacités et la fourniture d'expertise
<u>les organismes d'éducation et de formation</u> Universités, collèges et organismes d'enseignement Les institutions de recherche Les experts techniques et les organes consultatifs	Collecte et diffusion des connaissances Soutien à la politique et stratégie de développement Renforcement des capacités et formation Conseils et expertise spécifique
<u>La communauté locale</u> Les conseils communautaires et les organismes représentatifs Structures traditionnels, par exemple les chefs tribaux / organismes Les groupes organisés, comme les femmes, les jeunes Commerçants locaux, formels et informels Les ménages individuels	S'engager dans la planification et les décisions sur le tourisme au niveau local Représenter et communiquer les intérêts des communautés locales Poursuivre le partage équitable des avantages au sein des communautés Interagir avec les touristes dans leur intérêt mutuel Percevoir un revenu provenant des recettes touristiques
<u>Les consommateurs / touristes</u> Les touristes individuels Réseaux de consommateurs, les clubs et les sociétés Support médiatique de voyages et utilisateurs de médias sociaux	Il constitue la principale source de revenus pour le secteur Un comportement responsable envers les communautés locales et environnementales dans le choix des voyages et des actions La communication d'informations et d'opinions sur les destinations et les questions de durabilité précises et fidèles

L'approche adoptée dans cette étude est liée aux intervenants du tourisme identifiés dans le tableau 1.1. Beaucoup des questions posées lors du processus d'évaluation concernent l'exercice de leurs fonctions et le besoin d'établir s'ils ont une capacité suffisante pour le faire efficacement.

Alors que le tableau 1.1 présente le rôle de chaque type d'intervenant dans la prestation du tourisme durable, il est important de reconnaître que beaucoup d'entre eux ont le potentiel de causer des effets négatifs ou d'inhiber la durabilité du secteur à défaut de remplir ces rôles. Par exemple, les gouvernements peuvent ne pas s'engager efficacement dans la planification et la gestion; les entreprises peuvent continuer avec leurs actions d'exploitation et les touristes peuvent ne pas se soucier de leur impact. La méthodologie présentée dans la deuxième partie de ce document contient des questions qui sondent si ces problèmes et obstacles existent et s'ils sont pris en compte.

Les intervenants ne devraient pas être considérés isolément et les relations entre eux devraient être rapprochées. Une exigence essentielle, pour parvenir à un tourisme durable, serait que les entreprises touristiques agissent d'une façon responsable dans leurs actions en faveur de l'environnement, des employés et de la communauté locale. Le gouvernement, au niveau national et local, fournit le cadre politique et stratégique ainsi que la législation. La réglementation a une influence sur les performances de tous les acteurs. Les ONG ont un rôle très important à jouer dans le renforcement des relations et de la coordination entre tous les acteurs du tourisme, notamment en proposant des conseils et de l'expertise.

Développer un tourisme durable exige que les différents acteurs travaillent ensemble de manière efficace dans la planification et la gestion du secteur ainsi que dans la mise en œuvre des projets et des activités, basés sur le développement d'une coordination efficace et des structures de partenariat, à la fois au niveau national et au sein des destinations locales. Ces aspects sont développés dans la Méthodologie, dans la Partie 2 (pilier 1, 1.3).

## 2 Questions clés pour le Tourisme Durable

Le cadre méthodologique (Partie 2 Méthodologie) utilisé dans l'étude est construit autour de cinq piliers qui encapsulent les dimensions clés et les thèmes du tourisme durable. L'ensemble de ces piliers couvre les domaines thématiques qui pourraient être abordés à travers des projets et des interventions futures.

Chacun de ces piliers est fortement lié aux objectifs du tourisme durable et cela se reflète dans la façon dont ils sont traités dans la Méthodologie, Partie 2.

### Pilier 1. Politique du tourisme et gouvernance

Ce pilier concerne la reconnaissance du tourisme dans les politiques de développement durable ainsi que de la présence et la mise en œuvre d'une stratégie touristique claire qui inclut les principes de durabilité. Il se penche sur les structures de gouvernance du tourisme, y compris les Ministères et les institutions touristiques et leur relation avec les autres secteurs du gouvernement qui affectent sa durabilité et sa performance. Il aborde également l'existence de structures et de mécanismes pour faire participer les intervenants des secteurs public, privé et tiers, y compris les collectivités locales, à différents niveaux.

*Ce premier pilier esquisse le cadre politique et réglementaire ainsi que la structure institutionnelle nécessaire pour répondre à l'ensemble des 12 objectifs pour le tourisme durable, mentionnés dans l'encadré 1.1. Par ailleurs, les piliers deux à cinq fournissent un ou plusieurs aperçus en profondeur des objectifs pour le tourisme durable.*

### Pilier 2. La performance économique, l'investissement et la compétitivité

Ce pilier considère l'existence d'un environnement favorable pour le développement des entreprises et de l'investissement mais aussi de la position de la libéralisation du commerce dans le secteur du tourisme, y compris les conséquences pour l'économie locale, les petites entreprises et le développement durable en général. Il porte plus précisément sur les questions d'accès au marché, de la qualité des produits et de la résilience du secteur. Il reconnaît la nécessité de données fiables pour éclairer la planification et la gestion du tourisme.

*Le pilier 2 met l'accent en particulier sur le but 1 de l'encadré 1.1: Viabilité Economique, et touche aussi l'objectif 2: prospérité locale, 5: Respect des visiteurs.*



### **Pilier 3. L'emploi, le travail décent et le capital humain**

Le rôle du tourisme en tant que générateur d'emplois est un aspect essentiel de sa contribution au développement durable. Une partie de ce pilier est consacrée à la planification des ressources humaines pour répondre aux besoins du secteur et l'autre à la qualité des emplois offerts, inclus les conditions d'emploi. L'évaluation des compétences, l'offre d'une formation appropriée et le renforcement des capacités sont couverts comme un thème spécifique.

*Le pilier 3 est directement lié au troisième objectif: Qualité de l'emploi.*

### **Pilier 4. Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale**

Ce pilier met l'accent sur la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté. Il considère une approche stratégique du tourisme en faveur des pauvres au niveau de la destination, des techniques telles que l'analyse de la chaîne de valeur qui les emploie. Il examine ensuite les initiatives spécifiques à mettre en place des plus avantageuses pour les pauvres, basées sur sept mécanismes identifiés par l'OMT, y compris le renforcement des chaînes d'approvisionnement local, collaboration avec le secteur informel, le développement d'initiatives communautaires et l'obtention d'avantages collatéraux du tourisme.

*Le pilier 4 traite les objectifs suivants: 2 Prospérité locale, 4 Équité sociale, 6 Contrôle local et 7 Bien-être de la communauté.*

### **Pilier 5. Durabilité de l'environnement naturel et culturel**

La relation extrêmement importante entre le tourisme, le patrimoine naturel et culturel est un thème clé de ce pilier. Il examine les politiques et les actions de conservation de ce capital de base, en gérant le tourisme dans les zones sensibles tout en générant des revenus. Il accorde une attention particulière à l'atténuation ainsi qu'à l'adaptation du secteur du tourisme au changement climatique. Finalement, l'utilisation de mécanismes visant à améliorer la durabilité du développement et des opérations du tourisme sont proposés pour surveiller et évaluer les impacts.

*Le pilier 5 est particulièrement pertinent pour les objectifs 8 à 12, qui traitent la richesse culturelle, l'intégrité physique, la diversité biologique, l'efficacité des ressources et la pureté de l'environnement.*

La Partie 2 - Méthodologie propose d'établir un état des lieux dans le pays à l'égard de chacun de ces piliers. Le tableau 1.2 montre comment chaque pilier concerne les objectifs en matière de tourisme durable, comme indiqué ci-dessus. Il énumère également une série de sous-piliers qui contiennent les sujets abordés dans la méthodologie et qui sont examinés en détail dans la partie 2.

Tableau 1.2: Comment les piliers et sous-piliers remplissent les 12 objectifs pour un tourisme durable

Piliers du tourisme et sous-Piliers	Objectifs pour le tourisme durable (OMT-PNUE encadré 1.1)
<b>1. Politique du tourisme et de la gouvernance</b> 1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire 1.3 La gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle	Tous les 12 objectifs
<b>2. La performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.1 Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires 2.3 Positionnement de la marque, du marketing et du produit 2.4 Résilience, la sécurité et les risques	1. Viabilité économique 2. Prospérité locale 5. Respect des visiteurs
<b>3. L'emploi, le travail décent et le capital humain</b> 3.1 planification des ressources humaines et des conditions de travail 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation	3. Qualité de l'emploi
<b>4. La réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Une approche intégrée de réduction de la pauvreté grâce au tourisme 4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres 4.3 L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme 4.4 La prévention de l'impact social négatif	2. Prospérité locale 4. Équité sociale 6. Contrôle local 7. Bien-être de la communauté
<b>5. La durabilité de l'environnement naturel et culturel</b> 5.1 Relier le tourisme au patrimoine naturel et culturel 5.2 Mettre l'accent sur le changement climatique 5.3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations du tourisme 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme	8. Richesse culturelle 9. Intégrité physique 10. La diversité biologique 11. Efficacité des ressources 12. Pureté de l'environnement

Même si ces cinq piliers sont traités séparément dans la Partie 2 Méthodologie, il est important de reconnaître la relation entre eux. Il faut garder cela à l'esprit lors du processus d'évaluation, en reconnaissant où les réponses à certaines des questions posées peuvent avoir une incidence sur l'évaluation des différents piliers.

### 3 Quelle place pour le tourisme dans les priorités de développement ?

La décision d'appui au secteur du tourisme comme un moyen d'atteindre les objectifs de développement durable appartient entièrement aux bailleurs de fonds et aux agences d'aide au développement, y compris l'Union Européenne, au sein de chaque pays.

Chaque agence ou délégation devra examiner de quelle façon le tourisme est lié à ses priorités et programmes nationaux, basés sur les accords convenus avec le gouvernement. Il faudra évaluer dans quelle mesure ces priorités et programmes sont déjà déterminés ou en cours d'élaboration. Ceci dépendra du délai dans un cycle de programmation, qui peut affecter le degré de flexibilité pour allouer l'aide pour le secteur du tourisme.

Dans de nombreux cas, la hiérarchisation de l'aide au développement ne peut être spécifique à un secteur, mais elle est plutôt définie par des objectifs plus vastes et des objectifs de développement. Ceux-ci

peuvent porter sur le développement ou des préoccupations concernant la durabilité, telles que l'utilisation des ressources, la santé, le bien-être, l'emploi et les moyens de subsistance, et à des conditions favorables et des processus, tels que la bonne gouvernance, l'éducation et le développement des compétences. Le tourisme, en tant qu'une activité économique à multiples facettes, peut jouer un rôle positif dans la réalisation de ces objectifs et, bénéficiant de l'aide au développement.

Les priorités des agences sont en partie déterminées par des politiques générales, comme par exemple le **Consensus Européen sur le Développement**, créé en 2006 comme base de la politique de développement de l'UE, qui contient neuf domaines prioritaires. Le **tableau 1.3 montre la relation du tourisme avec chacun d'entre eux**. Il montre également le rapport des domaines prioritaires liés avec les sous-piliers de la Méthodologie.

Une élaboration plus vaste des priorités de l'UE est contenue dans la communication 637 2011 - **Politique de développement de l'UE: Un programme pour le changement**. Celle-ci a confirmé l'importance des principes politiques existants énoncés dans le Consensus Européen sur le Développement, tout en concentrant sa coopération au développement sur deux axes principaux: les droits de l'homme, la démocratie et d'autres secteurs clés de la bonne gouvernance, une croissance inclusive et durable pour le développement humain. Dans chacun de ces deux programmes, le Programme identifie les domaines où l'UE devrait renforcer son aide. **Le tourisme est important pour la plupart de ces domaines, tels que décrits dans le Tableau 1.4**. Le tableau montre également le rapport entre les sous-piliers de la Méthodologie et ces domaines.

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Commerce et intégration régionale</b>		
<p>L'UE reconnaît l'importance du commerce pour la croissance durable et aide les pays en développement dans le commerce et l'intégration régionale.</p> <p>Les domaines prioritaires sont: la fourniture de l'aide au commerce pour les infrastructures liées au commerce et l'aide, avec un accent particulier sur le développement du secteur privé à renforcer la compétitivité des entreprises, la création de régimes d'accès préférentiels au marché ainsi que l'intégration régionale et des accords de partenariat économique pour construire des marchés régionaux; le soutien aux marchés des matières premières spécifiques, en ciblant les produits individuels.</p>	<p>Dans de nombreux pays, le tourisme est un secteur essentiel du commerce international avec un fort potentiel d'expansion. Les négociations et les engagements commerciaux internationaux peuvent inclure le secteur du tourisme et la nécessité d'offrir des possibilités d'ouverture des marchés tout en répondant aux besoins du pays partenaire. Il existe de nombreuses possibilités d'accroître la compétitivité du secteur privé, qui inclut souvent les entreprises locales à fort potentiel pour améliorer leur performance. La collaboration publique-privée et le travail au niveau régional peuvent contribuer à renforcer l'accès au marché ainsi que le marketing de la destination. Le tourisme pourrait être considéré comme un secteur ciblé.</p>	<p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires 2.3 positionnement de marque, de marketing et produit</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Une approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme 4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres</p>

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>L'environnement et la gestion durable des ressources naturelles</b>		
Un soutien est accordé pour l'intégration des considérations environnementales dans le développement. L'attention est portée sur la gestion durable et la préservation des ressources naturelles, y compris en tant que sources de revenus et de moyens de subsistance locaux. Les politiques se concentrent sur la perte de la biodiversité et la gestion durable des terres et des forêts. Un soutien est apporté à la mise en œuvre du Plan d'action de l'UE sur le changement climatique, y comprises les activités d'adaptation dans les pays en développement et pour la promotion de la consommation et la production durables.	Le tourisme a une relation spéciale avec l'environnement, car il dépend en grande partie d'un environnement propre et attrayant, mais aussi de la possibilité de consommer des ressources naturelles. Il est idéalement placé comme source de revenus liés à la conservation du patrimoine naturel. En tant que secteur, il est vulnérable aux effets du changement climatique et doit faire partie des stratégies et des activités d'atténuation et d'adaptation. Il devrait également contribuer à la prise de conscience de l'atténuation des effets des modes de déplacement. Le secteur est de plus en plus conscient de la nécessité de s'engager dans la gestion de l'environnement.	<b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b> 5.1 Reliant le tourisme au patrimoine naturel et culturel 5.2 Mise au point sur le changement climatique 5.3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations du tourisme 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme
<b>Infrastructures, communications et transports</b>		
L'UE s'est engagée à l'amélioration et à la fourniture d'infrastructures de bonne qualité en tant qu'éléments clés pour le développement durable. Des efforts sont faits pour fournir des transports efficaces et durables, l'assainissement, l'énergie, l'information, les systèmes de communications et de technologies aux pays en développement grâce à un soutien à différents niveaux. La priorité est attribuée aux stratégies des pays partenaires, la création de partenariats avec le secteur privé est également soutenue.	Le transport est une ressource essentielle pour le secteur du tourisme, qui est à la fois un utilisateur et un contributeur à son développement. D'autre mise à disposition de l'infrastructure est également très importante pour le secteur, y compris l'énergie, les TIC et d'autres services. Les politiques sur les infrastructures, les communications et les transports sont très pertinentes pour les questions d'aménagement du territoire et du développement régional du tourisme qui peut être identifié dans un plan directeur du tourisme. Le soutien du tourisme pour l'investissement dans l'infrastructure peut être un facteur de réduction de la pauvreté.	<b>Pilier 1: la politique du tourisme et de la gouvernance</b> 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire 1.3 Gouvernance du tourisme et la configuration institutionnelle  <b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.2 Commerce, investissement et environnement des affaires

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Eau et Énergie</b>		
<p>La gestion intégrée de l'eau vise à assurer une quantité suffisante d'eau potable de qualité; l'assainissement et l'hygiène pour tous les êtres humains, en assurant la protection à long terme des ressources en eau, prévenir la détérioration et la promotion de l'utilisation durable.</p> <p>La politique énergétique est essentielle pour favoriser un environnement institutionnel et financier sain, la sensibilisation, le renforcement des capacités et la collecte de fonds en vue d'améliorer l'accès au moderne, à l'abordable, au durable, à l'efficace, au propre et aux services d'énergie renouvelable.</p>	<p>Le secteur du tourisme est un utilisateur important d'eau et d'énergie. Une série de mesures devrait garantir que cet objectif soit pleinement pris en compte dans la planification et la conception d'un nouveau développement. On peut également prendre des mesures pour réduire l'utilisation de ces ressources en travaillant avec les entreprises du secteur privé sur la mesure et la gestion, en se servant des lignes directrices, des avantages et le renforcement des capacités. .</p>	<p><b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b></p> <p>3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations du tourisme</p>
<b>Développement rural, aménagement du territoire, agriculture et sécurité alimentaire</b>		
<p>L'UE reconnaît que l'agriculture et le développement rural sont essentiels à la réduction de la pauvreté et de la croissance. Un soutien est fourni pour le développement territorial dirigé par les pays, participatif, décentralisé et respectueux de l'environnement, avec la participation active des bénéficiaires dans l'identification des interventions.</p> <p>Un environnement politique cohérent est considéré essentiel. L'émergence de pôles de développement local est encouragée. La priorité est assignée à la sécurité alimentaire et à l'amélioration agricole.</p>	<p>Le tourisme est bien placé pour contribuer directement au développement rural étant donné que de nombreuses zones rurales sont très attrayantes pour les visiteurs. Ces questions peuvent inclure le support pour les liens entre les collectivités et les entreprises touristiques établies, ainsi que le développement de projets touristiques communautaires bien documentés et le soutien aux PME. On peut aider l'agriculture en fournissant un marché par le biais de la chaîne d'approvisionnement. La planification et la mise en œuvre des destinations sont encouragées.</p>	<p><b>Pilier 1: la politique du tourisme et de la gouvernance</b> 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire</p> <p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.2 Commerce, investissement et environnement des affaires</p> <p><b>Axe 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Une approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme 4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres</p>

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Gouvernance, démocratie, droits de l'homme et soutien aux réformes économiques et institutionnelles</b>		
L'accent est mis sur le dialogue de la gouvernance dans le cadre de la construction d'un programme de réforme dans un contexte de responsabilisation, le respect des droits de l'homme, des principes démocratiques et de la primauté du droit. Un soutien est accordé à la décentralisation et aux collectivités locales, y compris impliquant la société civile et les acteurs non étatiques comme des partenaires privilégiés de la coopération.	La bonne gouvernance, implique la création et le fonctionnement d'institutions et de structures efficaces, est très importante pour le tourisme. Une coopération étroite entre le gouvernement et le secteur privé est essentielle. La décentralisation, conduisant à des structures efficaces de gestion multipartite pour les destinations locales, est très importante pour le secteur.	<p><b>Pilier 1: politique du tourisme et gouvernance</b> 1.3 gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle</p> <p><b>Pilier 3 emploi, travail décent et capital humain</b> La planification des ressources humaines 3.1 et les conditions de travail</p>
<b>La prévention des conflits et les États fragiles</b>		
Le soutien couvre la prévention, la résolution et la paix après les conflits. L'approche vise à renforcer les institutions étatiques légitimes et efficaces ainsi qu'une société civile active et organisée. Il vise à s'attaquer aux causes profondes de la fragilité, comme la pauvreté, et renforce les systèmes d'alerte précoce.	Le tourisme contribue à sensibiliser l'opinion et la compréhension entre les peuples et a été envisagé comme une force pour la paix. Il peut aider en tant qu'agent pour la réduction de la pauvreté. Il est sensible aux troubles, aux risques et à la gestion des crises, y compris l'alerte précoce; il est donc nécessaire de le mettre en place.	<p><b>Pilier 1: politique du tourisme et gouvernance</b> 1.3 gouvernance du tourisme et configuration institutionnelle</p> <p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.4 résilience, la sécurité et les risques</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Une approche intégrée de réduction de la pauvreté grâce au tourisme</p>

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Le développement humain</b>		
L'UE s'intéresse sur les questions d'éducation, de culture, de genre et de la santé, y compris le HIV / SIDA. Son action est orientée vers l'investissement et la valorisation de l'individu, qui est au cœur de tout développement. L'appui vise à promouvoir un plus grand choix de possibilités pour chacun. Un aspect important est le respect des droits économiques et sociaux des enfants.	Le tourisme est particulièrement bien placé pour soutenir le patrimoine culturel dans toutes ses formes, tangible et intangible. Il offre des possibilités particulières pour les femmes et les jeunes. Le tourisme est décrit comme un «secteur basé sur les personnes» et dépend des relations interpersonnelles. Il peut être abusif et socialement dommageable s'il n'est pas géré correctement. Les campagnes contre le tourisme sexuel et le travail des enfants doivent être fortement encouragées.	<p><b>Pilier 3 emploi, travail décent et capital humain</b>  3.1 planification des ressources humaines et des conditions de travail  3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b>  4.1 Une approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme  4.3 L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme  4.4 La prévention de l'impact social négatif</p> <p><b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b>  5.1 Concernant le tourisme au patrimoine naturel et culturel</p>
<b>Cohésion sociale et emploi</b>		
L'UE reconnaît l'emploi comme un facteur crucial pour atteindre un niveau élevé de cohésion sociale. Il encourage les investissements qui créent des emplois et soutiennent le développement des ressources humaines et la promotion du travail décent pour tous. Les actions prioritaires comprennent le soutien à la sécurité sociale, les réformes fiscales et la responsabilité sociale des entreprises. Il soutient la protection des groupes les plus vulnérables, par l'amélioration de l'insertion professionnelle par la formation. Il encourage le dialogue social et la protection, en particulier pour remédier aux inégalités entre les sexes, les droits des peuples autochtones, la protection de l'enfance contre les pires formes de travail des enfants et la discrimination et la condition des personnes handicapées.	Le fait que le tourisme soit un secteur à forte intensité de travail, offrant des possibilités pour les personnes qualifiées et non qualifiées et avec de faibles barrières d'accès, signifie qu'il est bien placé pour créer de nouvelles possibilités d'emploi. Le niveau d'emploi féminin dans le secteur est élevé. Le développement de la formation professionnelle dans le secteur est important pour la performance des entreprises ainsi que pour l'amélioration des possibilités des salariés. Les conditions de travail varient entre les pays et au sein du secteur et il doit y avoir une plus large adhésion à l'agenda du travail décent. Une attention particulière devrait être portée pour promouvoir l'inclusion sociale, notamment en offrant des possibilités pour les personnes handicapées.	<p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b>  2.2 Commerce, investissement et environnement des affaires</p> <p><b>Pilier 3 : emploi, travail décent et capital humain</b>  3.1 planification des ressources humaines et des conditions de travail</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b>  4.3 L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme  4.4 La prévention de l'impact social négatif</p>

Tableau 1 :4: Le tourisme dans l'Agenda pour le changement (CFA)

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Droits de l'homme, de la démocratie et d'autres éléments clés de la bonne gouvernance</b>		
<p><b>Généralités:</b></p> <p>Appui à la gouvernance, dans ses aspects politiques, économiques, sociaux et environnementaux. Une approche centrée sur le dialogue politique avec tous les intervenants. Les programmes ou les interventions appuient les processus au niveau local, national et sectoriel.</p>	<p>Le tourisme est un secteur qui repose sur la bonne gouvernance. Il y a une reconnaissance croissante de la nécessité d'une collaboration entre acteurs publics, privés et autres dans le secteur, pour couvrir les aspects économiques, sociaux et environnementaux du tourisme.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b></p> <p>1.3 gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle.</p> <p>Concerne également les autres piliers de la gouvernance et de la gestion au sujet de la pauvreté et de l'environnement:</p> <p>4.1 Approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme</p> <p>5.1 Concernant le tourisme au patrimoine naturel et culturel</p>
<p><b>L'égalité des sexes</b></p> <p>L'autonomisation des femmes en tant qu'actrices du développement</p>	<p>Le tourisme est le secteur qui offre des opportunités particulières pour les femmes à tous les niveaux.</p>	<p><b>Pilier 3: emploi, travail décent et capital humain</b></p> <p>La planification des ressources humaines 3.1 et des conditions de travail</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b></p> <p>4.3 L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme</p>
<p><b>Gestion du secteur public</b></p> <p>Nécessité d'une meilleure prestation de services. Les programmes nationaux visant à améliorer la formulation des politiques, la gestion des finances publiques et le développement institutionnel.</p>	<p>Le tourisme doit être effectivement introduit dans les politiques de développement et dans les politiques et les stratégies spécifiques. Les organismes du tourisme peuvent avoir besoin d'être renforcés.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b></p> <p>1.1 Position du tourisme dans les politiques de développement</p> <p>1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire</p> <p>1.3 gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle</p>



Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Droits de l'homme, de la démocratie et d'autres éléments clés de la bonne gouvernance</b>		
<p><b><i>La société civile et les autorités locales</i></b></p> <p>Soutenir l'émergence d'une société civile locale organisée en tant que partenaire dans le dialogue avec les gouvernements nationaux. Mobiliser l'expertise des autorités locales.</p>	<p>Un tourisme durable réussi au niveau de la destination locale nécessite la participation du secteur privé et de la société civile, y compris des communautés locales, aux côtés des autorités locales compétentes.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b> 1.3 gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle</p> <p><b>Pilier 4: réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme</p>
<p><b><i>Les ressources naturelles</i></b></p> <p>Le soutien aux processus de veille et de réforme de la gouvernance qui favorisent la gestion durable et transparente des ressources naturelles, des écosystèmes, avec une attention particulière à la dépendance des pauvres sur ces derniers.</p>	<p>Le tourisme dépend de la conservation du patrimoine naturel et culturel et des ressources naturelles. Il peut fournir des revenus pour les pauvres de par leur utilisation durable. Il doit minimiser ses impacts négatifs potentiels sur l'environnement par une consommation et une production durable.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b> 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres</p> <p><b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b> 5.1 Reliant le tourisme au patrimoine naturel et culturel 5.2 Mise au point sur le changement climatique 5.3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations tourisme 5.4 Surveillance des impacts du tourisme</p>

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<b>Une croissance inclusive et durable pour le développement humain</b>		
<p><b>Généralités:</b></p> <p>Encourager une croissance inclusive et la capacité des personnes à participer à la croissance et la création d'emplois. Promotion du travail décent. Promotion de «l'économie verte», la création d'emplois et la réduction de la pauvreté en valorisant et en investissant dans le capital naturel. Réduction de l'utilisation des ressources non durables et la promotion de la résilience du changement climatique. Forger des partenariats et promouvoir un comportement responsable des entreprises.</p>	<p>Le tourisme est un secteur accessible offrant des possibilités pour obtenir un emploi local pour toutes les personnes et à tous les niveaux. Il a été identifié comme un secteur clé de l'économie verte et offre un retour sur investissement dans le cadre du capital naturel. Il doit viser à renforcer l'atténuation et l'adaptation au changement climatique. Des pratiques responsables sont en augmentation dans le secteur.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b> 1.1 Position du tourisme dans les politiques de développement</p> <p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires 2.4 Résilience et gestion des risques</p> <p><b>Pilier 3 : emploi, travail décent et capital humain</b> La planification des ressources humaines 3.1 et les conditions de travail</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.1 Approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme</p> <p><b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b> 5.1 Reliant le tourisme au patrimoine naturel et culturel 5.2 Mise au point sur le changement climatique 5.3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations du tourisme 5.4 Surveillance des impacts du tourisme</p>

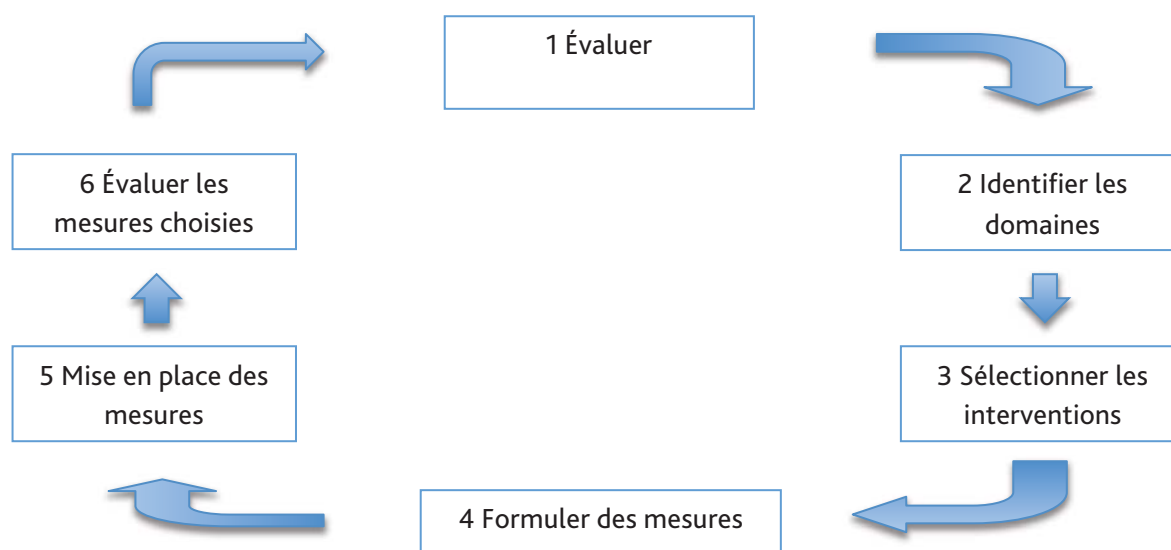
Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<p><b><i>La protection sociale, la santé, l'éducation et l'emploi</i></b></p> <p>Soutenir l'éducation et donner des compétences à la main-d'œuvre en répondant aux besoins du marché du travail; soutenir la formation professionnelle pour l'emploi. Réduire l'inégalité des chances. Soutenir l'agenda du travail décent et la mobilité du travail régional.</p>	<p>Davantage d'efforts doivent être déployés pour promouvoir le travail décent dans le secteur du tourisme; renforcer la formation professionnelle et l'accès à l'emploi; améliorer les possibilités pour tous.</p>	<p><b>Pilier 3 : emploi, travail décent et capital humain</b> La planification des ressources humaines 3.1 et les conditions de travail 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation</p> <p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b> 4.3 L'inclusion des groupes défavorisés 4.4 La prévention de l'impact social négatif</p>
<p><b><i>L'environnement des affaires, l'intégration régionale et les marchés mondiaux</i></b></p> <p>Soutenir la compétitivité des secteurs privés locaux. Renforcer les capacités institutionnelles et les entreprises locales, la promotion des PME et des coopératives. Profiter des possibilités offertes par les marchés intégrés au niveau mondial. Attirer et retenir l'investissement privé, national et étranger, améliorer les infrastructures. Développer des partenariats publics-privés. L'utilisation de nouveaux moyens financiers, mêlant subventions et prêts, mobilisation des ressources. Encourager l'intégration régionale, ex: dans les marchés et les infrastructures; lutter contre les écarts de compétitivité à travers les accords commerciaux.</p>	<p>Les PME sont majoritaires dans le secteur du tourisme. Il est important d'améliorer l'environnement des affaires ainsi que le renforcement des capacités. Les accords commerciaux et les incitations financières peuvent être utilisés pour encourager les investissements étrangers et nationaux, à condition que toute l'attention soit portée sur les problèmes de durabilité. La présence et l'accès aux marchés, y compris par la coopération régionale, est essentielle pour le succès.</p>	<p><b>Pilier 1: Politique du Tourisme et de la gouvernance</b> 1.3 gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle</p> <p><b>Pilier 2: la performance économique, l'investissement et la compétitivité</b> 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires 2.3 Positionnement de la marque, du marketing et du produit 2.4 Résilience et gestion des risques</p> <p><b>Pilier 3: l'emploi, le travail décent et le renforcement des capacités</b> 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation</p>

Les domaines d'action communautaire	La pertinence de tourisme	Piliers du tourisme (voir Méthodologie Partie 2)
<p><b>L'agriculture durable et l'énergie</b></p> <p>Lutter contre les inégalités pour donner aux pauvres un meilleur accès à la terre, à la nourriture, à l'eau et à l'énergie sans nuire à l'environnement. Dans l'agriculture, le soutien des pratiques durables et de sauvegarde des services de l'écosystème mettent l'accent sur les moyens de subsistance en milieu rural, des groupes de producteurs, des chaînes d'approvisionnement et de la commercialisation, de l'investissement privé responsable. Dans le secteur énergétique, les priorités sont le changement climatique et l'accès aux technologies à faible émission de carbone, l'accès aux sources d'énergie durables.</p>	<p>Le tourisme offre des possibilités de création d'emplois alternatifs et complémentaires dans les zones rurales. Il peut favoriser l'agriculture en fournissant un marché pour les produits locaux à travers la chaîne d'approvisionnement des besoins du tourisme. Il faut reconnaître la nécessité d'augmenter l'efficacité et l'utilisation des énergies propres dans le secteur et de soutenir l'emploi de nouvelles technologies.</p>	<p><b>Pilier 4: Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale</b></p> <p>4.1 Approche intégrée de la réduction de la pauvreté grâce au tourisme</p> <p>4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres</p> <p><b>Pilier 5: Durabilité de l'environnement naturel et culturel</b></p> <p>5.2 Mise au point sur le changement climatique</p> <p>5.3 Amélioration de la durabilité du développement et des opérations tourisme</p>

## 4 Les étapes de l'identification et de l'exécution des interventions

L'identification, la conception et l'exécution d'une intervention pour renforcer les capacités en matière de tourisme durable peuvent être considérées comme un processus progressif d'évaluation jusqu'à l'évaluation finale des mesures prises. Ce processus devrait alimenter une future évaluation, créant ainsi un cycle, qui peut être continué et exécuté qu'une seule fois, ou bien répété périodiquement.

Ce cycle concerne le modèle de gestion du cycle de projet qui a été utilisé pour le développement par les agences européennes et autres. La gestion du cycle de projet (GCP) est un terme utilisé pour décrire les activités de gestion et les procédures de prise de décision utilisées au cours du cycle de vie d'un projet. Les étapes du cycle sont illustrées dans le schéma ci-dessous.



Chaque étape est décrite brièvement ci-dessous et est examinée plus en détail dans les sections qui suivent de la note d'orientation.

1. Le cycle débute par l'étape d'évaluation. Il s'agit d'un processus systématique d'évaluation de la situation par rapport aux prestations du tourisme durable dans le pays concerné. L'évaluation suivra la méthodologie exposée dans la deuxième partie de cette étude.
2. La Partie 2 Méthodologie permettra l'identification d'une série de domaines où le pays est faible dans son approche du tourisme durable. Ces derniers doivent être traités et assistés par le renforcement des capacités. En fonction des pays, cela peut être une liste assez exhaustive.
3. De cette liste de domaines à traiter, il faudra suivre un processus de sélection des interventions. Il s'agira de considérer les domaines d'intervention par rapport aux priorités de l'agence d'aide au développement (par exemple: les politiques de l'UE telles que décrites précédemment dans les tableaux 1.3 et 1.4) et surtout basés sur les priorités identifiées avec le gouvernement, ainsi que d'autres facteurs concernant les ressources disponibles, échelonnage dans le temps et la faisabilité.
4. Les interventions sélectionnées devront être formulées dans une série d'actions à entreprendre. Cela nécessitera une étroite collaboration avec le gouvernement et les intervenants concernés. Les actions possibles pour résoudre les problèmes et les besoins spécifiques identifiés sont proposées dans la Méthodologie.
5. Les actions devraient être mises en œuvre dans une période de temps définie. Les procédures de gestion, avec des responsabilités claires et des exigences d'établissement de rapports, de suivis, doivent être spécifiées et entendues.
6. L'évaluation des actions devrait s'appliquer, et requiert des objectifs définis en amont. Cela peut impliquer l'identification d'indicateurs à utiliser dans les étapes intermédiaires, les résultats et les impacts.

Au départ, il faut tenir compte de l'architecture et de la gestion de l'ensemble du projet. Les différents organismes, y compris les délégations de l'UE, peuvent avoir des requêtes particulières. Dans certains cas, il peut être utile d'établir un comité de gestion du projet pour initier et orienter l'exercice mais aussi sa cohésion, et ensuite une unité de gestion du projet qui sera responsable de l'exécution et de sa mise en œuvre.

Le projet doit être adopté par le pays partenaire. Le gouvernement sera l'un des intervenants clé, en particulier le Ministère du Tourisme (ou un autre Ministère responsable). Il pourrait aussi être une entité régionale ou locale qui a l'autorité sur le tourisme. Compte tenu du fait que le tourisme est essentiellement une activité économique, il est important que le secteur privé soit étroitement impliqué dès le départ. Ceci peut se faire grâce à l'engagement avec l'association principale des entreprises touristiques ou un ensemble d'organes représentatifs.

Une structure de gouvernance mixte publique-privée pour le tourisme serait bien placée pour superviser le projet et le travail avec les résultats au fil du temps. Il se peut que dans certains pays, une telle structure existe déjà. Dans d'autres, la nécessité d'établir ou de renforcer les structures et les processus de collaboration (y compris le gouvernement, le secteur privé, la société civile et les collectivités locales) est susceptible d'être identifiée à travers le processus d'évaluation et peut être considérée comme une action précoce. Ces questions de gouvernance sont traitées dans le pilier 1, le sous-pilier 1.3 et la Partie 2, Méthodologie.

## 4.1 Points de départ dans la pratique

Presque tous les pays en développement ont déjà un certain niveau de développement du tourisme ainsi que d'autres activités pour développer et gérer le secteur. Par contre il y a des différences considérables entre les pays en ce qui concerne le degré d'engagement dans le tourisme de la part des gouvernements et les organismes d'aide au développement. Entre autres, ces raisons font en sorte que le contexte de l'analyse d'interventions dans le tourisme varie.

L'approche de ce document est de fournir un processus par lequel la situation est prise en compte dans son intégralité et peut être évaluée globalement à travers un éventail de thématiques et de questions. Cette évaluation globale peut être utile pour:

- Informer les agences d'aide au développement où il faut intervenir
- Informer les gouvernements où ils peuvent avoir besoin de plus d'aide

Dans la pratique, l'intérêt dans le tourisme peut être généré plus précisément par:

- Un projet ou un programme particulier qui a, ou pourrait avoir, une composante du tourisme
- Une demande spécifique d'aide avec un projet ou une initiative touristique

Si le point de départ est un projet ou un domaine prioritaire spécifique, il peut être utile de se concentrer sur un ou plusieurs piliers au sein de la méthodologie. Néanmoins, il est utile de considérer un contexte plus large en tenant compte de la façon dont il est relié à une série de problématiques dans le secteur du tourisme.

La décision sera influencée par le type de soutien disponible par le biais d'un organisme d'aide au développement. Par exemple, les modalités d'aide de l'UE comprennent l'appui budgétaire, qui nécessite un dialogue approfondi avec le gouvernement conduisant à un accord sur les zones d'appui et des conditions à remplir. Un tel soutien pourrait être dirigé vers et à travers certains secteurs, comme le tourisme, qui sont en mesure de démontrer la pertinence des objectifs généraux au sein de l'Agenda pour le Changement. Les programmes thématiques, les appels à propositions spécifiques et la fourniture d'assistance technique sont les modalités d'aide qui peuvent permettre le soutien directement ciblé des domaines de besoins et d'opportunités. Plus important encore, le soutien aux projets tourisme touchant plusieurs secteurs, comme l'aide au commerce pourrait porter des avantages importants pour les pays bénéficiaires, notamment en termes d'échanges liés aux chaînes de valeur, de création d'emplois, et de la réduction de la pauvreté.

Des informations complémentaires concernant l'approche de gestion du cycle de projet de la Commission Européenne peuvent être trouvées dans le document suivant:

- Aid Delivery Methods PCM - Project Approach Guidelines »Source: DG Europe Aid. Date de sortie: 2004.

ou sur le site web de la Commission Européenne à l'adresse suivante:

[http://ec.europa.eu/europeaid/how/delivering-aid/project-approach/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/how/delivering-aid/project-approach/index_en.htm)

## 4.2 Évaluation de la situation et identification des besoins

Le processus d'évaluation est basé sur la méthodologie, encadré par cinq piliers et sous-piliers (sujets) énumérés précédemment et présentés en détail dans la Partie 2 Méthodologie de ce document. La méthodologie identifie un ensemble de questions qui peuvent être utilisées pour évaluer la situation dans le pays pour chaque sous-pilier.

Le **processus d'entreprendre l'évaluation** et la recherche de réponses aux questions peut être abordé de différentes façons, en fonction de la situation et des ressources disponibles dans chaque pays. Certaines options comprennent:

- Un procédé basé sur le contrôle interne d'auto-évaluation par le gouvernement, en collaboration avec les intervenants, qui est ensuite soumis à un élément de vérification.
- L'agence d'aide au développement, par exemple la délégation de l'UE, entreprend l'évaluation elle-même en collaboration avec le gouvernement et d'autres intervenants.
- Un groupe de travail indépendant est sélectionné pour mener l'évaluation
- Les consultants sont nommés pour entreprendre l'évaluation.

Une quantité importante d'information est nécessaire pour compléter l'évaluation et pour pouvoir répondre aux différentes questions dans les documents existants, qui peuvent être sur papier ou en ligne. Les documents principaux sont les suivants:

- Les politiques et stratégies de développement
- Les politiques touristiques, les stratégies et les plans directeurs
- Les documents de politique et de stratégie concernant: le commerce et l'investissement, les ressources humaines, y compris l'éducation et la formation, l'environnement et les ressources naturelles, y compris le changement climatique; Culture.
- La législation du tourisme (projets de loi du tourisme, Actes etc.)
- D'autres lois touchant le secteur primaire: l'emploi, la planification / Environnement
- Rapports annuels du Ministère du Tourisme et des organismes de tourisme (NTO, associations)
- Les statistiques publiées sur les performances du secteur du tourisme
- Matériel et sites promotionnels pour le pays.

Après avoir examiné la documentation ci-dessus, le processus principal pour commencer l'évaluation se fera à travers une série de consultations. Il s'agira de rencontres avec les groupes d'intervenants principaux, y compris:

- Ministère du Tourisme
- Organismes officiels de tourisme, par exemple l'Organisation nationale du tourisme
- D'autres Ministères clés, notamment ceux en charge du développement, de la finance, le commerce, l'emploi, l'environnement, le patrimoine naturel et de la culture
- Les organismes gouvernementaux compétents, par exemple, l'Agence de l'environnement, l'Agence de promotion des investissements, etc.
- Les instances régionales et locales
- Associations touristiques du secteur privé
- Les principales ONG travaillant dans le domaine du développement, de la pauvreté, des communautés et de l'environnement
- Les universités et établissements engagés dans la recherche et l'enseignement du tourisme.

Il est important de comprendre que le processus propose une évaluation rapide, visant à obtenir une vue d'ensemble, à identifier les aspects les plus faibles ou critiques, et surtout à relier les besoins et les défis identifiés aux priorités de développement de l'UE, comme le montre le tableau 1.3 et 1.4. Cette approche ne doit pas être considérée comme une évaluation et une analyse approfondie du secteur du tourisme qui est entreprise dans la préparation d'une stratégie touristique et un plan directeur. En effet, la nécessité d'une telle analyse peut être mise en évidence grâce à une intervention résultant de cet exercice.

Le stade de l'identification de la gestion du cycle de projet découle de l'évaluation. La méthodologie conduit à la création d'une série de questionnaires qui contiendront les réponses aux questions posées. Un système de notation basé sur une échelle de 1 à 5 est également inclus dans la méthodologie.

Une combinaison des observations et des scores conduira à l'identification des questions qui réclament le plus d'attention. Les domaines spécifiques des besoins doivent être visibles à partir des réponses aux questions. Sur cette base, il est possible de produire un court document qui résume et définit les grands axes prioritaires des besoins et d'interventions potentielles, sous la forme d'une liste à partir de laquelle il faudra faire une sélection.

### 4.3 Sélection des interventions

Le processus de sélection des interventions à suivre dans le cadre de liste qui a résulté de l'évaluation des besoins devrait se baser sur le contexte politique, la faisabilité et l'impact de l'intervention. Il devrait faire l'objet de discussions et de négociations avec le gouvernement et d'autres intervenants. Le point de départ initial pour l'exercice, comme indiqué plus haut, aura une influence sur la sélection.

Le contexte politique et stratégique pour la sélection et la hiérarchisation peut être trouvé à différents niveaux. Voici quelques éléments clés qu'il faudra considérer:

- Les politiques et les priorités globales de l'organisme d'aide au développement. Par exemple, la relation avec le consensus de l'UE sur le développement et l'Agenda pour le changement a été présentée avant en tant que référence.
  - Les programmes négociés avec le gouvernement. Les exemples incluent les documents de stratégie par pays et les programmes indicatifs nationaux accordés par l'UE et les pays partenaires. Ceux-ci peuvent déjà indiquer les besoins et priorités du tourisme, mais peuvent également indiquer qu'il est bien placé pour pouvoir donner des réponses. Un exercice devrait être entrepris pour répondre aux besoins de la liste des interventions, assurant ainsi que la priorité est donnée aux domaines que l'on considère déjà importants et ensuite, à remédier à leurs faiblesses.
  - D'autres politiques et stratégies de développement. Il faudrait consacrer une attention similaire aux autres stratégies de développement négociés, tels que les DSRP <sup>10</sup> ainsi que l'identification du développement des besoins et des priorités de l'État.
  - Les politiques et stratégies du tourisme existantes. Dans certains pays, celles-ci peuvent déjà être en place et savent fournir une analyse utile, un ensemble d'objectifs et d'actions identifiées pour la comparer à l'évaluation et à la liste des interventions possibles. Dans ce cas, l'approche à suivre sera, en partie, aider à mettre en œuvre la stratégie existante.
  - Projets touristiques spécifiques et propositions existantes. Il est important de considérer tous les projets pré-identifiés qui peuvent avoir été bien documentés mais qui sont encore à la recherche de ressources pour leur permettre de se développer.
  - La position des autres organismes d'aide au développement. Il se peut qu'elles soient déjà en train d'assister d'autres projets de tourisme ou qu'elles veuillent le faire. Il faudrait éviter la duplication et plutôt chercher à poursuivre les possibilités de financement conjoint.
- L'information peut être promue par les organes de coordination des donateurs existants ou des mécanismes tels que le Plan Cadre des Nations Unies pour l'Assistance au Développement (UNDAF)

Une autre série de critères de sélection des interventions concerne la nature de l'intervention réelle. Il faudrait envisager:

- L'impact probable d'une intervention spécifique - sa capacité à atteindre les objectifs de développement et de marquer la différence.
- La durée de la mise en œuvre des actions nécessaires.
- Le niveau des ressources nécessaires, aussi bien humaines que financières.
- La disponibilité des "services" <sup>11</sup> qui pourraient être utilisés dans la mise en œuvre. Il peut s'agir de ceux identifiés dans la Partie 2 Méthodologie et présentés dans l'annexe 1.
- La visibilité que l'intervention apportera à l'Agence. Cela peut être particulièrement lié au marketing et à d'autres interventions destinées au public.

La mesure dans laquelle la mise en œuvre est en adéquation avec les critères des différents programmes de financement qui peuvent être disponibles dans le pays au moment indiqué, sera également un facteur

<sup>10</sup> Documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté

<sup>11</sup> Services" ici se réfèrent à l'annexe 1, dans laquelle une gamme complète de prestations techniques -. Appelle les services sont inclus comme une référence du Comité directeur des Nations Unies sur le tourisme au portefeuille de développement des services touristiques <http://icr.unwto.org/en/content/sctdportfolio-services>.



important. Par exemple, l'UE dispose d'une gamme d'instruments financiers qui sont appliqués au développement et beaucoup d'entre eux sont adéquats pour le tourisme.

Le nouveau cycle de programmation de l'UE pour 2014-20 déterminera le modèle d'instruments et la façon dont ils seront appliqués. Ceux-ci à leur tour doivent être liés aux priorités politiques de l'UE, pour les besoins du tourisme et surtout pour l'aide au commerce.

Compte tenu de l'engagement de la Commission européenne<sup>12</sup> dans le cadre du partenariat renouvelé pour le développement résultant de Rio+20, le tourisme durable apparaît comme un secteur important du développement durable dans le cadre global après 2015. La Commission veut adopter une approche intégrée de l'UE pour les financements et autres moyens de mise en œuvre du cadre, liés aux divers processus mondiaux.

Finalement, certaines interventions possibles peuvent être possibles grâce à la disponibilité des programmes de financement transfrontaliers ou régionaux. Ces derniers peuvent être particulièrement importants dans le secteur du tourisme, par exemple en aidant les programmes communs dans le domaine de la promotion des normes de qualité, l'accès et le transport, la conservation et la gestion des ressources naturelles comme dans les zones transfrontalières protégées.

## 4.4 Formulation des interventions et des actions

Une fois que les zones d'intervention ont été sélectionnées, il faut travailler dans la formulation des interventions et la planification des actions spécifiques.

La Méthodologie propose des mesures qui traitent chacune des questions présentes dans les sous-piliers. Celles-ci devraient être considérées et discutées avec le gouvernement et les autres intervenants comme le point de départ pour travailler dans l'intervention et les actions à livrer.

Les mesures énoncées dans la Méthodologie appartiennent aux catégories générales suivantes:

- Renforcement des structures et des processus de gouvernance
- L'élaboration des politiques
- La préparation ou l'amélioration des stratégies et des plans à différents niveaux, à la fois géographiques et thématiques
- La mise en œuvre des politiques, stratégies et plans
- Révision et renforcement de la législation et de la réglementation
- Conduire des recherches, études et analyses pour améliorer la connaissance
- Améliorer la collecte et la diffusion des données
- Identifier les besoins et l'élimination des obstacles
- Développer des liens et des réseaux entre les intervenants
- Concevoir et réaliser des projets spécifiques, y compris des projets pilotes
- Créer ou renforcer des systèmes de gestion et des politiques, notamment des incitations
- Sensibiliser et renforcer la communication
- Renforcer les compétences

La Méthodologie identifie également une série de services existants qui peuvent être fournis par l'OMT et les organismes partenaires, en offrant une approche intégrée, au sein du Comité directeur des Nations Unies sur le tourisme pour le développement.<sup>13</sup> Les détails de chaque service figurent à l'annexe 1, classés

<sup>12</sup> Dans COM (2013) 92 *une vie décente pour tous: Mettre fin à la pauvreté et donner au monde une durable*

<sup>13</sup> CDTD <http://icr.unwto.org/en/content/un-steering-committee-tourism-development-sctd>

selon les chiffres de l'Indice figurant dans la Méthodologie. Ces services offrent une excellente base pour les interventions. Le cas échéant, ils pourraient être utilisés dans le processus de formulation.

## 4.5 Mise en œuvre et évaluation des actions

La taille et la nature de la tâche de la mise en œuvre varie en fonction de la portée des interventions et des actions identifiées.

Certaines actions, telles que la préparation et l'exécution des plans et des projets, peuvent prendre une ou plusieurs années à être mises en place. D'autres actions, tels que des exercices de renforcement des compétences, peuvent être réalisées en moins d'un mois.

La mise en œuvre peut être effectuée de plusieurs façons, y compris directement par le gouvernement partenaire et les intervenants du tourisme ou par l'octroi de contrats. Quel que soit le processus de mise en œuvre, le succès dépendra d'une gestion efficace du projet. La nécessité de créer des structures de gouvernance et de gestion pour cela a été mentionnée dans la section 5 de cette note d'orientation.

Toutes les actions doivent être soigneusement conçues avec une répartition claire et convenue des responsabilités pour la mise en œuvre. Il faudrait mettre en place un processus systématique de vérification et de rapports sur les progrès.

Les procédures de suivi et d'évaluation doivent être conçues dès le début. Cela devrait inclure l'identification d'indicateurs utilisables liés aux résultats et à l'impact des actions. La Méthodologie fait référence à certains points particuliers concernant les indicateurs et le suivi en matière de tourisme par rapport aux sous-piliers en matière de politiques touristiques (1.2), la mesure (2.5) et les impacts (5.4). Les procédures d'évaluation habituelles qui peuvent être exigées par l'Agence ou par les autres partenaires, pourraient s'appliquer pour toutes les interventions et doivent être respectées.

## 5 La voie à suivre: le tourisme, l'Aide au Commerce et l'Agenda pour la Croissance Verte

L'approche adoptée dans ce document présentée dans la note d'orientation et ensuite dans la méthodologie, fournit une base pour le prendre en considération le soutien du tourisme dans l'avenir. La mise à disposition de plus d'aide publique au développement pour le secteur est absolument justifiée compte tenu de son impact sur le développement dans les pays en développement, et de surcroît de son importance dans les agendas du développement durable.

L'OCDE collecte des informations sur le versement de l'aide publique au développement (APD) et le tourisme est inscrit dans les capacités productives, en tant que échanges de services.

Le tableau 1.5 ci-dessous illustre le fait que la répartition de l'aide allouée au tourisme a augmenté de façon significative au fil du temps, elle est de 160% plus élevée en 2011 qu'en 2006. Cependant, ces augmentations se rapportent sur une base très faible **et les flux pour le secteur du tourisme représentent environ 0,5 pour cent du total des décaissements d'aide au commerce en 2011**. Compte tenu du fait que le tourisme représente environ 4% du PIB dans les pays à faible revenu, le secteur semble être sous-représenté quand il s'agit de flux d'aide. Cet écart est d'autant plus surprenant que la documentation sur le développement a tendance à souligner le fort potentiel de ce secteur de par sa contribution à la réduction de la pauvreté et au développement durable.

Tableau 1.5: Aide publique au développement (APD) et les autres apports du secteur public (AASP), 2006-2011.

Catégorie	Aide Publique au Développement (APD)					Autres apports du secteur public (AASP)				
	2006	2010	2011	Croissance annuelle (06-11%)	Part (%) en 2011	2006	2010	2011	Croissance annuelle (06-11%)	Part (%) en 2011
<i>Politique commerciale et réglementations</i>	481	1170	982	15.4	2.9	53	379	232	34,2	0,8
02 Facilitation du commerce	63	325	259	32.8	0,8	7	324	94	66,6	- 0,3
Infrastructure économique	9336	17636	17740	13,7	52,6	3315	13498	14720	34,7	52,2
06_Transport et stockage	5232	9804	10165	14.2	30,1	2435	7322	8218	27,5	29,
07_Communications	460	536	506	1,9	1,5	211	668	685	26.5	2.4
08_Production d'énergie et approvisionnement	3644	7296	7069	14.2	21	669	5508	5817	54,1	20,6
<i>Renforcement des capacités productives</i>	8427	14053	14999	12.2	44.5	3568	16226	13239	30	47
09_Entreprises et autres services	1439	1576	1600	2.1	4.7	16	1241	894	124,7	3,2
10_Services bancaires et financiers	1370	2440	2699	14,5	8	1345	7602	5061	30.3	18
11_Agriculture	3080	6764	6549	16,3	19.4	725	1439	1135	9.4	4
12_Sylviculture	443	1200	1110	20.2	3.3	51	248	217	33,4	0,8
13_Pêche	206,	343	351	11.2	1	1	52	7	39,3	0
14_Industrie	1092	1402	2060	13,5	6.1	1193	3799	4448	30	15,8
15_Ressources minérales et minières	745	172	464	-9.1	1.4	236	1728	1373	42,2	4.9
<b>16_Tourisme</b>	<b>51</b>	<b>155</b>	<b>167</b>	<b>26.8</b>	<b>0.5</b>	<b>0</b>	<b>117</b>	<b>104</b>	<b>223,2</b>	<b>0,4</b>
<i>Ajustement lié au commerce</i>		68	17							
<b>Total</b>	<b>18244</b>	<b>32927</b>	<b>33379</b>	<b>13,1</b>	<b>100</b>	<b>6937</b>	<b>30102</b>	<b>28191</b>	<b>32,4</b>	<b>100</b>

Note: \* TIC couvre la politique de communication des activités et de la gestion administrative, des télécommunications et de l'information

Source: Système de notification des pays créanciers de l'OCDE, l'OMC et l'OMT (2013) Connecter les entreprises des pays aux chaînes de valeur du tourisme, de l'OMC 4ème de l'Aide global pour le Commerce

Les fonds multilatéraux de l'**Aide au commerce** comme par exemple, le Cadre Intégré Renforcé<sup>14</sup> pour les PMA, fournissent une plate-forme commune pour l'Union Européenne et d'autres organismes d'aide au développement. Bien qu'étant une activité d'échange, le tourisme rapporte ainsi à l'Aide au Commerce et surtout à trois de ses cinq catégories d'assistance: le développement du commerce; renforcement des capacités productives, et autres besoins liés au commerce. L'UE a adopté une approche stratégique de l'Aide au commerce. Certaines zones d'intérêt<sup>15</sup> prioritaires sont identifiées ci-dessous avec une référence à la façon dont celles-ci sont reliées aux piliers et aux thèmes développés dans la partie 2 Méthodologie.

- **Intégrer le commerce dans le développement national** du pays partenaire et les stratégies de réduction de la pauvreté (*Pilier 1 à 1.1 Position du tourisme dans les politiques de développement*)

<sup>14</sup> The multi-donor programme for trade-related assistance for LDCs

<sup>15</sup> As expressed in the Strategy on Aid for Trade, European Union (2007), and more recent statements and annual monitoring reports.

- **Augmenter l'engagement des politiques et des actions commerciales** dans le secteur privé et de la propriété de la société civile (*Pilier 1 à 1.3 Gouvernance du tourisme et de la configuration institutionnelle; Pilier 2 - 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires*)
- **Inclure les questions de pauvreté et de genre** dans les évaluations commerciales et les plans d'action (*Pilier 4 à 4.1 approche intégrée de réduction de la pauvreté par le tourisme; 4.3 Inclusion des groupes défavorisés*)
- **Promouvoir la durabilité environnementale et sociale** dans l'Aide pour le commerce et les stratégies commerciales nationales (*Pilier 3 à 3.1 Planification des ressources humaines et des conditions de travail; Pilier de 5 à 5.3 Renforcer le développement durable de développement et d'exploitation touristique*)
- **Renforcer les programmes régionaux et transfrontaliers** (*Pilier 1 à 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire; Axe 2 - 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires*)
- Coordonner et soutenir les capacités des bailleurs de fonds (*Tous les piliers et l'approche globale*).

*Intégrer le tourisme dans l'aide au commerce mais aussi dans l'agenda du développement durable.*

En 2012, l'importante contribution du tourisme durable est reconnue pour la première fois dans le document final RIO +20 "L'avenir que nous voulons" (Assemblée générale des Nations Unies, 2012), où il est considéré comme un domaine thématique et comme une question intersectorielle démontrant comment le tourisme peut être un catalyseur pour toutes les trois dimensions du développement durable.



### L'avenir que nous voulons » Rio +20 document final

130. Nous soulignons que, bien conçu et bien géré, le tourisme peut apporter une contribution significative aux trois dimensions du développement durable, a des liens étroits avec d'autres secteurs, peut créer des emplois décents et générer des opportunités d'échanges(...)

131. Nous encourageons la promotion de l'investissement dans le tourisme durable, y compris l'éco-tourisme et le tourisme culturel, qui peut inclure la création de petites et moyennes entreprises en facilitant l'accès au financement, notamment par des initiatives de microcrédit pour les pauvres, les peuples autochtones et les communautés locales dans les zones à fort potentiel éco-touristique (...)

Lire la suite: <http://icr.unwto.org/en/content/rio20-future-we-want> (document intégral de résultat)

[http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_greenecomony\\_leaflet.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_greenecomony_leaflet.pdf) (Green Economy Report leaflet)

Par ailleurs, dans le *Cadre décennal des programmes sur la consommation et la production durables 10YFP* - un résultat opérationnel concret de Rio +20 - le tourisme durable a été identifié comme l'un des cinq domaines de développement de programme, du à sa nature multidimensionnelle, à ses liens étroits avec d'autres secteurs, à sa capacité de créer des emplois décents et de générer des opportunités d'échanges pour une croissance plus verte.

On peut trouver une reconnaissance additionnelle du rôle du tourisme dans d'autres sources. Le rapport *Economie verte et les opportunités d'échanges* (PNUE, 2013) indiquent clairement que les pays en développement sont susceptibles de bénéficier de la mise en œuvre des politiques d'économie verte à l'échelle des échanges, le secteur du tourisme durable figure avec l'agriculture, la pêche, la sylviculture et la fabrication de l'énergie renouvelable. Plus important encore, le rapport «*Connecter les grandes entreprises aux chaînes de valeur du tourisme*» (OCDE, l'OMC et l'OMT, 2013) dans le cadre du **Quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce: "Se connecter aux chaînes de valeur"**. Ce dernier identifie le tourisme comme un secteur économique à fort impact dans les échanges de services à considérer et

renforcer dans le cadre de l'aide au commerce à venir. Le tourisme a également été identifié comme un secteur prioritaire pour le développement de 90 pour cent des pays les moins avancés (PMA), selon des études menées par le Cadre intégré renforcé (CIR 2012). Les études ont montré que le tourisme est devenu un secteur important pour de nombreux PMA avec un lien direct vers l'éradication de la pauvreté (Francis, 2012).

Les références ci-dessus soulignent la reconnaissance du tourisme comme un secteur à fort impact aussi bien dans l'Aide au commerce que dans l'agenda pour la croissance verte. La Commission Européenne est bien placée pour répondre à cet appel à l'action, dans le contexte du nouveau cadre pour le développement de l'Agenda post-2015, et sa communication « Elimination de la pauvreté et donner au monde un avenir durable » COM (2013) 92.

Le tourisme est un secteur complexe, basé sur une activité où l'individu en est l'acteur ou le bénéficiaire et possédant des liens multiples en amont et en aval. Ceci suggère que de larges projets ciblant différents segments de la chaîne de valeur du tourisme, et d'autres industries et services liés au secteur du tourisme, peuvent être les mieux placés pour générer des impacts importants dans la réduction de la pauvreté et pour créer des emplois. Le tourisme a aussi une relation privilégiée avec l'environnement naturel et culturel ainsi qu'avec les communautés d'accueil. Afin que l'aide pour le commerce et l'aide publique au développement répondent favorablement aux objectifs de développement du millénaire (OMD) et les objectifs de développement durable (ODD) qui seront définis pour la prochaine décennie et au-delà, nous avons besoin de mieux comprendre la complexité du secteur du tourisme, ce qui représente l'objectif principal de ce guide.

Des informations complémentaires concernant les politiques européennes de développement et de coopération technique peuvent être trouvées dans les documents suivants:

- «Outils et méthodes de la série - Document de référence n° 6: Boîte à outils pour le renforcement du développement» Source: DG Développement et coopération - EuropeAid.2011: Date de sortie.
  - «Outils et méthodes de la série - Lignes directrices n° 3: Rendre la coopération technique plus efficace» Source: EuropeAid.2009 Date de sortie.
  - "Réformer la coopération technique et les unités d'exécution des projets pour l'aide extérieure de l'Union européenne; Commission - Une stratégie Backbone» Source: DG EuropeAid.2008: Date de sortie.
- Ou sur le site Web de la Commission européenne sur les liens suivants:
- [http://ec.europa.eu/europeaid/what/development-policies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/what/development-policies/index_en.htm)
  - [http://ec.europa.eu/europeaid/how/ensure-aid-effectiveness/reform\\_technical\\_cooperation\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/how/ensure-aid-effectiveness/reform_technical_cooperation_en.htm)





# PARTIE 2

## MÉTHODOLOGIE



## Comment lire et utiliser la méthodologie

Cette méthodologie fournit un cadre pour l'évaluation de l'approche du tourisme dans un pays en développement et la mesure dans laquelle il est utilisé efficacement comme un outil pour le développement durable.

Le cadre s'articule autour de 5 piliers. Chacun de ces piliers a été décomposé en une série de thèmes (sous-piliers) et d'enjeux. Ceux-ci sont présentés dans le Tableau 2.1 ci-dessous.

Les 5 Piliers, 17 sous-piliers et les 32 questions fournissent un programme de base pour évaluer la situation dans un pays.

Tableau 2.1: Cadre d'évaluation de la prestation du tourisme et de la capacité

### Pilier 1: politique du tourisme et gouvernance

1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement

*Sujet 1: Le niveau de reconnaissance accordé au tourisme dans les politiques de développement*

*Sujet 2: L'étendue et la nature de l'aide internationale pour le développement du tourisme durable*

1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire

*Sujet 1: L'existence d'une politique du tourisme et des plans stratégiques, suffisants pour guider le développement du tourisme*

*Sujet 2: La mise en œuvre et le suivi de la politique / stratégie / plan*

*Sujet 3: L'adéquation de la législation et de la réglementation affectant le tourisme*

1.3 Gouvernance du tourisme et configuration institutionnelle

*Sujet 1: L'efficacité d'une structure de direction centrale pour le tourisme*

*Sujet 2: L'engagement des intérêts des intervenants dans la gouvernance du tourisme national*

*Sujet 3: La participation du secteur privé et l'utilisation des partenariats public-privé*

*Sujet 4: L'efficacité de la gouvernance du tourisme au niveau local*

### Pilier 2: performance économique, investissement et compétitivité

2.1 Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie

*Sujet 1: La qualité de la collecte et l'analyse des données*

2.2 Commerce, investissement et environnement du monde des affaires

*Sujet 1: La reconnaissance et le traitement du tourisme dans les politiques et les engagements commerciaux et l'investissement*

*Sujet 2: Mesure de l'investissement touristique et favoriser l'environnement des affaires*

2.3 Positionnement de l'image de marque, marketing et produit

*Question 1: La clarté et la stratégie de l'image marque et du plan de marketing*

*Question 2: La qualité et la diversité de l'offre de produits*

Gestion 2.4 Résilience, sécurité et risques

*Sujet 1: Niveau d'attention accordé à la gestion des risques et des crises*



### **Pilier 3: Emploi, travail décent et capital humain**

#### 3.1 La planification des ressources humaines et des conditions de travail

*Sujet 1: L'existence et l'étendue de la politique des ressources humaines, plans et actions, discutée et acceptée par le secteur privé et autres intervenants*

*Sujet 2: Veiller à ce que les droits et les conditions de travail des ouvriers soient décents et satisfaisants*

#### 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation

*Sujet 1: Le niveau d'identification des lacunes dans les compétences et les besoins de formation*

*Sujet 2: L'offre en matière de formation et les institutions, les normes et le programmes de renforcement des capacités*

*Sujet 3: Le niveau d'engagement du secteur privé dans le soutien au renforcement des capacités de formation*

### **Pilier 4 : Réduction de la pauvreté et l'inclusion sociale**

#### 4.1 Une approche intégrée de réduction de la pauvreté grâce au tourisme

*Sujet 1: Niveau d'engagement en faveur du tourisme pour les pauvres*

*Sujet 2: Adopter une approche stratégique pour la réduction de la pauvreté à travers le tourisme à échelle nationale et locale dans la destination*

#### 4.2 Renforcement des initiatives du tourisme en faveur des pauvres

*Sujet 1: L'augmentation du revenu des entreprises du tourisme et du commerce pour les communautés pauvres*

*Sujet 2: Sécuriser de plus large bénéfices pour la communauté du tourisme*

#### 4.3 L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme

*Sujet 1: Effort pour engager des groupes défavorisés dans le tourisme*

#### 4.4 La prévention de l'impact social négatif

*Sujet 1: Effort pour identifier et traiter l'impact social négatif*

### **Pilier 5 Durabilité de l'environnement naturel et culturel**

#### 5.1 : Le tourisme pour préserver le patrimoine naturel et culturel

*Sujet 1: Les politiques et des mesures efficaces pour conserver et promouvoir le patrimoine naturel*

*Sujet 2: Les politiques et les actions efficaces pour sauvegarder et promouvoir le patrimoine culturel*

#### 5.2 Mettre l'accent sur la lutte contre le changement climatique

*Sujet 1: Une attention suffisante au changement climatique dans le secteur du tourisme*

#### 5.3 Améliorer la durabilité du développement et de l'exploitation du tourisme

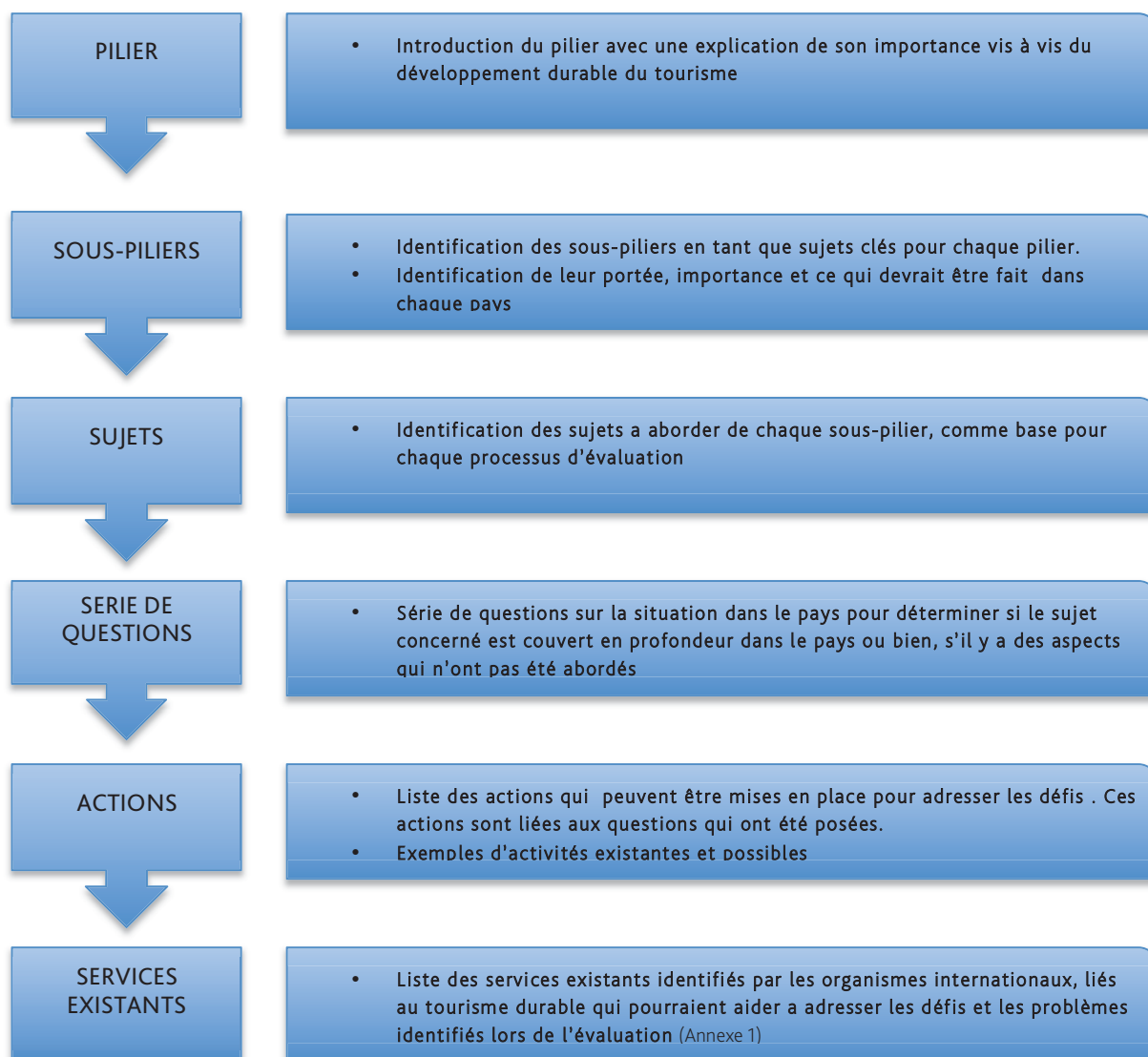
*Sujet 1: Dans quelle mesure le développement du tourisme respecte la durabilité*

*Sujet 2: La mesure dans laquelle les activités touristiques prennent en compte la durabilité*

#### 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme

*Sujet 1: Suivi et contrôle des conditions environnementales et des impacts du tourisme*

La méthodologie suit une structure standard au sein de chaque pilier, qui est indiquée sur le schéma ci-dessous:



Tout d'abord, le sujet du pilier est introduit brièvement avec une explication de son importance pour le développement du tourisme durable.

Dans chaque pilier un certain nombre de sous-piliers sont identifiés. Ce sont les principaux sujets/aspects sur lesquels un pays en développement devrait se pencher. La portée du sous-pilier est décrite, expliquant pourquoi il est important et ce qui devrait être mis en place dans chaque pays.

Au sein de chaque sous-pilier, un ou plusieurs problèmes sont identifiés. L'évaluation vise à déterminer si ces questions sont correctement couvertes dans les pays qui ont des zones de faiblesse, qui doivent être abordées. Le processus d'évaluation, ou analyse du problème, consiste à trouver des réponses à une série de questions sur la situation dans le pays concerné. Les questions sont posées dans le cadre du problème et sont brièvement élaborées.

A la fin de chaque série de questions, un tableau est présenté, contenant une liste d'actions possibles pour régler le problème. Ces actions sont étroitement liées à aux questions qui ont été posées.

La décision de poursuivre ou non l'une de ces actions devrait être décidé dans chaque pays par les intervenants et les organismes internationaux, y compris les délégations de l'UE, informées de l'évaluation entreprise.

Enfin, une liste de services est proposée, liée aux actions possibles qui sont actuellement disponibles auprès des organismes internationaux impliqués dans le tourisme durable. Les services sont référencés dans la liste, en utilisant un système de numérotation, et sont décrits dans l'Annexe 1, qui est ordonnée par le numéro de référence.

Pour faciliter le processus d'évaluation, un questionnaire est fourni pour chaque pilier, qui propose une grille représentative des sujets abordés dans le pilier. Il peut être utilisé pour évaluer la situation et permet de porter des commentaires pour chaque question. Pour faciliter l'évaluation rapide de la situation et des besoins, une colonne du questionnaire offre la possibilité d'attribuer une note. Cela donne une indication des aspects où les besoins et les priorités sont les plus importants, permettant de proposer une intervention. La base du barème est la suivante:

- |   |   |
|---|---|
| 1 | La situation paraît très faible et les besoins sont importants                          |
| 2 | La situation paraît faible et/ou doit être améliorée                                    |
| 3 | La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante                           |
| 4 | La situation semble satisfaisante   |
| 5 | La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres                |
| X | Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué |

Le processus de notation n'est pas scientifique il est purement indicatif. Il n'y a aucune obligation de donner un score pour chaque question. Le score doit être fondé sur le jugement de l'évaluateur au regard du matériel et des concertations disponibles.

Pour les utilisateurs qui souhaitent utiliser les questionnaires comme documents de travail pour pouvoir enregistrer les commentaires et les notes, ils peuvent être téléchargés sur le lien suivant: <http://icr.unwto.org/en/content/guidebook-sustainable-tourism-development>

En résumé, l'application de ce cadre méthodologique devrait permettre une vue d'ensemble qui sera élaborée selon la façon dont le tourisme durable est traité dans le pays et permettra de définir comment le secteur du tourisme peut contribuer au développement durable.

Les réponses aux questions, aidé par le processus de notation, devraient indiquer où se trouvent les principaux défis. A partir de l'identification, la priorisation des actions sera possible et pourrait être suivie. Les actions sélectionnées devraient alors être mises en œuvre. Cela peut être facilité par la conception d'une intervention spécifique qui peut impliquer l'utilisation des services existants.

## Utiliser la méthodologie avec souplesse

La méthodologie peut être utilisée avec souplesse - elle peut être appliquée partiellement ou totalement selon les circonstances. Les utilisateurs peuvent souhaiter couvrir tous les piliers ou se concentrer sur un ou deux d'entre eux.

Il est admis que tous les problèmes et les questions énoncées ici ne seront pas utiles ou ne trouveront pas de réponses, cela, pour chacun des pays ou situation analysés. L'approche présentée a pour but de mieux comprendre, d'encourager la réflexion, la discussion et à guider les intervenants sur ce qui devrait être mis en place. Si les utilisateurs ne souhaitent pas répondre à chaque question, ou souhaitent adopter une approche plus générale, ils seront toujours encouragés à lire les questions comme un ensemble, afin de nourrir leur propre réflexion sur le pilier ou le problème respectif.

Les questionnaires proposés à la fin de chaque section de pilier peuvent être utilisés comme une liste de contrôle ou d'aide-mémoire. Ils ne sont pas à remplir systématiquement.

## Pilier 1 Politique du tourisme et gouvernance

Une politique claire, efficacement mis en œuvre par des structures de gouvernance qui incluent une gamme d'intervenants, est essentielle pour le développement du tourisme durable. C'est le pilier central auquel tous les autres se rapportent.

Le succès du tourisme comme outil de développement dépend de la sensibilisation de la contribution et du potentiel du secteur, l'identification des priorités stratégiques, la clarté et la pertinence des actions proposées, le niveau d'engagement de leur mise en œuvre. Cela exige également que les structures de gouvernance et les processus qui soutiennent et gèrent le tourisme soient saines et efficaces. La participation du secteur privé et d'autres intervenants aux côtés du gouvernement est un élément clé, au niveau national et au niveau local.

L'importance de la politique et de la gouvernance efficace a été confirmée par diverses études. Par exemple, un examen de 35 études diagnostiques de l'intégration du commerce (EDIC)<sup>16</sup> pour les PMA a conclu que un secteur du tourisme compétitif requiert un cadre cohérent de politiques, d'institutions efficaces, d'un secteur privé dynamique et d'une stratégie nationale de développement du tourisme qui établit des liens intersectoriels.<sup>17</sup>

Trois sous-piliers sont identifiés pour l'évaluation:

- **La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement**  
Le niveau de reconnaissance, par le gouvernement et les agences internationales, de l'importance du tourisme pour le développement durable du pays, qui se traduit dans les politiques et programmes généraux de développement.
- **La politique du tourisme et le cadre réglementaire**  
La présence des politiques, stratégies et plans qui fournissent une orientation pour le développement et la gestion du tourisme durable, soutenu par la nécessité des législations et des réglementations.
- **La gouvernance du tourisme et la configuration institutionnelle**  
Les structures en place de supervision du développement, la gestion et la coordination du tourisme, la mise en œuvre des politiques et d'interventions, mettent l'accent sur la collaboration parmi les intervenants, y compris des partenariats public-privé.

### 1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement

Le tourisme est de plus en plus reconnu comme étant un facteur puissant capable de stimuler et conduire le développement économique et social. Au cours des dernières années, de nombreux PMA et autres pays en développement ont mis l'accent sur le secteur comme un outil de développement.<sup>18</sup> La capacité du tourisme à stimuler les exportations, à créer des emplois accessibles et à réduire la pauvreté, souvent dans des zones inadaptées pour le développement d'autres secteurs, a été mentionnée ailleurs dans cette étude.

---

<sup>16</sup> Ces études (EDIC) fournissent des indications importantes pour développer et fournir un appui coordonné à travers le Cadre intégré renforcé (CIR)

<sup>17</sup> PNUD (2011) Discussion Paper-tourisme et stratégies de réduction de la pauvreté dans le Cadre intégré pour les pays les moins avancés, un rapport fondé sur la collaboration avec le Comité directeur des Nations Unies sur le tourisme pour le développement (SCTD).

<sup>18</sup> Ibid.

La reconnaissance de la contribution du rôle du tourisme et son potentiel à réaliser les objectifs de développement global du pays, est une première étape essentielle dans le renforcement des politiques et des actions pour soutenir le développement du tourisme durable. Cela peut être critique pour débloquer le soutien du secteur.

L'intégration du tourisme dans les études, les cadres et les initiatives qui soutiennent la stratégie de développement du pays peut être un des moyens par lequel cette reconnaissance est validée. Nous faisons référence aux stratégies de développement national et autres documents, réalisés en collaboration avec l'Union Européenne, les agences de l'ONU et d'autres organismes. Ces cadres stratégiques sont présentés ci-dessous et décrits plus en détail dans l'annexe 2. Ces derniers contiennent les preuves d'un certain nombre de travaux de recherche qui suggèrent qu'il existe une variation considérable dans le traitement du tourisme entre les différents pays.

Une autre dimension de la reconnaissance concerne la façon dont le tourisme est traité dans les politiques de développement du gouvernement. Idéalement, cela devrait être étroitement lié aux études et aux cadres qui ont été préparés et négociés avec les partenaires extérieurs. En plus des politiques de développement, le tourisme devrait aussi être reflété dans d'autres politiques pertinentes, telles que celles relatives au commerce, du travail, des affaires et de l'environnement. Cet aspect est développé en détail dans d'autres piliers de ce document.

Le niveau de prise de conscience de l'importance du tourisme au sein du gouvernement dans son ensemble déterminera en partie le niveau de soutien que reçoit le secteur.

## Sujet 1

### Le niveau de reconnaissance accordé au tourisme dans les politiques de développement

#### *Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

#### **(a) Le tourisme a-t-il une couverture et une reconnaissance suffisante dans les études et les cadres de développement dans le pays?**

Les études et les cadres de développement les plus importants peuvent varier entre les différents pays. Cependant, parmi les plus importantes sont:

- Les documents de stratégie régionale et par pays (Union Européenne), liés aux programmes indicatifs régionaux et nationaux.
- Bilan commun entre les pays et le Plan-cadre des Nations Unies (système des Nations Unies)
- Documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP).
- Rapport des Objectifs du Millénaire pour le développement.
- Études diagnostiques sur l'intégration du commerce, Matrice de l'Aide au Commerce et des plans à moyen terme liées au commerce, relatives à l'aide des instruments du commerce tels que le Cadre Intégré Renforcé.
- Examen de la politique d'investissement (CNUCED).

Il faut s'atteler à ce que le tourisme soit dûment pris en considération dans ces documents, même si ce n'est pas un secteur prioritaire. Ce qui est requis c'est sa reconnaissance, l'évaluation de son rôle et de son potentiel. Les documents devraient couvrir le secteur de façon appropriée, comprenant une rubrique dédiée le cas échéant.<sup>19</sup> Cela devrait indiquer le statut accordé à ce secteur, identifier son rôle et le soutien nécessaires à son développement, afin de s'engager dans des politiques et des actions appropriées.

<sup>19</sup> Une étude comparative de divers des cadres ci-dessus a révélé que le tourisme a été mentionné dans tous les documents étudiés, mais a reçu un chapitre entier dans seulement quelques-uns d'entre eux (Yiu et Saner (2011))

***(b) Le tourisme est-il considéré comme un secteur prioritaire par le gouvernement dans ses propres politiques de développement?***

Un certain nombre de documents peuvent exister qui contiennent des politiques globales de développement, et qui devrait donner une reconnaissance au tourisme. Il en existe deux types:

- Les stratégies nationales de développement ou des documents équivalents. Dans certains cas, il peut être le DSRP.
- Des documents présentant une vision de l'économie et de la société dans leurs ensembles dans un temps défini, qui spécifient comment atteindre les objectifs énoncés.

***(c) Le tourisme est-il reconnu comme un secteur prioritaire par les ministères qui ont un impact sur le développement du secteur?***

Un large éventail de ministères et de départements peuvent avoir une influence sur le tourisme. Ceci est résumé dans l'annexe 3 et également considéré ultérieurement en termes de structures de gouvernance (Sous-pilier 1.3). Les ministères les plus importants et les départements de développement du tourisme sont les responsables de l'économie, du développement dans son ensemble et de l'allocation des budgets. Cependant, la contribution du tourisme devrait également être reconnue par les ministères qui influent sur les relations extérieures, l'accès, les visas et les secteurs de la sécurité qui sont liés au tourisme tels que l'agriculture, la culture et les ressources naturelles. La position des différents ministères vis-à-vis du tourisme peut être évaluée à partir de leurs propres définitions de politique générale et des mesures prises.

***(d) Quel soutien est donné au tourisme du budget national?***

Un indicateur quantitatif de reconnaissance du tourisme interne au gouvernement est son soutien budgétaire.<sup>20</sup> Cela comprend les montants dépensés pour les ministères et les organismes du tourisme, pour la mise en œuvre du marketing, de l'aide au développement et d'autres activités. Les variations annuelles peuvent être le signe de l'évolution des priorités.

***(e) Quels facteurs peuvent inhiber la reconnaissance accordée au tourisme?***

Il est utile d'examiner pourquoi le tourisme n'est pas suffisamment reconnu comme un outil de développement, si cela s'avère être le cas. Une telle preuve peut alors aider à façonner des actions correctives. Les possibilités à envisager incluent:

- Une mauvaise mesure de l'impact de la contribution du tourisme à l'économie et une mauvaise diffusion des résultats. La question des données statistiques fiables et bien présentées est couverte dans le pilier 2.
- Le manque de prise de conscience des dimensions transversales du tourisme et de ses atouts particuliers comme outil de développement, y compris la pertinence de stimuler des capacités productives et commerciales, la revitalisation des zones rurales, les opportunités pour les femmes et les communautés pauvres.
- Une faible communication entre les différents secteurs et ministères, y compris les structures de prestation du tourisme.
- La perception que le tourisme est essentiellement une entreprise du secteur privé, avec une responsabilité limitée du gouvernement.

---

<sup>20</sup> Cette question porte sur le budget qui est spécifiquement alloué aux services touristiques, tout en reconnaissant que de nombreux autres éléments du budget national et les dépenses publiques seront importantes pour le tourisme

## Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Travailler avec les organismes internationaux et les gouvernements pour établir des relations entre les stratégies du tourisme et les programmes de développement en cours.
- S'assurer que le tourisme est pleinement pris en compte dans toutes les futures révisions des programmes de développement.
- Renforcer la collecte et la diffusion des données économiques du tourisme (voir le cadre du pilier 2).
- Entreprendre des activités de sensibilisation parmi tous les ministères concernés et les intervenants clés sur l'importance du tourisme et sa contribution au développement et à la lutte contre la pauvreté.
- Renforcer les structures interministérielles pour le tourisme (voir 1.3 ci-dessous)

### Services existants répondant à la question: qui peut soutenir les actions possibles?

1.08 Positionnement du tourisme dans les plans et stratégies du tourisme

2.01 Renforcement des statistiques et développement des Comptes Satellites du Tourisme (CST)

2.02 Renforcement statistique

2.03 Evaluation de l'impact du tourisme au niveau local et assistance analytique

2.16 Diagnostiques du secteur touristique, y compris les études diagnostiques d'intégration du commerce (EDIC)

### Couverture du tourisme au Cambodge DSRP

Le Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté pour le Cambodge a joué un rôle important dans l'identification du rôle du tourisme en tant que secteur clé dans la réalisation du développement durable dans le pays et a contribué à la réduction de la pauvreté. Il décrit le tourisme comme «la clé du développement du pays». Une section séparée sur le développement du tourisme a commencé par la présentation des chiffres sur la contribution du tourisme à l'économie. Il a ensuite résumé les principales possibilités de croissance future du tourisme, basé sur l'utilisation judicieuse du patrimoine culturel et naturel important du pays. Un certain nombre de déclarations ont été faites sur la forme future du tourisme, mettant l'accent sur la poursuite d'une politique du tourisme en faveur des pauvres et en minimisant les impacts négatifs du tourisme.

Une série de mesures proposées pour maximiser les retombées du tourisme sont liées en particulier à la position et la gouvernance du secteur. Il s'agit notamment de: la sensibilisation et l'éducation des fonctionnaires du gouvernement sur le rôle du tourisme dans le développement économique; la création d'un groupe de travail interministériel chargé d'assurer une approche intégrée; la création de zones de développement où le tourisme possède la meilleure place pour aider à la réduction de la pauvreté; le recours à des partenariats public-privé pour soutenir les entreprises et un nouvel accent mis sur les marchés nationaux et internationaux, ciblés et sélectionnés. Les actions ont été identifiées pour diversifier le secteur du tourisme, accroître la valeur ajoutée et créer des emplois en milieu rural.

## Sujet 2

### L'ampleur et la nature de l'aide internationale pour le développement du tourisme durable

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

**(a) Y a-t-il de grands projets ou des initiatives actuelles ou récentes en matière de tourisme durable qui reçoivent de l'aide internationale et de qui?**

En examinant les futures interventions possibles, il est important de tenir compte d'autres projets afin de s'appuyer sur l'expérience, éviter le double emploi et faciliter les effets de levier des ressources. Bien qu'il ne soit pas possible de couvrir tous les niveaux et types d'assistance, des projets significatifs

doivent être identifiés. L'information devrait être enregistrée et disponible, l'aspect traité, ainsi que la source de l'aide et le niveau d'intervention.

**(b) En général, est-il considéré que les projets d'assistance récents ont prouvé être un succès et des leçons peuvent-elles être tirées?**

Les projets bénéficiant d'un soutien d'organismes internationaux devraient être soumis à une évaluation. Ils doivent être soutenus par la position des principaux intervenants concernés.

**(c) Y a-t-il une coordination suffisante entre les agences internationales dans leur soutien pour le tourisme durable?**

Il faudrait envisager le rôle des organes et des mécanismes, tels que le PNUAD I ou les plates-formes de coordination de la CIR, qui peuvent inclure le tourisme dans leur travail d'ensemble. Dans certains pays, des mécanismes de collaboration et de coordination spécifiques pour le tourisme ont été établies, telles que des réunions régulières entre les bailleurs de fonds.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Encourager une évaluation plus systématique des résultats des projets d'assistance dans le secteur du tourisme
- S'assurer que des nouvelles propositions d'intervention portent sur la pertinence des résultats de projets antérieurs
- Renforcer les mécanismes de coordination et de liaison entre les organismes internationaux avec le gouvernement en ce qui concerne le tourisme durable

**Services existants pertinents à la question qui peut soutenir les actions possibles:**

**1.08 Positionnement du tourisme dans les plans et stratégies du tourisme**

## 1.2 La politique du tourisme et le cadre réglementaire

Pour que le secteur du tourisme d'un pays soit efficace et durable, qu'il contribue au bien-être socio-économique et à la réduction de la pauvreté, il est essentiel d'avoir un cadre d'instruments mis en place pour guider son développement. Ce cadre devrait inclure une politique globale du tourisme, une stratégie détaillée de développement du tourisme et un plan directeur, des lois et des règlements appropriés.

Une **politique du tourisme** stipule l'engagement du gouvernement pour le tourisme et fixe des objectifs pour son développement et sa gestion. Elle doit être acceptée et approuvée par le secteur du tourisme et d'autres intervenants. Un énoncé de la politique du tourisme ou le document devrait:

- Positionner le tourisme dans les politiques plus larges de développement du pays, et aussi prendre en compte d'autres politiques susceptibles d'affecter le secteur, tels que l'industrie, l'emploi, l'environnement, l'éducation, la culture, la sécurité et l'immigration.
- Évaluer les conséquences financières de soutien du tourisme, y compris les coûts et les avantages, les implications fiscales et budgétaires pour le gouvernement.
- Tenir compte de la position du tourisme et du potentiel du pays dans un contexte régional et mondial
- Reconnaître et couvrir l'ensemble des questions qui doivent être abordées par le gouvernement en appuyant le tourisme, entre autres, y compris les institutions, les infrastructures, le développement de produits, le marketing, les ressources humaines, les connaissances et les impacts socio-culturels et environnementaux du tourisme.
- Fournir la base des stratégies et des plans d'action plus détaillés et pour la législation et la réglementation.



Une exigence essentielle de la politique du tourisme comme outil de développement, c'est qu'il doit pleinement embrasser les principes du tourisme durable<sup>21</sup>. Il est défini comme «un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, répondre aux besoins des visiteurs. De l'industrie, des communautés de l'environnement et de l'hôte»<sup>22</sup>. Plus précisément, la poursuite d'un tourisme durable implique l'ordre du jour suivant.<sup>23</sup>

- La viabilité économique
- La prospérité locale
- La qualité de l'emploi
- L'équité sociale
- L'accomplissement visiteurs
- Le contrôle local
- Le bien-être communautaire
- La richesse culturelle
- L'intégrité physique
- La diversité biologique
- L'efficacité des ressources
- La pureté de l'environnement

De nombreux aspects de l'agenda du développement durable portent sur des questions d'ordre éthique pour le tourisme, concernant les droits et les responsabilités de tous les intervenants qui participent et sont affectées par les activités du tourisme. Ces questions et les réponses qui en découlent sont inscrites dans le Code mondial d'éthique du tourisme<sup>24</sup> qui a été adopté par la résolution de l'Assemblée générale de l'ONU en 2001. Le Code affirme le droit au tourisme et à la liberté des déplacements touristiques; aux états la volonté de promouvoir un tourisme mondial, équitable, responsable et durable, dont les bénéfices seront partagés par tous les secteurs de la société dans le cadre d'une économie internationale ouverte et libéralisée. Le Code contient 10 articles qui favorisent la compréhension mutuelle et le respect du tourisme, l'épanouissement individuel et collectif, le rôle du tourisme dans le développement durable, un ensemble de droits et les responsabilités de, et vers, les touristes, les professionnels du tourisme, les entrepreneurs, les communautés d'accueil, l'environnement et le patrimoine culturel. De nombreux pays, les personnes morales et les autres entités ont signé le code et il fournit une orientation solide pour la politique du tourisme.

Une **stratégie touristique** traduit la politique du tourisme dans l'action, définissant la direction et les activités pour atteindre les objectifs de la politique. Elle peut être exprimée à travers un plan de développement stratégique ou un plan directeur. Celui-ci doit être global, englobant tous les facteurs et les composantes impliqués dans l'exploitation, la gestion, la mesure et le contrôle de tourisme dans le pays.

Une stratégie du tourisme peut s'étendre sur une période comprise entre 5 et 15 ans selon les circonstances du pays et de la maturité du secteur. Elle est mise en œuvre par des plans d'action qui définissent l'activité annuelle et répartissent les actions et les ressources. La stratégie devrait être fondée sur des analyses concrètes et fondée sur un programme détaillé de recherche, d'évaluation et de consultation. Généralement, un plan stratégique ou un plan directeur couvriraient:

- Les ressources touristiques qui ont le potentiel pour être transformés en produits touristiques viables et attrayants
- Les installations et services touristiques, les possibilités d'investissement
- Les flux touristiques courants et la performance
- Le type et l'échelle des marchés ciblés
- L'accès aux transports et aux structures de services
- L'analyse économique actuelle et ses projections
- Les impacts culturels, environnementaux et socio-économiques
- La gestion des ressources - énergie, de l'eau et des déchets
- La mise en place institutionnelle du développement du tourisme

<sup>21</sup> L'étude des PMA politiques touristiques mentionnées dans la dernière section a conclu que la durabilité était le moins bien couvert le sujet dans ces politiques (Yiu et Saner, 2011)

<sup>22</sup> OMT et PNUE (2005) *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*; Paris and Madrid

<sup>23</sup> Ibid

<sup>24</sup> OMT, 1999

- Les lois et règlements liés au tourisme
- Les besoins en ressources humaines
- Les besoins d'infrastructures touristiques
- Les zones de développement touristique
- La conception et le design pour le développement des zones touristiques, des centres de villégiature et des attractions
- L'implication et les initiatives communautaires
- Le marketing touristique et la distribution d'information

Le plan peut contenir des détails plus spécifiques, comme couvrir des initiatives de planification et de développement de villégiature dans des domaines spécifiques.

La valeur de la préparation des stratégies du tourisme ou des plans directeurs, au niveau plus local, est de plus en plus reconnue. Parfois, ceux-ci sont appelés "plans de gestion de destination". Ils peuvent couvrir de nombreux sujets énumérés ci-dessus, mais que pour la destination en question. Ils peuvent jouer un rôle très important dans le développement du tourisme et la priorisation des actions de manière à refléter les caractéristiques et les besoins particuliers de la région. Ces plans peuvent être préparés, par exemple, pour les régions, les provinces, les villes, les clubs, ou les zones rurales (y compris les parcs nationaux). Il est important qu'ils se réfèrent à et reflètent les stratégies touristiques nationales existantes ou des plans directeurs.

Bien que l'existence de politiques, de stratégies et de plans soit d'une importance fondamentale pour guider le développement du tourisme, ils n'ont de valeur que s'ils sont effectivement mises en œuvre sur le terrain.

Les plans directeurs et les plans stratégiques de développement nécessitent un suivi et une adaptation aux circonstances changeantes continues. Sans cela, ils seront obsolètes et ne permettront pas d'atteindre les objectifs stratégiques qui ont été initialement fixés. Trois types de suivi peuvent être utiles, à savoir:

- La productivité - enregistrement des démarches entreprises et des actions en cours ou achevés, d'une manière systématique.
- Les résultats - vérifier les résultats des actions spécifiques, qui peuvent porter sur des indicateurs de performance spécifiques
- Les impacts - relatif à un retour aux objectifs de politique générale et aux objectifs du plan, qui peuvent être encapsulés dans les indicateurs généraux du tourisme et du développement.

Les politiques, les stratégies et les plans touristiques cherchent à influencer les actions du gouvernement à tous les niveaux; les entreprises touristiques du secteur privé et d'autres acteurs du tourisme, y compris les visiteurs eux-mêmes. En partie, ces actions peuvent être stimulées ou contrôlées par les instruments et les règlements qui sont rendues possibles par le biais du **cadre législatif**.

Pour le développement durable du tourisme, la législation est nécessaire; elle influe sur le secteur du tourisme, mais aussi protège et sécurise les conditions nécessaires à son essor. Dans de nombreux pays, la législation tourisme spécifique existe, comme une loi sur le tourisme. Généralement, cela devrait couvrir:

- Les droits, les responsabilités et les obligations des différents acteurs du tourisme, y compris les prestataires de services touristiques de service, les voyageurs, les communautés et les touristes eux-mêmes.
- La mise en place et les responsabilités des organismes de tourisme, tels que les offices du tourisme nationaux et les programmes pour aider le secteur.
- Les mécanismes pour surveiller et contrôler le secteur, tels que les normes et les licences.

La performance et l'impact du secteur seront également affectés de manière significative par les lois et règlements qui ne sont pas spécifiques au tourisme. Dans le domaine du droit, les intérêts particuliers pour le tourisme durable sont les suivants:

- Le contrôle du développement, notamment par la législation de planification
- La protection et la conservation des ressources naturelles et culturelles
- La mise en place et la conduite des entreprises commerciales, y compris la fiscalité
- L'emploi et le traitement du personnel
- La facilitation des visas et de la sécurité.

## Sujet 1

### L'existence d'une politique du tourisme et des plans stratégiques, suffisants pour guider le développement du tourisme

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

**(a) Y a-t-il une politique du tourisme clairement élaborée?**

Certains pays n'ont pas de politique du tourisme discernable ou sont peut-être en train d'en créer une. Un document distinct appelé «la politique du tourisme» n'existe pas toujours, mais les déclarations et les objectifs stratégiques pertinents peuvent être trouvés dans les documents ou dans la première partie d'une stratégie du tourisme ou un plan directeur. Le contenu est plus important que le format, à condition que les politiques soient claires, cadrées, influentes et couvrant tout le spectre du tourisme.

**(b) La politique inclut-elle les éléments du tourisme durable?**

L'inquiétude quant aux impacts environnementaux et sociaux du tourisme ainsi que son développement économique, y compris sa contribution à la réduction de la pauvreté, devrait être clairement indiquée et reflétée dans la politique. Les questions de durabilité doivent être intégrées et non traitées comme une politique isolée ou par le biais d'une stratégie ou d'un plan distinct.

**(c) Le pays est-il signataire du Code mondial d'éthique du tourisme et la politique reflète-t-elle ce volet?**

La reconnaissance directe et le renvoi au code dans la politique touristique du pays serait la preuve d'une prise de conscience des questions éthiques qui touchent le secteur du tourisme et un engagement pour y faire face. Sans référence directe, il est important de se demander si l'approche politique est en accord avec les principes du Code.

**(d) Les implications financières et fiscales d'une politique de soutien au tourisme sont-elles prises en compte?**

L'élaboration et la présentation de la politique sur le tourisme devraient démontrer que les conséquences fiscales de la politique en termes de coûts prévus et des revenus ont été prises en compte, et sont liés à l'évolution du secteur à court, moyen et long terme.

**(e) Y a-t-il une stratégie bien documentée et exhaustive du tourisme national et / ou un plan directeur pour le tourisme?**

Certains pays peuvent avoir une politique du tourisme, mais pas de stratégie de développement ou des plans d'action. Dans d'autres, elles peuvent exister, mais peuvent ne pas avoir été fondée sur une

évaluation approfondie, objective et professionnellement informé de la situation du tourisme et du potentiel du pays. La stratégie / le plan doivent être complets. Fondamentalement, il devrait se baser sur une évaluation de l'offre et des marchés, menant à des propositions sur tous les aspects du développement du tourisme, de gestion et de marketing. Une liste des éléments habituels a été donnée plus haut.

**(f) *L'élaboration de la politique du tourisme et du plan de stratégie /du plan directeur ont-ils inclut la consultation et la participation des intervenants?***

Ceci est très important pour la crédibilité et la mise en œuvre de la politique et du plan. L'étendue et le type de consultation doivent être consignés dans le plan lui-même et être confirmées par les principaux intervenants, telles que les organismes du secteur privé, des collectivités locales, des ONG et des représentants communautaires.

**(g) *Les plans stratégiques / les plans directeurs du tourisme sont-ils à jour ou une révision est-elle planifiée?***

Très souvent, une stratégie du tourisme ou un plan peut-être encore existant, mais devenir obsolète. Là où un plan existant arrive à la fin de sa vie, une proposition claire devrait être en place pour son renouvellement.

**(h) *Les actions et les responsabilités sont-elles clairement définies et chiffrées dans le plan?***

Il est important de vérifier si un plan d'action clair existe, qui définisse: les mesures à prendre; par qui; les délais, les budgets et les critères de réussite. Bien que la nécessité d'examiner les conséquences financières globales de la politique du tourisme ait été soulevée au point (c), il est également important de veiller à ce que les actions individuelles soient chiffrées et financées.

**(i) *Les stratégies / les plans du tourisme tiennent-ils compte du contexte régional et des opportunités?***

Il peut y avoir un potentiel considérable pour la coopération avec d'autres pays de la région et avec les institutions, les programmes et les initiatives d'exploitation à un niveau régional. Cela peut concerner différents sujets, tels que l'accès, les visas, les projets communs, les normes communes, les zones transfrontalières et le marketing. Il est également très important que les politiques du tourisme tiennent compte de toutes les politiques de développement régionales, du financement et des programmes de soutien.

**(j) *Les stratégies du tourisme / les plans ont-ils été préparés pour des destinations spécifiques et sont-ils nécessaires?***

Alors que les plans nationaux directeurs doivent faire référence à la dimension géographique, en tenant compte des besoins différents des zones individuelles dans un pays, des stratégies distinctes ou des plans de gestion de destination doivent être préparés au niveau local, le cas échéant. C'est le reflet de la structure de gouvernance, où de nombreux pays accordent du crédit au tourisme et aux autorités régionales / locales. Ces plans peuvent être particulièrement utiles dans les zones les plus visités ou celles qui en ont le plus besoin et/ou possède un potentiel. Cependant, ils peuvent être utiles dans tous les types de zones pour guider leur développement et leurs activités touristiques.

## Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Établir, réviser ou renouveler la politique touristique du pays, en consultation avec les intervenants de l'industrie
- Rédiger ou renouveler une stratégie touristique pour le pays, exprimée dans un plan de développement stratégique ou dans un plan directeur pour le tourisme
- S'assurer que toutes les composantes manquantes des plans existants soient incluses dans les futures révisions et couvertes par les mesures nécessaires dans l'intérêt
- Mettre en place des plans directeurs pour les régions ou les zones du pays comme de nécessaire
- Développer des zones touristiques et des plans de développement de resort
- Fournir des lignes directrices, des modèles et des exemples de pilotes pour les plans régionaux à venir
- S'assurer que le plan stratégique ou que le plan directeur comprenne une ligne d'action, avec des actions à prendre, clairement définies, des responsabilités, des délais, des budgets et des critères de réussite

### Services existants répondant à la question, et soutenir les actions possibles

1.01 Schémas directeurs de développement touristique et plans de développement stratégique

1.02 Politique touristique du pays

1.05 Planification de l'infrastructure et développement des zones touristiques

1.13 Gestion planifiée des destinations

5.06 Développer des cadres politiques qui intègrent la culture et le développement par le biais du tourisme

### Stratégie nationale de développement durable du tourisme, du Burundi

Le gouvernement du Burundi a identifié le tourisme comme un secteur prioritaire pour le développement. Avec l'appui du PNUD, il a décidé de solliciter l'assistance technique de l'OMT dans la formulation d'une stratégie nationale pour le développement durable du tourisme à long terme (10 ans). La stratégie a été approuvée en Avril 2011 et officiellement lancée en septembre de cette année. Les principales recommandations sont liées à : la nécessité d'un cadre institutionnel et réglementaire renforcé; la création d'une offre touristique consolidée et diversifiée; le positionnement stratégique du Burundi dans le tourisme de l'Afrique orientale; les services touristiques de qualité et la gestion du tourisme améliorée; la création d'un environnement propice à l'investissement touristique dans le pays.

Le projet a également mis en œuvre la formulation d'une nouvelle loi sur le tourisme pour le Burundi, a créé une plate-forme nationale pour l'harmonisation des statistiques sur le tourisme et les projets pilotes de démonstration élaborés qui comprenait un plan de gestion du littoral du lac Tanganyika. Afin de guider la mise en œuvre, un plan d'action détaillé a identifié des actions prioritaires pour les trois premières années, les sources de financement possibles, les principaux organismes de mise en œuvre et un cadre de coordination, de suivi et d'évaluation du processus de mise en œuvre.

## Sujet 2

### La mise en œuvre et le suivi de la politique / stratégie / plan

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

##### (a) Quel est le plan politique / stratégie / touristique effectivement mis en œuvre?

Pour savoir si le plan du tourisme a un réel impact, il faut regarder dans quelle mesure il est considéré comme un document d'orientation. Des données plus précises peuvent être obtenues sur les progrès réalisés par les actions individuelles contenues dans le plan : parfois toutes, certaines ou aucune d'entre elles n'ont été mises en œuvre. L'évidence peut provenir de rapports sur les actions entreprises ou à partir d'un processus de suivi plus formel comme celui mentionné ci-dessous.

**(b) Tous les acteurs concernés participent-ils pleinement à sa mise en œuvre?**

Les plans d'action devraient spécifier les intervenants requis pour prendre les devants ou appuyer chaque action. La mesure dans laquelle cela se produit doit être évalué. Un exemple pourrait être l'intégration des actions dans les programmes des autres ministères en matière de développement durable et de réduction de la pauvreté (voir plus loin le sous-pilier 1.3)

**(c) Quel sont les freins pour la mise en œuvre?**

La mise en œuvre pourrait être compromise par un certain nombre de facteurs, qui doivent être étudiés. Il peut s'agir par exemple:

- Une faible appropriation de la stratégie et du manque d'engagement
- Une mauvaise communication du plan d'action et de la stratégie
- Le manque de financement public des infrastructures et autres investissements
- Le manque d'investissement du secteur privé, y compris les locaux et les IDE, peut-être liés à l'indisponibilité du capital ou de la réticence à prendre des risques
- L'insuffisance des capacités et des capacités techniques
- Surestimation ou sous-estimation des besoins du plan.

**(d) Les progrès et les résultats sont-ils suivis et examinés?**

Il devrait y avoir un suivi efficace; une évaluation du mécanisme de feed-back pour assurer le contrôle et l'amélioration du plan continu. Il devrait y avoir des indicateurs clairs du suivi des résultats. Les mesures prises peuvent être officiellement enregistrées et communiquées par les responsables. En ce qui concerne les résultats et les impacts concernés, il est important de vérifier si le plan a défini des indicateurs appropriés à utiliser et s'il y a une mesure d'impact et une veille.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- S'assurer que toutes les actions identifiées sont liées à un organisme chargé de la mise en œuvre
- Mettre en place un groupe de pilotage pour prendre la responsabilité et s'assurer que le plan est mis en œuvre et faire le suivi des progrès
- Mener des recherches et trouver ce qui peut freiner la mise en œuvre, y compris la fourniture de ressources suffisantes
- Identifier les indicateurs et mettre en place les systèmes de veille

**Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.01 Schémas directeurs de développement touristique et plans de développement stratégique

1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion

5.01 Programmes de renforcement des capacités sur la mise en place des indicateurs pour le tourisme durable

5.02 Observatoires du tourisme durable - une application systématique des indicateurs du tourisme durable

**La mise en œuvre du plan directeur de développement du tourisme pour Punjab**

En 2008, l'OMT a élaboré un plan directeur de développement du tourisme de l'Etat du Pendjab pour la période 2008-23, reconnaissant son potentiel pour devenir une destination compétitive basée sur son patrimoine culturel, religieux et naturel riche. Après la réussite du plan, il a été estimé qu'une assistance technique supplémentaire a été nécessaire pour développer les capacités de supervision et de gestion du développement du tourisme durable; de mettre en œuvre les recommandations du Plan directeur dans un délai déterminé, conformément à un plan d'action.

Deux phases de mise en œuvre ont été soutenues. Le premier comprenait: la mise en place d'une Unité de recherche et de statistiques; obtenir des fonds pour des projets de démonstration identifiés dans le plan, le développement de programmes de communication et du matériel de marketing; établir une formation de guide. Une deuxième phase a porté sur le développement du tourisme rural, sensibilisation auprès des jeunes, la poursuite du renforcement de l'assistance technique de pointe sur la première phase des actions.

## Sujet 3

## L'adéquation de la législation et de la réglementation affectant le tourisme

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

- (a) *Existe-t-il une législation spécifique du tourisme (par exemple Loi sur le tourisme) qui soit adapté à l'usage?*

Une loi sur le tourisme devrait constituer un document juridique actuel. Le contenu de la Loi devraient transmettre les droits et les responsabilités telles que décrites dans l'introduction de ce pilier. Il est possible que la législation puisse être assez vieille et il est important d'évaluer si elle est encore pertinente dans la situation actuelle ou si elle peut être revue.

- (b) *La législation sur le tourisme est-elle pleinement mise en œuvre?*

Dans certains pays en développement, la législation du tourisme peut exister, mais ne peut être mise en œuvre entièrement ou de manière adéquate. Il est possible que ce soit du à l'insuffisance des ressources ou de connaissances techniques, nécessitant un soutien bien orienté, y compris le renforcement des capacités; ou parfois un manque de communication entre les ministères impliqués (voir sous-pilier 1.2) qui devraient tous être conscients de la loi sur le tourisme et l'approuver.

- (c) *La législation du tourisme trait-t-elle de façon adéquate les rôles et les responsabilités au niveau local?*

Il est important que les structures et les processus de gouvernance du tourisme, au niveau local, bénéficient de pouvoirs légaux suffisants pour influencer la planification et la gestion du tourisme. La législation peut aider à clarifier et étayer leurs rôles et responsabilités. Cela peut concerner différents niveaux de gouvernance des Etats, des régions et des provinces jusqu'au niveau communautaire.

- (d) *Est-ce que d'autres lois en vigueur répondent aux besoins du tourisme durable et sont-elles appliquées dans le secteur?*

La relation entre les lois spécifiques du tourisme et d'autres lois touchant au secteur doit être claire. Une vue d'ensemble devrait être formé pour savoir si le cadre législatif du pays est suffisant pour couvrir le secteur du tourisme et pour assurer sa pérennité. Ce ne sera pas simple d'y répondre. Il peut y avoir eu des études pertinentes de la législation affectant le tourisme et son application. Sinon, cela pourrait être une action souhaitable.

- (e) *Le développement d'un tourisme durable est-il aidé ou freiné par des réglementations, par la façon dont elles sont appliquées?*

La législation, spécifique au tourisme ou plus générale, servira de base pour l'application des règlements du secteur du tourisme et de la façon dont ils fonctionnent. Ces règlements devraient offrir le juste équilibre entre le contrôle du développement et des opérations touristiques, veillant à ce que la croissance globale du secteur ne soit pas compromise. Une question particulière peut être la façon dont les règlements sont appliqués et respectés dans la pratique, si c'est efficace et équitable. Il faudra consulter l'opinion du gouvernement et du secteur privé.



### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Donner son avis et le cas échéant mettre en place un processus de préparation ou de renouvellement de la loi spécifique du tourisme dans le pays
- Soutenir des actions spécifiques et mettre en œuvre la loi sur le tourisme
- Examiner l'impact sur le tourisme, des législations existantes et fournir des orientations sur son interprétation et son application dans le secteur
- Examinez la gamme de réglementations liées au secteur et la façon dont elles sont appliquées

### *Services existants répondant à la question: qui peut soutenir les actions possibles?*

#### *1.03 Législation et réglementation du tourisme*

## 1.3 La gouvernance du tourisme et le contexte institutionnel

Le tourisme est un secteur complexe qui nécessite l'implication de nombreux intervenants dans l'exécution d'un large éventail de services pour offrir une expérience complète au visiteur. Un tableau illustrant un large éventail d'intervenants a été présenté dans la note d'orientation (section 1, tableau 1). Il y a un besoin fondamental de leadership pour le secteur, mais aussi de collaboration et de partenariat dans la façon dont le tourisme est développé et délivré.

La bonne gouvernance exige la transparence, de la capacité technique et de la persévérance, de l'efficacité et de l'efficience, d'une participation démocratique et d'une attention particulière à assurer la durabilité des ressources. Elle exige également l'engagement d'un large éventail d'intervenants et une communication efficace des problèmes et des actions visant à sensibiliser l'intérêt et le soutien.

Les gouvernements ont un rôle essentiel à jouer pour assurer le leadership et la coordination. Ils sont responsables d'assurer la disponibilité d'une grande partie de l'infrastructure et des ressources dont dépend le secteur; des fonctions de régulation et de soutien nécessaires qui sont essentiels pour son développement durable. Le tourisme a besoin d'avoir une position claire au sein du gouvernement, d'un ministre et d'un service civil dédié à son développement.

De nombreux ministères au sein du gouvernement ont une forte incidence sur la durabilité du tourisme, tel que mentionné dans la sous-colonne 1.1 et illustré à l'annexe 3. Il s'agit notamment des ministères de haut niveau chargés des affaires étrangères, de la sécurité et de la direction du développement et la politique budgétaire, les ministères chargés de la planification et de la gestion des ressources clés, tels que l'environnement et les transports, ainsi que ceux couvrant des secteurs et des fonctions telles que la culture et l'agriculture. La coordination et la coopération entre eux est vitale et devrait être facilitée par des structures et des processus appropriés.

La gouvernance du tourisme ne se limite pas seulement au domaine du gouvernement. La position du secteur privé est d'égale importance. Le tourisme est essentiellement une activité économique avec des entreprises responsables de la plupart des installations et services tels que l'hébergement, les activités et les transports. Le secteur privé devrait être impliqué à la planification, au développement et à la gestion du tourisme.

De plus en plus, la collaboration public-privé ou des partenariats plus formels (PPP)<sup>25</sup> se trouvent dans les structures de gouvernance du tourisme et également dans la prestation de diverses fonctions et services touristiques. Les PPP peuvent aider à générer des fonds pour le développement du tourisme, la mise en commun des connaissances et de l'expérience, et s'assurer que les projets sont mis en œuvre rapidement et de manière transparente.

<sup>25</sup> La Commission européenne définit les partenariats public-privé comme «formes juridiques de la coopération entre les autorités publiques et le monde des entreprises qui visent à assurer le financement, la construction, la rénovation, la gestion ou l'entretien d'une infrastructure ou la fourniture d'un service» Commission de la Communauté européenne (2004), *Livre vert sur les partenariats public-privé et le droit communautaire des marchés publics et des concessions*, Bruxelles



Un certain nombre d'autres types d'intervenants dans le tourisme peuvent aussi contribuer efficacement à son développement et à la gestion; ils peuvent également jouer un rôle précieux dans les structures de gouvernance. Il s'agit notamment des ONG, des institutions de recherche et d'enseignement et d'autres organismes de la société civile.

Les ONG ont un rôle très important à jouer dans le tourisme et en particulier dans le travail pour le rendre plus durable. En particulier, il s'agit notamment des ONG travaillant dans les domaines concernant les moyens de subsistance durables, l'autonomisation des communautés, les questions de l'égalité des genres, la conservation de l'environnement et du patrimoine culturel. Celles-ci peuvent être des ONG internationales, nationales ou locales, et elles peuvent intervenir dans le tourisme à la fois au niveau national et au niveau local dans les pays en développement. Les fonctions importantes qu'elles occupent leur permettent de fournir : la représentation des intérêts spécifiques; fournir des connaissances et des compétences techniques, le renforcement des capacités, faciliter et coordonner l'activité entre les intervenants.

Les organismes de recherche, d'éducation et de formation, y compris les universités, les instituts de formation et les experts individuels, peuvent apporter une contribution significative au développement du tourisme durable. Leurs activités peuvent être largement éducatives, permettant le renforcement de la sensibilisation et la compréhension du secteur du tourisme, y compris les questions relatives à son impact et à sa durabilité, à des domaines ciblés, aux prestations de formation et la capacité d'améliorer les connaissances et les compétences dans les matières techniques spécifiques.

De nombreux pays en développement ont traversé un processus de décentralisation de la gouvernance globale. Il est très important que les structures de gouvernance efficaces pour le tourisme soient en place localement. C'est au niveau de la destination locale que de nombreux services vitaux du tourisme sont délivrés, où les impacts socio-économiques et environnementaux positifs et négatifs du tourisme sont les plus apparents, nécessitant une planification et une gestion locale saine. Dans de nombreux pays, il existe une tendance croissante à ce que la gouvernance locale du tourisme soit fondée sur la collaboration et les partenariats public-privé ou multipartite, parfois sous la forme d'organismes de gestion des destinations (OGD). L'importance de l'implication des communautés locales dans la planification et le développement du tourisme dans la région est aussi largement reconnue.

À tous les niveaux de gouvernance, il est important que les responsables du développement et de la gestion du tourisme aient des connaissances et des compétences suffisantes pour s'acquitter de leurs tâches, notamment dans l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies et des actions visant à améliorer la durabilité du tourisme et sa contribution au développement durable. Cela devrait inclure une compréhension du concept de tourisme durable, y compris ses différents objectifs, les instruments disponibles pour rendre le secteur du tourisme plus durable, ainsi que les rôles et responsabilités du gouvernement, du secteur privé et de la société civile. La sensibilisation et les connaissances doivent comprendre les impacts économiques, sociaux et environnementaux du tourisme et les possibilités d'utiliser le tourisme positivement pour soutenir la réduction de la pauvreté et la conservation du patrimoine naturel et culturel.

## Sujet 1

### L'efficacité d'une structure de direction centrale pour le tourisme

#### *Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses/les besoins*

##### **(a) Y a-t-il un ministère, un département ou une unité au sein du gouvernement dédié au tourisme?**

Certains pays peuvent se permettre de créer un ministère dédié au tourisme. Dans d'autres, il peut faire partie d'un ministère commun, qui normalement relie la culture, les ressources naturelles ou le développement économique. Dans ce dernier cas, il est important qu'il y ait une structure politique et administrative distincte, identifiable et dédiée au tourisme. Un indicateur de la place accordée au tourisme pourrait être évaluée par la présence d'un Secrétaire d'Etat ou un Ministre du Tourisme et quel niveau d'ancienneté ils ont.

**(b) Existe-t-il un organisme de prestation gouvernemental distinct pour le tourisme ayant une structure inclusive et un rôle clair, qui soutient le tourisme durable?**

Alors que dans certains pays, la gouvernance du tourisme et les fonctions de prestation peuvent être accordées au ministère, normalement il est plus fréquent et généralement plus efficace que les fonctions clés soient menées par un ou plusieurs organismes distincts qui peuvent être établis par la loi. Ils peuvent inclure une Autorité du tourisme national, avec des vastes fonctions, ou bien une organisation nationale du tourisme (ONT) qui peut se concentrer sur le marketing et la promotion. Tous ces organismes devraient soutenir le tourisme durable à travers leurs activités. Leurs structures de gouvernance devraient inclure le secteur privé et d'autres intérêts. Leurs rôles doivent être clairement définis et distingués de ceux des ministères du tourisme pour éviter les chevauchements.

**(c) Est-ce que ces organes de gouvernance du tourisme fonctionnent efficacement et quels sont leurs besoins principaux?**

L'efficacité des ministères et des organismes touristiques varie. Là où l'efficacité est moins forte, elle peut être due à des contraintes et des besoins identifiables. Ceux-ci peuvent inclure, entre autres:

- Ressources humaines et financières limitées
- Le manque d'expérience, des connaissances et de compétences générales ou sur des sujets spécifiques
- Soutien politique faible ou soutien élevé des intervenants.

**(d) Est-ce que les besoins en matière de compétences au sein des organismes de gouvernance du tourisme sont abordés et évalués effectivement, y compris les questions de développement durable?**

Les connaissances et les compétences devraient être évaluées par des audits réguliers. Les besoins peuvent être abordés par la formation et le renforcement des capacités. La compréhension des enjeux du développement durable peut venir en partie de l'expérience, mais aussi en participant à des cours de formation adéquats.

**(e) Le pays est-il engagé activement avec les organismes mondiaux et régionaux ainsi qu'avec d'autres pays en matière de développement et gestion du tourisme?**

La gouvernance au niveau national peut être renforcée par la participation à des structures qui existent au niveau mondial ou régional qui soutiennent le tourisme, à travers l'échange de connaissances et de compétences et l'engagement dans des activités conjointes. Les pays devraient travailler avec leurs voisins, le cas échéant, sur les politiques de tourisme, la planification, les stratégies et les actions à leur avantage mutuel. Cela peut couvrir un large éventail de questions telles que la promotion conjointe, la conservation des actifs transfrontaliers, les transports et l'accessibilité, y compris les dispositions en matière de visas.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Revoir le mandat, les rôles et les fonctions du ministère chargé du tourisme et de l'Organisation nationale du tourisme
- Revoir le niveau, l'utilisation et la suffisance des ressources allouées aux Ministère du Tourisme et de l'ONT
- Renforcer le profil du Ministère du Tourisme et de l'ONT
- Assurer le renforcement des capacités et la formation des compétences pour les responsables du tourisme et les principaux acteurs impliqués dans la gouvernance, y compris dans les questions de durabilité
- Renforcer les liens mondiaux et régionaux

**Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public/ privé

1.10 Formation pour le renforcement des capacités des responsables du tourisme

1.11 Programme de formation des cadres

1.12 Développement des capacités des institutions liées au tourisme – Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales

## Sujet 2

### L'engagement des intérêts des parties prenantes dans la gouvernance du tourisme national

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

- (a) *Y a-t-il une structure ou un processus d'engagement d'autres ministères en matière de gouvernance du tourisme?*

Les structures de liaison interministérielle et l'engagement au sein du gouvernement varient selon les pays. Certains pays ont mis en place des structures, comme les comités de tourisme inter-gouvernementaux, qui rassemblent les principaux ministères pour discuter spécifiquement sur le tourisme. Dans d'autres, on aborde les questions liées au tourisme lors des réunions générales parmi les secrétaires permanents ou au sein du cabinet, ce qui peut se produire régulièrement ou très rarement. Dans d'autres, la liaison parmi les ministères peut simplement être ponctuelle et informelle.

- (b) *Existe-t-il une structure ou un processus de participation d'un éventail d'acteurs du tourisme dans la gouvernance?*

Cela peut aider à renforcer la confiance pour des intérêts différents, en veillant à ce que la politique et les actions du gouvernement tiennent compte des besoins de l'industrie et de la réalité, et à coordonner le développement et la mise en œuvre des plans et stratégies.

Un certain nombre de pays ont établi des comités nationaux ou des forums pour le tourisme qui rassemblent un éventail de parties prenantes, y compris les différents ministères (comme ci-dessus), des représentants du secteur privé (voir plus loin au numéro 3 ci-dessous), et un éventail d'organismes de la société civile. Des petits comités multipartites et des groupes de travail peuvent être établis pour des thématiques précises.

- (c) *Est-ce que les ONG et les organismes d'enseignements et de la société civile sont engagés dans les structures nationales de gouvernance touristique?*

Ces organes peuvent être impliqués directement dans les structures de gouvernance multi-acteurs ou des forums, ou ils peuvent être engagés et régulièrement consultés dans le cadre de la gouvernance.

- (d) *Est-ce que la structure multipartite fonctionne de manière efficace et a-t-elle besoin d'être renforcée?*

La structure doit se réunir régulièrement, être bien assistée, fournir une plate-forme solide pour le dialogue et la coordination et être en mesure d'offrir un programme d'action relatif à la stratégie touristique. Les faiblesses de chacun de ces aspects doivent être étudiées. Les problèmes de capacité peuvent porter en partie sur la disponibilité des ressources humaines et financières suffisantes à gérer le fonctionnement de l'organisme. La structure dans son ensemble devrait avoir des connaissances et des compétences suffisantes, y compris sur les questions relatives à la durabilité du tourisme.

- (e) *A-t-on pris des mesures pour promouvoir la sensibilisation et l'intérêt du public?*

Il est important de stimuler l'intérêt des parties prenantes et veiller à ce que la participation à des structures de gouvernance est maintenue au fil du temps. De même, il est nécessaire de générer une sensibilisation plus large du public, pour le soutien et l'intérêt pour le tourisme et les enjeux et les mesures qui ont été prises. Ceci est surtout basé sur une bonne communication, y compris un engagement efficace avec les médias.

### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Mettre en place une commission interministérielle pour discuter et prendre des décisions sur les activités qui influencent le développement du tourisme et sa durabilité.
- Revoir les niveaux de communication et de coopération entre les organismes d'intervenants touristiques
- Établir et maintenir un Conseil des parties prenantes ou un forum pour le tourisme
- Développez le niveau d'engagement des ONG et d'autres intérêts de la société civile
- Renforcer la capacité de toute structure multipartite existante ou nouvelle
- Sensibiliser et connaissance du tourisme parmi un éventail de parties prenantes et les institutions qui peuvent influencer sur la compétitivité et la durabilité
- Renforcer l'engagement des médias et de la communication à propos des questions du tourisme et des mesures prises

#### *Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:*

*1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public-privé*

*1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion*

*1.12 Développement des capacités des institutions liées au tourisme – Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales*

*5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable*

#### Structures de partenariat national dans gouvernance du tourisme

En **Tanzanie**, les rapports entre la confédération du secteur privé et le ministère étaient plutôt informels. Toutefois, dû à un manque de continuité et à un changement du personnel, il a été décidé de formaliser le dialogue. Un protocole d'accord a été signé entre les deux institutions et un forum de partenariat public-privé a été créé en 2010 qui se réunit deux fois par an. Le forum est composé de personnes avisées qui sont capables de prendre des décisions, et comprend le ministère, l'office du tourisme et des représentants des parcs nationaux, le collège national du tourisme et une dizaine d'associations du secteur privé. D'autres ministères, notamment celui dédié à l'environnement, peuvent être invités, le cas échéant. Plutôt que d'être un lieu pour discuter les différends, comme dans le passé, le forum s'occupe des politiques et de leur mise en œuvre et veille à ce que les mesures convenues soient respectées et mises en place.

Au **Cameroun**, le Conseil national du tourisme compte 23 membres, dont des représentants de quelque 13 ministères, du secteur privé et de la société civile. Sous la présidence du Premier ministre, il agit comme un organe de coordination interministérielle et inclut la participation du secteur privé. Il se réunit deux fois par an (avec des réunions plus fréquentes parmi les comités techniques spécialisés) et discute de toutes les questions de tourisme urgentes ce qui permet au cabinet du tourisme de coordonner les divers organismes gouvernementaux facilement et en fonction des besoins.

## Sujet 3

### L'implication du secteur privé et l'utilisation des partenariats public-privé

#### *Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

##### *(a) Ya-t-il des structures claires qui rassemblent et représentent les entreprises du secteur privé?*

L'existence d'organismes membres et d'autres réseaux est très importante, elle permet aux entreprises du secteur touristique à influencer la gouvernance du tourisme et de bénéficier de décisions et des actions qui en découlent. De nombreux pays en développement ont des associations professionnelles pour les hôtels, les restaurants, les voyagistes, les guides et autres prestataires de services, parfois coordonnés en une seule fédération du tourisme ou liés à des organismes commerciaux plus larges, tels que les Chambres de Commerce.

**(b) Est-ce que les structures existantes du secteur privé ont les capacités adéquates pour être efficaces?**

Souvent, les associations du secteur privé sont sous-financées. Les initiatives visant à les aider à développer le nombre d'adhérents, les activités et les communications peuvent être un bon moyen de renforcer la sensibilisation au sein du secteur du tourisme.

**(c) Dans quelle mesure le secteur privé collabore-t-il avec la structure de gouvernance du tourisme?**

Des variations considérables peuvent être trouvées dans le niveau et la nature de la participation du secteur privé dans la gouvernance du tourisme. Les études sur la collaboration des intervenants ont identifié les degrés d'engagement entre le gouvernement et le secteur privé de la simple information à la consultation systématique, à la prise de décision collective et l'exécution de programmes conjoints<sup>26</sup>. Cela peut être affecté par le degré d'engagement avec différentes structures, telles que la représentation relative à l'Organisation nationale du tourisme.

**(d) En général, dans quelle mesure le secteur privé est-il engagé et collabore avec les politiques de tourisme durable?**

Alors que cette question est couverte plus spécifiquement dans d'autres piliers à l'égard de différents aspects du tourisme durable, il est utile d'avoir une vue d'ensemble du niveau d'engagement du secteur privé pour la durabilité du tourisme, dans le cadre de la politique du tourisme et de la gouvernance.

**(e) Dans quelle mesure les partenariats public-privé sont utilisés dans le développement et la gestion du tourisme?**

Les partenariats public-privé peuvent être utilisés dans la gouvernance du tourisme à un niveau macro et micro et à la prestation d'un large éventail de services touristiques. Les exemples comprennent: la création et la diffusion de campagnes de marketing, un rôle dans la diffusion des services d'information, le développement des infrastructures, les concessions commerciales d'exploitation, la formation et la recherche en entreprise.

**(f) Est-ce que les conditions sont adéquates pour établir des PPP et est-ce qu'ils fonctionnent efficacement?**

Les partenariats public-privé se caractérisent par une relation de type commercial, les procédures de prise de décision communes, le partage des risques et des relations contractuelles à long terme. Les PPP peuvent être difficiles à établir et souvent, ils échouent dus souvent à la méfiance, au manque de ressources et au manque d'expérience. Dans les pays en développement les PPP sont souvent inexistantes à cause du manque de savoir-faire quant à leur mise en place et l'ignorance les avantages qu'ils peuvent apporter.

**(g) Est-ce que l'on favorise d'autres formes de modèle d'affaires et structures dans le tourisme?**

Alors que les PPP impliquent un engagement conjoint des secteurs public et privé, il existe d'autres moyens par lesquels l'activité du secteur privé et des exploitants d'entreprises touristiques peuvent impliquer un plus grand nombre de parties prenantes et offrir un programme plus vaste. Ceux-ci peuvent aller de programmes de RSE des entreprises individuelles en passant par la création de coopératives et les entreprises sociales. Cela concerne également le pilier 2, couvrant l'investissement, et le pilier 4 sur la réduction de la pauvreté.

<sup>26</sup> OMTet SNV (2010a) *Joining Forces - Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism*

### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Renforcer et soutenir les associations et les réseaux du secteur privé
- Renforcer le niveau d'engagement du secteur privé dans les structures et processus de gouvernance
- Examiner l'efficacité et identifier les défis auxquels font face les PPP existants
- Identifier les meilleures opportunités pour les initiatives de PPP dans le tourisme et formuler des recommandations et de l'assistance dans leur mise en place
- Envisager d'autres structures pour l'engagement et des partenariats du secteur privé
- Renforcer les capacités des parties prenantes

### *Services existants répondant à la question: qui peut soutenir les actions possibles?*

#### *1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public/ privé*

## Sujet 4

### L'efficacité de la gouvernance du tourisme au niveau local

#### *Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

**(a) Existe-t-il un processus efficace pour impliquer les structures de l'administration locale dans le tourisme?**

Ceci est de plus en plus reconnu comme un enjeu essentiel dans les pays en développement. L'efficacité dépendra en partie de:

- Engagement vis-à-vis de la décentralisation et soutien de cette cause de la part des organismes nationaux
- La clarté, la compréhension et l'entente par rapport aux responsabilités en matière de planification du tourisme et de la gestion des instances régionales et des communautés locales
- La participation de tous les ministères concernés au niveau local (par exemple, la planification, l'environnement, etc)
- La capacité des collectivités locales à remplir les fonctions nécessaires.

**(b) Existe-t-il une coordination efficace entre la gouvernance du tourisme national, régional et local?**

Ceci peut être réalisé par la mise en place d'un organe de coordination qui permet la communication bidirectionnelle entre le niveau national et local et entre les destinations locales. Les possibilités d'échanger les expériences et de s'engager dans l'apprentissage mutuel et le développement doivent être encouragées. Parfois les destinations peuvent mieux réussir en travaillant ensemble.

**(c) Existe-t-il des structures au sein de la destination qui impliquent le secteur privé et les autres parties prenantes dans la gouvernance et la promotion du tourisme?**

Cela peut être un facteur déterminant dans le succès de la gouvernance du tourisme, influençant les performances et la durabilité du tourisme sur le terrain. Les Organismes de gestion de la destination OGD et les structures similaires peuvent être très rares dans les pays en développement.

**(d) Est-ce que les communautés locales sont impliquées dans la gouvernance du tourisme dans leur région?**

La participation communautaire dans la planification et la prestation doit être considérée comme une exigence d'un tourisme durable et une question de principe. Cela peut se produire aussi bien au niveau du village et de la représentation de la communauté qu'au niveau d'instances supérieures de gouvernance. La notion de «communauté» et l'identification des personnes qui peuvent réellement

représenter leurs intérêts peut être difficile à définir et varie selon les pays. Dans certains endroits, les structures traditionnelles, y compris les anciens et les chefs, peuvent jouer un rôle important. Dans d'autres, les conseils de village peuvent être bien placés pour le faire.

**(e) Est-ce que les ONG et autres organisations de la société civile sont impliquées dans les structures de gouvernance du tourisme local?**

Celles-ci peuvent inclure les organismes représentants, par exemple, la conservation, la culture et les questions liées à l'égalité des sexes. L'éducation locale et les organismes de formation doivent également être impliqués.

**(f) Est-ce que les structures locales fonctionnent efficacement et qu'est ce qui leur permettrait d'améliorer leur performance?**

Il est instructif d'examiner où se trouvent les principales faiblesses. Les capacités et les ressources, tant financières qu'humaines, sont souvent encore plus limitées au niveau local qu'au niveau national.

**(g) Est-ce que les personnes chargées de la gouvernance du tourisme localement ont assez d'expérience et de compétences, y compris dans les aspects de la durabilité du tourisme?**

Cela est susceptible de varier considérablement à un niveau local. Un bilan de compétences peut aider à clarifier les besoins. Normalement, les compétences pertinentes proviennent de l'expérience, mais elles pourraient être renforcées par la formation.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Renforcer la prise de conscience du développement du tourisme et des problèmes de gestion au niveau local
- Améliorer la coordination entre la gouvernance et l'action nationale et locale du tourisme
- Encourager la planification du tourisme au niveau local, le cas échéant
- Aider le développement et le fonctionnement des structures de gouvernance multi-acteurs pour le tourisme dans les destinations locales, y compris la participation du secteur privé et des ONG locales
- Travailler avec les communautés locales afin de renforcer leur compréhension du tourisme et d'accroître leur engagement en matière de gouvernance
- Assurer le renforcement des capacités des organismes d'intervenants touristiques à échelle locale, notamment par des visites et des échanges avec d'autres régions
- Améliorer la sensibilisation et les connaissances locales des questions de durabilité dans le tourisme à travers la communication et la formation

**Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public/ privé

1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion

1.12 Développement des capacités des institutions liées au tourisme – Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales

1.13 Gestion planifiée des destinations

2.06 Plan de marketing et de promotion

5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable



### Structures de gouvernance du tourisme au niveau local

La **région de la côte ouest du Ghana** a un littoral attractif de 172 kilomètres ainsi qu'un patrimoine culturel intéressant. Une Organisation de gestion de la destination a été créée pour la région comme une alliance publique-privée et légalisée en 2010. Il s'agit d'un réseau des principales entreprises privées (notamment les stations balnéaires), le Bureau régional de la planification économique, le bureau régional de l'office du tourisme du Ghana, les intérêts de conservation, les collectivités locales (assemblées de district) et des ONG. L'initiative a été soutenue par la SNV et le gouvernement italien, en collaboration avec l'OMT. L'OGD soutient et coordonne un programme de marketing et une variété d'initiatives de développement de produits et de formation. La présence de l'OGD a encouragé l'investissement dans cinq nouveaux hôtels. Afin de renforcer la gouvernance et l'engagement à un niveau plus local dans la région, les comités de développement du tourisme Ville ont été mis en place dans les principales communautés d'accueil des touristes, avec du personnel qui a été formé grâce au soutien de l'OMT.

L'**État du Kerala, en Inde** a adopté le concept de tourisme responsable dans ses politiques et actions de soutien au secteur. Un aspect clé de la stratégie a consisté à engager les communautés locales de manière proactive. Ceci a été fait par le biais de l'élaboration d'une gamme d'expériences des visiteurs au niveau du village, y compris les visites guidées du village et l'engagement dans diverses activités du patrimoine culturel, ainsi que le renforcement des chaînes d'approvisionnement parmi les agriculteurs locaux et les entreprises du tourisme. Une structure de gouvernance locale efficace est fondamentale pour la réussite de la démarche. Il a été constaté qu'il fallait une structure de quatre parties prenantes au niveau communautaire réunissant:

- Le Grama Panchayat, la propre gouvernance du village, le niveau plus local de l'administration en Inde.
- Le Ministère du Tourisme du Kerala.
- Les représentants du secteur du tourisme local, tels que les entreprises d'hébergement et les hôtels
- Les animateurs et animatrices de groupes communautaires locaux, tels que les producteurs de produits alimentaires, les responsables de l'artisanat et les guides.



## QUESTIONNAIRE - PILIER 1 POLITIQUE DU TOURISME ET DE LA GOUVERNANCE

Pour faciliter l'assimilation rapide de la situation, les colonnes ci-après les questions offrent la possibilité d'attribuer une note, le cas échéant. Ceci est basé sur le barème suivant:

1	La situation paraît très faible et les besoins sont importants	Priorité d'action <b>Élevée</b> ↓ <b>Faible</b> Priorité d'action
2	La situation paraît faible et/ou doit être améliorée	
3	La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante	
4	La situation semble satisfaisante	
5	La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres	
X	Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué	

### 1.1 La position du tourisme dans les politiques et programmes de développement

#### Sujet 1: Le niveau de reconnaissance accordé au tourisme dans les politiques de développement

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			<div><div></div><div>→</div></div>					
			Elevée			Faible		
			1	2	3	4	5	
a	Le tourisme a-t-il une reconnaissance suffisante dans les études et les cadres de développement dans le pays?							
b	Le tourisme est-il considéré comme un secteur prioritaire par le gouvernement dans ses propres politiques de développement?							
c	Le tourisme est-il reconnu comme un secteur prioritaire par les ministères qui ont un impact sur le développement du secteur?							
d	Quel soutien est-il donné au tourisme dans le budget national?							
e	Quels facteurs peuvent inhiber la reconnaissance accordée au tourisme?							

#### Sujet 2: L'étendue et la nature de l'aide internationale pour le développement du tourisme durable


a	Y a-t-il de grands projets ou des initiatives actuelles ou récentes en matière de tourisme durable qui reçoivent de l'aide internationale et de qui?							
b	En général, est-il considéré que les projets d'assistance actuels et récents ont été un succès et des leçons peuvent-elles être tirées?							
c	Y a-t-il une coordination suffisante entre les agences internationales dans leur soutien pour le tourisme durable?							

### 1.2 La politique du tourisme et du cadre réglementaire

#### Sujet 1: L'existence d'une politique du tourisme et des plans stratégiques, suffisants pour guider le développement du tourisme

a	Y a-t-il une politique du tourisme clairement élaborée?							
b	La politique engage-t-elle les éléments du tourisme durable?							
c	Le pays est-il signataire du Code mondial d'éthique du tourisme et la politique reflète-t-elle cela?							
d	Les implications financières et fiscales d'une politique de soutien au tourisme sont-elles prises en compte?							
e	Y a-t-il une stratégie bien documentée et exhaustive du tourisme national et / ou un plan directeur pour le tourisme?							

QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
		<div><div></div><div>Elevée</div><div>Faible</div></div>					
		1	2	3	4	5	
f	L'élaboration de la politique du tourisme et du plan de stratégie /plan directeur ont-ils inclus la consultation et la participation des intervenants?						
g	Le plan de stratégie / le plan directeur du tourisme est-il à jour, ou va-t-il être révisé?						
h	Les actions et les responsabilités sont-elles clairement définies et chiffrées dans le plan?						
i	Les stratégies / les plans du tourisme tiennent-ils compte du contexte régional et des opportunités?						
j	Les stratégies du tourisme / les plans ont-ils été préparés pour des destinations spécifiques et sont-ils nécessaires?						
Sujet 2: La mise en œuvre et le suivi de la politique / stratégie / plan							
a	Est-ce que le plan politique / stratégie touristique est effectivement mise en œuvre?						
b	Tous les acteurs concernés participent-ils pleinement à sa mise en œuvre?						
c	Que pourrait freiner la mise en œuvre?						
d	Les progrès et les résultats sont-ils suivis et examinés?						
Sujet 3: L'adéquation de la législation et de la réglementation affectant le tourisme							
a	Existe-t-il une législation spécifique du tourisme (par exemple Loi sur le tourisme) qui soit adapté à l'usage?						
b	La législation sur le tourisme est-elle pleinement mise en œuvre?						
c	La législation du tourisme traite de façon adéquate les rôles et les responsabilités au niveau local?						
d	Est-ce que d'autres lois en vigueur répondre aux besoins du tourisme durable et sont-elles appliquées dans le secteur?						
e	Le développement d'un tourisme durable est-il aidé ou freiné par les réglementations, par la façon dont elles sont appliquées?						
1.3 La gouvernance du tourisme et la configuration institutionnelle							
Sujet 1: L'efficacité d'une structure de direction centrale pour le tourisme							
a	Y a-t-il un ministère, un département ou une unité au sein du gouvernement dédié au tourisme?						
b	Y a-t-il un organisme de prestation gouvernemental distinct pour le tourisme ayant une structure inclusive et un rôle clair qui soutienne le tourisme durable?						
c	Est-ce que ces organes de gouvernance du tourisme fonctionnent efficacement et quels sont leurs besoins principaux?						
d	Est-ce que les besoins en matière de compétences au sein des organismes de gouvernance du tourisme sont abordés et évalués effectivement, y compris les questions de développement durable?						
e	Le pays s'engage-t-il activement avec les organismes mondiaux et régionaux ainsi qu'avec d'autres pays en matière de développement et gestion du tourisme?						
Sujet 2: L'engagement des parties prenantes dans la gouvernance du tourisme national							
a	Y a-t-il une structure ou un processus d'engagement des autres ministères en matière de gouvernance du tourisme?						
b	Y a-t-il une structure ou un processus de participation d'un éventail d'acteurs du tourisme dans la gouvernance du tourisme?						
c	Est-ce que les ONG et les organismes d'enseignements et autres de la société civile sont engagés dans les structures nationales de gouvernance touristique?						

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
								
			Elevée			Faible		
			1	2	3	4	5	
d	Est-ce que la structure multipartite fonctionne de manière efficace et a-t-il besoin d'être renforcé?							
e	A-t-on pris des mesures pour promouvoir la sensibilisation et un intérêt public plus élevé?							
Sujet 3: L'implication du secteur privé et l'utilisation des partenariats public-privé								
a	Y a-t-il des structures claires qui rassemblent et représentent les entreprises du secteur privé?							
b	Est-ce que les structures existantes du secteur privé ont les capacités adéquates pour être efficaces?							
c	Dans quelle mesure le secteur privé collabore-t-il avec la gouvernance du tourisme?							
d	En général, dans quelle mesure le secteur privé est-il engagé et collabore avec les politiques de tourisme durable?							
e	Dans quelle mesure les partenariats public-privé sont-ils utilisés dans le développement et la gestion du tourisme?							
f	Est-ce que les conditions sont adéquates pour établir des PPP et fonctionnent-ils efficacement?							
g	Est-ce que l'on a soutenu d'autres formes de modèle d'affaires et structures dans le tourisme?							
Sujet 4: L'efficacité de la gouvernance du tourisme au niveau local								
a	Existe-t-il un processus efficace pour impliquer les structures de l'administration locale dans le tourisme?							
b	Y a-t-il une coordination efficace entre la gouvernance du tourisme national, régional et local?							
c	Existent-il des structures au sein de la destination qui impliquent le secteur privé et les autres parties prenantes dans la gouvernance et la distribution du tourisme?							
d	Est-ce que les communautés locales sont impliquées dans la gouvernance du tourisme dans leur région?							
e	Est-ce que les ONG et autres organisations de la société civile sont impliquées dans les structures de gouvernance du tourisme local?							
f	Est-ce que les structures locales fonctionnent efficacement et qu'est ce qui leur permettrait d'améliorer leur performance?							
g	Est-ce que les personnes chargées de la gouvernance du tourisme localement ont assez d'expérience et de compétences, y compris dans les aspects de la durabilité du tourisme?							

## Pilier 2 Performance économique, investissement et compétitivité

Le tourisme contribue de façon majeure au développement des échanges au niveau mondial, il représente au total 9% du PIB mondial et plus de 29% des exportations de services (44% pour les PMA). Pour de nombreux pays en développement, il est l'une des principales sources de recettes en devises. C'est le seul secteur de services dans lequel les pays en développement ont toujours enregistré des excédents commerciaux par rapport au reste du monde. Dans près de la moitié des PMA dans le monde, le tourisme se classe dans les trois premiers rangs du secteur des exportations. Cependant, pour les pays dépendants de ce secteur d'échanges et pour être en mesure de maintenir et de renforcer cette position, mais aussi pour d'autres pays qui sont en mesure de développer le tourisme dans leur économie, les conditions doivent être favorables pour l'investissement et la croissance de l'entreprise, tout en veillant à répondre aux principes du tourisme durable, détaillés largement dans ce document.

Si le tourisme est appelé à jouer pleinement son rôle dans la croissance économique, il faut apporter une reconnaissance et un soutien appropriés dans la conception des politiques de développement du commerce, de l'investissement et des affaires. Cela signifie que les données sur le tourisme, démontrant leur contribution à l'économie, doivent être solides et convaincantes. Cela est également nécessaire pour guider la croissance du secteur, suivre les performances et adapter les politiques si besoin.

Pour que le tourisme réussisse en tant qu'outil de développement, le secteur doit être compétitif. Il faut avant tout que les produits et les expériences qu'un pays offre soient adéquates face aux marchés internationaux, tout en tenant compte également des opportunités de croissance dans les marchés régionaux et nationaux. Les pays et l'offre touristique doivent être présentés et promus de manière efficace, grâce à un plan marketing bien ciblé et mis en œuvre en tandem par les gouvernements et le secteur privé.

Le Forum Economique Mondial compare la compétitivité dans le cadre du tourisme des pays dit de "destinations du voyage" à l'aide d'un ensemble de 79 variables.<sup>16</sup> Celles-ci couvrent un large éventail de facteurs tels que l'environnement politique et réglementaire, l'accessibilité et la sécurité du pays, son infrastructure et ses ressources naturelles et culturelles. L'indice qui en résulte fournit des indications précieuses pour les pays en développement, le suivi et la comparaison de leur compétitivité touristique entre les uns et les autres ainsi qu'entre les économies développées. Différentes variables de l'indice, qui ne sont pas traitées de manière complète ou en détail dans ce document, sont reliées à certains des cinq piliers. Dans cette section du pilier 2, une attention particulière est accordée aux questions relatives à l'environnement du monde des affaires.

Quatre sous-piliers sont identifiés pour l'évaluation:

- **Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie**

La disponibilité de données sur le tourisme et la nécessité d'une amélioration dans la façon dont elles sont recueillies; l'utilisation de procédés établis pour la compréhension de la valeur économique du secteur à travers l'offre; les mesures axées sur l'offre et la demande et l'utilisation des comptes nationaux.

- **Commerce, investissement et environnement du monde des affaires**

Le contexte de stimulation du commerce et de l'investissement à travers l'inclusion du tourisme dans les négociations et les accords internationaux. Les facteurs d'évaluation comprennent également les niveaux d'investissement, une identification des obstacles à la croissance et à la création d'un environnement des affaires propice aux besoins du secteur du tourisme.

---

<sup>16</sup> World Economic Forum (2013) *The Travel and Tourism Competitiveness Report, 2013*

- **Marque, marketing et positionnement du produit**

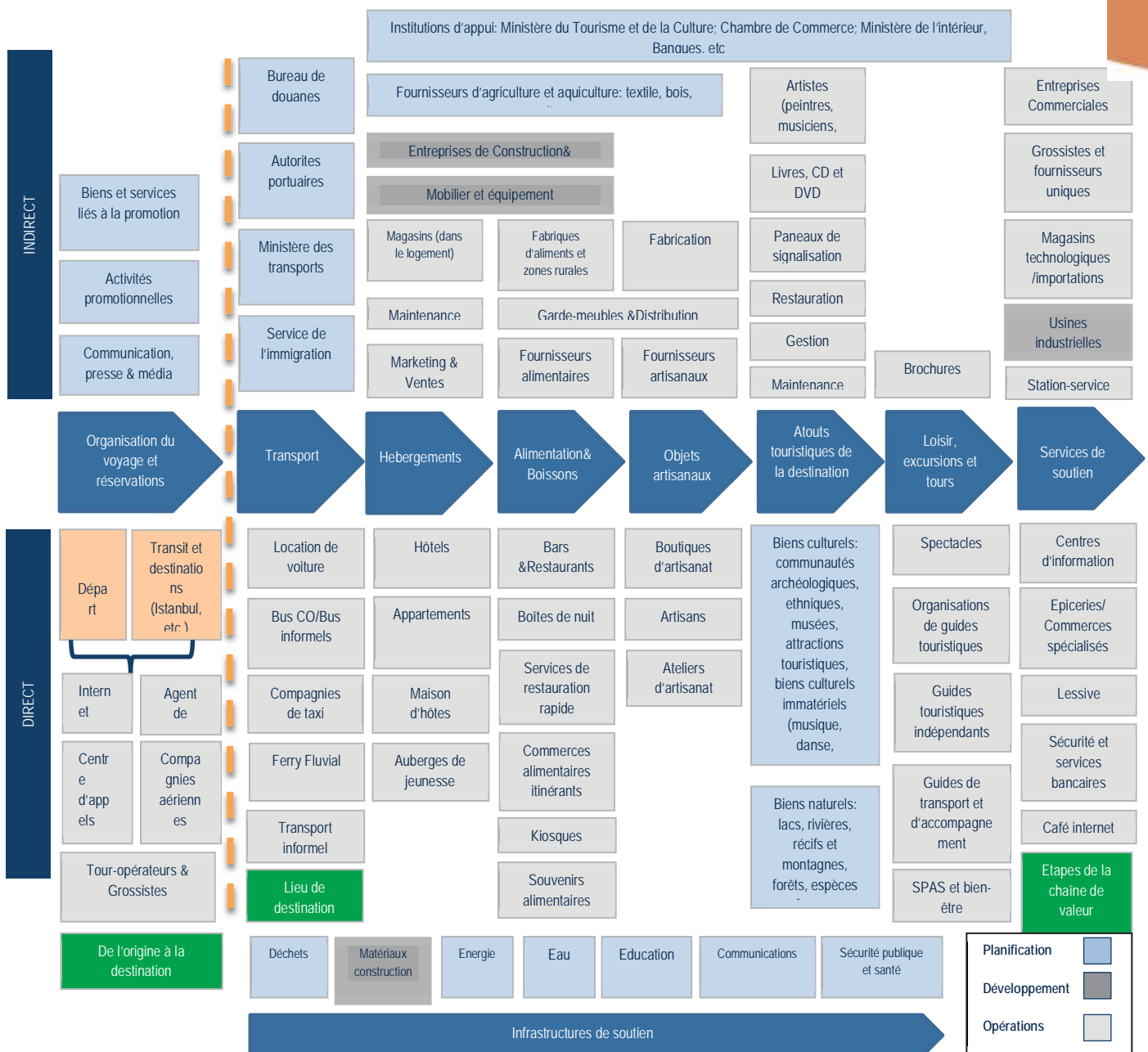
La transparence et la cohérence de l'image de marque de la destination d'un pays et l'exécution de son plan de marketing, soutenus par une offre et un ensemble de produits qui sont en mesure d'offrir la qualité et la diversité nécessaires par les marchés ciblés, identifiés.

- **Résilience et gestion des risques**

L'attention portée à éviter et gérer les chocs et crises dans le secteur du tourisme, de sources endogènes ou exogènes, afin de renforcer sa constance en tant que source de revenus et de prospérité.

Une grande partie du contenu de ce pilier reflète la complexité du tourisme en tant que secteur économique. Ceci est illustré par une présentation schématique de la chaîne de valeur du tourisme, illustré ci-dessous.

Pilier 2



Source: OMT adapté du Tourisme & Loisirs Europraxis en consultation avec plusieurs sources

## 2.1 Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie

L'importance d'améliorer la fiabilité, l'accessibilité et la transparence des statistiques en tant qu'un outil essentiel pour guider le développement économique est de plus en plus reconnue dans les forums internationaux et les différents pays. Un plan d'action pour l'intégration complète des statistiques, le libre accès aux statistiques, l'augmentation des ressources pour les systèmes statistiques a été approuvé par le quatrième Forum de Haut Niveau sur l'Efficacité de l'Aide en 2011.<sup>17</sup> Parmi les priorités identifiées : la nécessité d'assurer que le développement de données sectorielles soit entièrement intégré et synchronisé avec les stratégies nationales et régionales de statistique et l'élaboration de programmes visant à accroître les connaissances et les compétences requises pour utiliser efficacement les statistiques pour la planification, l'analyse, le suivi et l'évaluation. La disponibilité et la mesure des données sur le tourisme de qualité nécessite une participation active et la coordination entre les principaux acteurs, y compris du ministère du Tourisme, l'Office national des statistiques et d'autres organismes qui peuvent fournir des données ou s'engager dans sa collecte comme la Banque centrale, les autorités douanières et les associations professionnelles du tourisme.

Des données solides sur le tourisme sont une exigence fondamentale pour tous les aspects de la planification du tourisme. Afin de pouvoir évaluer le niveau concurrentiel d'un pays, il est essentiel d'être en mesure de suivre, par exemple, la croissance ou le déclin du nombre de visiteurs, de leurs dépenses, des principales raisons de leur visite, le nombre d'établissements de restauration pour les visiteurs, la part de marché mondial, et les performances par rapport aux différents marchés émetteurs.

Les données de base spécifiques au secteur du tourisme sont liées aux flux de visiteurs, aux dépenses et à la structure du secteur. La collecte régulière et cohérente des données des visiteurs internationaux (principalement entrants, mais aussi sortants) est nécessaire, et, des visiteurs domestiques (visiteurs de même jour et d'au moins une nuit sur place). Ces informations peuvent être recueillies par des enquêtes aux points d'entrée, des nuitées dans les hébergements ou d'autres points, des dépenses des visiteurs ou des registres du commerce. Les chiffres clés du côté de l'offre (c'est à dire sur les industries qui fournissent les visiteurs) comprennent le nombre et la taille des entreprises touristiques, leurs activités commerciales et les niveaux d'emploi et de salaire. Lorsque les données sont disponibles, elles devraient permettre de mesurer à la fois le secteur formel et informel, car ce dernier est particulièrement important pour la réduction de la pauvreté.

L'information statistique collectée sur les divers aspects du tourisme est essentielle pour progresser dans la connaissance du secteur, suivre ses progrès, pour la promotion et la gestion axée sur les résultats, et soulignant les enjeux stratégiques pour les décisions politiques. En 2011, dans le cadre d'un effort pour stimuler la comparabilité internationale des données sur le tourisme, tout en aidant les pays à envisager un plus large éventail (souvent existant) des données le tourisme. L'OMT a élargi considérablement la quantité de données et d'indicateurs statistiques demandés aux pays et les compile dans le *Compendium des statistiques du tourisme*<sup>18</sup>. Le *Compendium* fournit des données statistiques et des indicateurs sur le tourisme réceptif, émetteur et domestique, ainsi que sur le nombre et le type des industries du tourisme<sup>19</sup>, le nombre d'employés par industries du tourisme et des indicateurs macro-économiques liées au tourisme international.

En complément à ces informations, et inévitablement sur cette base, l'OMT a la capacité d'améliorer son approche pour le Compte satellite du tourisme (CST) comme le moyen de mesurer la contribution économique du tourisme dans un pays. Cela implique l'utilisation de données provenant de la demande (l'acquisition de biens et services lors d'un voyage de tourisme) et du côté de l'offre (la valeur des biens et

<sup>17</sup> PARIS21 (2011) *Statistics for Transparency, Accountability and Results: A Busan Action Plan for Statistics*

<sup>18</sup> UNWTO (2013) *Compendium of Tourism Statistics*

<sup>19</sup> The term 'tourism industries' used here may also be referred to as 'tourism activities'. A number of different tourism industries (such as accommodation) make up the tourism sector.

services produits par les industries résultants des dépenses des visiteurs) de l'économie. Un cadre méthodologique pour l'élaboration d'un CST a été défini, approuvé et documenté <sup>20</sup> par la communauté internationale (avec l'approbation de l'ONU) et est suivi par dans un certain nombre de pays. Le CST est composé de dix tableaux couvrant: les dépenses provenant du tourisme (réceptif), les dépenses du tourisme domestique, les dépenses du tourisme émetteur, les dépenses de tourisme interne (réceptif et domestique); le compte de la production des industries du tourisme, la valeur ajoutée brute (VAB) et le produit intérieur brut (PIB) attribuable à la demande touristique, l'emploi, les indicateurs et non monétaire, l'investissement et la consommation publique. La production d'un CST est un projet important, qui nécessite des ressources humaines et financières considérables, mais cela se justifie par sa valeur comme un plaidoyer fort et un outil de planification. Dans les pays ou des situations où les ressources ne peuvent pas être mises à la disposition pour commencer le développement d'un CST, un renforcement des capacités peut être proposé pour renforcer le système de statistiques nationales du tourisme.

## Sujet 1

### La qualité de la collecte et l'analyse des données

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

**(a) Existe-t-il un condensé complet et régulier de données sur les arrivées de visiteurs, des profils et des activités?**

Les systèmes nationaux de statistiques des pays en développement varient considérablement, et sont inévitablement conditionnés par les statistiques collectées, dans le champ d'application et la qualité des données sur le tourisme de base des données recueillies et disponibles. L'OMT a identifié dans son Compendium des statistiques du tourisme un ensemble des données et des indicateurs qui peuvent être considérés «de base» pour la plupart des pays.<sup>21</sup> Les faiblesses dans les systèmes de statistiques du tourisme des pays peuvent se rapporter à la fréquence de collecte, les lacunes dans le contenu et la méthodologie employée. L'évaluation technique des besoins peut être nécessaire.

**(b) Est-ce que la collecte et la présentation des données couvrent de façon adéquate et différenciée le but des voyages des visiteurs nationaux et internationaux?**

Les marchés domestiques sont de plus en plus importants dans les pays en développement. Ils exigent un traitement différent dans la collecte des données. Par ailleurs, afin de bien comprendre la nature du tourisme, il est nécessaire d'être en mesure de reconnaître les différentes contribution faite par des voyages à des fins de loisirs, pour affaires ou la visite des amis et parents.

**(c) Est-ce que l'on recueille de l'information sur la structure et la performance du secteur du tourisme et de l'emploi?**

Certaines de ces données sur l'offre peuvent être disponibles à partir de statistiques des industries générales du pays. Cela peut couvrir les hôtels, par exemple. Toutefois, des informations supplémentaires peuvent être nécessaires à partir de différents types d'activités touristiques.

<sup>20</sup> UNWTO (2008a) *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework* and UNWTO (2008b) *International Recommendations for Tourism Statistics*, 2008

<sup>21</sup> These include data on: visitors (overnight, same day, origin etc.); trips (purpose, duration, expenditure etc.); tourism industries (size, output etc.); and employment (number, status etc.)



**(d) *Quels facteurs peuvent être un obstacle à la mise en place d'un système efficace de collecte de données?***

Un certain nombre de facteurs doivent être considérés, notamment le manque d'engagement à mesurer, le manque de coordination entre les organismes gouvernementaux et les intervenants du secteur privé, manque de sensibilisation vis-à-vis de ce qui est nécessaire, le manque d'expertise et de ressources insuffisantes.

**(e) *Est-ce que l'on a mis en œuvre une analyse des CST ou similaire afin d'estimer la contribution économique du tourisme?***

Certains pays peuvent être engagés dans le processus CST complet, tandis que d'autres peuvent être engagés dans une analyse plus limitée de données pour estimer la contribution économique et certains ne sont pas engagés dans ce domaine.

**(f) *Quels sont les besoins et les exigences d'un CST complet?***

Le processus CST est bien documenté, mais la compréhension de celui-ci peut être consolidée par des exercices de renforcement des capacités. L'effort important et le niveau de ressources nécessaires pour produire un TSA doivent être reconnus.

**(g) *Quels sont les facteurs qui peuvent être un obstacle dans le développement d'un CST?***

Les questions liées à la collecte de données définies ci-dessus (c) peuvent être un problème. D'autres facteurs peuvent inclure la qualité des comptes nationaux, la coopération entre les agences, le manque d'expertise et de ressources suffisantes pour entreprendre l'exercice.

**(h) *Les données sur le tourisme peuvent-elles être suffisamment désagrégées pour informer sur les sujets spécifiques de durabilité?***

Alors que ce pilier couvre principalement la performance économique et sa mesure, les données touristiques sont également pertinentes à une série de problèmes sociaux et environnementaux couverts par d'autres piliers. Il est utile d'examiner si les données qui peuvent être collectées régulièrement sur l'offre et la demande sont suffisantes pour informer des questions telles que la couverture géographique du tourisme dans les zones les plus pauvres, l'équilibre entre les genres etc. Les questions de disponibilité de données sont également abordées dans les autres piliers.

**(i) *La collecte et l'analyse des données est-elle jugée solide, et a-t-elle fait l'objet d'une validation externe?***

Dans certains pays, la fiabilité des données ou leur utilisation abusive a une incidence sur la crédibilité des statistiques du tourisme. Il est important d'avoir une vue d'ensemble sur ce sujet et d'établir s'il y a eu des vérifications ou une validation plus complète des données et les procédures suivies. La coordination avec l'Office national des statistiques et de la Banque centrale est un élément clé à cet égard.

**Les actions possibles pour résoudre les défis et améliorer la situation**

- Sensibiliser le public sur l'importance de recueillir des données statistiques adéquates pour une meilleure gestion du tourisme et de ses effets escomptés
- Renforcer l'engagement et la coordination au sein du gouvernement et de l'industrie sur les données et l'analyse du tourisme
- Examiner et évaluer les procédures de collecte de données du tourisme et les renforcer le cas échéant
- Établir une procédure CST lorsque c'est pertinent et faisable
- Accroître les ressources consacrées à l'analyse des données et tourisme
- Assurer le renforcement des capacités dans tous les aspects des statistiques et de l'analyse du tourisme

### **Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

2.01 Renforcement des statistiques et développement d'un Compte satellite du tourisme (CST)

2.02 Renforcement des statistiques

2.03 Analyse du tourisme régional et assistance analytique

2.04 Programme de renforcement des capacités statistiques régionales

2.16 Diagnostic du secteur du tourisme, dans les Etudes Diagnostiques d'Intégration du Commerce (EDIC)

#### **Développement de CST et l'amélioration des statistiques touristiques au Botswana**

En 2007, l'OMT a finalisé un projet des statistiques du tourisme au Botswana qui a abouti à la formulation du premier Compte satellite du tourisme pour le pays. Compte tenu de l'intérêt suscité par toutes les parties prenantes dans l'exercice CST et la reconnaissance qu'il est un instrument en constante évolution, le ministère de l'Environnement, de la Faune et du Tourisme ont décidé de s'engager avec OMT dans un nouveau projet en mettant l'accent sur le développement des compétences du personnel dans la mise en œuvre de la CST et l'amélioration de la compilation et la diffusion des statistiques. Cela s'est traduit par:

- La préparation d'une mise à jour du Rapport statistique du tourisme pour 2006-10, y compris des données sur les arrivées de touristes internationaux, les principales caractéristiques des voyages et des dépenses des touristes. Il contient également une analyse de la performance du secteur de l'hébergement, y compris l'emploi et de chiffre d'affaires.
- Une analyse complète et un rapport statistique sur le tourisme domestique (le premier dans ce genre)
- Une mise à jour du CST pour 2009, qui a déterminé que le tourisme contribue à 3,7% du PIB.

On s'attend à ce que le Ministère continuera à maintenir la base de données statistiques du tourisme, publier des rapports annuels et de maintenir le partenariat établi avec le Bureau central des statistiques, de l'Immigration et des autorités de la Banque centrale dans la mise à jour en permanence la TSA dans l'avenir.

## **2.2 Commerce, investissement et environnement du monde des affaires**

Le succès du tourisme en tant que moteur du développement durable dans les pays en développement dépend de la présence de politiques et de stratégies pour le commerce et d'investissements qui répondent aux besoins du secteur et un environnement global de l'entreprise qui soit propice à la croissance.

Le contexte des échanges et l'investissement touristique sera en partie établi par un cadre des politiques nationales et des accords internationaux. En principe, le tourisme devrait s'inscrire dans ces derniers. La politique touristique du pays devrait être considérée comme la définition des objectifs et l'orientation du secteur et doivent être pris en compte pour déterminer les paramètres pour la promotion du commerce et de l'investissement dans le tourisme. À son tour, la politique du tourisme doit être informée par une bonne compréhension de la situation de l'investissement commercial au niveau plus large dans le pays, mais aussi au niveau régional et mondial.

Les négociations sur les politiques commerciales et la mise en œuvre doivent mettre l'accent sur le potentiel pour développer les exportations et promouvoir le développement. L'OCDE a constaté que «L'ouverture des marchés au commerce des services et l'investissement pourrait contribuer substantiellement au développement du tourisme. Mais toute ouverture du marché doit être correctement conçu et mis en œuvre, en tenant compte de l'impact social et environnemental, si le tourisme durable et la croissance doivent être atteints ».<sup>22</sup>

Les marchés touristiques sont ouverts à travers l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) au niveau multilatéral. De nombreux pays en développement ont pris des engagements AGCS dans le

<sup>22</sup> OECD (2008) *Opening up Trade in Services: Key for Tourism Growth*. February 2008.

tourisme et les services liés aux voyages, plus que dans tout autre secteur couvert par l'AGCS<sup>34</sup>. Les niveaux d'engagement ont varié entre les différentes composantes du tourisme (hôtels / restaurants, agences de voyages / voyagistes, des guides, et autres services) et les modes de l'AGCS (consommation à l'étranger, l'approvisionnement transfrontalier; présence commerciale et le mouvement temporaire des personnes physiques). Dans certains aspects, les pays se sont préoccupés de protéger les fournisseurs locaux. Plusieurs propositions ont été faites par des groupes de pays en développement qui soulignent la nécessité de tenir compte des objectifs de la politique nationale ainsi que la réduction des pratiques anti-concurrentielles<sup>35</sup>.

En ce qui concerne les autres services qui influencent le tourisme, le niveau des engagements de l'AGCS est souvent très faible, en particulier pour les PMA. Il est à noter que, sur les 33 PMA actuellement membres de l'OMC, le nombre de pays qui ont pris aucun engagement dans certains services clés sont les suivants: services environnementaux (22), les transports (21), la communication (20) et les services financiers (19), tous ces principaux secteurs de services sont des secteurs prioritaires pour les PMA qui tentent d'attirer les IDE<sup>36</sup>.

Un certain nombre d'accords commerciaux régionaux comprennent également le tourisme. Ceux-ci couvrent souvent de très larges possibilités de coopération ainsi que la libéralisation du commerce, par exemple dans les initiatives de développement et de promotion conjointe et faciliter les déplacements touristiques.

Le développement et l'expansion de l'ouverture du marché dans le tourisme doit être poursuivi tout en étant pleinement conscients de choisir la meilleure approche pour obtenir un avantage maximal pour le développement durable, impliquant les principales parties prenantes et informé par des conseils objectifs des organismes internationaux compétents.

Les politiques sur le commerce et l'investissement sont étroitement liés. Un secteur touristique réussi nécessite d'un investissement dans un large éventail de domaines. Cela comprend la disponibilité d'infrastructures, tels que les transports, les communications, le traitement de l'énergie et des déchets, ainsi que la fourniture d'installations et de services touristiques. L'investissement peut être effectué directement par le gouvernement, le secteur privé ou par le biais de diverses formes de partenariat.

L'investissement direct étranger (IDE) peut jouer un rôle important dans le secteur du tourisme dans les pays en développement. Une étude menée en 2007 a révélé que le pourcentage d'IDE dans le tourisme était assez faible, mais était en expansion<sup>37</sup>. Certains des avantages de l'IED ou l'engagement de non-équivalence des sociétés transnationales dans la fourniture de services touristiques comprennent la sensibilisation du marché, la stabilité économique, des normes élevées et les niveaux de compétences et le potentiel de transfert de connaissances. Toutefois, les inconvénients comprennent la dépendance sur les décisions d'investissement prises en externe et un risque de fuite économique plus forte.

Les gouvernements peuvent prendre des mesures pour stimuler l'investissement dans le tourisme, qu'il soit étranger ou local, à travers une série de mesures, qui pourraient inclure la disponibilité de financement et de crédit, les incitations économiques, la fourniture des terres, l'identification des sites, la promotion directe et la fourniture de conseils et d'autres formes de soutien aux investisseurs. Les partenariats public-privé constituent également un mécanisme permettant de générer des investissements, aspects abordés dans le Pilier 1.

Une exigence fondamentale pour les investissements et le bon fonctionnement des entreprises du tourisme, est que l'environnement général des affaires dans le pays soit propice à l'efficacité, aux nouveaux développements et à la croissance. Un large éventail de facteurs incluent des questions telles que la

<sup>34</sup> WTO (2009a) and (2009b) Background Notes on Tourism Services

<sup>35</sup> UNCTAD, 2010, *The contribution of tourism to trade and development*

<sup>36</sup> Honeck (2012), *LDC Export Diversification, Employment Generation and the "Green Economy": What role for tourism linkages?*

<sup>37</sup> UNCTAD (2007) *FDI in Tourism: The Development Dimension*

sécurité et de la sécurité, de transparence et de bonnes communications. La nature et l'application des règlements relatifs aux nouveaux investissements (par exemple les exigences de licence) est particulièrement importante. Les exigences devraient être d'un niveau adéquat afin de ne pas limiter l'entrée dans le, mais aussi s'assurer que les nouvelles entreprises ont assez de qualité et de professionnalisme. Une attention particulière devrait être accordée aux besoins des petites entreprises, si répandues dans le secteur du tourisme, qui peuvent être plus dépendantes de l'environnement externe.

Il est important de comprendre que la plupart des exigences du secteur du tourisme peuvent être satisfaites par les interventions générales pour améliorer l'environnement des affaires dans un pays. Les agences internationales, dont l'UE, soutiennent les pays en développement dans leurs efforts pour améliorer l'environnement des affaires à travers les réformes des politiques, des conditions juridiques, institutionnelles et réglementaires qui régissent l'ensemble des activités commerciales. Les programmes de réforme peuvent influencer à la fois l'économie formelle et informelle, y compris la capacité des entreprises à la transition entre les deux. Le tourisme doit être intégré dans ces programmes qui sont liés au commerce et au développement du secteur privé dans son ensemble.

Enfin, les nombreuses opportunités que le tourisme présente pour établir des liens parmi les entreprises, en amont et en aval, au sein de secteur et entre secteurs, doivent être suivies comme une stratégie clé dans l'augmentation du bénéfice pour l'économie locale.

Les échanges générés par le tourisme peuvent être affectés par les obstacles dus aux limitations de voyager entre certains pays. La question des visas est importante, et doit être considérée en particulier.

## Sujet 1

### La reconnaissance et le traitement du tourisme dans les politiques et les engagements commerciaux et l'investissement

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins*

**(a)** *La politique du tourisme est-elle explicitement reflétée dans les politiques nationales liées à la promotion du commerce et de l'investissement?*

Les politiques globales sur le commerce et l'investissement peuvent être formulées dans les documents politiques ou être identifiables par les mesures prises. La reconnaissance du tourisme est clairement reconnaissable parmi eux. En outre, il est important de vérifier si la politique touristique du pays, là où elle existe, a été mentionnée et utilisée comme une ligne directrice dans les négociations commerciales et la promotion de l'investissement.

**(b)** *Est-ce que la politique du tourisme tient compte des politiques commerciales et d'investissement du pays?*

La politique du tourisme est susceptible d'appeler à l'augmentation des échanges et les investissements dans le secteur. Il faudrait vérifier que celle-ci reconnaît la politique d'investissement et du contexte commercial plus large et dans le pays, en assurant ainsi que le tourisme soit en ligne et bénéficie de cet aspect.

**(c)** *Le pays a-t-il pris des engagements AGCS dans le tourisme et d'autres secteurs de services pertinents?*

Cela varie en fonction des pays. La couverture des engagements dans d'autres secteurs des services compétents du tourisme et par rapport aux différents modes de l'AGCS, tels que la présence commerciale et la mobilité du travail, doit être envisagée.

**(d) Le pays a-t-il pris d'autres engagements commerciaux internationaux qui comprennent le tourisme?**

Ceux-ci peuvent inclure des engagements avec des blocs commerciaux, les groupements régionaux et les différents pays.

**(e) Les engagements commerciaux respectent-ils les principes du tourisme durable en termes d'impact sur l'environnement, la société et l'économie locale?**

Cela peut être assez difficile à évaluer sans une analyse spécifique de ces accords. Cependant, il est important de déterminer si on a fait attention aux besoins du pays individuel à l'égard de retenir un contrôle suffisant sur les questions qui touchent l'environnement, la société et l'économie locale au cours du temps. Le degré d'engagement et de sensibilisation des parties prenantes doit être envisagé.

**(f) Est-ce que les politiques sur l'IDE servent à la nécessité d'encourager les investissements dans le tourisme, tout en respectant les principes du tourisme durable?**

Comme pour les accords commerciaux officiels, la promotion et l'approche de l'IDE devraient chercher à stimuler activement l'investissement et à reconnaître les besoins des investisseurs, mais aussi à s'assurer que les projets qui en résultent sont durables et génèrent des retombées socio-économiques locales.

**(g) Les politiques et les procédures de visa sont-elles propices à encourager le tourisme?**

Dans de nombreux pays en développement, les coûts et procédures nécessaires à l'obtention des visas peuvent placer le pays dans une situation de désavantage concurrentiel. Actions pertinentes comprennent la réduction du nombre de pays pour lesquels un visa est nécessaire, simplifier et de faciliter les procédures, telles que l'activation du visa à l'arrivée, et veiller à ce que les frais soient raisonnables.

**Les actions possibles pour résoudre les défis et améliorer la situation**

- Revoir les politiques commerciales et d'investissement nationaux et veiller à ce qu'elles tiennent pleinement compte de tourisme
- Réviser l'approche au commerce et aux politiques d'investissement touristique
- Étendre le développement et la programmation des engagements en vertu de l'AGCS et d'autres négociations commerciales pour obtenir un bénéfice maximal pour un tourisme durable
- Renforcer les connaissances et les capacités des décideurs et des responsables impliqués dans les négociations commerciales relatives au tourisme
- S'assurer que les politiques sur l'IDE sont positifs mais aussi embrasser les principes du tourisme durable, avec des actions visant à accroître les liens et les prestations locales.
- Les exigences et les procédures de visa sont adressées

**Services existants pertinents à la question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

2.05 Développement des politiques d'investissement du tourisme

2.11 Développement une politique commerciale intégrée pour le tourisme

2.12 Programme de «Formation dans le commerce»: renforcement des capacités nationales sur le tourisme durable pour le développement

2.13 Planification des engagements de l'AGCS: assistance et formation de l'OMC

2.14 Aide pour le commerce

2.16 Les négociateurs de formation pour le commerce des services (tourisme)

## Sujet 2

### Mesure de l'investissement touristique et favoriser l'environnement des affaires

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

- (a)** *Est-ce qu'il y a eu des investissements importants dans les infrastructures liées au tourisme au cours des dernières années et provenant de quelles sources?*

Il est important d'avoir une vue globale par rapport à l'ampleur des investissements dans des infrastructures clés comme les aéroports, les routes et autres systèmes de transport, les télécommunications, l'énergie et autres services. Celle-ci est susceptible d'être dirigée par le gouvernement, mais peut impliquer un financement mixte.

- (b)** *Est-ce qu'il y a eu des niveaux d'investissement importants dans les installations / secteur du tourisme au cours des dernières années et provenant de quelles sources?*

Cela comprend l'importance de l'investissement dans de nouvelles capacités d'hébergement ainsi que d'autres installations et services. On peut obtenir une indication générale de la mesure pour évaluer s'il s'agit d'un investissement IDE ou local.

- (c)** *A-t-on pris des mesures pour promouvoir et soutenir l'investissement dans le tourisme ?*

Il peut s'agir d'activités de promotion, des incitations financières et autres formes de soutien. Il faut tenir compte de la mesure dans laquelle l'agence de promotion des investissements du pays s'est engagée à soutenir l'investissement touristique et si elle connaît bien le secteur.

- (d)** *Quels sont considérés les principaux obstacles pour obtenir plus d'investissements dans le tourisme?*

Les obstacles à considérer incluent la position générale du marché et des tendances, des réglementations nationales, la disponibilité des terres, les finances, etc., il est important de déterminer la mesure dans laquelle le gouvernement et les autres parties prenantes sont bien informés sur ces obstacles. Les associations professionnelles peuvent être les mieux placées pour avoir une vue d'ensemble. Cela peut signaler la nécessité d'une analyse plus systématique.

- (e)** *Dans quelle mesure les finances sont-elles disponibles pour le développement et le fonctionnement des entreprises du tourisme?*

La disponibilité de capitaux pour l'investissement touristique est un domaine qui peut être traité par des interventions politiques spécifiques et il est important de comprendre en particulier la mesure dans laquelle cela est un problème pour tous les types de tourisme d'affaires, y compris les PME.

- (f)** *En général, quelles sont les conditions propices réussir dans le secteur du tourisme et où se trouvent la plupart des problèmes?*

Les conditions pour les entreprises comprennent des facteurs tels que la sécurité, la réglementation, l'accessibilité, la fourniture des TIC et les compétences disponibles. Les organismes de l'industrie devraient être en mesure de fournir une vue d'ensemble.

- (g)** *A-t-on pris des mesures pour renforcer les liens commerciaux au sein du tourisme et des autres secteurs concernés?*

Ces liens peuvent exister parmi les fournisseurs de services dans le développement de l'offre touristique, les entreprises du secteur du tourisme de la chaîne de valeur, ou dans toute autre domaine lié aux contacts d'affaires. Ils peuvent être développés entre les entreprises étrangères et

locales, les communautés locales à des secteurs locaux, et entre les deux. Les actions peuvent inclure la fourniture de l'information, le réseautage, ou un soutien spécifique et peuvent impliquer des projets intégrés. Ceci est traité davantage dans le pilier 4 sur la réduction de la pauvreté.

#### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Renforcer le suivi et la connaissance de base sur l'ampleur de l'investissement dans le tourisme
- S'assurer que les besoins du tourisme soient pleinement pris en compte dans la planification des infrastructures et le financement
- Evaluer les obstacles à l'investissement touristique et élaborer un programme pour y remédier au sein de la stratégie touristique
- Revoir et renforcer les sources de financement de l'investissement touristique
- Combattre les faiblesses spécifiques affectant l'environnement des affaires dans le secteur du tourisme
- Travailler sur les entreprises en développement pour les liens commerciaux

#### Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:

2.05 Développement des politiques d'investissement du tourisme

2.17 Facilitation des relations commerciales axées sur la demande entre les secteurs agro-alimentaires, les industries créatives et prestataires de services et l'industrie du tourisme

2.21 Développement du tourisme d'affaires

#### Soutien aux entreprises du tourisme et des liens au Kirghizistan

Depuis son indépendance en 1991, le Kirghizistan a eu du mal dans son chemin de retour à la libéralisation et le développement du marché. Il a une occasion particulière liée au tourisme, en raison de la beauté stupéfiante des paysages montagneux du pays. Les touristes viennent principalement d'autres pays d'Asie centrale et de la Russie, alors que le marché européen représente une opportunité qui mérite d'être approfondie et développée.

Le projet tourisme du Kirghizistan, a été financé par l'UE entre 2008 et 2010, et comprenait des partenaires internationaux et locaux, ces derniers comprenant l'Association des Hommes d'Affaires du Kirghizistan et le Guildes d'administration. Le projet consistait à établir un réseau de coopération des intermédiaires commerciaux opérant dans le secteur du tourisme, leur permettant de fournir le renforcement des capacités adaptés à leurs associés, pour organiser des analyses comparatives et des événements de *match-making* ainsi que d'entreprendre des études de marché approfondies. Des actions ont également visé à l'attraction des investissements étrangers.

## 2.3 Positionnement de marque, marketing et produit

Le développement et la promotion de l'image de marque du pays et la gamme de produits afin de répondre aux besoins du marché est essentielle à la compétitivité du secteur du tourisme. Il s'agit de sensibiliser et susciter l'intérêt, mais aussi d'augmenter la durée du séjour et le niveau des dépenses des visiteurs et encourager les visites et les recommandations répétées.

La définition et l'articulation d'une marque distinctive pour le pays est la clé pour un marketing efficace, fournissant la base pour les messages promotionnels et orienter le développement du produit afin qu'il puisse tenir la promesse de la marque. La marque, qui est beaucoup plus qu'un logo ou un slogan, résume toute identité compétitivité d'une destination, ce qui représente son essence même et les caractéristiques durables. Le développement de la marque doit être fondé sur la consultation avec les acteurs locaux et basée sur une étude de marché rigoureuse.



Un plan de marketing bien développé doit être un élément clé de la stratégie touristique du pays. Il devrait provenir de la sélection rigoureuse des marchés cibles s'appuyant sur les atouts des produits, la performance actuelle et les tendances mondiales. Un programme bien financé et coordonné des activités de promotion devrait être soutenu par le gouvernement et le secteur privé, en utilisant une gamme de techniques de communication.

Les produits touristiques doivent être de qualité et varié pour attirer et retenir les marchés ciblés. Le manque de cohérence dans la qualité du produit est un problème dans de nombreux pays et peut affecter la compétitivité. On peut y remédier par le biais de systèmes efficaces tel que la création de standards, l'inspection et les rapports de qualité, tels que les systèmes de classification des hôtels ou des normes de guide et de licences. Ces systèmes peuvent à leur tour fournir des orientations en matière des investissements nécessaires et encourager les entreprises à réagir.

Le développement de produits, l'innovation et la diversification devraient être pleinement basés sur une vue d'ensembles des tendances du marché et les forces et des faiblesses du portefeuille de produits actuels. Cela devrait relier à des stratégies et des actions pour guider et stimuler les investissements.

## Sujet 1

### La clarté et la stratégie de marque et du plan de marketing

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

**(a) Est-ce que le pays a une identité de marque bien établie, articulée et maintenue?**

Certains pays peuvent avoir un logo et slogan de marque, qui peuvent ne pas être entièrement articulé en reliant cela à des concepts et des messages promotionnels. Il est également important d'examiner en profondeur comment la marque est utilisée par les acteurs du tourisme. Les actions devraient veiller à ce que l'image de marque soit bien développée et maintenue, y compris l'inclusion dans les déclinaisons d'une offre associée.

**(b) Y a-t-il un plan de marketing qui identifie les marchés cibles et fournit un cadre pour la promotion?**

Il devrait y avoir un plan de marketing clairement identifiable qui soit suffisamment complet et détaillé pour guider un programme de marketing, basé sur l'évaluation du marché et l'identification des marchés cibles. Il devrait être étroitement lié à la stratégie touristique globale et au plan directeur. Il faut définir les actions à suivre.

**(c) Est-ce que tous les acteurs publics et privés principaux sont engagés dans la mise en œuvre du plan de marketing?**

L'Organisation nationale du tourisme ou l'organe équivalent peut être considérée comme le principal véhicule pour la mise en œuvre du plan de marketing. Cependant, il est important qu'il y ait un fort soutien et la participation des associations du secteur privé et les entreprises individuelles et les autres acteurs du tourisme concernés.

**(d) Est-ce que le plan de marketing fonctionne pleinement et, le cas échéant, quels sont les obstacles?**

L'ONT et les organismes de l'industrie devraient être en mesure d'identifier les problèmes liés à la mise en œuvre. Les obstacles peuvent inclure le manque de ressources financières ou humaines, des compétences limitées, le manque de soutien de l'industrie, ou des problèmes avec le plan lui-même.

**(e) Est-ce que l'activité de marketing utilise pleinement les nouvelles technologies, les médias sociaux, et les autres possibilités d'e-marketing?**

Les TIC et les médias sociaux offrent des possibilités particulières pour les pays en développement d'accéder et d'influencer efficacement les marchés sans encourir des coûts importants. Il est important de déterminer si le pays a été capable de profiter de ces opportunités ou si l'amélioration des compétences, de la technologie ou de l'application est nécessaire.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Mettre en place ou renforcer le développement de la marque, l'articulation et la diffusion
- Renforcer la recherche de marché comme base pour le développement de la marque et la planification marketing
- S'assurer qu'il y a un plan de commercialisation en cours avec des programmes d'action annuels identifiés, soutenus par le secteur privé
- Éliminer les obstacles à la mise en œuvre du plan de marketing.
- Améliorer les compétences en marketing, y compris dans l'application des TIC, y compris les médias sociaux et autres tactiques d'e-marketing
- Examiner et exploiter les possibilités de coopération régionale dans les campagnes de marketing

**Services existants pertinents à la question qui peut soutenir les actions possibles:**

2.06 Plan de marketing et de promotion

2.07 Atelier de renforcement des capacités sur le tourisme et planification du marketing

**L'image de marque de la destination et la commercialisation dans le KwaZulu-Natal**

Tourisme Kwazulu Natal (TKZN) est une DMO sud-africain provincial qui a pour mandat de développer et de promouvoir le produit touristique dans la région. Depuis sa TKZN de création a reconnu la valeur de la marque. Il a fondé cette marque sur le concept de «Le royaume zoulou», qui a trouvé un écho fort avec les acteurs locaux et, à partir des études de consommation, avec des marchés clés. Il a façonné le sens de la diversification des produits de la région et ses messages de marketing.

TKZN a également reconnu le pouvoir d'Internet vis-à-vis de la sensibilisation de la marque. La présence sur le Web, grâce à un cadre de portails et de sites web, a été conçue pour refléter les lignes directrices de la marque, avec des images et des contenus reflétant les principaux attributs de la marque et sous-marques. Un éventail de techniques d' e-marketing sont utilisées pour la commercialisation sur les sites Web et pour établir des relations avec les consommateurs et internautes, aussi bien que de gérer le contenu, optimiser les moteurs de recherche, et l'utilisation des médias sociaux, avec des niveaux d'utilisation attentivement surveillés.

**Sujet 2**

**La qualité et la diversité de l'offre de produits**

**Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins**

**(a) Est-ce que la qualité des produits et des services touristiques est cohérente et est-ce qu' elle est améliorée?**

Alors qu'une évaluation globale de la qualité du produit nécessiterait une étude, la situation générale devrait être comprise par les responsables du tourisme et les représentants de l'industrie. Les tour-opérateurs et les médias touristiques devraient également avoir une expérience pertinente. Il faudrait poursuivre une vue générale concernant les niveaux de qualité et la mesure

dans laquelle la qualité s'est améliorée non seulement dans les produits destinés aux clientèles aisées, mais aussi en termes de cohérence globale.

**(b) Y a-t-il des systèmes efficaces de mise en place, d'inspection et de rapports sur les normes de qualité?**

Certains pays en développement ont des programmes d'inspection de l'hébergement et d'autres installations touristiques non seulement pour répondre aux besoins de base, tels que l'hygiène, mais aussi à un ensemble de normes de qualité. La question ne concerne pas seulement la présence de programmes mais aussi leur couverture et leur efficacité et quels problèmes peuvent exister avec eux.

**(c) A-t-on pris des mesures pour identifier les lacunes en matière de produits et d'accroissement de la diversification?**

Cela devrait être entièrement couvert dans la stratégie touristique. Il faut veiller à diversifier le produit et l'offre, en se demandant si cela reste un problème particulier à résoudre.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Soutenir l'investissement et le renforcement des capacités pour améliorer la qualité
- Mettre en place ou renforcer un système de qualité, aux normes et à l'inspection
- Revoir l'offre produit par rapport aux attentes du marché et des tendances
- Renforcer l'action pour développer et diversifier le produit

**Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.06 Normes de qualité des services touristiques

1.07 Lignes directrices pratiques pour la performance de la qualité de la destination

2.08 Développement et diversification des produits et des services

2.09 Séminaire de développement des produits touristiques

2.18 Renforcement des capacités et qualité des produits et des services pour répondre aux exigences du marché

## 2.4 Résilience et gestion des risques

Une caractéristique du secteur du tourisme est la gamme de facteurs qui influencent les décisions des touristes dans leurs voyages et leurs choix de destination, en tenant compte de la gamme d'options qui s'offrent à eux. Les pays en développement font face à la concurrence non seulement entre eux mais des pays développés et d'autres formes de dépenses discrétionnaires dans les loisirs. Ce niveau de compétition et d'élasticité du marché signifie qu'une destination individuelle peut être très sensible aux influences externes sur les marchés.

Le secteur peut être considérablement affecté par une variété de circonstances négatives qui peuvent s'accumuler au fil du temps ou des événements ponctuels brusques ou choquants. Ceux-ci peuvent être internes ou externes. Les exemples de causes internes comprennent l'instabilité économique, la montée du crime, des inondations locales, crises sanitaires localisées ou incidents de sécurité graves. Les événements impliquant des touristes peuvent avoir un impact particulièrement fort. Il faut éviter ces situations car elles peuvent également endommager l'image de marque. Des exemples de causes externes comprennent les événements mondiaux liés à l'environnement, les pandémies, les crises économiques ou les incidents affectant les principaux marchés émetteurs.

Un aspect positif du secteur est sa capacité de récupération rapide après un choc et une récession. Cependant, il est très important que des stratégies soient en place pour renforcer la résilience, réduire les risques et faire face aux crises, qui peuvent inclure:

- Être conscient de tous les risques potentiels
- Introduire des systèmes d'alerte précoce
- Prendre des mesures pour la sécurité des visiteurs et une assistance à leur disposition
- Eviter une trop grande dépendance de certains marchés et produits connexes
- Gérer les crises professionnellement, à travers la communication et la gestion de l'information.

## Sujet 1

### Niveau d'attention accordé à la gestion de risque et de crise

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

**(a) Est-ce que la réduction des risques et la gestion des crises est prise en compte dans les stratégies et plans touristiques?**

Parfois, les stratégies de tourisme font référence à la résilience et à la gestion des risques. Il est également approprié pour les pays d'avoir des plans différents en matière de gestion de risques et gestion de crise, expliquées ci-dessous. Ces plans devraient être liés à la stratégie touristique.

**(b) A-t-on pris des mesures spécifiques pour assurer la sécurité et le bien-être des touristes?**

Cela peut inclure une série de mesures. Certains pays ont créé spécialement une police touristique. Une attention particulière peut être accordée à la réduction des risques de santé touristiques. Il est important de fournir des informations utiles aux visiteurs à propos de la minimisation des risques.

**(c) Est-ce que la répartition des risques et la prévention de la dépendance sont pris en compte dans la sélection des marchés et des produits?**

Les marchés individuels peuvent être sujets à un déclin soudain, par exemple à cause de problèmes économiques, la perte d'une route aérienne ou le retrait de la part d'un tour-opérateur. Une bonne stratégie consiste à poursuivre les opportunités pour développer les marchés intérieurs et régionaux..

**(d) Y a-t-il un plan en place pour gérer les urgences et les crises?**

Il peut s'agir d'une action concertée entre les différents secteurs du gouvernement et des organismes du secteur privé. L'utilisation de l'information et des stratégies des médias locaux et internationaux devraient constituer un élément clé de l'approche.

#### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Consulter la gestion des crises et des risques dans la stratégie touristique et tout plan d'action recommandé
- Consolider la sécurité et diffusion de l'information pour les touristes
- Veille des marchés et des stratégies de produit pour éviter une dépendance excessive
- Renforcer les capacités de soutien et la planification de gestion des risques et des crises

#### Services existants pertinents à la question qui peut soutenir les actions possibles:

2.10 Ateliers de renforcement des capacités sur la gestion des risques et des crises

5.14 Ateliers de renforcement des capacités sur la gestion des risques et des crises et les techniques de récupération

## QUESTIONNAIRE - PILIER 2 PERFORMANCE ÉCONOMIQUE, INVESTISSEMENT ET COMPÉTITIVITÉ

Pour faciliter l'assimilation rapide de la situation, les colonnes après les questions offrent la possibilité d'attribuer une note, le cas échéant. Ceci est basé sur le barème suivant:

1	La situation paraît très faible et les besoins sont importants	Priorité d'action <b>Élevée</b> ↓ <b>Faible</b> Priorité d'action
2	La situation paraît faible et/ou doit être améliorée	
3	La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante	
4	La situation semble satisfaisante	
5	La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres	
X	Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué	

Pilier 2

### 2.1 Mesurer l'impact du tourisme et sa contribution à l'économie

#### Sujet 1: La qualité de la collecte et l'analyse des données

QUESTION		1. COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			<div>→</div>					
			Elevée		Faible			
			1	2	3	4	5	
a	Il existe une collection complète et régulière de données sur les arrivées de visiteurs, des profils et des activités?							
b	Est-ce que la collecte et la présentation des données couvrent de façon adéquate et différenciée le but des voyages, des visiteurs nationaux et internationaux?							
c	Le pays a-t-il initié d'autres engagements commerciaux internationaux qui comprennent le tourisme?							
d	Quels sont les facteurs qui peuvent être des obstacles à la mise en place d'un système efficace de collecte de données?							
e	Est-ce que l'on a mis en œuvre une analyse CST ou similaire afin d'estimer la contribution économique du tourisme?							
f	Les besoins et les exigences d'un CST sont-ils compris?							
g	Quels sont les facteurs qui peuvent être un obstacle dans le développement d'un CST?							
h	Les données sur le tourisme peuvent-elles être suffisamment désagrégées pour informer sur les sujets spécifiques de durabilité?							
i	La collecte et l'analyse des données jugées solides a-t-elle fait l'objet d'une validation externe?							

### 2.2 Commerce, investissement et l'environnement des affaires

#### Sujet 1: La reconnaissance et le traitement du tourisme dans les politiques et les engagements commerciaux et d'investissement

a	La politique du tourisme est-elle explicitement reflétée dans les politiques nationales liées à la promotion du commerce et de l'investissement?							
b	Est-ce que la politique du tourisme tient compte des politiques commerciales et d'investissement du pays?							
c	Le pays a-t-il pris des engagements AGCS dans le tourisme et d'autres secteurs de services pertinents?							
d	Le pays a-t-il d'autres engagements commerciaux internationaux qui comprennent le tourisme?							

	QUESTION	1. COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1; border-bottom: 1px solid black; position: relative;"> <span style="position: absolute; right: -5px; top: -5px;">→</span> </div> </div>					
			Elevée		Faible			
			1	2	3	4	5	
e	Les engagements commerciaux respectent-ils les principes du tourisme durable en termes d'impact sur l'environnement, la société et l'économie locale?							
f	Est-ce que les politiques sur l'IDE encouragent les investissements dans le tourisme avec la nécessité de respecter les principes du tourisme durable?							
<b>Sujet 2: Mesurer l'investissement touristique et favoriser l'environnement des affaires</b>								
a	Est-ce qu'il y a eu des investissements importants dans les infrastructures liées au tourisme au cours des dernières années et provenant de quelles sources?							
b	Est-ce qu'il y a eu des niveaux d'investissement importants dans les installations / secteur du tourisme au cours des dernières années et provenant de quelles sources?							
c	A-t-on pris des mesures pour promouvoir et soutenir l'investissement dans le tourisme ?							
d	Quels sont les principaux obstacles pour attirer davantage d'investissements dans le tourisme?							
e	Dans quelle mesure les finances sont-elles disponibles pour le développement et le fonctionnement des entreprises du tourisme?							
f	Quelles sont les opportunités pour générer des affaires dans le secteur du tourisme et où se trouvent la plupart des problèmes?							
g	A-t-on pris des mesures pour renforcer les liens commerciaux au sein du secteur du tourisme et des autres secteurs concernés?							
<b>2.3 positionnement de marque, de marketing et produit</b>								
<b>Sujet 1: La clarté et la mise au point du plan de marque et de marketing</b>								
a	Est-ce que le pays a une identité et une image de marque bien établie, articulée et maintenue?							
b	Y a-t-il un plan de marketing qui identifie les marchés cibles et fournit un cadre pour la promotion?							
c	Est-ce que tous les acteurs publics et privés principaux sont engagés dans la mise en œuvre du plan de marketing?							
d	Est-ce que le plan de marketing fonctionne pleinement et, le cas échéant, quels sont les obstacles?							
e	Est-ce que l'activité de marketing utilise pleinement les nouvelles technologies, les médias sociaux, et les autres possibilités d'e-marketing?							
<b>Sujet 2: La qualité et la diversité de l'offre de produits</b>								
a	Est-ce que la qualité des produits et des services touristiques est cohérente et est-ce qu'elle s'améliore?							
b	Y a-t-il des systèmes efficaces de normes, d'inspection et de rapports sur les normes de qualité?							
c	A-t-on pris des mesures pour identifier les lacunes en matière de produits et de la diversification?							
<b>Gestion 2.4 résilience, la sécurité et gestion des risques</b>								
<b>Sujet 1: Niveau d'attention accordé à la gestion de risques et de crises</b>								
a	Est-ce que la réduction des risques et la gestion des crises est prise en compte dans les stratégies et plans touristiques?							
b	A-t-on pris des mesures spécifiques pour assurer la sécurité et le bien-être des touristes?							
c	Des mesures ont-elles été prises pour éviter la dépendance dans la sélection des marchés et des produits?							
d	Est-ce que la répartition des risques et la prévention à la dépendance sont prises en compte dans la sélection des marchés et des produits?							

## Pilier 3 Emploi, travail décent et capital humain

Le tourisme est un secteur à forte intensité de travail qui crée de nombreux emplois à tous les niveaux. Selon l'OIT et l'OMT, le secteur du tourisme a représenté plus de 235 millions d'emplois en 2010 au niveau mondial, soit 8% de la globalité des emplois directs et indirects, ou un sur 12 emplois. Il est prévu que d'ici 2019, le secteur du tourisme atteindra près de 296 millions d'emplois<sup>38</sup>.

Dans la plupart des pays en développement le tourisme offre des possibilités aux populations locales de générer des revenus et d'accéder à un travail décent. Là où le tourisme est bien établi, il est souvent le secteur qui offre le plus grand nombre d'emplois. Il peut offrir des possibilités pour les personnes peu qualifiées qui autrement auraient des difficultés à subvenir à leurs besoins. Le secteur a également un large effet multiplicateur. En fournissant des emplois, le tourisme peut profiter à des groupes défavorisés, notamment les femmes, à stimuler l'esprit d'entreprise et la création de MPME, il contribue de manière significative à la réduction de la pauvreté, un sujet développé plus amplement dans le pilier 4.

Cependant les conditions de travail dans le secteur du tourisme peuvent être difficiles. Souvent, les emplois touristiques se caractérisent par des heures de travail atypiques et irrégulières, de bas salaires, une faible sécurité de l'emploi, l'absence de sécurité sociale et de protection, des perspectives de carrière faibles, des conditions de travail peu salubres et parfois une tendance à la discrimination et à l'exploitation<sup>39</sup>. On peut souligner aussi une forte proportion d'emplois saisonniers et à temps partiel, qui peuvent convenir à certains besoins sociaux.

Il y a cinq raisons principales qui justifient l'importance des politiques et des actions judicieuses dans le domaine de l'emploi et des ressources humaines vis-à-vis du développement durable du tourisme:

- L'accès aux opportunités pour l'emploi, accessible à tous, est au cœur du développement économique.
- La disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée, possédant des compétences suffisantes est une exigence clé pour la réussite des entreprises touristiques.
- La qualité des prestations diverses et la relation avec les visiteurs sont essentielles pour la qualité de l'expérience.
- De bonnes conditions de travail et la protection sociale des salariés doivent être considéré comme un principe fondamental du tourisme durable<sup>40</sup>.
- Les connaissances et des compétences dans certains domaines précis sont importantes pour la durabilité du tourisme.

On constate que ces cinq aspects sont étroitement liés.

Deux sous-piliers sont identifiés pour l'évaluation:

- **Les ressources humaines<sup>41</sup>, la planification et les conditions de travail**  
L'élaboration et la mise en œuvre des politiques, stratégies et plans pour la fourniture de l'emploi; la gestion des ressources humaines et l'assurance d'un travail décent, basée sur une large consultation avec tous les acteurs impliqués.
- **L'évaluation des compétences et la formation**  
Comprendre les besoins du secteur et des employés pour l'amélioration des compétences, y compris des sujets liés à la durabilité du tourisme, renforcer la disponibilité et la qualité de la formation dans le pays afin de répondre à ces besoins.

<sup>38</sup> ILO (2010): *Developments and challenges in the hospitality and tourism sector*

<sup>39</sup> Ibid. Plusieurs rapports et études ont couvert ces conditions, inclus: *Labour Standards, social responsibility and tourism*, Tourism Concern (2004) and ILO (2011)

<sup>40</sup> La qualité de l'emploi est l'un des douze principes du tourisme durable (OMT et PNUE, 2005)

<sup>41</sup> L'expression ressources humaines est utilisée dans ce document comme un synonyme du terme main d'œuvre lorsqu'on fait référence au collectif de personnes qui travaillent ou ont un lien avec le secteur du tourisme.



### 3.1 La planification des ressources humaines et des conditions de travail

L'importance des ressources humaines et la planification devrait faire partie intégrante des politiques et stratégies touristiques pour tous les pays, car elles sont la clé de la réussite du tourisme durable. Des plans spécifiques pour les ressources humaines devraient guider et orienter une série d'actions. Les plans de RH devraient comprendre trois composantes principales, considérées ci-dessous:

#### La création et la gestion de l'emploi

Ce volet répond aux besoins de l'offre et de la demande d'emplois dans le secteur. Les plans de RH devraient couvrir les besoins et les possibilités, et inclure les possibilités suivantes:

- Créer et stimuler des opportunités d'emploi dans le secteur adaptées aux prévisions de croissance du marché, et le développement futur du tourisme dans le pays.
- Retenir des travailleurs qualifiés dans le secteur et dans le pays.
- Assurer la flexibilité du marché du travail et la gestion de la migration des travailleurs pour faire face aux fluctuations saisonnières et celles de la demande.
- Accroître les possibilités d'emplois à temps plein toute l'année.
- Encourager le recrutement en réduisant les coûts non salariaux tels que les cotisations de l'employeur.
- Proposer des politiques, des actions et des mesures incitatives pour encourager les entreprises du tourisme d'employer des résidents locaux ainsi que certaines catégories de travailleurs, comme les femmes, les minorités et les groupes défavorisés (par exemple, les travailleurs âgés, les personnes handicapées).
- Promouvoir les métiers du tourisme et de l'hospitalité comme des professions attractives, possédant des perspectives de carrière et d'avenir.

#### Les droits des travailleurs et le travail décent

Les politiques et les plans de ressources humaines devraient s'engager à respecter ces principes et expliquer comment ils peuvent être garantis dans le secteur du tourisme. L'OIT définit le travail décent comme un « travail qui est productif et qui offre:

- Un revenu équitable.
- La sécurité dans le milieu du travail et la protection sociale pour les familles.
- De meilleures perspectives de développement personnel et d'intégration sociale.
- La liberté pour les personnes d'exprimer leurs préoccupations, de s'organiser et de participer aux décisions qui affectent leurs vies.
- L'égalité des chances et de traitement pour toutes les femmes et les hommes.
- L'Agenda du travail décent repose sur quatre piliers: 1) La création d'emplois; 2) Le droit au travail; 3) La protection sociale, et 4) Le dialogue social.<sup>42</sup>»

#### Développement des ressources humaines (DRH)

Cela couvre les besoins des employés en terme de compétences et de développement afin d'atteindre un degré de satisfaction personnelle et couvrir les besoins du secteur; comment ceux-ci peuvent être atteints grâce à l'apprentissage et à la formation. Alors que cette question est traitée séparément dans le sous-pilier 3.2, ces aspects devraient être inclus dans le plan des RH.

---

<sup>42</sup> ILO (2011) *Toolkit on Poverty Reduction through Tourism*

## Sujet 1

L'existence et l'étendue de la politique des ressources humaines, plans et actions, discutée et acceptée par le secteur privé et d'autres intervenants

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

**(a) Le tourisme est-il inclus dans les politiques nationales pour des ressources humaines ?**

Certains pays peuvent avoir des politiques centrales de RH, mais dans d'autres, elles peuvent être fondées sur des secteurs. Ces politiques doivent reconnaître à la fois les besoins du secteur du tourisme et de la contribution qu'il peut apporter.

**(b) Y a-t-il une politique distincte pour les ressources humaines dans le tourisme, liée à un programme d'action / un plan directeur du tourisme ?**

Certains pays peuvent avoir un plan de ressources humaines distinct pour le tourisme. Lorsque cela existe, il doit être étroitement lié à la politique et stratégie ou au plan directeur du tourisme. Sinon, celui-ci peut contenir des politiques et des actions qui couvrent le sujet suffisamment sans un plan de RH distinct.

**(c) Quelle est l'étendue du plan des ressources humaines du pays et / ou des actions dans ce domaine ?**

L'approche devrait couvrir les trois aspects principaux de la planification des ressources humaines mentionnés ci-dessous, à savoir:

- La création et gestion d'emplois - y compris une évaluation des besoins en ressources humaines en projection, couvrant les besoins en main-d'œuvre pour le futur.
- Les droits des travailleurs et le travail décent - les reconnaître en assurant leur mise en œuvre.
- Développement des RH - l'évaluation des compétences et la mise à disposition des besoins de formation.

**(d) Y a-t-il des syndicats ou d'autres représentants des travailleurs actifs dans le secteur ?**

La fragmentation du secteur du tourisme et de l'absence d'organes représentatifs des salariés peut être un inconvénient pour la planification des RH et peut résulter sur un manque de considération des conditions de travail.

**(e) Les associations du secteur privé du tourisme ont-elles abordé les questions de RH ?**

L'engagement des entreprises du secteur privé pour la création d'emplois et le développement des ressources humaines est essentiel. Il ne devrait pas seulement répondre à la politique gouvernementale, les initiatives indépendantes de l'entreprise sont d'une importance particulière. Ces initiatives peuvent être encouragées, aidées et dupliquées dans l'industrie à travers les associations ou les chambres de commerce. Dans certains pays, ces associations ont créé des comités de ressources humaines distinctes. Des accords sur les principes et les normes d'emploi pour les membres des associations peuvent être très utiles dans la promotion de bonnes pratiques.

**(f) Y a-t-il concertation et dialogue sur la planification des RH entre tous les acteurs du tourisme ?**

Les consultations et le dialogue avec tous les acteurs concernés, y compris entre l'employeur et les représentants des salariés, ainsi qu'entre le gouvernement et la société civile, devraient constituer la base pour la préparation et la mise en œuvre des plans de RH. Cela intègre la notion de «dialogue social» qui est un terme utilisé dans la planification des RH défini comme «... tous les types de négociation, de consultation et d'échange d'informations entre les gouvernements, les employeurs et

les travailleurs sur des questions d'intérêt commun »<sup>43</sup>. Les consultations et le dialogue doivent être un processus continu, de sorte que les plaintes et les questions puissent être facilement traitées des deux côtés, que les décisions puissent être prises ensemble pour renforcer la prestation des services et la performance du secteur au bénéfice de tous.

***(g) Y a-t-il des incitations et des initiatives pour la promotion de l'emploi, y compris pour des groupes particuliers?***

La mise à disposition de possibilités d'emploi est essentielle, en fonction des entreprises, mais aussi en réponse à la croissance du marché et de l'investissement. Cependant, certaines mesures peuvent être prises pour stimuler les entreprises à créer des emplois, y compris en offrant des incitations financières, par exemple par le biais du système fiscal. Ceci peut être appliqué de manière sélective, par exemple en ce qui concerne l'emploi des résidents locaux, les jeunes et les femmes, les minorités, ou les personnes ayant des besoins particuliers. Il convient de noter que le soutien et l'investissement pour les projets et leur marketing, qui sont couverts au pilier 2, peuvent également être considérés comme faisant partie de la stratégie visant à créer des emplois dans le tourisme.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Développer ou renforcer les politiques de ressources humaines, des plans et des actions, dans le cadre des politiques touristiques, stratégies et plans
- Encourager les organismes associatifs du secteur privé à discuter et résoudre les problèmes de ressources humaines, y compris un accord sur les normes d'emploi
- Encourager la formation des organes chargés de représenter les besoins des employés dans le secteur du tourisme
- S'assurer que le dialogue social est poursuivi comme un processus continu
- Envisagez d'utiliser des incitations pour stimuler l'emploi de certaines catégories

**Services existants pour répondre aux besoins**

3.01 Planification de la main-d'œuvre pour le secteur du tourisme

3.04 Renforcer le travail décent

3.05 Renforcer le rôle des femmes dans le tourisme

**Ressources humaines, analyse des besoins et Plan d'action pour Oman**

Avec le tourisme en expansion structurelle à Oman, le pays devra faire face à un besoin important de main-d'œuvre dans les années à venir, à la fois dans les services de l'hospitalité traditionnelle, et pour les produits nouveaux et diversifiés du tourisme. En 2010-12 l'OMT a financé une analyse, en ligne avec la politique de « l'Omanisation du gouvernement », en collaboration avec le secteur privé et les institutions de formation et d'éducation. L'étude a porté sur la recherche qualitative et quantitative pour identifier les défis et fournir des recommandations. Les résultats incluent:

- Une vaste base de données des entreprises, des établissements d'enseignement et de formation opérant dans le secteur
- Une analyse des besoins de main-d'œuvre dans le tourisme, impliquant des études actuelles du secteur et des projets quantitatifs basés sur les nouveaux développements prévus. Celle-ci a également porté sur la disponibilité des compétences et des lacunes, des pratiques de recrutement, de l'offre de formation, de la perception du tourisme dans la société omanaise et des possibilités de développement de carrière.
- Un plan des ressources humaines pour le développement qui a fourni un cadre stratégique des politiques et des actions ciblées en vue de satisfaire la demande de main-d'œuvre future; la réduction des écarts de compétences et l'amélioration de la qualité de service; l'élargissement de l'offre de formation, l'amélioration de la coordination institutionnelle et l'accroissement les possibilités d'emploi pour les Omanais.

<sup>43</sup> Ibid

## Sujet 2

**Veiller à ce que les droits et les conditions de travail des ouvriers soient décentes et satisfaisants**

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

**(a) Est-ce que le secteur du tourisme respecte le droit des travailleurs et les conditions de travail décent?**

Bien qu'il soit important de s'assurer que les politiques et les mesures concernant le travail décent soient inclus dans l'approche et les actions du pays pour le tourisme durable, il est aussi nécessaire d'examiner la mesure dans laquelle les conditions de travail actuelles dans le secteur sont problématiques. Il est important de vérifier si cela a été évalué récemment. Sinon, il faut obtenir un point de vue auprès des représentants du gouvernement, des employés, des ONG concernées et de l'industrie. Une étude plus systématique peut être considérée comme une action future.

**(b) La législation exige-t-elle de faire respecter le travail décent dans le secteur du tourisme?**

Dans la plupart des pays, la législation qui couvre les droits et les conditions de travail de l'employé fait partie des lois générales du travail plutôt que d'une législation spécifique à un secteur particulier. La première question qu'on peut se poser est donc si le pays a des lois de travail qui répondent aux exigences des conventions internationales<sup>44</sup>. Les organismes internationaux compétents du pays devraient pouvoir clarifier cela. Toute législation spécifique du tourisme (Pilier 1) devrait souligner la nécessité de respecter la législation du travail. Si celle-ci est insuffisante, alors cela doit être abordé dans le droit du tourisme.

**(c) Dans quelle mesure les lois du travail et les règlements sont-ils appliqués dans le secteur du tourisme?**

Une question cruciale est la mesure dans laquelle les lois du travail, appuyées au besoin par la législation du tourisme, sont respectées et appliquées dans le secteur du tourisme. Considérant la nature fragmentée du secteur cela est d'autant plus difficile compte tenu de la présence de nombreuses petites entreprises, la taille et l'économie et du tourisme informel. Les règlements portant sur l'industrie, qui peuvent être appliqués par les licences, doivent être respectés. Alors que l'évaluation globale de la demande, la conformité, l'application, l'efficacité de la législation et de la réglementation est difficile, une perception générale pourrait être définie par consultation ou étude spécifique tel que mentionné sous (a) ci-dessus.

Pilier 3

### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Entreprendre un examen des conditions de travail dans le secteur du tourisme, en identifiant les problèmes principaux et les abus
- Veiller à ce que les lois du travail, qui se reflètent dans la législation du tourisme, fournissent une base suffisante pour étayer les exigences en matière de travail décent dans le secteur
- Examiner l'application et l'exécution des lois et des règlements
- Fournir des lignes directrices claires et simples pour les entreprises du tourisme sur l'application de bonnes pratiques et au-delà des exigences légales.
- Veiller à ce que les questions d'emploi et de l'agenda du travail décent soient entièrement couvertes par l'enseignement du tourisme et des programmes de formation, notamment au niveau des cadres

**Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.03 Réglementation et législation du tourisme

3.04 Renforcer le travail décent

<sup>44</sup> L'OIT a identifié huit conventions fondamentales qui concernent les questions liées à négociations collectives, au travail des enfants et aux salaires. Ils ont fait un résumé des principes couverts par l'OIT(1998) *Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*. Les questions liées aux droits de l'homme sont abordées dans le Conseil des droits de l'homme (2011) *Guiding Principles on Business and Human Rights*

## 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation

Compte tenu que le tourisme est un secteur horizontal et inclus des activités diverses, il requiert des niveaux d'emploi complexes, et un large éventail d'emplois de cadres supérieurs et de haute technologie pour la fourniture de services de base. Généralement, la pyramide de l'emploi dans le secteur du tourisme a une base large avec un grand nombre d'employés avec des compétences manuelles, non qualifiés et semi-qualifiés, mais avec moins de postes de supervision et de gestion. Les employés peu qualifiés sont susceptibles d'interagir avec les touristes. Il est essentiel d'améliorer leurs compétences pour le service à la clientèle ainsi que pour la qualité du service offert par les entreprises touristiques.

Un manque de compétences nécessaires parmi le personnel peut altérer la performance des entreprises existantes. Les faibles niveaux de qualification au sein de la population dans son ensemble et parmi les employés potentiels peuvent freiner le développement du secteur et affaiblir les opportunités des populations locales à gagner davantage. Les entreprises touristiques peuvent avoir du mal à recruter un nombre suffisant de personnel ayant les compétences de base nécessaires ainsi que les personnes ayant un métier spécifique et les compétences techniques requises pour certains types de métiers, comme les chefs.

Les plans de ressources humaines doivent indiquer le nombre d'emplois à prévoir dans l'avenir alors que le tourisme se développe, avec le niveau de compétences requis et le type de formation qui sera nécessaire.

Un faible niveau de compétences au sein du secteur peut refléter des faiblesses dans la gestion et le fait que les entreprises individuelles n'ont pas accordé assez d'importance aux ressources humaines. Cependant, cela peut aussi être dû au fait que le système d'éducation est inadéquat et à un manque de disponibilité en de formation appropriée. L'évaluation doit donc analyser la portée et l'exhaustivité des cours proposés, leur disponibilité, leur fréquence et la distribution, le contenu des programmes, l'expérience et les connaissances du personnel de formation et l'adéquation des installations et du matériel.

La formation professionnelle nécessite d'une certaine quantité de cours académiques, mais surtout d'une expérience sur le terrain dans un environnement de travail. Les institutions et les entreprises touristiques doivent collaborer dans l'élaboration de programmes de formation et des plans qui répondent aux besoins du secteur et l'industrie qui soient impliqués dans le processus d'enseignement, offrant aux étudiants des stages et des expériences de travail.

Les compétences et la formation nécessaires devraient inclure une compréhension des concepts de tourisme durable et leur application pratique, appropriée et pertinente aux besoins et aux positions du personnel concerné. Parmi les intervenants principaux et à un niveau de gestion, il se peut que cela couvre un large éventail de questions économiques, sociales et environnementales et leurs conséquences, y compris les responsabilités des différentes parties prenantes. Toutefois, les aspects pratiques du développement durable, par exemple dans les processus de gestion de l'environnement, doivent également être inclus dans la formation professionnelle. Cela devrait inclure le développement de nouvelles compétences pertinentes pour les «emplois verts»<sup>45</sup>, par exemple en matière de conservation et d'interprétation. Il est également important qu'il y ait une quantité suffisante de compétences dans des domaines connexes, comme la gestion des sites du patrimoine culturel. La formation dans ces domaines devrait être axée sur le tourisme, une formation en matière de tourisme devrait inclure un examen de la gestion du patrimoine environnemental et culturel. Il peut être nécessaire de planifier et développer davantage le renforcement des capacités dans l'élaboration des programmes pertinents et de livraison.

Certaines agences internationales d'aide au développement et les ONG sont bien placées pour fournir une expérience, un soutien et des conseils sur l'évaluation des besoins de formation et de livraison dans les

<sup>45</sup> Les emplois verts sont définis comme un travail dans plusieurs secteurs, parmi lesquels on trouve les activités de services qui contribuent à conserver ou rétablir la qualité environnementale. Ceci inclut des emplois qui permettent de protéger les écosystèmes et la biodiversité, de réduire la consommation d'énergie, matériaux et eau, de dé-carboniser l'économie et minimiser ou éviter la création de toutes sortes de ou de pollution. PNUE (2008) *"Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World"*

différents secteurs des pays en développement. Par exemple, la Fondation européenne pour la formation, aide certains pays en transition et en développement à exploiter le potentiel de leur capital humain grâce à la réforme de l'éducation, de la formation et du marché du travail dans le contexte de la politique de relations extérieures de l'UE.

## Sujet 1

### Le niveau de compréhension des lacunes dans les compétences et les besoins de formation

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

- (a) *A-t-on fait une évaluation des lacunes dans les compétences et les besoins en formation par rapport à l'industrie actuelle et le développement futur?*

Certains pays ont mis en place une vérification systématique des compétences disponibles au sein du secteur du tourisme en la comparant aux compétences requises par l'industrie, et en identifiant les lacunes et les besoins de formation qui en découlent. Si c'est le cas, il est important de vérifier que celle-ci a couvert tous les secteurs de l'industrie et est relativement à jour, et qu'elle a envisagé les besoins futurs du secteur qui se développe.

- (b) *A-t-on remarqué un manque de compétences parmi les travailleurs du tourisme actuels et dans quels domaines?*

Sans aucune étude précédente disponible, il se peut que la première impression sur l'ampleur et la nature du problème soit construite à partir des consultations réalisées auprès des organismes de l'industrie. Cela peut aussi révéler s'il faut appliquer une évaluation plus approfondie.

- (c) *A-t-on remarqué un manque en matière de main-d'œuvre disponible avec les compétences nécessaires et dans quels domaines?*

La consultation de l'industrie peut aider à résoudre certains problèmes liés au recrutement de personnel ayant les compétences nécessaires.

- (d) *A-t-on remarqué un manque de connaissances sur le tourisme durable et les compétences pratiques liées à ce dernier?*

Cela devrait être considéré à différents niveaux, y compris entre les principales parties prenantes et en termes de compétences pratiques.

#### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Procéder à une évaluation systématique des lacunes dans les compétences et les besoins de formation dans toutes les parties du secteur du tourisme
- Identifier les besoins futurs en compétences dans le secteur dans le cadre de la stratégie touristique et un plan des ressources humaines

#### Services existants pertinents à la question qui peut soutenir les actions possibles:

- 1.01 Schémas directeurs de développement touristique et les Plans de développement stratégique
- 3.01 Planification de la main-d'œuvre pour le secteur du tourisme
- 3.06 Analyse des besoins de formation pour une destination

## Sujet 2

**L'offre en matière de formation suffisante et les institutions, les normes et le programmes de renforcement des capacités***Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins***(a) A-t-on effectué une évaluation systématique de l'offre de formation en tourisme?**

Le montant de la formation liée au tourisme actuellement disponible ou qui peut être mis à disposition des gens rapidement est très vaste, mais aussi très fragmenté. Cela peut aller dans un éventail de cours en gestion du tourisme à la formation technique en une seule journée et des séances de renforcement des capacités livrées sur place. Afin d'obtenir une vue d'ensemble complète, il peut être nécessaire d'établir une vérification systématique.

**(b) Est-ce que les cours et les institutions de formation touristiques sont soumis à une accréditation de qualité?**

Certains pays en développement ont vu une augmentation dans l'enseignement privé et la qualité des enseignants. Il est important de s'assurer que toutes ces dispositions dépassent les normes minimales afin de contribuer à une bonne qualité de la main-d'œuvre.

**(c) Est-ce qu'il y a assez de personnes, de capacités et d'accessibilité en matière d'institutions, d'enseignants et de formation pour répondre aux besoins du secteur?**

Sans une évaluation complète, les perceptions sur la nature et la suffisance de l'offre peuvent être obtenues par le biais de consultations. Dans les pays en développement, il peut y avoir des problèmes non seulement avec le nombre réel d'institutions de formation, mais avec leur capacité (nombre de places disponibles) et leur accessibilité. L'emplacement peut être un obstacle, bien que parfois il soit prévu que la prestation des cours au niveau local se fasse à travers les voyages, les formateurs peuvent aussi utiliser des unités mobiles de formation. Souvent, les programmes de renforcement des capacités font partie des projets de développement local.

**(d) Est-ce que les institutions de formation ont assez de ressources, y compris de personnel qualifié et d'équipement?**

L'adéquation de l'offre en matière de formation devrait se baser sur la qualité ainsi que la quantité. Les questions comprennent les niveaux d'expérience et de compétences parmi les formateurs, ainsi que l'accès à l'équipement et aux ressources financières nécessaires.

**(e) Est-ce que l'éventail des cours de gestion et des techniques disponibles à différents niveaux répond aux besoins du secteur?**

Il est important d'établir si les besoins de l'industrie sont satisfaits par l'offre en termes de formation et de renforcement des capacités qui est disponible, ce qui nécessite un bon équilibre:

- Entre l'éducation dans le tourisme et l'hospitalité comme une carrière (par exemple pour les jeunes ayant quitté l'école) et des cours de formation de courte durée portant sur des compétences spécifiques pour les personnes qui ont déjà un emploi
- Entre la formation en gestion, les compétences d'artisanat et d'autres sujets techniques et services à la clientèle de base.



**(f) *Y a-t-il un système de normes de compétences et de qualifications utile aux besoins du secteur du tourisme?***

Cela devrait inclure des normes d'entrée ainsi que des critères et des qualifications qui reconnaissent les niveaux de compétences plus élevés. Ceux-ci devraient être en conformité avec les normes régionales et internationales équivalentes pour le secteur. Les structures et les mécanismes de certification devraient également être mis en place pour la supervision des normes et l'octroi de qualifications.

**(g) *Le tourisme est-il promu comme une carrière pour les jeunes et lié à la formation?***

Il est important de ne pas oublier la disponibilité de la formation, mais aussi la manière dont le tourisme est promu comme une carrière, en encourageant les gens à entrer dans le secteur et à acquérir les compétences et les qualifications nécessaires.

**(h) *Est-ce qu'il y a une formation suffisante disponible en matière de développement durable du tourisme et des compétences connexes?***

Il faut mettre l'accent sur les connaissances et l'expérience des institutions de formation de ce domaine ainsi qu'aux cours de formation qu'on fournit. Les cours de formation des compétences professionnelles et techniques peuvent bien couvrir les questions pratiques liées à la durabilité, telles que la conservation et la gestion de l'environnement. Des cours supérieurs devraient couvrir les questions de durabilité et de développement plus globales.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Évaluer la quantité de possibilités de formation, le niveau et la nature de la formation dispensée au secteur et sa pertinence pour les besoins de l'industrie
- Examiner les ressources disponibles pour les organismes de formation pour leur permettre d'accroître leur capacité, la qualité de la formation offerte et son accessibilité à travers le pays
- Examiner et renforcer les mécanismes de financement de la formation du tourisme, y compris l'utilisation des taxes de formation
- Mettre en place ou renforcer des systèmes de normes et qualifications
- Promouvoir le tourisme comme une carrière, y compris la formation disponible
- Soutenir le développement et l'intégration des questions de développement durable dans les formations touristiques
- Examiner et poursuivre la coopération sur les normes régionales, centres de formation et programmes d'échange

***Services existants reliés à cette question qui peuvent soutenir les actions possibles:***

3.01 Planification de la main d'œuvre pour le secteur du tourisme

3.02 Programmes de renforcement des capacités dans l'hôtellerie, les compétences et le développement de l'entreprise touristique

3.03 Développement des compétences, de l'éducation et de la formation professionnelle, formation sur le terrain et l'amélioration de la qualité des services.

### Formation en matière de tourisme et normes au Vietnam

Le nombre de touristes au Vietnam a triplé dans la période de dix ans jusqu'en 2008, et a stimulé l'emploi dans le pays contribuant à réduire la pauvreté. Pour répondre à cette croissance, l'industrie a besoin d'améliorer les compétences de quelque 750.000 personnes impliquées dans le tourisme. Afin d'atteindre cet objectif, le développement des ressources humaines dans un projet touristique, financé par l'Union européenne, a entrepris de former un large éventail de professionnels, y compris les enseignants, les travailleurs de l'hôtellerie et des administrateurs publics de toutes les provinces. Les objectifs étaient d'améliorer la qualité de la main-d'œuvre du tourisme à travers le système de reconnaissance des compétences de qui certifient les compétences aux normes internationales, et à maintenir ainsi le nombre de personnes formées et qualifiées par le renforcement des cadres institutionnels.

Les résultats du projet comprennent:

- 3.400 personnes formées pour devenir des formateurs et 5000 autres inscrits pour devenir des formateurs
- Les normes de compétences de niveau d'entrée établis pour plus de 75% de la population active du tourisme, avec une évaluation au niveau national par le Comité de certification Vietnam Tourism
- Un système de compétences harmonisé avec les systèmes régionaux et reconnus au niveau ASEAN
- 1000 agents formés en gestion du tourisme et 90 directeurs provinciaux ont reçu des bourses.

### Sujet 3

## Le niveau d'engagement du secteur privé dans le soutien au renforcement des capacités de formation

### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / besoins

- (a) *Est-ce que le secteur privé a participé dans l'évaluation et la formulation des compétences et la prestation de cours de formation?*

Les programmes de formation répondront aux besoins du secteur si les entreprises privées participent dans la formulation des cours. De plus, les entreprises touristiques devraient offrir leur soutien direct aux processus de formation en s'engageant dans la livraison et la fourniture des stages et autres opportunités.

- (b) *Est-ce que le secteur privé prévoit assez de formation et de perfectionnement professionnel vis-à-vis de son personnel et de la communauté locale?*

Pour de nombreuses entreprises touristiques, notamment les grandes entreprises, l'offre de formation nécessaire est principalement une affaire d'entreprise. Cela peut inclure une formation continue pour son propre personnel, mais aussi un travail de proximité dans la communauté locale pour les futurs employés potentiels. En partie, cela est une question d'objectifs de gestion et des priorités.

### Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Assurer l'engagement du secteur privé dans l'évaluation des compétences et de la formation
- Renforcer les liens entre les organismes de formation en tourisme et les entreprises privées
- Encourager une éthique de l'offre de formation au sein de l'entreprise privée

### Services existants pertinents à la question qui peut soutenir les actions possibles:

3.01 Planification de la main d'œuvre pour le secteur du tourisme

3.02 Programmes de renforcement des capacités dans l'hôtellerie, les compétences et le développement de l'entreprise touristique

3.03 Développement des compétences, de l'éducation et de la formation professionnelle, formation sur le terrain et l'amélioration de la qualité des services.


## QUESTIONNAIRE Pilier 3: L'EMPLOI, LE TRAVAIL DECENT ET LE CAPITAL HUMAIN

Pour faciliter l'assimilation rapide de la situation, les colonnes après les questions offrent la possibilité d'attribuer une note, le cas échéant. Ceci est basé sur le barème suivant:

1	La situation paraît très faible et les besoins sont importants	Priorité d'action <b>Élevée</b> ↓ <b>Faible</b> Priorité d'action
2	La situation paraît faible et/ou doit être améliorée	
3	La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante	
4	La situation semble satisfaisante	
5	La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres	
X	Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué	

### 3.1 La planification des ressources humaines et des conditions de travail

Sujet 1: L'existence et l'étendue de la politique des ressources humaines, plans et actions, discutés et acceptés par le secteur privé et autres intervenants

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action						
			Elevée Faible						
									
			1	2	3	4	5	X	
a	Est-ce que le tourisme est reflété dans les politiques et les plans nationaux globaux des ressources humaines?								
b	Y a-t-il une politique visible des RH et un plan pour le tourisme, liés à une politique touristique / un plan d'action?								
c	Est-ce que le plan des ressources humaines du pays et / ou les actions sont cohérentes dans ce domaine?								
d	Y a-t-il des syndicats ou d'autres représentants des travailleurs actifs dans le secteur du commerce?								
e	Est-ce que les organismes qui représentent le secteur privé du tourisme ont abordé les questions liés aux RH?								
f	Y a-t-il des consultations et dialogues concernant la planification des RH avec tous les représentants des parties prenantes?								
g	Y a-t-il des incitations et des initiatives pour la promotion de l'emploi, y compris pour des groupes en particuliers?								

Sujet 2: Veiller à ce que les droits et les conditions de travail des ouvriers soient décentes et satisfaisantes

a	Est-ce que le secteur du tourisme respecte les droits des travailleurs et les conditions de travail décentes?							
b	La législation a-t-elle une base solide pour exiger et faire respecter le travail décent dans le secteur du tourisme?							
c	Est-ce que les lois du travail et les règlements connexes sont appliqués effectivement dans le secteur du tourisme?							

### 3.2 L'évaluation des compétences et de l'offre de formation

#### Sujet 1: Le niveau de conscience du manque de compétences et des besoins de formation

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			Elevée	Faible				
			1	2	3	4	5	
a	A-t-on fait une évaluation des lacunes dans les compétences et les besoins en formation par rapport à l'industrie actuelle et le développement futur?							
b	A-t-on remarqué un manque de compétences parmi les travailleurs du tourisme actuels et dans quels domaines?							
c	A-t-on remarqué un manque en matière de main-d'œuvre disponible avec les compétences nécessaires et dans quels domaines?							
d	A-t-on remarqué un manque de connaissances sur le tourisme durable et les compétences pratiques liées à ce dernier?							

#### Sujet 2: L'offre en matière de formation suffisante et les institutions, les normes et le programmes de renforcement des capacités

a	A-t-on effectué une évaluation systématique de l'offre de formation en tourisme?							
b	Est-ce que les cours et les institutions de formation touristiques sont soumis à une accréditation de qualité?							
c	Est-ce qu'il y a assez de personnes, de capacités et d'accessibilité en matière d'institutions, d'enseignants et de formation pour répondre aux besoins du secteur?							
d	Les établissements de formation disposent-ils de ressources suffisantes, y compris de personnel qualifié et d'équipement?							
e	Est-ce que l'éventail des cours de gestion et des techniques disponibles à différents niveaux répond aux besoins du secteur?							
f	Y a-t-il un système de normes de compétences et de qualifications utile aux besoins du secteur du tourisme?							
g	Le tourisme est-il promu comme une carrière pour les jeunes liés à la formation?							
h	Est-ce qu'il y a une formation suffisante disponible en matière de développement durable du tourisme et des compétences connexes?							

#### Sujet 3: Le niveau d'engagement du secteur privé dans le soutien au renforcement des capacités de formation

a	Est-ce que le secteur privé a participé dans l'évaluation et la formulation des compétences et la prestation de cours de formation?							
b	Est-ce que le secteur privé prévoit assez de formation et de perfectionnement professionnel vis-à-vis de son personnel et de la communauté locale?							

## Pilier 4 Réduction de la pauvreté et inclusion sociale

Parvenir à une réduction significative de la pauvreté est un objectif majeur pour le développement durable dans le monde, pour tous les PMA et les pays en développement. C'est le premier des objectifs du Millénaire pour le développement (OMD).

Le rôle du tourisme comme vecteur important pour la réduction de la pauvreté a été formellement reconnu par les gouvernements et les organismes internationaux. En 2002 le sommet de Johannesburg sur le développement durable a identifié le tourisme comme étant un secteur clé de la lutte contre la pauvreté<sup>46</sup>. En 2005, un groupe représentatif composé de gouvernements, du secteur privé, des agences de l'ONU et de dirigeants de la société civile, a exhorté «les gouvernements, agences d'aide internationales et bilatérales de développement, institutions financières, sociétés privées, ONG et autres parties de reconnaître que le tourisme, lorsque durablement développé et géré, peut représenter un moyen efficace pour réaliser les objectifs de développement du Millénaire - notamment de lutte contre la pauvreté»<sup>47</sup>. En juin 2012, une autre étape importante a été franchie, reconnaissant le tourisme dans le programme mondial de développement lors de la Conférence des Nations Unies sur le développement durable (CNUDD) - Rio+20 : «Vers une économie verte: un développement durable et l'éradication de la pauvreté». Le tourisme figure dans le document final de Rio+20 «Le futur que nous voulons», reconnaissant la contribution du tourisme aux trois dimensions du développement durable<sup>48</sup>.

L'inclusion sociale est une préoccupation mondiale, exigeant que les droits et les besoins de chacun, quel que soit le sexe, l'âge, la race ou la capacité, soient pleinement reconnus et que des mesures concrètes soient prises pour offrir des possibilités pour toutes les personnes défavorisées. La nécessité pour l'égalité des genres et l'importance de la place des femmes dans la société est soulignée dans le troisième OMD. Ces dernières années, de nombreux organismes d'aide au développement ont donné la priorité au soutien des opportunités pour les femmes et les jeunes, qui peuvent bénéficier du secteur du tourisme.

Il est important de comprendre que la notion de pauvreté peut être conçue de différentes façons. Alors que la pauvreté monétaire est parfois définie par rapport à un seuil de pauvreté global fixé à 1,5 \$US par jour, la pauvreté peut-être également considérée comme une position relative des groupes dans la société, affectée dans un pays par le niveau d'inégalité dans la répartition des richesses et des revenus. La pauvreté doit aussi être considérée comme une condition ayant trait non seulement au revenu, mais également à d'autres aspects de la qualité de vie, y compris la disponibilité de possibilités pour le changement et l'accès aux systèmes de soutien de vie<sup>49</sup>. Le tourisme peut porter des avantages mais aussi des pressions qui affectent tous les aspects de la pauvreté.

Il existe de nombreuses raisons pour lesquelles le tourisme est bien placé pour offrir des possibilités pour les pauvres et d'autres groupes défavorisés:

- C'est un secteur en pleine croissance qui a prouvé sa capacité d'assurer le développement économique<sup>50</sup>.
- Il s'agit d'un secteur dans lequel les pays en développement peuvent avoir un avantage comparatif, en raison de leur climat et de la richesse de leur patrimoine culturel et naturel.
- Il peut fournir une activité économique dans des endroits où il n'y a que très peu de possibilités, notamment dans les zones rurales où se trouvent 70 % de personnes extrêmement pauvres du monde en développement<sup>51</sup>.

<sup>46</sup> Plan de mise en œuvre de Johannesburg Département des affaires économiques et sociales, 2005

<sup>47</sup> OMT (2005) Rapport « Utiliser le tourisme pour les Objectifs du Millénaire pour le développement »

<sup>48</sup> Rio + 20 le futur que nous voulons : cadre d'action et de suivi, 2012

<sup>49</sup> Identification et mesure des dimensions de revenu ne provenant pas de la pauvreté est couvert par l'indice de pauvreté multidimensionnelle, développé par l'Université d'Oxford et le PNUD <http://hdr.undp.org/en/statistics/mpi/>

<sup>50</sup> Par exemple, le tourisme a été un facteur principal dans la sortie du Botswana et les Maldives du statut de la LDC.

<sup>51</sup> FIDA (2010) rapport de la pauvreté rurale, 2011

- C'est un secteur qui requiert une forte main-d'œuvre.
- C'est un secteur diversifié qui offre la possibilité de soutenir d'autres activités économiques, soit à travers la création d'emplois - qui peut compléter les autres moyens de subsistance - soit en créant de la demande par le biais de la chaîne d'approvisionnement.
- Il fournit un large éventail de possibilités de travail, à la fois qualifié et non qualifié, qui sont bien adaptés aux femmes et aux jeunes.
- Il peut offrir des possibilités pour les communautés minoritaires et soutenir leur culture.
- Il crée des opportunités pour les petites et micro entreprises, avec des coûts d'établissement et de démarrage qui peuvent être bas.
- L'infrastructure fournie par et pour le tourisme, comme les routes, l'énergie, l'approvisionnement en eau et l'assainissement peuvent aussi être très utiles aux collectivités pauvres.
- Un aspect particulier du tourisme - le marché (visiteur) venant consommer dans la destination (offre)- présente une occasion unique pour le contact social et économique de toutes sortes.

Le potentiel du tourisme à réduire la pauvreté dépend en partie de la croissance globale du secteur du tourisme dans le pays et sa contribution à l'économie dans son ensemble. Parallèlement à cela, il est important de veiller et assurer qu'une part de l'économie du tourisme soit dirigée vers les pauvres, à travers une série d'approches stratégiques et tactiques.

Alors que le tourisme peut créer des opportunités positives pour les personnes pauvres et défavorisés, il peut également avoir des répercussions négatives sur les structures sociales, les traditions et les moyens de subsistance. Cela peut se traduire par une concurrence accrue des ressources, la hausse des prix locaux et des changements sociaux conduisant à l'augmentation de la criminalité; la dévalorisation des traditions et d'autres problèmes tels que l'exploitation sexuelle découlant du comportement des touristes et de nouvelles influences sur les communautés locales.

Les sujets abordés dans les autres Piliers de la Méthodologie sont aussi très importants. La gouvernance et le cadre stratégique crée un contexte favorable pour le développement du tourisme et la lutte contre la pauvreté; la compétitivité et la création d'emplois influencent la croissance du secteur et offrent des opportunités pour les groupes défavorisés ; une gestion saine de l'environnement naturel et culturel est une condition préalable pour le développement durable.

Quatre sous-piliers ont été identifiés pour l'évaluation.

- **Une approche intégrée de la réduction de la pauvreté à travers le tourisme**  
L'intégration de la réduction de la pauvreté dans les politiques du tourisme et le développement d'une approche stratégique au niveau des destinations locales.
- **Renforcement des initiatives touristiques en faveur des pauvres**  
L'application réussie de différents mécanismes pour accroître les revenus et les avantages pour les pauvres provenant des dépenses et des investissements liés au tourisme.
- **L'inclusion des groupes défavorisés dans le secteur du tourisme**  
L'approche adoptée pour engager et bénéficier les femmes, les jeunes, les personnes âgées, les minorités ethniques et les personnes handicapées dans le tourisme.
- **La prévention des impacts sociaux négatifs**  
La sauvegarde des communautés locales contre les menaces à leurs valeurs traditionnelles, de structures et de bien-être, du à d'indésirables changements apportés par le tourisme.

Les deux premiers sous-piliers sont étroitement liés. Toutefois, l'un traite des politiques, évaluation et analyse alors que le deuxième met l'accent sur des initiatives spécifiques et les interventions.

## 4.1 Une approche intégrée de réduction de la pauvreté par le tourisme

Dans le passé, des initiatives pour lutter contre la pauvreté par le biais du tourisme avait tendance à se concentrer sur les petits projets spécifiques de façon fragmentaire. Toutefois, il est de plus en plus admis qu'il faut une approche holistique et intégrée.

La réduction de la pauvreté devrait être un objectif central des politiques de tourisme et des stratégies dans tous les PMA et les pays en développement. De plus, il convient de souligner le rôle du tourisme dans les stratégies de réduction de la pauvreté et le développement des programmes. Cela devrait se refléter dans un engagement fort du gouvernement, basé sur la prise de conscience de son potentiel et des approches possibles qui peuvent être mises en place. Il devrait y avoir un engagement similaire des entreprises du secteur privé dont le succès dépendra de leur soutien et les actions qui peuvent être motivées par leur responsabilité sociale et leur volonté d'établir une relation positive avec leur communauté locale. On obtiendra de meilleurs résultats si le gouvernement et les intervenants du secteur privé montrent un engagement commun et travaillent ensemble sur les activités de réduction de la pauvreté.

Quelques mesures pour aider à la réduction de la pauvreté par le tourisme peuvent être prises au niveau national, tels que la recherche pour améliorer la compréhension et les connaissances et le développement d'outils de soutien. Ces derniers peuvent inclure, par exemple, des programmes de renforcement des capacités ou des mécanismes d'aide financière, tels que les mécanismes de micro finance, conçues pour répondre aux besoins des communautés pauvres et les caractéristiques du secteur du tourisme.

L'élaboration de politiques et de la conception d'outils pertinents à l'appui de la réduction de la pauvreté par le tourisme peuvent être plus appropriées au niveau national, des actions peuvent être plus efficaces si elles sont planifiés, coordonnés et mises en œuvre à un niveau local ou de destination<sup>52</sup>. En mettant l'accent sur certaines régions, le tourisme peut jouer un rôle important en tant qu'agent d'amélioration des moyens de subsistance.

Les destinations locales à privilégier sont celles où il y a une coïncidence entre les besoins et les possibilités d'un point de vue réaliste. Le choix doit être fait en tenant compte:

- La nature et la répartition de la pauvreté dans le pays, y compris les niveaux de pauvreté dans différents domaines et les types de communauté plus touchés.
- Tendances actuelles en matière de visiteurs et niveaux du tourisme dans le pays notamment les sites à potentiel de croissance.

Certains types de destinations locales peuvent présenter d'importants niveaux de pauvreté autant que de potentiel touristique. Dans de nombreux pays, ces derniers peuvent être des zones rurales ou les destinations contenant des zones protégées. Dans d'autres, ils peuvent être des sites côtiers ou des grandes villes, qui permettent d'associer les populations urbaines pauvres.

Les stratégies et actions pour le tourisme en faveur des pauvres peuvent être développées génériquement pour différents types de destination ou de produit, comme pour le tourisme rural, ou individuellement pour des destinations spécifiques à l'échelon local.

Au sein de la destination, les stratégies doivent être élaborées basées sur une analyse détaillée des produits et des marchés, il faut identifier où se trouve le plus grand potentiel pour augmenter le montant des revenus et bénéficier aux pauvres. Les actions peuvent, par exemple, aider les populations locales à obtenir

<sup>52</sup> Une approche globale à ce niveau local destination figure dans le *manuelle sur le tourisme et la lutte contre la pauvreté : des mesures concrètes pour les Destinations* SNV et l'OMT, 2010



un emploi dans le secteur du tourisme, à fournir des biens et services aux touristes et aux entreprises de tourisme, ou à gérer des micros et petites entreprises.

**Analyse de chaîne de valeur (VCA)** est une technique utile pour guider les interventions favorables aux pauvres. Elle consiste à réduire les dépenses dans une destination entre les différentes installations et services, tels que l'hébergement, la nourriture, achat de souvenirs etc. et pour chaque type de dépense, estimation de la proportion qui peut atteindre les pauvres des visiteurs total. Cela permet de voir plus clairement où les pauvres contribuent et peuvent gagner le plus ou même où ils sont absents, en montrant ainsi où mettre en place des actions. Il y a plus d'informations sur cela dans l'Annexe 4.

Pour que les pauvres puissent recevoir des revenus et des prestations de tourisme, l'OMT a identifié une méthodologie incluant **sept mécanismes**<sup>53</sup>. Chaque volet peut offrir des opportunités, individuellement ou en combinaison, selon les circonstances locales. Ces mécanismes ont formé le cadre de l'initiative ST-EP<sup>54</sup>. Les mécanismes comprennent:

1. Emploi des pauvres dans les entreprises du tourisme
2. Fourniture de biens et de services aux entreprises de tourisme par les pauvres ou les entreprises qui emploient les pauvres
3. Vente directe de biens et de services offerts aux visiteurs par les pauvres (économie informelle)
4. Création et gestion d'entreprises touristiques par les pauvres - par exemple micro, petites et moyennes entreprises ou entreprises communautaires (économie formelle)
5. Impôt ou taxe sur les revenus du tourisme ou autres profits identifiés et dirigés pour bénéficier aux pauvres
6. Aider/Soutenir volontairement les entreprises de tourisme et les touristes
7. Investissement dans l'infrastructure stimulée par le tourisme profitant aux pauvres dans la localité, directement ou par le biais de soutien à d'autres secteurs.

## Sujet 1

### Niveau d'engagement du tourisme en faveur des pauvres

#### *Questions pour évaluer la problématique identifier les faiblesses et les besoins*

**(a) Le tourisme est-il inclus dans les documents de stratégie nationale de développement DSRP comme vecteur de réduction de la pauvreté?**

La nécessité pour le tourisme à être mis en évidence dans l'ensemble des politiques de développement et des documents était couvert par le pilier 1. Toutefois, il est particulièrement important en ce qui concerne la réduction de la pauvreté et il faut vérifier plus précisément en ce qui concerne le DSRP ou document équivalent et de documents de stratégie nationale.

**(b) La réduction de la pauvreté est-elle un objectif de politique touristique, liée à des actions et des résultats mesurables?**

La plupart des PMA et des pays en développement devraient identifier la réduction de la pauvreté comme un objectif de développement du tourisme. Toutefois, un engagement plus sérieux serait démontré par l'articulation des stratégies et mesures nécessaires pour appliquer la politique et, en particulier, dans l'utilisation d'indicateurs et la définition des objectifs de réduction de la pauvreté.

<sup>53</sup> OMT (2004) *du tourisme et la lutte contre la pauvreté : recommandations pour des actions*, Madrid

<sup>54</sup> Tourisme durable – élimination de la pauvreté. Une initiative qui a soutenu plus de 100 projets entre 2005 et 2012 dans plus de 35 pays.

**(c) Quel est le niveau de sensibilisation aux problèmes des pauvres et les approches dans le tourisme ?**

Cela peut être évalué après consultations avec les responsables du tourisme et des intervenants. Certains pays ont tenu des ateliers et des sessions de formation spécifiquement sur ce sujet.

**(d) Dans quelle mesure le secteur privé est engagé envers un tourisme « pro-pauvres » et travaille avec les communautés locales ?**

Les associations du tourisme et les organismes de commerce peuvent avoir inscrit un tel engagement dans leurs statuts et orientant leurs actions. Dans la plupart des pays en développement il existe des exemples d'entreprises individuelles qui ont fait un effort considérable pour travailler avec les membres des communautés locales, parfois couvrant l'ensemble des sept mécanismes énumérés ci-dessus. La plupart des « Prix du développement durable » et des systèmes de certification intègrent l'aspect des avantages pour la communauté, ces aspects sont développés par le GSTC, et contenus dans les critères mondiaux de tourisme durable<sup>55</sup>. Cependant cette approche est loin d'être systématique.

**Possibles mesures pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Renforcer l'attention accordée à la réduction de la pauvreté et aux politiques de tourisme ainsi qu'aux plans de développement nationaux, et l'attention accordée au tourisme dans les stratégies de réduction de la pauvreté et les programmes de développement
- Tenir des séances de sensibilisation et des activités de formation sur le tourisme et la réduction de la pauvreté
- Encourager le secteur privé à s'engager formellement vis-à-vis de la réduction de la pauvreté et à travailler avec les communautés locales.

**Services existants reliés à cette question qui peuvent développer les actions possibles:**

1.01 Schémas directeurs de développement du tourisme et plans de développement stratégique

1.02 Politique du tourisme du pays

1.08 Positionnement du tourisme dans la planification du développement et des stratégies

4.03 Tourisme durable national – élimination de la pauvreté (ST-EP), séminaires de formation

**Sujet 2**

**Adopter une approche stratégique pour la réduction de la pauvreté à travers le tourisme à l'échelle nationale et locale dans la destination**

**Questions pour évaluer la problématique et identifier les faiblesses et les besoins**

**(a) Il y a-t-il eu des actions à l'échelle nationale afin de renforcer l'approche du tourisme en faveur des pauvres?**

La plupart des actions pour développer et promouvoir le tourisme pourraient être évaluées dans une certaine mesure pour bénéficier la réduction de la pauvreté tout simplement par la croissance de l'économie. Cette question concerne des actions plus spécifiques pour soutenir le tourisme pro-pauvres et faciliter la participation des pauvres. Ceux-ci peuvent inclure des études de recherche, des projets et des programmes de développement spécifiques, actions de marketing des produits importants, directives et procédures de renforcement des capacités, aide financière, l'octroi de concessions, les lois et les règlements.

<sup>55</sup> Par le Conseil mondial de tourisme durable, appuyé par l'OMT, le PNUE et organismes [www.gstcouncil.org](http://www.gstcouncil.org)

**(b) Existe-t-il une stratégie pour le développement du tourisme rural, ou pour d'autres types de destination bénéficiant aux pauvres?**

Les besoins et les possibilités dans les zones rurales peuvent se ressembler en fonction des destinations. Certains pays ont des stratégies spécifiques de tourisme rural qui assurent l'orientation et les actions aux niveaux nationaux et locaux. Cela pourrait également s'appliquer à d'autres types de lieux, en travaillant avec les communautés côtières pauvres par exemple.

**(c) A-t-on considéré ou identifié des destinations prioritaires en matière des initiatives de tourisme en faveur des pauvres?**

Cela peut se faire par un processus systématique et détaillé, à l'aide d'un éventail de données associées au potentiel touristique et les niveaux de pauvreté, ou ces initiatives peuvent être fondées sur un jugement plus subjectif, peut-être influencé par des programmes externes et opportunités d'aide et de financement.

**(d) Est-ce que certaines destinations locales ont établi des stratégies et/ou des initiatives touristiques favorables aux pauvres?**

Dans certains pays, certaines destinations locales ont déjà pris ce genre d'initiative et il est important de se tenir informé.

**(e) A-t-on fait une évaluation pour estimer quelle proportion des dépenses touristiques atteint les pauvres et dans quelle mesure?**

Il se peut que des analyses de la chaîne de valeur ou des processus similaires aient été menées à l'échelle nationale ou locale dans des destinations individuelles. Cela peut avoir été un exercice complet type, décrit dans l'Annexe 4 ou bien une estimation plus limitée.

**Mesures envisageables pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Identifier les actions pour renforcer l'approche favorable aux pauvres au niveau national
- Formuler des stratégies de tourisme rural
- Identifier les destinations prioritaires afin de mettre en place les actions spécifiques en faveur des pauvres: tourisme, en concertation avec les acteurs locaux
- Procéder à l'analyse de la chaîne de valeur dans les destinations prioritaires
- Préparer un plan d'action stratégique et des interventions pour le développement du tourisme en faveur des pauvres dans une ou plusieurs destinations prioritaires.

**Services existants reliés à la question qui peuvent soutenir les actions possibles:**

1.01 Schémas directeurs de développement et Plans stratégiques de développement du tourisme et 4.01

Soutenir la croissance en faveur des pauvres dans les destinations touristiques

4.03 Tourisme durable national – élimination de la pauvreté (ST-EP) séminaires de formation

4.04 Analyse de la chaîne de valeur et développement économique local

4.05 Stratégies de tourisme rural

### Analyse de la chaîne de valeur du tourisme au Cap-Vert

Une analyse de chaîne de valeur simple a été entreprise au Cap-Vert en 2008 dans le cadre d'une étude plus vaste examinant de nombreux aspects du tourisme pour l'informer des recommandations concernant un programme d'interventions pour améliorer l'impact du développement, y compris sa contribution à la réduction de la pauvreté. La première étape consistait à cartographier la vue d'ensemble des entreprises et autres acteurs dans le secteur du tourisme et les liens entre eux. Cela a été suivi par des enquêtes et des consultations, pour identifier où les pauvres ne participent pas. Enfin, les flux de dépenses par le biais de la chaîne ont été estimés, y compris combien revient aux pauvres, tout en considérant également les facteurs susceptibles d'inhiber ou d'activer leurs gains.

L'analyse a identifié qu'environ 18 % du total des dépenses touristiques annuelles atteignent les pauvres, à travers quatre grandes voies qui devraient faire l'objet d'une enquête plus approfondie et d'un renforcement du potentiel. Ils comprenaient :

- Emplois directs dans le secteur du tourisme, qui exige une politique visant à améliorer les compétences des habitants pauvres afin de maximiser leur potentiel de participer pleinement.
- Des liens indirects avec le secteur de la construction, qui emploie une proportion élevée de milieux pauvres, nécessitant une mise au point des opportunités de progression de carrière dans ce secteur
- Liens indirects avec le secteur agricole, demandant l'identification de davantage de produits qui peuvent être cultivés localement au Cap-Vert
- Imposition, par le biais de politiques progressistes associées à la réduction de la pauvreté, exigeant un examen de l'impact des politiques fiscales et de mesures incitatives.

## 4.2 Renforcer les initiatives touristiques en faveur des pauvres

Un éventail d'initiatives et d'interventions peuvent être mis en place au sein des destinations afin de développer et d'amplifier la participation des pauvres dans le tourisme et les flux de revenu et les avantages pour eux. Les sept mécanismes décrits plus en haut fournissent un cadre pour l'examen des options tactiques.

Le choix et la mise en œuvre réussite des mécanismes dépendront de la structure du secteur touristique existant dans la destination et de ses liens avec les communautés pauvres. L'engagement actif des communautés dans la planification du tourisme et le développement dans leurs régions, comme indiqué dans le premier pilier - Gouvernance, est important pour le succès. Comprendre les industries traditionnelles et les connaissances de base ainsi que des modèles de famille et de style de vie au sein des communautés est une étape nécessaire dans l'identification efficace des liens pour le tourisme.

Une condition essentielle est de développer et d'améliorer les conditions permettant aux pauvres de bénéficier efficacement des échanges liés aux industries du tourisme et les touristes dans un environnement commercial. Il s'agit d'établir des liens, en améliorant la qualité et la pertinence des services fournis et le renforcement de l'accès aux marchés. Les communautés pauvres doivent fournir des ressources et des services qui répondent aux besoins des entreprises établies ou complémentaires pour eux, pour que tous puissent bénéficier. Pour faire cela, le secteur privé doit s'engager et faciliter le processus. Cela est important pour la plupart des mécanismes décrits ci-dessous.

Le mécanisme principal pour fournir un emploi au sein des entreprises du tourisme a été principalement traité dans le Pilier 3. Les principaux défis dans le processus de renforcement des opportunités pour les communautés pauvres d'obtenir un emploi au sein des entreprises touristiques comprennent les aspects

suivants: s'assurer qu'ils ont accès à l'enseignement général et spécifique, formation touristique pertinente; s'assurer qu'ils sont informés sur les possibilités d'emploi et adopter des procédures de recrutement appropriées; offrir des emplois dans des lieux accessibles et faciliter le transport au travail; et structurer les emplois et les conditions d'emploi pour satisfaire leurs besoins de subsistance.

Fournir des biens et des services aux hôtels et aux autres entreprises par le biais des chaînes d'approvisionnement peut être un moyen efficace de diffusion des opportunités au sein des communautés pauvres. Des opportunités spéciales peuvent provenir de l'approvisionnement en nourriture mais aussi des autres biens et services. Les interventions visant à renforcer les liens doivent couvrir un éventail de questions, peut-être mieux étudiées à travers un programme intégré, y compris:

- Enquête sur les sources potentielles d'approvisionnement et amélioration de l'information
- Construire des rapports de confiance et des relations positives entre les fournisseurs et les utilisateurs
- Aider les communautés pauvres à comprendre les besoins des entreprises touristiques
- Travailler avec les producteurs pour améliorer la qualité, la quantité et la fiabilité de l'approvisionnement
- Former des réseaux et des coopératives parmi les fournisseurs.

**Vente informelle** de biens et de services directement aux touristes, comme la vente de l'artisanat dans les rues, les tours guidés informels, peut s'avérer être l'un des principaux moyens pour les familles pauvres de gagner des revenus du tourisme. Toutefois, cela peut être un processus inefficace et dangereux. On peut obtenir des avantages par le biais des initiatives pour réglementer et organiser les vendeurs, améliorer la qualité et renforcer les liens avec les entreprises.

L'implantation d'entreprises au sein des communautés pauvres, soit en tant que petites entreprises individuelles soit en tant qu'initiatives de tourisme communautaires, peut fournir des avantages directs et indirects et potentiellement des chances pour des améliorations. Toutefois, il est essentiel que cela se déroule dans le milieu professionnel adéquat, nécessitant:

- Évaluation préalable de faisabilité et de planification réaliste du service
- Accès facilité aux marchés et une promotion efficace
- Accès à des renforcements des capacités utiles et formation
- Accès à un financement approprié, éventuellement par le biais de micro finance adaptée au tourisme
- Règlements et normes qui sont réalisables par de petites entreprises.

Les *joint-ventures* entre les entreprises du secteur privé et les initiatives communautaires peuvent s'avérer comme une approche particulièrement réussite.

Un engagement direct et indirect dans le tourisme peut renforcer la capacité des communautés pauvres à un développement durable dans tous les domaines, par une exposition aux nouvelles idées et cultures les communautés peuvent améliorer leurs compétences, tel que dans les TIC et la gestion d'entreprise.

Les mécanismes qui impliquent la création d'emploi et stimule la création d'entreprises peuvent bénéficier principalement aux personnes et aux familles. Cependant, les trois mécanismes finaux, impliquant **les taxes, les contributions volontaires** et les **avantages collatéraux** peuvent s'appliquer à l'ensemble des besoins de la communauté et soutenir des programmes sociaux spécifiques, tels que l'approvisionnement en eau, énergie, l'éducation ou les soins de santé. Il est important d'établir si ces possibilités sont suivies et utilisées efficacement.

Il se peut que dans certains pays et destinations, des initiatives du tourisme en faveur des pauvres réussites existent déjà et qu'elles aient contribué à renforcer l'impact économique local du tourisme. Des nouvelles

actions peuvent porter sur les initiatives fructueuses ou sur la possibilité de les appliquer dans un autre contexte ou une autre destination.

#### Sujet 1

### Augmenter les revenus dans les communautés pauvres à travers les entreprises liées au tourisme et aux échanges

#### Questions pour évaluer la problématique et identifier les faiblesses et les besoins

- (a) *Est-ce que l'on a lancé des initiatives pour promouvoir l'emploi dans le tourisme au sein des communautés pauvres ?*

La création d'emploi et les activités de promotion, même les formations professionnelles et le développement des capacités nécessaires sont analysés dans le Pilier 3. Cette question vise à déterminer jusqu'à quel point cela peut être dirigé directement aux communautés pauvres et reformulé/adapté en fonction de leurs besoins.

- (b) *Est-ce que les liens entre le secteur du tourisme et de l'agriculture (y compris la pêche artisanale) sont forts ?*

Les liens intersectoriels au niveau ministériel, parmi les systèmes de soutien et les structures de l'industrie, peuvent fournir une bonne base pour le développement d'initiatives en faveur des pauvres.

- (c) *Est-ce que les liens de la chaîne d'approvisionnement avec les communautés pauvres à l'échelle locale sont bien développés ?*

Ces aspects varient selon les localités, et peuvent varier selon le niveau général d'attention que le secteur du tourisme donne à la chaîne d'approvisionnement. Dans certains pays, il peut y avoir une tradition locale d'approvisionnement qui peut ne pas exister dans d'autres. Cela dépendra en partie des conditions locales et de la disponibilité de produits. Il faudrait aborder ce sujet aussi pour les services, mais aussi l'agriculture.

- (d) *Existe-t-il des quantités significatives de commerce informel par les pauvres dans les zones touristiques et est-ce que cela a fait l'objet de gestion ?*

Le niveau de la vente directe aux touristes peut varier, tout comme la mesure dans laquelle ceci est considéré comme un problème ou une opportunité qu'il faut aborder.

- (e) *Les communautés pauvres sont-elles engagées à fournir des installations et des visites touristiques et existe-t-il un potentiel pour renforcer ou développer cela ?*

La prestation d'hébergement, restauration, attractions touristiques, visites guidées, les événements et les visites de village, y compris un engagement avec le patrimoine tangible et intangible, sont des exemples types de petites entreprises touristiques qui peuvent être créés au sein des communautés pauvres. Parfois, ces entreprises sont activement soutenues et promues et peuvent être introduites dans l'offre touristique.

- (f) *Existe-il des structures pour fournir de l'aide et des conseils aux communautés pauvres sur le développement, l'exploitation et la promotion des entreprises du tourisme ?*

Il s'agit de programmes pour des entreprises au niveau communautaire qui peuvent être fournis ou soutenus par le gouvernement, les ONG ou les programmes spécifiques à échelle nationale ou locale. L'existence et l'expansion des partenariats public-privé et des coentreprises parmi les

communautés et les entreprises privées pourraient également être évalués. Cela devrait aussi inclure d'autres structures commerciales, y compris les coopératives et les entreprises sociales.

**(g) *Y a-t-il un financement disponible pour les petites entreprises du tourisme à travers le micro financement ou d'autres régimes?***

Dans certains pays, les communautés pauvres ont du mal à obtenir des fonds, dû à leur incapacité de pouvoir garantir une sécurité de remboursement et de respecter les conditions financières. Parfois le tourisme n'est pas correctement reconnu par les institutions pour octroyer des prêts. Cette question concerne la disponibilité du financement accessible en général mais aussi en termes de la disponibilité de financement sur mesure.

**Mesures envisageables pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Intégrer la réduction de la pauvreté dans les politiques et les actions de promotion d'emploi
- Renforcer les liens entre les secteurs du tourisme et de l'agriculture
- Examiner les liens de la chaîne d'approvisionnement au sein de la destination et les schémas de soutien pour renforcer l'engagement des communautés pauvres, y compris la fourniture de produits agricoles, les poissons et autres produits et services
- Envisager des initiatives pour gérer et améliorer les avantages du commerce informel dans les zones touristiques
- Renforcer les conseils et l'assistance disponibles pour les petites entreprises touristiques et communautaires des projets de tourisme impliquant des communautés pauvres, y compris l'aide à la planification d'entreprise, évaluation de la faisabilité et de l'accès aux marchés.

***Services existants reliés à la question qui peuvent soutenir les actions possibles:***

4.01 Faciliter la croissance favorable aux pauvres dans les destinations touristiques

4.02 Le tourisme durable – élimination de la pauvreté Initiative (ST-EP)

4.03 Tourisme durable national – élimination de la pauvreté (ST-EP) séminaires de formation

4.06 Faciliter le développement du tourisme au niveau local

4.07 Liens commerciaux favorables aux pauvres dans le tourisme

4.08 Développement des petites et moyennes entreprises du tourisme

**Relier les produits locaux et les services à la gestion d'un hôtel, Honduras**

Le site du Patrimoine Mondial de l'UNESCO, Copán Ruinas, au Honduras est une attraction touristique essentielle en Amérique centrale, recevant environ 150 000 visiteurs par an. En 2011, l'OMT, avec le SNV et la Fondation ST-EP terminait un projet pour favoriser les avantages pour les communautés pauvres du tourisme dans la région. L'objectif du projet était de développer la filière du tourisme dans la destination en connectant l'hôtel Marina Copán, mais aussi d'autres établissements touristiques dans la région à un éventail de micro entreprises. Les pratiques de tourisme durable de l'hôtel ont été évaluées afin de préparer une liste de produits et de services qui pourraient être développés par ces fournisseurs locaux. Des cours de formation approfondis ont été livrés pour améliorer la qualité des produits et les compétences commerciales des 15 micros entreprises qui avaient été sélectionnées pour participer.

Ces activités ont abouti dans la création de la coopérative Copán Progreso pour la gestion des prêts et du capital d'amorçage fourni dans le cadre du projet. On a produit des supports publicitaires pour les micros entreprises qui spécialisaient en matière d'excursions, gastronomie, bijoux, sculptures et céramiques. Le projet a abouti vers des prestations pour plus de 300 personnes avec un chiffre d'affaire et un nombre d'emplois qui avait doublé dans les entreprises participantes entre 2008 et 2010. Le projet a également collaboré avec le Programme des Nations Unies sur la «Créativité et identité culturelle pour le développement Local» dans la publication d'un guide pour améliorer la participation des micros entreprises créatives et culturelles, à des expositions et foires locales.



## Sujet 2

### Garantir plus de bénéfices issus du tourisme pour les communautés à travers le tourisme

#### Questions pour évaluer la problématique et identifier les faiblesses et les besoins

- (a) *Est-ce que les communautés pauvres bénéficient de la fiscalité et des charges sur les entreprises touristiques et les visiteurs et pourrait-on amplifier cela?*

L'application et l'utilisation des taxes et des redevances varient considérablement entre les pays. Le montant des recettes attribuables au tourisme et son utilisation générale vis-à-vis de la réduction de la pauvreté peut être difficile à estimer. Des exemples plus précis des charges locales sur les touristes et les entreprises qui servent à soutenir les communautés locales, telles que les entrées ou les concessions dans les parcs nationaux, peuvent être plus faciles à identifier.

- (b) *Est-ce que l'industrie s'est engagée dans les contributions volontaires pour aider les communautés pauvres?*

Ceci touche principalement les entreprises individuelles, y compris les fournisseurs de services et les voyageurs, mais parfois cet aspect peut être mieux coordonné et promu.

- (c) *Est-ce que la planification de nouvelles infrastructures du tourisme tient compte des répercussions sur les communautés pauvres?*

Certains pays exigent de plus grands projets de développement du tourisme pour entreprendre l'évaluation de l'impact qui inclut des aspects environnementaux mais aussi sociaux. Des opportunités pour bénéficier aux communautés locales peuvent être un facteur dans les décisions concernant l'emplacement et le type d'investissement et pourraient être indiquées dans les conditions imposées aux régimes. Il est possible d'obtenir quelques indications pour savoir s'il existe une approche généralisée.

#### Mesures envisageables pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Examiner l'utilisation des recettes provenant des taxes touristiques, admissions, concessions et autres frais et leur utilisation pour la lutte contre la pauvreté
- Encourager l'appui volontaire pour les projets de la communauté locale au sein du tourisme
- Exiger pour tous les projets de développement touristique d'évaluer leur impact sur les communautés pauvres et chercher à maximiser les avantages collatéraux pour ces dernières.

#### Services existants reliés à la question qui peuvent soutenir les actions possibles:

- 1.01 Schémas directeurs de développement du tourisme et Plans stratégiques de développement
- 4.02 Le tourisme durable – Initiative d'élimination de la pauvreté (ST-EP)
- 4.03 Tourisme durable national – élimination de la pauvreté (ST-EP) séminaires de formation
- 4.07 Liens commerciaux en faveur des pauvres dans le tourisme

### 4.3 Inclure les groupes défavorisés dans le secteur du tourisme

Les possibilités que le secteur du tourisme offre pour les pauvres en tant que source de revenus et d'autres avantages peuvent également s'appliquer à d'autres groupes de personnes qui pourraient être défavorisés. Les cinq groupes importants qui normalement sont économiquement et socialement marginalisés sont les suivants: femmes, jeunes, personnes âgées, personnes handicapées et minorités ethniques.

Du à la grande variété d'emplois directs et indirects liés au tourisme, les possibilités d'inclure des groupes défavorisés sont considérables. Cependant, cette technique nécessite des politiques spécifiques et l'action positive, afin de :

- S'assurer que ces groupes ne sont pas discriminés, sous aucune manière;
- Eliminer les obstacles activement et promouvoir les possibilités pour faciliter leur pleine participation dans le secteur.

**Les femmes** sont toujours marginalisées dans les activités rémunérées dans de nombreux pays en développement. Selon une étude de l'OMT, très peu d'autorités gouvernementales étudient les questions liées aux genres dans leurs activités<sup>56</sup>. Une étude ultérieure à propos de la participation des femmes dans le secteur du tourisme a constaté que «les principaux risques sont que les femmes sont surreprésentées dans les emplois de statut inférieur, souvent traitées de façon inégale ou placées dans des métiers stéréotypés et vulnérables à l'exploitation et à la discrimination sexuelle»<sup>57</sup>. L'étude fait un certain nombre de recommandations portant sur:

- Emploi – en connaissant mieux le rôle des femmes dans le secteur, en renforçant la protection juridique (salaire minimum, salaire égal) et l'amélioration des conditions de travail (congé de maternité, horaires flexibles, options de travail de la maison et les modalités de garde d'enfants)
- Esprit d'entreprise – en facilitant l'accès au crédit, aux terres et aux propriétés ainsi que de fournir une formation appropriée et des ressources pour soutenir les entreprises des femmes
- Éducation – par la promotion de l'éducation et la formation pour améliorer le niveau d'éducation des femmes
- *Leadership* – en appuyant le *leadership* des femmes à tous les niveaux: secteur public, secteur privé et la gestion communautaire en établissant des programmes de *leadership*
- Contribution au développement des communautés – en reconnaissant le travail non rémunéré des femmes et en surveillant les activités touristiques effectuées à la maison et dans la communauté.

**Les jeunes** représentent 30% de la population active totale et dans les pays en développement, le pourcentage peut être considérablement plus élevé. Les jeunes sont plus susceptibles de souffrir de chômage, exposés à l'exploitation, à accepter des emplois temporaires et de faible qualité et percevoir des salaires bas. En tant que secteur posant peu d'obstacles d'entrée, le tourisme peut offrir aux jeunes des bonnes possibilités d'emploi et d'entrepreneuriat. Les emplois saisonniers et à mi-temps peuvent bien s'intégrer pour compléter les études et la formation. Ils doivent cependant, être reliés à une rémunération correcte et avec une sécurité sociale. La formation professionnelle et le développement des compétences sont particulièrement importants pour ce groupe.

**Les personnes âgées** peuvent être marginalisées parce qu'elles sont perçues comme si elles étaient dans la fin de leur vie productive et sont considérées comme plus susceptibles de souffrir de problèmes de santé.

---

<sup>56</sup> Peeters (2009)

<sup>57</sup> OMT et ONU femmes (entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes) (2011) Rapport mondial sur les femmes en tourisme 2010, Madrid, Espagne

Cependant, leur expérience peut être très avantageuse pour le secteur. Ces questions portent sur la possibilité d'un travail décent, y compris les niveaux de rémunération, de prestations sociales et de sécurité d'emploi jusqu'à l'âge de la retraite.

**Les personnes handicapées** sont particulièrement susceptibles d'être discriminées qui peut être directe ou une conséquence du fait que l'on n'a pas su satisfaire leurs besoins spéciaux en matière d'accès et autre support. Les entreprises touristiques devraient être obligées de veiller à mettre en place les conditions nécessaires, cela devrait être garanti par le biais de réglementations et de l'inclusion dans les normes de gestion. Une attention égale doit être accordée aux besoins des employés et visiteurs handicapés.

Le traitement des **minorités ethniques** varie considérablement parmi les pays en développement. Toutes les formes de discrimination à leur égard doivent être interdites. Le développement du tourisme culturel devrait être également sensible aux besoins et aux possibilités offertes par le patrimoine des cultures majoritaires et minoritaires. Il faudrait les inclure dans la planification et l'organisation des activités touristiques vis-à-vis de du patrimoine culturel des minorités ethniques.

La façon dont le secteur du tourisme garantit l'inclusion économique et sociale de chacun de ces groupes devrait être basée sur la démarche adoptée pour les femmes et les communautés pauvres expliquées précédemment dans cette section. Ceci inclut la prise des mesures concrètes pour répondre à leur emploi et les besoins éducatifs et de soutien dans la formation de l'entreprise, pour les aspects direct et indirects liés aux chaînes d'approvisionnement.

## Sujet 1

### Actions pour impliquer les groupes défavorisés dans le tourisme

#### *Questions pour évaluer la problématique et identifier les faiblesses et les besoins*

- (a) *Est-ce que les besoins des groupes défavorisés sont intégrés dans les stratégies et les politiques du tourisme?*

Les politiques du tourisme devraient inclure un engagement aux principes de l'inclusion sociale et offrir des possibilités pour tout le monde de rentrer dans la vie active. Il faudrait faire une référence spécifique à la question de l'égalité des genres et aux besoins des personnes handicapées et autres groupes défavorisés.

- (b) *Est-ce que les droits et les besoins des groupes défavorisés sont inclus dans la législation?*

Le cadre juridique qui s'applique au tourisme, comme par exemple les lois du travail, devraient couvrir tous les aspects de la discrimination et de l'exploitation. Le cas échéant, il faudrait l'inclure explicitement dans la législation du tourisme.

- (c) *Est-ce que les femmes sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et a-t-on pris des mesures pour améliorer leur position et leurs opportunités ?*

On peut obtenir cette information auprès des statistiques d'emploi, mais il se peut que la situation n'ait pas été examinée objectivement. L'industrie devrait pouvoir fournir des éléments d'information. Si des actions pertinentes ont été enregistrées, il peut être utile d'étudier ceci plus systématiquement pour des mesures futures. Ces observations s'appliquent également aux quatre questions suivantes.

- (d) *Est-ce que les jeunes sont bien intégrés dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et leurs opportunités?*

Comme ci-dessus

- (e) *Est-ce que les personnes âgées sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et leurs opportunités parmi ce dernier ?*

Comme ci-dessus

*Est-ce que les personnes handicapées sont bien intégrés dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et leurs opportunités ?*

Comme ci-dessus

*Est-ce que les minorités ethniques sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et leurs opportunités ?*

Comme ci-dessus

#### Mesures envisageables pour résoudre le problème et améliorer la situation

- Renforcer les politiques qui s'engagent à l'inclusion sociale dans le secteur du tourisme et faire une référence précise aux questions de genre et aux autres groupes défavorisés
- S'assurer que la législation portant sur le tourisme couvre entièrement les questions liées à la discrimination et l'exploitation
- Examiner le niveau d'intégration des femmes, jeunes, personnes âgées, handicapés et des minorités ethniques dans le secteur
- Exiger que les installations et activités touristiques d'être accessibles pour tous les employés et les utilisateurs
- Poursuivre et soutenir des actions visant à renforcer et élargir les possibilités pour les groupes défavorisés dans le tourisme.

#### Services existants pertinents à la question qui peut prendre en charge les actions possibles:

1.01 Schémas directeurs de développement du tourisme et Plans stratégiques de développement

1.02 Politique de tourisme du pays

1.03 Règlement et législation du tourisme

3.05 Renforcement du rôle des femmes dans le tourisme

4.09 Programmes de formation pour les jeunes défavorisés en matière de tourisme et hospitalité

#### Travailler avec des groupes de femmes au Mali

Un projet de l'OMT ST-EP au Mali a travaillé avec un groupe de femmes de la région de Djenné qui sont impliquées dans la production de l'artisanat pour les touristes comme une activité à domicile et une source de revenus. Leur activité principale est la création de bracelets en matières plastiques récupérées. Le projet, qui a été mené conjointement avec le Ministère de l'artisanat et du tourisme, le Bureau régional de la santé et le Bureau régional du développement social, a accordé une attention particulière à la santé et au bien-être des femmes travaillant dans l'artisanat, mettant l'accent sur leurs conditions de travail et en renforçant leur capacité de gain.

Un recensement a été réalisé pour le projet et 64 femmes artisans, qui ont été répertoriées pour l'assistance. Le projet leur a permis de s'organiser en une coopérative constituée formellement et à renforcer la gestion et la commercialisation des compétences des membres. Une question particulière a été prise en compte: le danger pour la santé des vapeurs toxiques provenant de la fonte de plastique dans l'espace de vie familiale, qui pouvait sérieusement affecter les femmes et leurs enfants. Ceci a été abordé par le biais de l'éducation, en fournissant de meilleurs outils et équipements de sécurité et en établissant un nouvel environnement de travail. Ainsi, les femmes peuvent augmenter les revenus du tourisme et ont considérablement amélioré leur état de santé général.

## 4.4 Prévenir les impacts sociaux négatifs

Les politiques et les actions pour lutter contre la pauvreté par le tourisme et pour assurer l'inclusion sociale ne devraient pas seulement s'occuper de fournir des opportunités pour les pauvres et les groupes défavorisés. Il est également important de s'assurer que le développement du tourisme et l'activité n'affectent pas négativement le bien-être et les moyens de subsistance des communautés où il est présent.

Un des premiers domaines de préoccupation aborde la question suivante: si les opérations et le développement liés au tourisme peuvent affecter la disponibilité et l'accès aux ressources essentielles de la communauté. Il est important de faciliter l'accès à la terre ou à des endroits clés tels que la côte pour des raisons économiques, d'aménagement et culturelles. Il s'agit d'une condition importante et souvent d'un droit, qui doit être respecté.

Il faudrait mettre l'accent sur la disponibilité et l'utilisation de l'eau potable, une ressource de plus en plus rare face à la croissance de la demande et au réchauffement climatique. L'accès à l'eau potable est un droit humain fondamental, qui doit être respecté par les entreprises, y compris le secteur de tourisme<sup>58</sup>. L'utilisation de l'eau par les hôtels et les complexes touristiques peut s'avérer importante et peut affecter la disponibilité pour les communautés locales.

Un deuxième sujet de préoccupation traite de l'impact du tourisme dans le tissu social et le fonctionnement des communautés locales. Cela peut être le résultat d'un afflux de visiteurs et de mutations économiques, conduisant à un effondrement des valeurs traditionnelles, de hausses des prix, de disparités économiques et de désaccord social, de montée de la criminalité, de questions de santé et d'exploitation sexuelle. Ces problèmes peuvent être plus visibles lorsque l'ampleur et le rythme du changement est plus élevé.

On peut mettre en place des politiques et des actions pour prévenir et traiter ces effets négatifs. Il s'agit en partie de la sensibilisation et de l'engagement. L'ONU a soutenu le Code mondial d'éthique pour le tourisme de l'OMT, qui fournit une base pour la mise en œuvre de cet engagement. Ce point est traité dans le sous-pilier 1.2. D'autres codes existent pour régler certains problèmes. Le «Code de conduite pour la protection des enfants contre l'exploitation commerciale dans les secteurs des voyages et du tourisme», initié par ECPAT<sup>13</sup> International et l'OMT, a été largement soutenu par beaucoup de pays et de personnes morales.

La prévention des conflits devrait également être atteinte grâce à une planification minutieuse de la nouveauté et de l'adhérence des entreprises du tourisme aux principes et pratiques d'un tourisme durable lors de leurs opérations. Il y a une explication approfondie à ce sujet dans le sous pilier 5.3 pilier qui traite l'impact environnemental et culturel. La consultation avec les communautés locales et leur participation dans le processus de planification et les décisions relatives au développement du tourisme et l'exploitation dans leurs domaines est une dimension essentielle, ainsi que d'être informé des effets et des changements relatifs aux communautés locales au fil du temps.

<sup>58</sup> Plus qu'une ressource : l'eau, les entreprises et les droits de l'homme. Institute for Human Rights and Business, 2011

<sup>13</sup> End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes

## Sujet 1

## Actions pour identifier et traiter les impacts sociaux négatifs

*Questions pour évaluer la problématique et identifier les faiblesses et les besoins*

- (a) *Est-ce que les communautés locales sont consultées sur le développement et l'exploitation du tourisme dans leur région?*

Il est important de comprendre s'il existe une obligation légale pour une telle consultation. En outre, il faut également regarder s'il existe une orientation et un mécanisme de consultation et la mesure dans laquelle la consultation est effectuée dans la pratique.

- (b) *Est-ce que les communautés locales sont engagées et ont le pouvoir dans les décisions concernant le développement et l'exploitation du tourisme dans leurs domaines?*

L'implication des communautés locales devrait aller plus loin que la consultation, y compris un engagement approprié et l'autonomisation dans la prise de décision.

- (c) *Est-ce que les points de vue des communautés locales sur l'impact du tourisme envers leurs moyens de subsistance sont surveillés et évalués?*

Les analyses systématiques des réactions des communautés au tourisme, ont tendance à être très rares tant dans les pays développés que dans ceux en développement. Cependant, il est important qu'il y ait une sensibilisation aux impacts, à la veille des changements et un processus qui permette de tenir compte des préoccupations.

- (d) *Est-ce que dans la planification et la gestion du tourisme on consacre du temps aux ressources, y compris les terres, pour les communautés locales?*

Cela devrait être une caractéristique de la planification des travaux et des exigences d'évaluation d'impact des nouveaux projets. La gestion des opérations de tourisme devrait minimiser la concurrence pour les ressources, y compris les terres, avec les communautés locales.

- (e) *Dans quelle mesure pense-t-on qu'il y a des problèmes liés à l'impact négatif sur les ressources pour les communautés locales suite au développement touristique?*

Cela peut être difficile à évaluer et est susceptible de varier considérablement à travers le pays et en fonction des projets, mais il est intéressant d'essayer de mesurer le niveau de conscience de la question et jusqu'à quel point cela est un problème.

- (f) *Y a-t-il des preuves d'une augmentation de la criminalité et d'autres problèmes sociaux, y compris l'exploitation sexuelle, dus au tourisme et a-t-on pris des mesures?*

Encore une fois, cela peut être difficile à évaluer mais il peut être possible d'identifier le niveau de sensibilisation du tourisme vis-à-vis du crime et d'autres questions sociales et s'il y a des problèmes et si des mesures sont prises.

- (g) *Est-ce que le pays a signé et mis en place le code d'ECPAT?*

Il s'agit d'un indicateur particulier auquel on peut répondre spécifiquement.

**(h) Dans quelle mesure le secteur privé est-il conscient et inquiet par les impacts négatifs du tourisme?**

Une consultation avec les représentants du secteur privé ainsi que les autres intervenants devrait révéler si ces questions sont examinées et discutées parmi le secteur.

**Mesures envisageables pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Réviser les conditions pour consulter, s'engager et donner de l'autonomie aux communautés locales dans les décisions et les plans du tourisme
- Fournir des capacités aux communautés locales pour les aider à s'engager efficacement dans la gestion et de planification du tourisme
- Améliorer l'accès aux services juridiques pour les communautés à obtenir leurs droits d'engagement
- Renforcer les règlements et lignes directrices sur l'analyse d'impact de projet pour couvrir les impacts sociaux
- S'engager au Code mondial d'éthique pour le tourisme de l'OMT et au Code d'ECPAT et faire des rapports sur les mesures de conformité
- Organiser des événements de sensibilisation et des ateliers sur les questions de l'impact social, avec la participation des entreprises touristiques et les ONG concernées

**Services existants pertinents à la question qui peut prendre en charge les actions possibles :**

- 1.01 Schémas directeurs de développement du tourisme et Plans de développement stratégique
- 1.03 Règlement et législation du tourisme
- 1.05 Aménagement du territoire du tourisme et développement de la villégiature
- 1.08 Positionnement du tourisme dans la planification et les stratégies de développement
- 1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion
- 1.13 Planification de la gestion de la destination
- 5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable

**Action concertée au Costa Rica pour lutter contre le tourisme sexuel**

Le Costa Rica est devenu une destination touristique très populaire, basée sur ses ressources naturelles de haute qualité. Toutefois, il a également été la cible de sites promouvant le tourisme sexuel, et c'est devenu un problème important. Il existait une base juridique au Costa Rica, mais cela s'est avéré inefficace dans la prestation de conformité. Le pays est signataire du Code mondial d'éthique de l'OMT, qui interdit l'exploitation des êtres humains et du Code de l'ECPAT, et ceux-ci ont été utilisés comme une base pour une campagne proactive.

La société civile a joué un rôle clé à engager une action. La mise en œuvre du code de l'ECPAT a été dirigée par Fundación Paniamor, une importante et ancienne ONG des droits humains, avec l'apport financier de quatre autres ONG internationales. Elle s'est prononcée par une approche de partenariat avec le secteur privé, par le biais de la chambre de commerce du tourisme, les hôtels et les associations d'opérateur qui ont tous également signé le code de l'ECPAT. Toutes les entreprises individuelles se sont engagées, avec une politique de tolérance zéro, la sensibilisation du personnel, l'affichage d'informations, avec des exigences pour les fournisseurs et de présenter un rapport annuel sur les mesures prises pour satisfaire aux exigences du code. L'approche globale a été menée par une politique nationale et la promotion par des organismes du tourisme du gouvernement. Les résultats incluent une très forte notoriété et l'observation du Code dans tout le secteur et un pourcentage élevé de cas conduisant à des poursuites et qui ont eu gain de cause.



## QUESTIONNAIRE : Pilier 4 - RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET L'INCLUSION SOCIALE

Afin de faciliter une évaluation rapide de la situation, les colonnes de remarques après les questions offrent la possibilité d'attribuer une note, le cas échéant. Ceci est basé sur le barème suivant:

1	La situation paraît très faible et les besoins sont importants	Priorité d'action <b>Élevée</b> ↓ <b>Faible</b> Priorité d'action
2	La situation paraît faible et/ou doit être améliorée	
3	La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante	
4	La situation semble satisfaisante	
5	La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres	
X	Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué	

### 4.1 Une approche intégrée de la réduction de la pauvreté par le tourisme

#### Sujet 1 : Niveau d'engagement envers le tourisme en faveur des pauvres

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action Élevée → Faible					X
			1	2	3	4	5	
a	Le tourisme est-il inclus dans les documents de stratégie nationale (DSRP) comme vecteur de réduction de la pauvreté?							
b	La réduction de la pauvreté est-elle un objectif de politique touristique, liée à des actions et des résultats mesurables?							
c	Quel est le niveau de sensibilisation aux problèmes des pauvres et les approches dans le tourisme ?							
d	Dans quelle mesure le secteur privé est-il engagé vers un tourisme « pro-pauvres » et travaille avec les communautés locales ?							

#### Sujet 2 : Adoption d'une approche stratégique pour la réduction de la pauvreté par le tourisme au niveau national et des destinations

a	Il y a-t-il eu une action à l'échelle nationale pour renforcer l'approche du tourisme en faveur des pauvres ?							
b	Existe-il une stratégie pour le développement du tourisme rural, ou pour d'autres types de destination en faveur des pauvres ?							
c	A-t-on considéré ou identifié des destinations prioritaires en matière des initiatives du tourisme en faveur des pauvres ?							
d	Est-ce que certaines destinations locales ont établi des stratégies et/ou des initiatives touristiques favorables aux pauvres?							
e	A-t-on fait une évaluation pour estimer quelle proportion des dépenses touristiques bénéficie aux pauvres et dans quelle mesure?							

### 4.2 Renforcement des initiatives touristiques en faveur des pauvres

#### Sujet 1: Augmenter les revenus des communautés pauvres provenant des entreprises touristiques et du commerce

a	Est-ce que l'on a lancé des initiatives pour promouvoir l'emploi dans le tourisme au sein des communautés pauvres ?							
b	Est-ce que les liens entre le secteur du tourisme et de l'agriculture (y compris la pêche artisanale) sont forts ?							
c	Est-ce que les liens de la chaîne d'approvisionnement avec les communautés pauvres à l'échelle locale sont bien développés?							
d	Existe-t-il des quantités significatives d'échanges informels générés par les pauvres dans les zones touristiques et est-ce que cela a fait l'objet d'une gestion planifiée?							
e	Les communautés pauvres sont-elles engagées à fournir des installations et des visites touristiques et existe-t-il un potentiel pour renforcer ou développer cette offre?							

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action Elevée      Faible →					X
			1	2	3	4	5	
f	Existe-t-il des structures d'aide et de conseils aux communautés pauvres sur le développement, l'exploitation et la promotion des entreprises du tourisme?							
g	Existe-t-il un financement disponible pour les petites entreprises du tourisme à travers le micro financement ou d'autres régimes?							
<b>Sujet 2: Sécuriser de plus larges avantages pour les communautés par le tourisme</b>								
a	Est-ce que les communautés pauvres bénéficient de recettes générées par la fiscalité et les charges sur les entreprises touristiques et les visiteurs, pourrait-on amplifier cet aspect?							
b	Est-ce que le secteur est engagé dans les contributions volontaires pour aider les communautés pauvres?							
c	Est-ce que la planification de nouvelles infrastructures de tourisme tient compte des répercussions sur les communautés pauvres?							
<b>4.3 Inclure les groupes défavorisés dans le secteur du tourisme</b>								
<b>Sujet 1: Impliquer les groupes défavorisés dans le tourisme</b>								
a	Est-ce que les besoins des groupes défavorisés sont intégrés dans les stratégies et les politiques du tourisme?							
b	Est-ce que les droits et les besoins des groupes défavorisés sont inclus dans la législation?							
c	Est-ce que les femmes sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et a-t-on pris des mesures pour améliorer leur position et les opportunités?							
d	Est-ce que les jeunes sont bien intégrés dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et les opportunités?							
e	Est-ce que les personnes âgées sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et les opportunités?							
f	Est-ce que les personnes handicapées sont bien intégrés dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et les opportunités ?							
g	Est-ce que les minorités ethniques sont bien intégrées dans le secteur du tourisme et est-ce que l'on a pris des mesures pour améliorer leur position et les opportunités ?							
<b>4.4 Prevenir des impacts sociaux négatifs</b>								
<b>Sujet 1: Effort pour identifier et traiter les impacts sociaux négatifs</b>								
a	Est-ce que les communautés locales sont consultées sur le développement et l'exploitation du tourisme dans leur région?							
b	Est-ce que les communautés locales sont engagées et possède un rôle dans les décisions concernant le développement et l'exploitation du tourisme dans leurs localités ?							
c	Est-ce que les points de vue des communautés locales sur l'impact du tourisme sur leurs moyens de subsistance sont surveillés et évalués?							
d	Est-ce que dans la planification et la gestion du tourisme on veille à favoriser l'accès aux ressources naturelles, y compris les terres, pour les communautés locales?							
e	Existe-t-il une augmentation de la criminalité et d'autres problèmes sociaux, y compris l'exploitation sexuelle, dus au tourisme et a-t-on pris des mesures?							
f	Est-ce que le pays a signé et mis en place le code d'ECPAT?							
g	Dans quelle mesure le secteur privé est-il conscient ou soucieux des impacts négatifs du tourisme?							

## Pilier 5 Durabilité de l'environnement naturel et culturel

Le tourisme a une relation particulière avec l'environnement. Il existe trois raisons principales et interdépendantes pour lesquelles la durabilité environnementale, y compris la conservation du patrimoine naturel et culturel, devrait occuper une place centrale dans les politiques et stratégies touristiques.

- Avant tout, pour le secteur du tourisme d'un pays, ses richesses naturelles et culturelles sont inextricablement liées et forment souvent la base de l'attractivité. De beaux paysages, riches en biodiversité, des sites patrimoniaux uniques et des cultures autochtones vivantes se combinent pour fournir la raison principale pour laquelle les touristes visitent la plupart des pays en développement. La conservation de ces actifs est d'une importance primordiale pour le tourisme. Dans le même temps, l'industrie touristique elle-même doit s'assurer que ses activités ne lui portent pas préjudice, mais aident à soutenir la conservation à travers les revenus générés.
- Deuxièmement, l'épuisement des ressources renouvelables et non renouvelables, comme l'eau, l'énergie et la production de déchets ainsi que la pollution sont les principaux problèmes affectant les environnements tant locaux que mondiaux et celui du bien-être humain. La manière et la vitesse auxquelles ces ressources sont utilisées, la pollution associée, affectent la durabilité et la compétitivité des destinations touristiques. Le tourisme doit réduire ses propres niveaux de consommation et de déchets afin d'améliorer sa contribution au secteur du développement durable, tout en s'adaptant à un monde où les ressources sont rares.
- Troisièmement, le changement climatique, tirée par les émissions de GES, est reconnu comme étant une menace éminente pour l'environnement, la société et le développement économique. Les conséquences pour de nombreux pays en développement sont particulièrement graves. Les conséquences pour le tourisme, en termes de réduction de sa contribution aux émissions d'une part, et l'adaptation aux effets du changement climatique de l'autre, doivent être pleinement reconnus et pris en compte dans la planification future du développement et la gestion du secteur.

Ces défis sont adoptés par les principes du tourisme durable comme un facteur de développement durable et exigent que les gouvernements et autres intervenants élaborent et appliquent des politiques et des procédures de gestion ; de faire des choix qui adhèrent à ces principes. Sur les 12 objectifs pour un tourisme durable établi par le PNUE et l'OMT, cinq ont trait à l'environnement naturel et culturel (l'intégrité physique, la richesse culturelle, la diversité biologique, l'efficacité des ressources et la pureté de l'environnement)<sup>60</sup>. En 2012, le rôle du tourisme durable a été reconnu à la Conférence Rio +20, qui a souligné en particulier sa contribution positive à la préservation de l'environnement et à la diversité culturelle.<sup>61</sup>

Le thème principal de Rio +20 était «une économie verte dans le contexte du développement durable et de l'éradication de la pauvreté. » Avant ce sommet, le PNUE a publié le Rapport sur l'économie verte<sup>62</sup> en Février 2011. Ce document contenait un chapitre sur le tourisme, préparé conjointement par l'OMT et le PNUE, cité comme l'un des dix secteurs économiques qui peuvent apporter une contribution importante à la transition vers une économie verte. Le rapport présente un modèle d' «investissements verts» pour la croissance du tourisme à venir. Cela montre comment le tourisme peut continuer à générer la croissance du PIB, tout en réalisant des réductions significatives de la consommation d'énergie, des émissions, des déchets et de la consommation d'eau. Le modèle suppose un programme d'investissement dans les économies d'énergie, l'eau et la gestion des déchets, la formation du personnel et la conservation de la biodiversité, avec un changement dans les habitudes de déplacement et de transports. Le rapport énonce des conditions propices à une plus grande durabilité dans le secteur. Il identifie également les facteurs

<sup>60</sup> L'OMT et le PNUE (2005) Vers un tourisme durable

<sup>61</sup> Rio +20 L'avenir que nous voulons: Cadre d'action et de suivi 2012

<sup>62</sup> Le PNUE (2011) Vers une économie verte: Pour un développement durable et l'éradication de la pauvreté

importants pour le changement, y compris les changements dans la demande des consommateurs, le désir d'entreprendre des réductions des coûts, accroître la compétitivité, les améliorations technologiques, des politiques plus cohérentes et de plus grande responsabilité sociale et environnementale de la part des entreprises et des touristes. Les pilotes et les actions requises énoncées dans le Rapport sur l'économie verte sont reflétés dans ce cinquième pilier.

Quatre sous-piliers sont identifiés pour l'évaluation:

- **Le tourisme pour le patrimoine naturel et culturel.**  
L'intégration du tourisme dans la gestion et la conservation du patrimoine naturel et culturel, y compris les aires protégées. Il est également concerné par le développement de l'écotourisme et du bénéfice des produits du tourisme qui profite à l'environnement et au bien-être des communautés locales.
- **Mettre l'accent sur le changement climatique.**  
La nécessité de relever les défis du changement climatique dans les stratégies et politiques touristiques.
- **Améliorer la durabilité du développement et des opérations touristiques.**  
La promotion de politiques et d'actions au sein de l'industrie afin d'encourager et de poursuivre la durabilité dans le développement, l'exploitation d'installations et de services touristiques pratiques.
- **Mesurer et suivre les impacts du tourisme.**  
L'importance de comprendre et de quantifier l'impact du tourisme sur l'environnement naturel et culturel, à travers du suivi et l'utilisation d'indicateurs de durabilité.

## 5.1 Le tourisme pour le patrimoine naturel et culturel

Cette section porte sur le patrimoine naturel et culturel d'un pays, comment il est conservé, géré et utilisé pour le tourisme. L'UNESCO définit le patrimoine comme "l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations futures" et déclare que «notre patrimoine culturel et naturel sont deux sources irremplaçables de vie et d'inspiration. Ils sont nos points de contact, nos points de référence, de notre identité.<sup>63</sup> Le patrimoine culturel concerne les monuments, l'ensemble des constructions et des sites avec des valeurs historiques, esthétiques, archéologiques, scientifiques, ethnologiques ou anthropologiques. Le patrimoine culturel peut aussi être immatériel, incluant les traditions ou les expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants. Le patrimoine naturel concerne les formations et la conservation physiques, biologiques et géologiques, les habitats d'espèces animales menacées, les plantes et les zones scientifiques.

Des atouts spécifiques qui sont essentiellement à caractère naturels peuvent être distincts de ceux qui sont essentiellement culturels, mais dans les pays en développement, ils sont aussi souvent intégrés et co localisés. À bien des égards, le patrimoine naturel et culturel est confronté à des problèmes de développement durable dans sa relation avec le tourisme.

L'investissement dans la conservation du patrimoine naturel et culturel devrait être reconnu comme une bonne stratégie pour le développement durable. Cela a été souligné dans le rapport sur l'économie verte et dans diverses autres études.<sup>64</sup> Le tourisme fournit une partie de la raison d'être de ces investissements et aussi un rendement économique important.

Les pays en développement sont susceptibles d'avoir des politiques spécifiques pour la conservation et la gestion du patrimoine naturel et culturel. Ces politiques et actions liées devraient reconnaître les défis et les opportunités offertes par le tourisme. Les politiques et stratégies touristiques doivent souligner

<sup>63</sup> UNESCO (2008) Trousse d'information sur le patrimoine mondial

<sup>64</sup> Ex. *L'économie des écosystèmes et de la biodiversité*, le PNUE - une initiative [www.teebweb.org](http://www.teebweb.org) en cours

l'importance à la fois du patrimoine naturel et culturel du tourisme<sup>65</sup> et doivent avoir des sections spécifiques liés à leur conservation ainsi qu'à l'utilisation durable comme une ressource touristique clé. La large reconnaissance de ces objectifs importants, l'intégration des politiques et des actions peuvent être facilitées en assurant une collaboration étroite entre les ministères du tourisme et les responsables de l'environnement, des ressources naturelles et de la culture.

Les pays devraient être pleinement conscients de toutes leurs richesses naturelles et culturelles, ce qui devrait impliquer des degrés de protection. Les paysages naturels et culturels distinctifs, tels que les zones côtières, les montagnes, les rivières et les lacs, les principaux habitats de la faune, les zones riches en pratiques agricoles traditionnelles ou colonies tribales, les sites historiques et les villes, ont tous besoin de planification minutieuse et de protection en général, en ce qui concerne le développement du tourisme. Une attention particulière, en termes de conservation et de tourisme, sera placée sous des aires protégées, y compris les parcs nationaux, les sites archéologiques et les réserves. Il est important que la législation et la réglementation couvrant ces domaines soit suffisante pour assurer leur protection contre le développement dommageable et d'autres activités. Le cas échéant, le nombre et la taille de ces zones protégées devraient être augmentés, tout en veillant à ce qu'elles soient gérées de manière efficace pour la conservation et le tourisme.

Tous les parcs, les aires protégées et les sites du patrimoine naturel et culturel devraient avoir des plans de gestion qui soient activement mis en œuvre. Ceux-ci devraient inclure des actions relatives à la gestion des visiteurs, y compris les règles et lignes directrices sur l'accès et l'emplacement ainsi que du fonctionnement des services d'accueil et la fourniture d'informations de bonne qualité, son interprétation. Ils devraient également couvrir la poursuite des possibilités du tourisme durable. Les plans et les mesures devraient être élaborés en étroite consultation avec les acteurs du tourisme, y compris les entreprises locales et les tour-opérateurs avec la communauté locale.<sup>66</sup> Une attention particulière devrait être accordée à la génération de revenus du tourisme, à travers des droits d'entrée, des concessions de locations, des dons spontanés et d'autres activités, et, comment ce revenu est utilisé pour la gestion et la conservation, ainsi que pour soutenir les moyens de subsistance des populations locales.

A l'intérieur et à l'extérieur des zones protégées, le développement d'un large éventail d'expériences touristiques liées à la jouissance de la nature, des sites culturels et du patrimoine immatériel devraient être encouragés. Ceux-ci peuvent être en grande partie menés par les entreprises du secteur privé, mais fournissent également de bonnes possibilités de partenariats public-privé. Les opportunités pour les communautés locales à s'engager de différentes façons, y compris par des expériences du tourisme communautaire bien planifié et exécuté, devraient être poursuivies - voir aussi le pilier 4 sur la réduction de la pauvreté. L'utilisation créative des TIC dans l'interprétation doit être favorisée lorsque cela est possible et approprié.

Toutes les activités du tourisme qui se rapporte au patrimoine naturel et culturel doivent être conformes aux principes du développement durable et aux normes dans la façon dont elles sont développées et exploitées. Cela s'applique à l'emplacement des bâtiments et constructions, la conception, l'utilisation des matériaux, l'utilisation de l'énergie et de l'eau, la gestion des déchets, l'approvisionnement en fournitures et en respectant les sensibilités culturelles. Cette question est traitée plus loin dans la section 5.3 ci-dessous.

Alors que les principes et l'approche qui s'appliquent aux catastrophes naturelles et au patrimoine culturel devraient être les mêmes, les politiques, les structures et les services sont souvent séparés, donc deux séries de questions sont présentées ci-dessous.

<sup>65</sup> Diverses études ont été menées sur la relation entre le tourisme et les différents aspects du patrimoine culturel et naturel, comme l'OMT (2010a) *Tourisme et biodiversité* et l'OMT et la Convention de Ramsar (2012) *Les zones humides Destination: promotion du tourisme durable*, l'OMT 2012.

<sup>66</sup> Un exemple d'une approche intégrée de la gestion du patrimoine du site et le tourisme est le programme de tourisme durable et du patrimoine mondial (WH + ST) de l'UNESCO et ses partenaires

## Sujet 1

### Des politiques et des mesures efficaces pour conserver et promouvoir le patrimoine naturel

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

**(a) Est-ce que la politique touristique et de planification du pays couvre les questions de stratégie relative à la conservation du patrimoine naturel?**

L'exigence principale, est que la politique et la stratégie reconnaissent pleinement la nécessité de préserver le patrimoine naturel et les possibilités qu'elles apportent au tourisme du pays. Certains pays ont adopté des politiques et des plans pour «l'écotourisme» qui ont trait au développement du tourisme dans des zones naturelles distinctes. Ceux-ci peuvent être utiles. Cependant, il est important que la relation entre le tourisme et le patrimoine naturel ne soit pas traité principalement comme une question distincte liée à des produits et des marchés niches, mais soit intégré dans le développement global du tourisme durable et étroitement liée aux politiques sur la protection de l'environnement et de la conservation des ressources naturelles.

**(b) Les politiques sur les ressources naturelles couvrent-elles les enjeux et les opportunités liés au tourisme?**

Les politiques sur les ressources naturelles d'un pays devraient au moins reconnaître l'importance de celles-ci comme base pour le tourisme et la nécessité de les relier au secteur du tourisme.

**(c) Comment sont protégés les atouts du patrimoine naturel d'un pays, y compris l'étendue et l'efficacité des aires protégées?**

Certains pays disposent d'un cadre solide de la législation et de la réglementation de protection des paysages et de la biodiversité, avec un vaste cadre des aires protégées. Dans d'autres pays, cela est beaucoup plus faible. Les gestionnaires des aires protégées, lorsque ces zones existent, devraient avoir le pouvoir de contrôler le développement, de disposer de ressources suffisantes pour entreprendre, contribuer à la gestion et à la conservation efficacement.

**(d) Le tourisme est-il effectivement planifié et géré dans les parcs nationaux, les aires patrimoniales naturelles et autres sites?**

Les parcs nationaux et les zones protégées devraient avoir des plans de gestion et de conservation qui couvrent également la gestion des visiteurs et du tourisme. Les plans doivent être élaborés en concertation avec les intervenants du tourisme et les collectivités locales. Ils devraient donner des indications claires sur le développement du tourisme et sur l'activité dans les zones protégées. Les organismes de protection des aires et leurs partenaires doivent disposer des ressources et des capacités suffisantes (y compris les connaissances et les compétences touristiques) pour mettre en œuvre des actions. Des mesures devraient inclure la production et l'utilisation des revenus du tourisme pour soutenir la conservation et les moyens d'existence locaux. Les aires patrimoniales naturelles spécifiques et les sites nécessitant une meilleure planification de gestion peuvent être identifiés comme prioritaires en vue de futurs soutiens.

**(e) Le tourisme est-il inclus dans les politiques et les actions spécifiques de planification, de protection des zones côtières de l'environnement marin?**

Les zones côtières ont leurs propres besoins et des sensibilités particulières. Elles sont aussi souvent les zones de convergence pour le développement du tourisme. La gestion intégrée des zones côtières<sup>67</sup> est

<sup>67</sup> Gestion Intégrée des Zones Côtières (GIZC) est un processus continu, proactif et adaptable de gestion des ressources pour le développement durable dans les zones côtières. Ce n'est pas un substitut à la planification sectorielle, mais se concentre sur les liens entre les activités sectorielles pour atteindre des objectifs plus généraux. GIZC prend en compte simultanément la fragilité

souvent poursuivie par des politiques, des plans et des initiatives séparées, il est important que le secteur du tourisme soit intégralement couvert dans ce domaine

**(f) Y a-t-il une offre de produits touristiques bien établies et liée au patrimoine naturel dans le pays?**

Un large éventail de types de produits peut comprendre les aspects du patrimoine naturel, y compris les visites aux parcs animaliers avec des centres de visiteurs associés, des hébergements soigneusement placés et gérés, comme les Ecolodges, la création de sentiers, l'observation de la faune et des excursions dans la nature, les activités de plongée. Ces produits et ces expériences peuvent être soutenus activement, réunis et promus par des programmes gouvernementaux et / ou à travers les réseaux du secteur privé tels que les organismes d'écotourisme.

**(g) Dans l'ensemble, est-ce le patrimoine naturel du pays est-il soutenu par le tourisme ou menacés par lui?**

Bien que les bonnes politiques puissent être mises en place et que des mesures efficaces peuvent être prises dans les zones protégées, le développement du tourisme et des opérations à travers le pays peuvent elles-mêmes être une menace pour le patrimoine naturel, et en particulier la biodiversité, si elles ne sont pas correctement contrôlées ou gérées. Cette question est abordée dans la section 5.3 ci-dessous, mais il serait utile d'obtenir une impression globale de l'équilibre de l'impact du tourisme sur le patrimoine naturel dans son ensemble.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Renforcer la couverture du patrimoine naturel dans la politique et la stratégie / plan directeur touristique du pays.
- Renforcer la reconnaissance du tourisme comme une activité économique nécessitant une attention dans les politiques relatives aux ressources naturelles.
- Augmenter le niveau de protection du patrimoine naturel, y compris la couverture et les pouvoirs des aires protégées.
- Veiller à ce que les parcs nationaux et autres aires du patrimoine naturel soient sensible aux plans de gestion qui incluent le tourisme et impliquer les intervenants locaux.
- Les plans de gestion du tourisme pour le soutien des zones du patrimoine naturel, ou des sites en particulier, ont besoin de projets pilotes et de démonstration.
- Revoir et améliorer les capacités et les compétences en gestion du patrimoine naturel et de l'interprétation pour le tourisme, y compris dans l'orientation et l'utilisation des TIC.
- Renforcer la zone côtière et la gestion intégrée des zones marines, y compris le tourisme
- Améliorer le profil des produits touristiques liés à la nature et à l'offre.
- S'assurer que le développement du tourisme dans son ensemble et ses opérations minimise l'impact sur le patrimoine naturel et de la biodiversité (voir 5.3)

**Services existants concernés par la question: qui peut soutenir les actions possibles:**

1.02 Politique du tourisme dans le pays

5.03 Biodiversité et tourisme: développement et mise en œuvre des plans de gestion du tourisme local participatif pour l'utilisation et la conservation durable de la biodiversité

5.04 Développement de produits touristiques basés sur la biodiversité

5.05 Formation et renforcement des capacités sur le tourisme et la biodiversité

5.08 Renforcement des capacités en gestion du tourisme, des sites du patrimoine mondial et d'autres sites

5.16 Politiques et stratégies de l'écotourisme

des écosystèmes et des paysages côtiers, la diversité des activités et des usages, leurs interactions, la vocation maritime de certaines activités et des usages et leur impact à la fois sur la mer et les éléments des terres.



### Conservation et tourisme durable dans la Réserve de la biosphère Yasuní, Équateur

La Réserve de la biosphère de Yasuni (YBR) couvre environ 9000 km<sup>2</sup>, principalement de forêt tropicale, dans le bassin supérieur de l'Amazonie et est l'une des zones les plus riches en biodiversité de la planète. Cette biodiversité est menacée par l'exploitation forestière illégale et la chasse ainsi que le potentiel de la zone d'extraction de pétrole. Entre 2008 et 2012, un programme conjoint du Fonds pour la réalisation des OMD a réuni divers organismes, dirigés par le ministère de l'Environnement de l'Équateur et dont l'UNESCO, UNIFEM, ONU-HABITAT, la FAO, l'OMT et le PNUD, dans un projet sur la conservation et la gestion durable du patrimoine naturel et culturel de l'YBR. Le projet visait à la fois à l'OMD 7 sur la durabilité environnementale et l'OMD 1 sur la lutte contre la pauvreté. Un élément clé du projet était de renforcer les moyens de subsistance de la population locale, avec le tourisme comme l'une des principales opportunités. Ce travail intervient à un niveau national, régional et local sur les politiques et plans de gestion ainsi que des initiatives concrètes.

#### Éléments inclus:

- L'intégration des politiques en matière de conservation du patrimoine naturel et culturel, sur la qualité de l'environnement avec les plans d'investissement régionaux et locaux des autorités locales et des organisations sociales dans la région YBR.
- La formulation d'un modèle de tourisme durable pour la réserve Yasuni et le parc national dans un processus consultatif et participatif avec les acteurs nationaux.
- Travailler avec les communautés et les autorités locales sur la mise en œuvre des initiatives locales, la conservation et la gestion durable de la biodiversité. Cela comprend l'établissement de codes de conduite pour les voyageurs, les touristes et les communautés locales, reflétant une agro-écologie, les droits et l'approche fondée sur le sexe, conjointement élaborées avec les intervenants nationaux.
- La mise en œuvre des projets pilotes fondés sur les principes de durabilité.
- Lancement de produits touristiques durables appropriés aux marchés locaux et internationaux.

## Sujet 2

### Les politiques et les actions efficaces pour sauvegarder et promouvoir le patrimoine culturel

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

- (a) *Est-ce que la politique touristique et de planification et stratégie du pays couvre la conservation du patrimoine culturel?*

Il est important que les questions et les possibilités du tourisme culturel se reflètent dans les politiques et stratégies touristiques du pays. Dans certains pays, des stratégies culturelles distinctes du tourisme peuvent exister, mais elles devraient être étroitement liées entre elles.

- (b) *Les politiques en matière de culture couvrent-elles les enjeux et les opportunités liées au tourisme ?*

Les politiques de la culture d'un pays devraient inclure une reconnaissance claire des besoins et des opportunités offertes par le tourisme.

- (c) *Comment sont protégés et conservés les atouts du patrimoine culturel du pays?*

Le patrimoine culturel d'un pays est souvent très large et le niveau de protection dont il bénéficie peut-être pas très adéquat. Les données sur la protection du patrimoine matériel et immatériel peuvent être trouvées dans les stratégies et la législation de la culture. Les principaux sites du patrimoine culturel doivent être protégés. Il devrait y avoir suffisamment de ressources pour l'investissement dans la sauvegarde des monuments historiques et des artefacts.

**(d) Le tourisme est-il effectivement planifié et géré dans des sites du patrimoine culturel?**

L'accès et de la gestion des visiteurs, y compris la fourniture d'informations et d'interprétation, doivent être correctement planifiées et mises en œuvre pour tous les sites. Les plans doivent inclure le développement et l'exploitation des installations pour les visiteurs, y compris la vente au détail, de la restauration et de l'hébergement sur et à proximité des sites. Les plans et les mesures devraient impliquer les intervenants du tourisme et les collectivités locales, inclure la production et l'utilisation des revenus du tourisme pour soutenir la conservation et les moyens d'existence locaux. Les sites du patrimoine culturel spécifiques nécessitant une meilleure planification et une meilleure gestion peuvent être identifiés comme prioritaires pour le soutien à venir.

**(e) Y a-t-il une offre de produits touristiques bien établies et lié au patrimoine culturel dans le pays?**

Dans la plupart des pays, le patrimoine culturel fait partie intégrante de l'expérience du visiteur et il peut être trompeur de concevoir une offre culturelle distincte du tourisme. Toutefois, l'éventail des possibilités de visiter des sites patrimoniaux et l'expérience de diverses formes de culture vivante, y compris la musique, les arts, l'artisanat, la gastronomie et les traditions locales, devraient être clairement établies et présentées. Il conviendrait d'encourager l'utilisation efficace des TIC dans l'interprétation.

**(f) Dans l'ensemble, le patrimoine culturel du pays est-il soutenu par le tourisme ou menacés par lui?**

Le tourisme est parfois perçue comme une menace pour la culture, en exerçant une pression sur les sites et les ressources culturelles; une tendance à modifier la valeur intrinsèque du patrimoine et des traditions d'une zone. Toutefois, de manière intelligente, il peut apporter un bénéfice par la sensibilisation et la génération de revenus, contribuant ainsi à la sauvegarde des sites historiques et du patrimoine immatériel. Il peut être possible d'obtenir une indication de l'endroit où l'équilibre se situe entre ces impacts positifs et négatifs.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Renforcer la couverture du patrimoine culturel dans la politique et la stratégie / plan directeur touristique du pays.
- Renforcer la reconnaissance du tourisme dans les politiques relatives à la culture
- Augmenter le niveau de protection et la conservation du patrimoine culturel matériel et immatériel
- S'assurer que les sites du patrimoine culturel ont des plans qui couvre le développement et la gestion du tourisme et implique les acteurs locaux
- Les plans de gestion du tourisme de soutien pour les sites du patrimoine culturel, en particulier, ont besoin des projets pilotes et des démonstrations
- Revoir et améliorer les capacités et les compétences en gestion du patrimoine et de l'interprétation du tourisme, y compris dans l'orientation et l'utilisation des TIC
- Rehausser le profil des expériences du tourisme culturel dans le pays
- S'assurer que tous le développement du tourisme et des opérations sont sensibles à leurs impacts sur le patrimoine culturel (voir 5.3)

**Services existants concernés par la question: qui peut soutenir les actions possibles:**

1.02 Politique du tourisme dans le pays

5.06 Élaboration de cadres stratégiques intégrant la culture dans le développement du tourisme

5.07 Programmes de renforcement des capacités sur la gestion du tourisme dans les sites du patrimoine

5.08 Renforcement des capacités en gestion du tourisme des sites du patrimoine mondial et d'autres sites.

5.09 Tourisme Spécialisé: le tourisme culturel

### Programme du tourisme culturel, la Tanzanie

L'offre touristique en Tanzanie a traditionnellement mis l'accent sur la faune et les expériences côtières. Cependant, le pays possède un fort héritage culturel vivant, le plus évident dans les villages qui ont conservé un mode de vie traditionnel et une richesse de la musique, de la danse, du folklore et de l'artisanat. Le programme de tourisme culturel permet aux touristes d'accéder à cette culture à travers des visites de villages, favorisant ainsi la préservation et fournit une source de revenus pour les communautés rurales. Il a été lancé en 1995 avec trois communautés et comprends aujourd'hui plus de 25 communautés dans la partie nord de la Tanzanie. Les expériences disponibles comprennent des visites guidées du village, des expositions culturelles, des expériences culinaires, des contes, des démonstrations d'artisanat et des ventes, des hébergements simples et autres activités.

Le programme a reçu le soutien technique initialement de la SNV et est désormais coordonnée par l'Office de Tourisme de Tanzanie, qui est également responsable du marketing. Les communautés existantes et ceux qui se joignent au programme reçoivent des conseils et le renforcement des capacités en matière de développement de produits, la gestion des clients, la communication et la gestion. Le revenu gagné par les ménages provenant des services et de la taxe de développement du village, ainsi que les dons volontaires, sont pris en charge dans l'infrastructure locale et les services sociaux. Les performances ont varié considérablement entre les communautés, en fonction de leur emplacement, la qualité de l'expérience, les compétences de gestion et des efforts dans la communication. Un projet soutenu par l'OMT a cherché à répondre à ces questions et à construire sur ce qui a été réalisé sur un certain nombre d'années.

## 5.2 Mettre l'accent sur la lutte contre le changement climatique

Le changement climatique a des conséquences graves sur l'état de l'environnement dans le monde; il met à rude épreuve les ressources et menace directement le bien-être des populations locales. Il a été décrit comme "la question géopolitique et économique prééminente du vingt et unième siècle". Il réécrit l'équation mondiale pour le développement, la paix et la prospérité.<sup>68</sup> Le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat a conclu que le changement climatique "nuï à la capacité d'un certain nombre de nations à atteindre un développement durable au milieu du siècle"<sup>69</sup>

L'impératif d'atténuer le changement climatique et l'adaptation à ses impacts doivent être reconnus dans les politiques et stratégies du tourisme à court et à long terme.

Ces dernières années, beaucoup de débats et d'étude ont eu lieu sur les implications du changement climatique pour le tourisme. En 2007, la Déclaration de Davos a appelé à "un engagement clair à l'action pour répondre au défi du changement climatique, y compris l'adoption urgente d'une série de politiques du tourisme durable."<sup>70</sup> Depuis lors, l'OMT a facilité la sensibilisation et la collecte de connaissances sur le sujet.

Les modèles et approches pour l'avenir du secteur, comme dans le Rapport sur l'économie verte (mentionnée plus haut) et le travail par le Forum économique mondial<sup>71</sup> ont mis en évidence que le transport touristique et l'exploitation de l'hébergement, comme certaines parties du secteur, doivent réduire leurs émissions et leur consommation d'énergie non renouvelable.

<sup>68</sup> Secrétaire général de l'ONU - Discourt d'ouverture au Sommet sur les changements climatiques, New York 2009

<sup>69</sup> GIEC (2007) Quatrième rapport d'évaluation

<sup>70</sup> L'OMT (2009) *De Davos à Copenhague et au-delà: faire progresser la réponse du tourisme au changement climatique*

<sup>71</sup> Forum économique mondial (2009) *Vers un voyage Low Carbon et du tourisme*.

Il a été identifié que l'atténuation du changement climatique dans le tourisme devrait se concentrer sur quatre grandes stratégies<sup>72</sup>:

- **La réduction de la consommation d'énergie** - notamment pour influencer les habitudes de déplacement à travers la longueur des trajets, la durée du séjour et le mode de transport
- **L'amélioration de l'efficacité énergétique** - en utilisant de nouvelles technologies et de meilleures pratiques dans l'aviation, le transport routier et la conception et l'exploitation de l'hébergement
- **Accroître l'utilisation des énergies renouvelables** - comme l'énergie solaire pour les entreprises du tourisme
- **La capture du carbone** - y compris l'utilisation de la compensation, bien que cela ne devrait pas être comme une alternative à la réduction des émissions

Bien que certaines de ces mesures d'atténuation devraient être prises dans le pays de destination, d'autres (comme l'influence sur les voyages et le transport) peuvent être prises dans le pays d'origine, mais doivent avoir un effet sur la performance touristique des destinations. En principe, l'OMT a plaidé pour des approches différenciées en matière d'atténuation qui reflètent les besoins des pays en développement et en particulier les PEID et les PMA.<sup>73</sup> Cependant, il est important pour tous les pays d'envisager les effets possibles et des mesures d'atténuation mondiale sur leurs économies touristiques à court et long terme.

L'expérience a montré que les mesures d'adaptation au changement climatique pour le secteur du tourisme dans chaque pays ne peuvent être mises en œuvre efficacement que dans un cadre politique intégré.<sup>74</sup> Les actions peuvent être engagées au niveau national, mais elles ont souvent besoin d'être mises en œuvre localement. Elles peuvent varier selon le type de milieu et des circonstances locales, mais en général, pourraient couvrir:

- Les politiques d'utilisation des terres et la localisation des bâtiments, la distance nécessaire en particulier de la rive
- La fourniture d'infrastructures, comme défense contre la mer, la lutte contre les inondations, etc...
- Les produits et l'adaptation du marché à l'évolution des conditions météorologiques
- Une gestion plus rigoureuse des ressources de toutes sortes
- Les stratégies d'intervention en cas de catastrophes naturelles telles que les inondations.
- Ajustement aux risques financiers, y compris la fourniture d'assurance

## Sujet 1

### Une attention suffisante au changement climatique dans le secteur du tourisme

#### *Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins*

**(a) Est ce que le changement climatique et la gestion des ressources est pleinement prise en compte dans la politique et la stratégie / plan directeur du tourisme?**

Ce sujet doit être clairement abordé dans la politique et le plan touristique global. Certains pays ont mis en place des politiques séparées ou subséquente sur le changement climatique qui devrait être pris en compte dans toute révision de la politique du tourisme. Il convient de noter que peuvent exister de nombreuses politiques et mesures relatives au changement climatique, comme en ce qui concerne les bâtiments, qui ne sont pas spécifiques au tourisme mais appropriées pour le secteur.

<sup>72</sup> OMT, le PNUE OMM (2008) *Changement climatique et tourisme - Relever les défis mondiaux*

<sup>73</sup> Par exemple, dans OMT *Déclaration concernant l'atténuation (2010b) des émissions de gaz à effet de serre de transport aérien de passagers*

<sup>74</sup> OMT, le PNUE (2008) op. Cit.

**(b) Quel est le niveau de prise de conscience sur le changement climatique et ses conséquences pour le tourisme?**

La mesure dans laquelle cela a été adressée par le ministère du tourisme et par des organismes de l'industrie devrait être clair à partir de comptes rendus de réunions et de consultations. Il est important de préciser si la conscience existe seulement à un niveau élevé ou si elle est très répandue dans le secteur.

**(c) Y a-t-il suffisamment de connaissances techniques sur le changement climatique et sur la façon de relier cette pratique au tourisme?**

Bien que les connaissances techniques sur le changement climatique puissent être raisonnables, des faiblesses résident peut-être dans l'interprétation de ces implications pratiques en matière de tourisme, qui peuvent ensuite être sollicitées. Ceci est important pour la conception et la mise en œuvre des stratégies et des actions; ceci entraîne des implications pour le renforcement des capacités et autres formes d'assistance.

**(d) Les politiques et les actions sont-elles mises en place pour atténuer le changement climatique dans le secteur?**

Les gouvernements devraient adopter une approche globale pour l'atténuation du changement climatique, y compris l'examen de questions relatives aux modèles de tourisme et de transport à long terme ainsi que l'utilisation de l'énergie à plus court terme. Des actions spécifiques relatives aux entreprises du secteur privé sont couvertes dans la section suivante (5.3). Une gamme d'instruments peut être utilisée dans l'atténuation, comme la réglementation, les incitations financières et les instruments volontaires. Ceux-ci devraient inclure des actions et des politiques pour compenser les émissions de carbone du secteur.

**(e) Les politiques et les actions sont-elles mises en place pour aider le secteur à s'adapter aux effets du changement climatique?**

Il peut s'agir d'une série de mesures d'adaptation, relative à la planification du tourisme, des destinations, des infrastructures, des produits et des marchés, tant au niveau central qu'au niveau local.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Renforcer la couverture du changement climatique de la politique et de la stratégie / du plan directeur du tourisme du pays.
- Améliorer les niveaux de prise de conscience sur le changement climatique
- Assurer le renforcement des capacités techniques dans le changement climatique par rapport à la planification du tourisme, du développement et des opérations
- Élaborer et mettre en œuvre des politiques et actions en matière d'atténuation du changement climatique et de l'adaptation

**Services existants concernés par la question: qui peut soutenir les actions possibles**

5.10 Programmes de renforcement des capacités et adaptation aux changements climatiques et ses atténuations

5.12 Hotel Energy Solutions - Gestion d'énergie - boîte à outils

### Adaptation du tourisme au changement climatique dans les Caraïbes

Les impacts du changement climatique sur le tourisme sont particulièrement aigus dans les destinations insulaires, y compris dans les 52 petits États insulaires en développement. La région des Caraïbes est l'une des plus vulnérables aux impacts du changement climatique tout en étant la région la plus touristiquement dépendante du monde. CARIBSAVE est un organisme sans but lucratif qui travaille avec un éventail d'intervenants pour traiter les impacts et les défis liés au changement climatique, l'environnement, le développement économique, le tourisme et les moyens de subsistance des communautés à travers le bassin des Caraïbes, en utilisant une approche intégrée et holistique.

Des études menées par CARIBSAVE dans les zones de villégiature de Montego Bay et Négril en Jamaïque, soutenu par un financement de l'organisme international, constituent un exemple de l'approche. Au départ, la modélisation du climat à partir des données disponibles et des mesures ont été utilisées pour présenter les changements observés et projetés dans un éventail de conditions liées au climat, notamment la température, les précipitations extrêmes, ouragans, l'élévation du niveau de la mer et les tempêtes. Un profil de vulnérabilité pour la région a été élaboré, couvrant des questions telles que la disponibilité de l'eau, la sécurité alimentaire, la santé humaine, la biodiversité, les infrastructures, les facteurs socio-économiques et les mouvements touristiques. Enfin, la capacité d'adaptation a été évaluée, compte tenu des questions telles que la gouvernance, le capital social, les technologies de l'information et l'état de santé de l'environnement. L'évaluation introduite dans une série de recommandations, notamment la sensibilisation, l'éducation, la gestion des ressources, la surveillance renforcée, la gestion des catastrophes et un plan d'adaptation de l'élévation du niveau de la mer qui comprend des mesures d'ingénierie, de planification physique.

## 5.3 Améliorer la durabilité du développement et de l'exploitation du tourisme

Cette section s'intéresse aux processus d'influence pour, à la fois le développement et le fonctionnement des industries du tourisme, y compris les entreprises individuelles, afin de le rendre plus écologiquement, socialement et culturellement durable.

Un des aspects central de la durabilité est la gestion des ressources de la planète pour subvenir aux besoins de l'avenir ainsi que des générations actuelles. Le développement d'un tourisme durable et son fonctionnement doivent adopter l'utilisation rationnelle des ressources renouvelables et non renouvelables, comme l'eau, l'énergie et de la terre, y compris la biodiversité et le patrimoine sous toutes ses formes.

L'importance de la conservation de l'énergie a été précisée dans la section précédente en ce qui concerne le changement climatique. Il devrait également être entraîné par le souci de la disponibilité future des sources d'énergie.

La gestion de l'eau et de la conservation est un enjeu majeur pour le tourisme dans de nombreux endroits dans les pays en développement. Dans certains types de tourisme, la consommation d'eau par touriste peut être plusieurs fois supérieure à la consommation par les résidents locaux. Cela a une dimension environnementale tout en étant un problème social important qui affecte le bien-être des communautés locales couvert au sous-Pilier 4.4.

La réduction et la gestion des déchets solides et liquides est également de plus en plus une priorité urgente dans certaines régions, affectant le tourisme à la fois comme un générateur de déchets, mais aussi comme un secteur qui est très sensible à la pollution des milieux terrestres et marins.

La nécessité pour le secteur du tourisme de soutenir la conservation de la biodiversité et toutes les formes de patrimoine culturel a été traitée dans la section 5.1 ci-dessus. Les questions en lien avec un impact sur les communautés locales ont également été abordées dans le pilier 4.

Il est important que les normes environnementales et de durabilité existent, que ce soit général ou spécifique au tourisme, ce qui peut constituer la base d'une réglementation, d'inspection, d'orientation, d'information et d'évaluation de l'impact. Les normes minimales peuvent être légales et réglementées. Des normes plus strictes et plus larges peuvent être utilisées pour fournir des lignes directrices et des critères pour la certification et l'étiquetage volontaires. Tous les aspects de la durabilité mentionnée plus haut sont couverts dans les Critères mondiaux du tourisme durable (GPST)<sup>75</sup> soutenu par l'OMT et d'autres organismes, qui ont été établis initialement pour fournir une norme volontaire pour les entreprises d'hébergement et une base pour la certification.

La durabilité du développement et les opérations touristiques peuvent être abordées par le biais de la réglementation, mais elles peuvent également être influencées par d'autres instruments tels que les incitations financières, l'étiquetage, l'orientation et le renforcement des capacités.<sup>76</sup>

À Rio+20, les chefs d'Etat ont adopté le Cadre décennal de programmes (10-YFP) sur la consommation et la production durables (CPD). Il s'agit d'un cadre d'action mondial pour renforcer la coopération internationale afin d'accélérer le passage vers la CPD dans les pays développés et en développement. De manière significative, l'un des cinq programmes de formation initiale<sup>77</sup> du 10-YFP est sur le tourisme durable, y compris l'écotourisme.

Les questions ci-dessous répondent séparément:

- L'impact du développement du tourisme, tels que les nouvelles constructions etc...
- L'impact des opérations et des activités touristiques

## Sujet 1

### Dans quelle mesure le développement du tourisme respecte la durabilité

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins

#### (a) Les questions de durabilité, y compris les contraintes de ressources sont-elles prises en compte dans les plans de tourisme?

Les plans directeurs qui indiquent le montant, le type et l'emplacement du développement du tourisme dans le pays devraient tenir pleinement compte des sensibilités de l'environnement naturel et culturel et la disponibilité des ressources, notamment la terre, l'eau et l'énergie. Cela devrait s'appliquer également aux plans de niveau national, aux destinations et aux zones particulières. Dans certains endroits qui peuvent être particulièrement sensibles ou sous pression, des études détaillées de capacité (écologique, culturelle, psychologique et infrastructurelles) peuvent être nécessaires. Cela devrait tenir compte de l'effet cumulatif du développement du tourisme. Les plans du tourisme devraient être soumis à l'évaluation environnementale stratégique et vérifiés sur leurs implications pour la durabilité dans le temps.

<sup>75</sup> Conseil du tourisme mondial durable – GSTC [gstccouncil.org](http://gstccouncil.org)

<sup>76</sup> La gamme des instruments est décrite dans l'OMT et le PNUE (2005) *Vers un tourisme durable*

<sup>77</sup> Ces programmes sont au cœur du cadre et réunira des initiatives et des partenariats existants travaillant dans des domaines similaires, la création de synergies et la coopération entre les parties prenantes pour mobiliser des ressources vers des objectifs communs et en minimisant la duplication des efforts en cours. Ils encourageront la participation des gouvernements, entreprises, société civile et toutes les parties prenantes. Les programmes font appel à une combinaison d'instruments de politique et de mettre objectif clair, les activités et les indicateurs de succès. Le Secrétariat de la 10-YFP est fourni par le PNUE



**(b) En général, y a-t-il un problème avec l'impact des développements et des propositions touristiques?**

Il est possible d'avoir un ressenti général pour savoir si le développement du tourisme le plus récent a eu un impact négatif sur la disponibilité des ressources ou plus généralement sur l'environnement naturel et culturel. Les endroits particuliers sous pression, exigeant une meilleure planification et une meilleure gestion, peuvent être identifiés pour établir les priorités pour le soutien à venir.

**(c) Est-ce que les développements du secteur touristique contrôlé sont efficaces pour les processus de planification d'utilisation des terres?**

Jusqu'à ce jour, les plans d'utilisation des terres devaient constituer la base des procédures de contrôle de développement qui conduisent à l'autorisation, le refus ou la modification des projets. Dans de nombreux pays en développement, ces processus ne sont pas en place ou la mise en œuvre est faible. Il est très important qu'il y ait une relation étroite entre les plans d'utilisation des terres et les stratégies de tourisme de la région ou des plans de gestion de destination visée au pilier 1.

**(d) Est-ce que l'environnement / l'évaluation de l'impact sur le développement durable est appliqué efficacement à l'évolution du tourisme?**

L'Etude d'Impact Environnemental (EIE) est une procédure assez commune, elle doit être une exigence de tous les développements du tourisme, de taille significative et dans les zones sensibles. L'EIE devraient également couvrir les impacts sociaux et culturels. Ils doivent être effectués de manière objective et pleinement prises en compte dans la détermination des décisions de développement.

**(e) Les instruments économiques sont-ils utilisés pour influencer la durabilité des projets de développement touristique?**

Les gouvernements peuvent utiliser des incitations financières, comme allègements fiscaux, comme moyen de pression sur les promoteurs pour les inciter à intégrer la conception efficace des ressources et d'autres caractéristiques liées à la durabilité dans leurs projets.

**(f) Est-ce que des conseils sont dispensés et disponibles pour les promoteurs sur la viabilité de leurs projets?**

Le renforcement des capacités, à travers des programmes de formation des conseils directs ou, peut être un moyen utile pour influencer de nouvelles propositions, en particulier celles préparées par les petites entreprises et les collectivités. L'émission de directives pratiques, par exemple sur l'emplacement et la conception des bâtiments, peut être particulièrement utile.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- S'assurer que les plans directeurs du tourisme, y compris les plans de la région, tiennent compte des principes de développement durable et des contraintes de ressources
- Assurer le renforcement des capacités, des procédures de contrôle et d'approbation des projets de développement touristique
- Entreprendre des projets pilotes ou de démonstration sur la planification et la gestion de la zone touristique, relative à l'aménagement du territoire et du contrôle du développement
- Introduire des incitations financières pour le développement du tourisme durable
- Assurer le renforcement des capacités et des conseils aux promoteurs touristiques sur la durabilité
- Préparer et diffuser des directives de développement

**Services existants répondant à la question: qui peut soutenir les actions possibles:**

1.01 Les plans directeurs de développement du tourisme et les plans stratégiques de développement

1.03 La législation sur le tourisme et le règlement

5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable

## La planification et le contrôle du nouveau développement touristique sur les côtes de l'Afrique

En 2011-12 une étude sur la gouvernance et la gestion du tourisme durable dans les zones côtières de l'Afrique a été réalisée dans le cadre d'un projet plus large sur les actions de collaboration pour le tourisme durable entrepris par l'ONUDI et l'OMT et financé par le Fonds pour l'environnement mondial. L'étude a porté sur 9 pays en Afrique orientale et occidentale. Il a souligné l'importance d'aborder l'impact du tourisme sur la côte à travers le renforcement des processus de contrôle et de guider les nouveaux projets de développement. Bien que chacun des neuf pays a constaté que certaines lois et procédures en place couvrant la planification côtière et l'évaluation des projets de développement, la mise en œuvre était souvent inégale et faible.

Les recommandations formulées dans l'étude et élaborés dans chacun des pays concernés:

- La préparation des plans de gestion de destination pour les zones côtières qui identifient la forme du développement futur du tourisme, dans le cadre de stratégies plus larges intégrée des zones côtières et de sa gestion qui couvrent tous les secteurs. Il concerne et prévoit l'utilisation de ces plans de gestion des destinations et des terres locales
- Veiller à ce que des évaluations complètes de l'impact environnemental soient entreprises pour tous les développements du tourisme sur la côte, le renforcement de leur influence sur l'approbation du projet et veiller à ce que les conditions qui en résultent soient appliquées
- Renforcement des capacités des collectivités locales dans les processus de planification, d'évaluation et d'exécution
- Fournir des directives claires à tous les promoteurs sur les règlements et procédures, mais aussi sur l'emplacement et le type de projets qui répondent à la durabilité des zones côtières
- Les incitations et autres instruments pour soutenir des projets durables

## Sujet 2

### La mesure dans laquelle les activités touristiques et les activités concernent la durabilité

#### Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses /les besoins

- (a) *La réglementation en vigueur est-elle mise en œuvre en ce qui concerne l'impact environnemental des activités du tourisme?*

La plupart des pays disposent d'une réglementation fixant des normes environnementales minimales pour les entreprises, y compris les hôtels, restaurants et autres établissements touristiques, notamment en matière de pollution et de déchets. Ils devraient faire l'objet d'inspection. Toutefois, le niveau d'application varie souvent. Les procédures d'inspection devront peut-être être renforcées, éventuellement par la rationalisation entre les organismes ainsi que le renforcement des capacités.

- (b) *En règle générale, les prestataires de services du tourisme prennent-ils des mesures pour améliorer la durabilité de leurs opérations?*

Cette question vise une impression générale de la mesure dans laquelle les hôtels, les restaurants et autres opérations sont activement impliquées dans la gestion de l'environnement (y compris en minimisant l'utilisation des ressources) et suivant d'autres principes de durabilité. Il est important d'évaluer le niveau de sensibilisation et les connaissances à ce sujet, y compris la position des associations du tourisme du secteur privé. Il peut indiquer la nécessité d'une étude systématique.

- (c) *Est-ce que les voyageurs tiennent compte des enjeux du développement durable dans les produits dont ils font la promotion et les informations qu'ils fournissent?*

Les voyageurs sont en position de force pour influencer les entreprises qu'ils contractent avec pour exiger une réponse aux normes spécifiques de la durabilité. Ils doivent également fournir des informations pour informer les touristes de leur activité et des choix qu'ils font. Les tour-opérateurs eux-mêmes devraient chercher à faire leurs propres exploitations plus durables, y compris dans les transports qu'ils utilisent.

**(d) Les instruments économiques sont-ils utilisés pour influencer la durabilité des activités du tourisme?**

Des sanctions et des incitations financières, y compris les subventions ciblées, peuvent être utilisées pour encourager les bonnes pratiques, y compris l'utilisation de technologies efficaces.

**(e) Les systèmes de certification sont-ils utilisés pour identifier les entreprises qui respectent les normes de durabilité?**

Les labels écologiques et les systèmes spécifiques pour la certification des entreprises répondant à des normes de durabilité ont tendance à être moins activement repris dans les pays en développement que dans les pays développés. Ils peuvent fournir un outil utile non seulement pour informer le marché, mais pour donner une orientation et des objectifs pour les entreprises. Le GSTC fournit une base pour améliorer leur visibilité et leur crédibilité.

**(f) Le renforcement des capacités et des conseils touche-t-il les entreprises touristiques pour améliorer la durabilité de leurs opérations?**

Un certain nombre d'outils ont été développés au niveau international, y compris l'Hotel Energy Solutions Toolkit, soutenu par l'OMT et d'autres. Ceux-ci, ainsi que des programmes développés localement, des matériels et des services consultatifs, devraient être promus activement à l'industrie de l'hébergement par le gouvernement, les ONG ou les organismes de l'industrie.

**(g) Des mesures ont-elles été prises pour sensibiliser les touristes des enjeux du développement durable dans le pays et influencer leurs activités?**

De nombreuses actions peuvent être en grande partie dues à des entreprises individuelles et à des voyageurs. Toutefois, certains pays et certaines destinations spécifiques prennent des mesures plus générales, par exemple grâce à des codes de conduite, des messages en matière de marketing et de collaboration avec les médias. D'autres mesures de gestion peuvent être prises pour donner une réponse aux questions des touristes sur la durabilité et de son influence sur leurs activités.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Clarifier si besoin les réglementations environnementales et leur application équitable dans le secteur du tourisme
- Promouvoir la sensibilisation de la nécessité d'aborder la durabilité dans les activités touristiques, en s'engageant avec les organismes de l'industrie, la tenue d'ateliers et d'autres activités de communication
- Introduire des instruments économiques pour encourager la durabilité dans les opérations
- Établir et promouvoir l'utilisation de la certification de la durabilité dans le secteur du tourisme
- Présenter et promouvoir des programmes de renforcement des capacités en matière de gestion de l'environnement et d'autres aspects de la durabilité pour les entreprises touristiques
- Préparer et diffuser des directives et des outils pratiques

**Services existants répondant à la question : qui peut soutenir les actions possibles?**

1.03 La législation sur le tourisme et le règlement

5.11 L'efficacité énergétique, les déchets et la gestion de l'eau dans le secteur de l'hébergement

5.12 Hotel Energy Solutions Toolkit - Gestion de l'énergie

5.13 Formation pour les voyageurs et les guides - Les bonnes pratiques dans des environnements sensibles

5.17 Le renforcement de la gouvernance du tourisme durable

### Les Seychelles, Label du Tourisme Durable

L'importance d'encourager et de reconnaître la pratique de la durabilité dans l'exploitation d'hôtels et autres installations touristiques a été reconnu aux Seychelles; face à des défis environnementaux, à l'augmentation de la sensibilisation et des attentes des tour-opérateurs et des touristes. Les Seychelles, label du tourisme durable, a été lancé en 2012, avec le soutien de l'Office du tourisme et d'un organisme de l'industrie, de l'Association des hôtels des Seychelles. Le label est basé sur une évaluation, un système de certification basé sur des points tiers. Les normes et critères ont été conçus spécifiquement pour les Seychelles mais aussi pour être en conformité avec les Critères mondiaux de tourisme durable. Ils couvrent huit thèmes au sein d'un vaste programme de développement durable: la gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, du personnel, de la conservation, de la communauté et des clients. Vingt-quatre de ces critères doivent être respectés pour une norme minimale spécifiée, tandis que d'autres critères sont en sus. Le schéma est activement encouragé et soutenue par un manuel qui définit clairement les avantages du régime et la façon d'aborder le travail et de communiquer les résultats. Une assistance technique est également disponible pour guider les demandeurs. Les premiers hôtels à attribuer ce label ont souligné l'importance d'intégrer la durabilité dans leurs opérations en utilisant le label pour guider et attirer l'attention sur leurs activités.

## 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme

La gestion du secteur du tourisme pour le rendre plus durable, porte en grande partie sur la création et la réponse au changement. Afin d'informer et évaluer ce processus, il est important d'être capable de mesurer et de suivre les variations de l'état de l'environnement naturel et culturel, si ceux-ci peuvent avoir été causés par le tourisme ou pourraient avoir une incidence sur le secteur dans le futur.

Les plans et les actions doivent être guidées par une compréhension de:

- L'état initial de l'environnement naturel et culturel
- Comment cela est en train de changer en raison de facteurs externes tels que le changement climatique
- Comment le tourisme a un impact sur le changement climatique et comment agir à l'avenir
- L'effet des mesures prises, par exemple en ce qui concerne l'atténuation, l'adaptation, le développement et la gestion
- Le changement au fil du temps par rapport aux conditions de référence

Ce processus nécessite la sélection d'un ensemble d'indicateurs concernant non seulement l'état de l'environnement, mais aussi des pressions exercées sur elle et l'ampleur des efforts de gestion réalisés. Les indicateurs peuvent également être utilisés pour identifier les limites de l'acceptable. Les indicateurs retenus devraient pouvoir être utilisés pratiquement à des fins de suivi et être pertinente, claire et crédible.<sup>78</sup>

Une surveillance régulière doit être effectuée, au moyen d'enquêtes ou d'autres procédés de mesure, et doit être cohérente afin que les résultats soient comparables. Les résultats devront être bien diffusés.

Les Indicateurs et le suivi fournissent un avertissement précoce de la nécessité d'un changement de politique ou de nouvelles mesures ainsi que de fournir une base pour la planification et l'examen.

Les indicateurs peuvent être identifiés à différents niveaux - pour le pays, pour les destinations locales et pour les entreprises individuelles. La surveillance peut également avoir lieu à ces niveaux.

<sup>78</sup> Un exposé détaillé de l'utilisation des indicateurs peut être trouvée dans l'OMT (2004b) *Indicateurs de développement durable pour les destinations touristiques - Guide*.

Les indicateurs et les processus de contrôle sont pertinentes non seulement pour la relation avec l'environnement naturel et culturel, mais peuvent couvrir tous les aspects de la performance et de la durabilité du tourisme et son impact.

## Sujet 1

## Suivi et contrôle des conditions environnementales et des impacts du tourisme

*Questions pour évaluer le problème et identifier les faiblesses / les besoins***(a) Des indicateurs de développement durable pour le tourisme et ses impacts ont-ils été identifiés?**

Les séries d'indicateurs devraient inclure des indicateurs généraux sur la condition ou l'environnement, qui peuvent être disponibles à partir de sources officielles, ainsi que ceux qui sont plus spécifiques au tourisme. Dans certains pays, un seul ensemble d'indicateurs a été identifié au niveau national pour une utilisation dans les différentes destinations locales, permettant ainsi la comparaison entre eux.

**(b) Quelle est la fréquence du suivi assuré des conditions environnementales et culturelles en général?**

Cela n'entre pas dans le domaine du tourisme en tant que tel mais il est très important de se tenir au courant de l'état des ressources globales. La mesure dans laquelle les résultats sont mis à la disposition des planificateurs du tourisme et des intervenants doit également être vérifiée.

**(c) Quelle est la fréquence de suivi des entreprises sur l'impact du développement et des activités du tourisme?**

Cela peut varier considérablement à travers le pays. Il est particulièrement important que la surveillance ait lieu dans les zones sensibles où le changement est connu pour se produire, tels que de nouveaux développements et projets.

**(d) Dans quelle mesure les entreprises du secteur touristique surveillent leur impact sur l'environnement?**

Les mesures prises par les entreprises pour leur utilisation de l'énergie et de l'eau, de la quantité de déchets produits et des niveaux d'émissions, requièrent une exigence de bonne gestion environnementale. Ceci peut être soutenu par la publication des critères, des objectifs, des outils et des chiffres comparatifs de performance dans le secteur.

**(e) Les ressources sont-elles suffisantes pour le développement et l'utilisation d'indicateurs et de suivi?**

La priorité donnée à la surveillance, aux ressources financières et humaines disponibles, à l'existence d'une expertise et à une expérience pertinentes, peut varier. Certains pays ont mis en place des observatoires du tourisme durable.

**Les actions possibles pour résoudre le problème et améliorer la situation**

- Mettre en place un ensemble d'indicateurs de développement durable pour le secteur du tourisme et pour une utilisation à différents niveaux
- Assurer que le suivi de l'état de l'environnement naturel et culturel sera effectuée régulièrement
- Mettre en place des indicateurs de base et des processus de surveillance pour les endroits où le développement touristique important est prévue
- Établir des systèmes et des outils pour aider les entreprises touristiques à comparer et à surveiller leurs impacts
- Allouer des ressources financières et humaines à l'utilisation des indicateurs et au suivi, assurer le renforcement des capacités si nécessaires

### ***Services existants répondant à la question: qui peut soutenir les actions possibles?***

*5.01 Les programmes de renforcement des capacités sur l'application des indicateurs du tourisme durable*

*5.02 Observatoires du tourisme durable - une application systématique des indicateurs du tourisme durable*

*5.12 Hotel Energy Solutions Toolkit - Gestion de l'énergie*

#### **Observatoires du tourisme durable pilotés en Chine**

Après de nombreuses années de fonctionnement des programmes de formation sur les indicateurs de développement durable du tourisme, l'OMT a lancé une initiative visant à faciliter la mise en place d'un réseau d'observatoires du tourisme durable. Ceux-ci suivent une application systématique des techniques de gestion et de suivi, d'évaluation (via les indicateurs) des informations qui pourraient être utilisés dans le développement et l'adaptation des politiques de tourisme durable, des stratégies et des processus de gestion. Les observatoires seraient aidés par des références méthodologiques, le renforcement des capacités, la mise en réseau et l'échange, mettant en évidence les bonnes pratiques, l'analyse et le rapport régulier sur les tendances et les impacts.

En 2006, un observatoire pilote a été établi à Yangshuo, en Chine avec les acteurs locaux, en utilisant des données techniques fournies par l'Université Sun Yat-Sen. Une série de rassemblement et d'enquêtes fournis des rapports annuels de suivi, à l'aide d'indicateurs et de données convenus. Les thèmes abordés: les avantages économiques, la satisfaction des touristes, la réponse de la communauté pour le tourisme, la santé et la sécurité, les ressources et la protection de l'environnement et les questions de transport. Les résultats ont montré une attitude positive pour le tourisme des résidents locaux, mais ont souligné une certaine préoccupation quant à la congestion de certains secteurs, la hausse des prix, la qualité de service et les impacts environnementaux, y compris la qualité de l'eau. A l'évidence, le gouvernement de Yangshuo a pris des mesures sur la planification du tourisme et plus particulièrement sur la gestion de l'eau. Par la suite d'autres observatoires ont été ouverts ailleurs en Chine, coordonnés par *Un centre de veille* qui établira des liens vers d'autres pays.

## QUESTIONNAIRE: Pilier 5 - DURABILITÉ DE L'ENVIRONNEMENT NATUREL ET CULTUREL

Pour faciliter l'assimilation rapide de la situation, les colonnes après les questions offrent la possibilité d'attribuer une note, le cas échéant. Ceci est basé sur le barème suivant:

1	La situation paraît très faible et les besoins sont importants	Priorité d'action <b>Élevée</b> ↓ <b>Faible</b> Priorité d'action
2	La situation paraît faible et/ou doit être améliorée	
3	La situation n'est pas établie, entre faible et satisfaisante	
4	La situation semble satisfaisante	
5	La situation paraît forte et positive – peut servir d'exemple à d'autres	
X	Aucune information disponible pour répondre à la question / cela n'a pas pu être évalué	

### 5.1 : Le tourisme pour le patrimoine naturel et culturel

#### Sujet 1: Les politiques et les actions sont-elles efficaces pour conserver et promouvoir le patrimoine naturel

		COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
QUESTION			Elevée → Faible					
			1	2	3	4	5	
a	Est-ce que les stratégies de politique touristique du pays sont planifiées / le plan directeur couvre-t-il les questions liées au patrimoine naturel?							
b	Les politiques sur les ressources naturelles couvre les enjeux et les opportunités liés au tourisme?							
c	Comment sont protégés et quels sont les atouts du patrimoine naturel du pays, y compris l'étendue et l'efficacité des aires protégées?							
d	Le tourisme est-il effectivement planifié et géré dans les parcs nationaux, dans d'autres aires patrimoniales naturelles et sites?							
e	Le tourisme est inclus dans les politiques et les actions spécifiques à planifier et à protéger la zone côtière?							
f	Y a-t-il une offre de produits touristiques bien établie / liée au patrimoine naturel dans le pays?							
g	Dans l'ensemble, c'est le patrimoine naturel du pays est-il soutenu par le tourisme ou menacé par lui?							

#### Sujet 2: Les politiques et les actions sont-elles efficaces pour protéger et promouvoir le patrimoine culturel

a	Est-ce que les stratégies de politique touristique du pays sont planifiées / le plan directeur couvre-t-il les questions liées au patrimoine culturel?							
b	Les politiques en matière de culture couvrent-elles les enjeux et les opportunités liés au tourisme?							
c	Comment sont protégés et quels sont les atouts du patrimoine culturel du pays?							
d	Le tourisme est-il effectivement planifié et géré dans des sites du patrimoine culturel?							
e	Y a-t-il une offre de produits touristiques bien établie / liée au patrimoine culturel dans le pays?							
f	Dans l'ensemble, le patrimoine culturel du pays est-il soutenu par le tourisme ou menacés par lui?							



## 5.2 Mettre l'accent sur la lutte contre le changement climatique

### Sujet 1: Y a-t-il une attention suffisante au changement climatique dans le secteur du tourisme ?

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			Elevée → Faible					
			1	2	3	4	5	
a	Le changement climatique et la gestion des ressources sont-elles pleinement pris en compte dans la politique et la stratégie du tourisme/ du plan directeur ?							
b	Quel est le niveau de prise de conscience et de préoccupation du changement climatique et de ses conséquences sur le tourisme?							
c	Y a-t-il suffisamment de connaissances techniques sur le changement climatique et sur la façon de relier ces pratiques au tourisme?							
d	Les politiques et les actions sont-elles mises en place pour atténuer le changement climatique dans le secteur?							
e	Les politiques et les actions sont-elles mises en place pour aider le secteur à s'adapter aux effets du changement climatique?							

## 5.3 Améliorer la durabilité du développement et des activités du tourisme

### Sujet 1: Dans quelle mesure le développement du tourisme respecte la durabilité

a	Les questions de durabilité, y compris les contraintes de ressources, sont-elles prises en compte dans les plans du tourisme?							
b	En général, est-il considéré comme un problème pour l'impact des développements et des propositions touristiques?							
c	Les développements du secteur touristique sont-ils contrôlés par des processus efficaces de planification et d'utilisation des terres?							
d	L'environnement / est ce que l'évaluation de l'impact sur le développement durable appliqué efficacement à l'évolution du tourisme?							
e	Les instruments économiques sont-ils utilisés pour influencer la durabilité des projets de développement touristique?							
f	Les conseils sont-ils disponibles et donnés aux développeurs sur la viabilité de leurs projets?							

### Sujet 2: La mesure dans laquelle les activités touristiques répondent à des normes de durabilité

a	(a) Les réglementations en vigueur et les mises en œuvre des activités de tourisme concernent-elles l'impact sur l'environnement?							
b	(b) En règle générale, les prestataires de services touristiques prennent-ils des mesures pour améliorer la durabilité de leurs opérations?							
c	(c) Les voyageurs tiennent-ils compte des enjeux du développement durable dans les produits dont ils font la promotion et les informations qu'ils fournissent?							
d	(d) Les instruments économiques sont-ils utilisés pour influencer la durabilité des activités du tourisme?							
e	(e) Les systèmes de certification sont-ils utilisés pour identifier les entreprises qui respectent les normes de durabilité?							
f	(f) Le renforcement des capacités et des conseils fournis et promu par les entreprises touristiques servent-elles à améliorer la durabilité de leurs opérations?							
g	Des mesures ont-elles été prises pour sensibiliser les touristes des enjeux du développement durable dans le pays et d'influencer leurs activités?							

## 5.4 Mesurer et suivre les impacts du tourisme

### Sujet 1: Suivi et contrôle des conditions environnementales et des impacts du tourisme

	QUESTION	COMMENTAIRE	Priorité d'action					X
			Elevée	→			Faible	
			1	2	3	4	5	
a	Des indicateurs de développement durable pour le tourisme et de son impact ont-ils été identifiés?							
b	Quelle est la fréquence du suivi assuré pour les questions de conditions environnementales et culturelles ?							
c	Quelle est la fréquence de suivi des entreprises sur l'impact du développement et des opérations touristiques?							
d	Dans quelle mesure les entreprises du secteur touristique surveillent leur impact sur l'environnement?							
e	Les ressources sont-elles suffisantes pour le développement et l'utilisation d'indicateurs et pour le suivi?							



# PARTIE 3

## ANALYSE DE LA SITUATION



## 1. Introduction

Selon les *Recommandations de l'ONU en 2008 sur les statistiques du tourisme*, «le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui comprend le déplacement des personnes vers des pays ou des lieux en dehors de leur environnement habituel pour des raisons telles que loisirs, affaires, religion ou de santé ou à d'autres fins, comme par exemple visiter des amis et parents ».

Avec plus d'un milliard de touristes internationaux voyageant dans le monde en 2012 et un montant estimé d'entre 5 et 6 milliards de touristes domestiques à l'intérieur de leurs frontières nationales, le tourisme est un secteur économique clé dans tous les pays du monde, aussi bien dans les pays avancés et de plus en plus dans les pays émergents et en développement.

D'après les estimations, le tourisme représente 9% du PIB mondial – inclus les impacts directs, indirects et induits. Il emploie une personne sur 11 dans le monde et représente 6% des exportations mondiales.

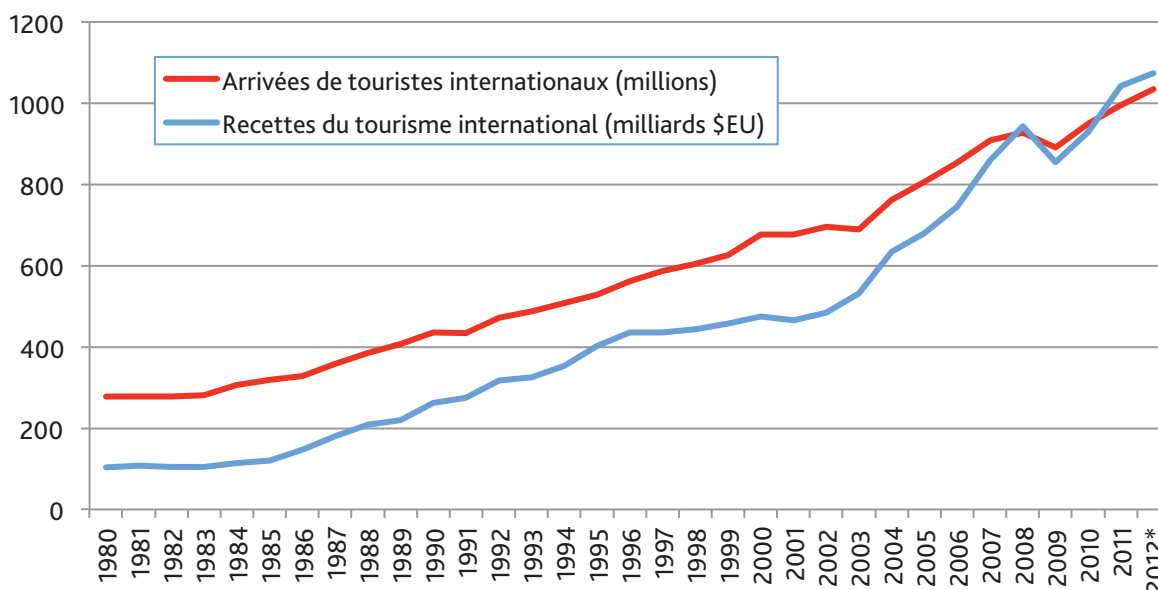
Voici une brève analyse a) des principales tendances du tourisme international au cours des dernières décennies, b) des futures perspectives de croissance pour le secteur du tourisme et c) comment le tourisme affecte les trois piliers du développement durable – économique, social et environnemental.

## 2. Tourisme: croissance et diversification

### 2.1 Le tourisme international 1950-2012

Lors des six dernières décennies, le tourisme international a augmenté extraordinairement. En 1950, 25 millions de touristes ont voyagé à l'étranger, en 1980, ce nombre avait plus que décuplé à 278 millions, et depuis lors il a presque quadruplé. En 2012, le nombre d'arrivées de touristes internationaux a dépassé un milliard pour atteindre 1.035 milliard - plus d'un milliard de touristes internationaux voyageant dans le monde en une seule année. En effet, il y a plus de 60 ans, les voyages internationaux été réservés à quelques privilégiés. La plupart des gens vivaient, travaillaient et voyageaient dans un rayon relativement petit. En 2012, quelques générations plus tard, le total des arrivées de touristes internationaux a atteint plus d'un milliard.

Figure 1. Arrivées et recettes touristiques internationales, 1980-2012





Il ne s'agit plus que du fait que les gens voyagent plus, ils voyagent plus loin: ils se déplacent vers et à partir de pratiquement n'importe quel endroit dans le monde. Sur les 25 millions de touristes qui ont traversé les frontières internationales en 1950, la plupart ont voyagé en Europe et en Amérique du Nord. En 2012, les destinations dans les économies émergentes et en développement d'Asie, d'Amérique latine, d'Afrique et du Moyen-Orient ont reçu près de la moitié des arrivées des touristes internationaux dans le monde (47%), comparativement à 29% en 1980. L'immense expansion du tourisme dans les économies émergentes crée d'innombrables opportunités pour stimuler la croissance économique et le développement.

Les dépenses, générées par tous ces visiteurs, telles que l'hébergement, la nourriture et les boissons, le transport local, les divertissements et le shopping contribuent de façon importante à l'économie de nombreuses destinations ainsi qu'à la création indispensable d'emploi et de possibilités de développement. Dans 90 pays, les recettes du tourisme international ont dépassé plus de 1 milliard de dollars US en 2012.

Au fil du temps, la tendance de croissance des arrivées internationales est similaire à celle des recettes (en termes réels, c'est-à-dire, compte tenu de l'inflation et des fluctuations des taux de change). A échelle mondiale, les recettes du tourisme international ont atteint 1,075 trillions US \$ en 2012 (837 milliards d'euros), pour 2 milliards de dollars US en 1950 et 104 milliards de dollars US en 1980.

Figure 2. Recettes du tourisme international, 2012



## 2.2 Le tourisme international et les pays en développement

La croissance du tourisme international dans les marchés émergents et les pays en développement a été encore plus importante. Les arrivées de touristes internationaux dans les 49 pays les moins avancés (PMA) ont augmenté, en passant de 1,4 millions en 1980 à 21 millions en 2012. Bien que partant d'une petite base, le taux de croissance des arrivées de touristes internationaux dans les PMA a été sensiblement plus

élevée que celle du reste du monde. Alors que les arrivées de touristes internationaux ont progressé de 4% par an en moyenne entre 1980 et 2012, la croissance des arrivées dans les PMA a presque atteint le 9% par an.

Tableau 1. Arrivées de touristes internationaux par catégorie de revenu, 1980-2012

Arrivées de touristes internationaux; Marchés émergents et pays en voie de développement versus économies avancées														
	Arrivées de touristes internationaux (millions)								Part de marché %			Variation %		% croissance annuelle moyenne
	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012*	1980	1995	2012*	11/10	12*/11	
Monde	278	436	529	677	807	949	995	1,035	100	100	100	4.8	4.0	4.2
Marchés émergents et pays en voie de développement <sup>1</sup>	83	139	194	258	350	445	467	487	29.7	36.6	47.0	4.9	4.2	5.7
Les 49 pays les moins avancés (PMA)	1.4	2.7	3.9	5.8	9.9	17.2	18.8	20.7	0.5	0.7	2.0	9.1	10.1	8.8
non-exportateurs de pétrole	1.3	2.5	3.8	5.5	9.1	15.1	16.8	18.7	0.5	0.7	1.8	11.0	11.5	8.6
exportateurs de pétrole	0.1	0.2	0.1	0.2	0.8	2.1	2.0	1.9	0.0	0.0	0.2	-4.5	-1.3	11.1
Autres marchés émergents et pays en voie de dév.	81	136	190	252	340	428	448	466	29.2	35.9	45.1	4.8	4.0	5.6
non-exportateurs de pétrole	74.5	127.4	168.4	212.2	289.7	366.2	377.3	393.2	26.8	31.8	38.0	3.0	4.2	5.3
exportateurs de pétrole	6.8	8.5	21.6	39.6	50.4	61.7	71.1	73.1	2.4	4.1	7.1	15.1	2.9	7.7
Économies avancées <sup>1</sup>	195	297	336	419	457	504	528	548	70.3	63.4	53.0	4.7	3.8	3.3

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) © fondé sur les ressources naturelles

(d'après les données de l'OMT, juin 2013)

<sup>1</sup> Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2012) du FMI, page 177, [www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01).

La croissance du tourisme international dans les PMA au cours des dernières décennies se reflète également dans les recettes gagnées, qui ont augmenté dans ce groupe de pays plus de 25 fois entre 1980 et 2012 - de 0,5 milliards de dollars US à plus de 12 milliards de dollars US. Comme dans le cas des arrivées de touristes internationaux, les recettes ont également augmenté plus rapidement dans les PMA que dans le reste du monde. Le taux de croissance annuel moyen des recettes du tourisme international a atteint 11% dans les PMA entre 1980 et 2012 comparé au 8% du reste du monde, au 9% dans les autres pays émergents et les pays en développement et au 7% dans les économies avancées (les pourcentages sont exprimés en termes courants, de sorte que l'inflation et les fluctuations des taux de change ne sont pas pris en compte).

Tableau 2. Recettes du tourisme international, par catégorie de revenu, 1980-2012

Recettes du tourisme international; Marchés émergents et pays en voie de développement versus économies avancées														
	Recettes du tourisme international (\$EU, milliards)								Part de marché %			Variation %		% croissance annuelle moyenne
	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012*	1980	1995	2012*	11/10	12*/11	
Monde	104	262	403	475	680	930	1,042	1,075	100	100	100	12.1	3.1	7.6
Marchés émergents et pays en voie de développement <sup>1</sup>	25	55	104	139	224	341	371	386	23.7	25.8	35.9	8.8	4.0	9.0
49 least developed Countries (LDCs)	0.5	1.1	2.0	2.6	4.8	9.6	11.2	12.2	0.5	0.5	1.1	16.3	8.5	10.7
non-fuel exporters	0.4	1.0	1.9	2.5	4.4	7.5	9.5	10.4	0.4	0.5	1.0	25.7	9.8	10.4
fuel-exporters	0.03	0.1	0.1	0.1	0.4	2.1	1.7	1.8	0.0	0.0	0.2	-17.2	1.5	13.4
Autres marchés émergents et pays en voie de dév.	24	54	102	136	220	331	360	374	23.3	25.2	34.8	8.6	3.9	8.9
non-fuel exporters	21.3	49.8	91.5	123.1	199.5	295.1	317.4	328.2	20.6	22.7	30.5	7.6	3.4	8.9
fuel-exporters	2.8	3.9	10.2	13.1	20.0	36.3	42.4	45.6	2.7	2.5	4.2	17.0	7.6	9.1
Économies avancées <sup>1</sup>	79	207	299	337	456	589	671	689	76.3	74.2	64.1	13.9	2.6	7.0

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) © fondé sur les ressources naturelles

(d'après les données de l'OMT, juin 2013)

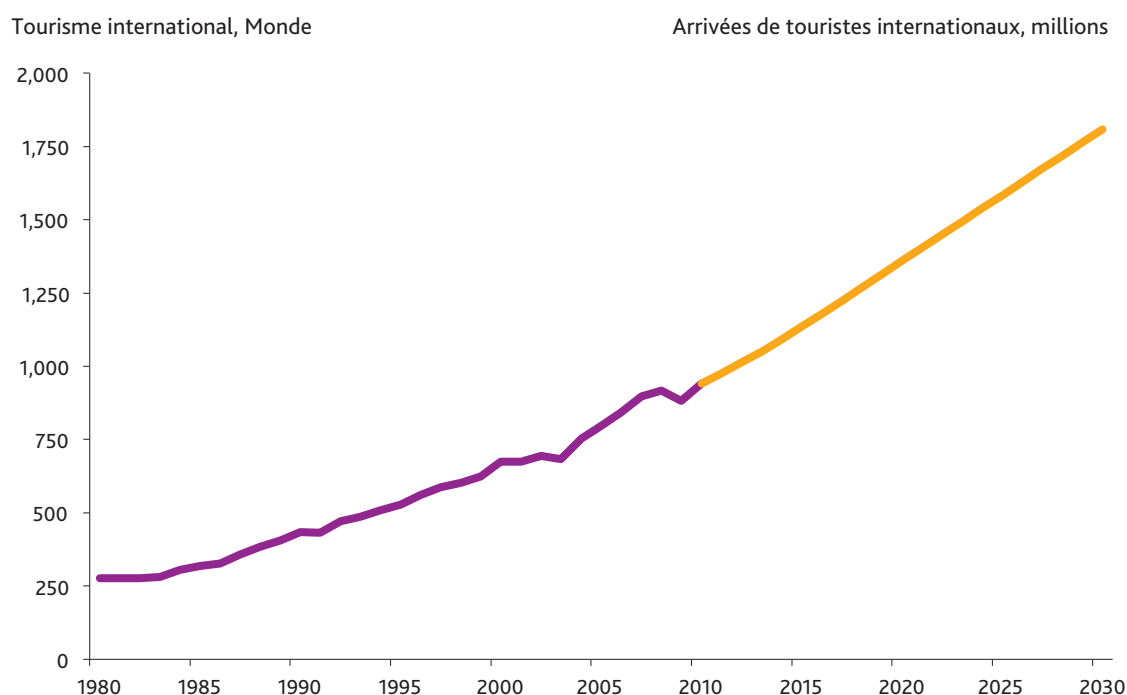
<sup>1</sup> Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2012) du FMI, page 177, [www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01).

## 2.3 Le tourisme, horizon 2030 – les arrivées de touristes internationaux vont atteindre 1,8 milliard

L'expansion du tourisme international devrait se poursuivre le long des prochaines décennies. Les arrivées de touristes internationaux devraient atteindre 1,8 milliard d'ici 2030 selon les prévisions à long terme formulées par l'OMT dans *Le tourisme, horizon 2030*.

Le tourisme international va continuer à croître dans la période allant jusqu'à 2030, mais à un rythme plus modéré qu'au cours des dernières décennies. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde augmentera en moyenne 3,3% par an. En conséquence, une moyenne de 43 millions de touristes internationaux supplémentaires grossira le marché chaque année. D'après le rythme de croissance prévu, les arrivées devraient atteindre 1,8 milliard en 2030, ce qui signifie que dans deux décennies, cinq millions de personnes traverseront les frontières internationales chaque jour pour le loisir, les affaires ou autres raisons telles que visiter des amis et la famille.

Figure 3. Arrivées de touristes internationaux, 1980-2030



Source: Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) ©

La part des flux touristiques internationaux vers les pays émergents, qui a considérablement augmenté dans la dernière décennie, devrait être renforcée dans la période allant jusqu'à 2030.

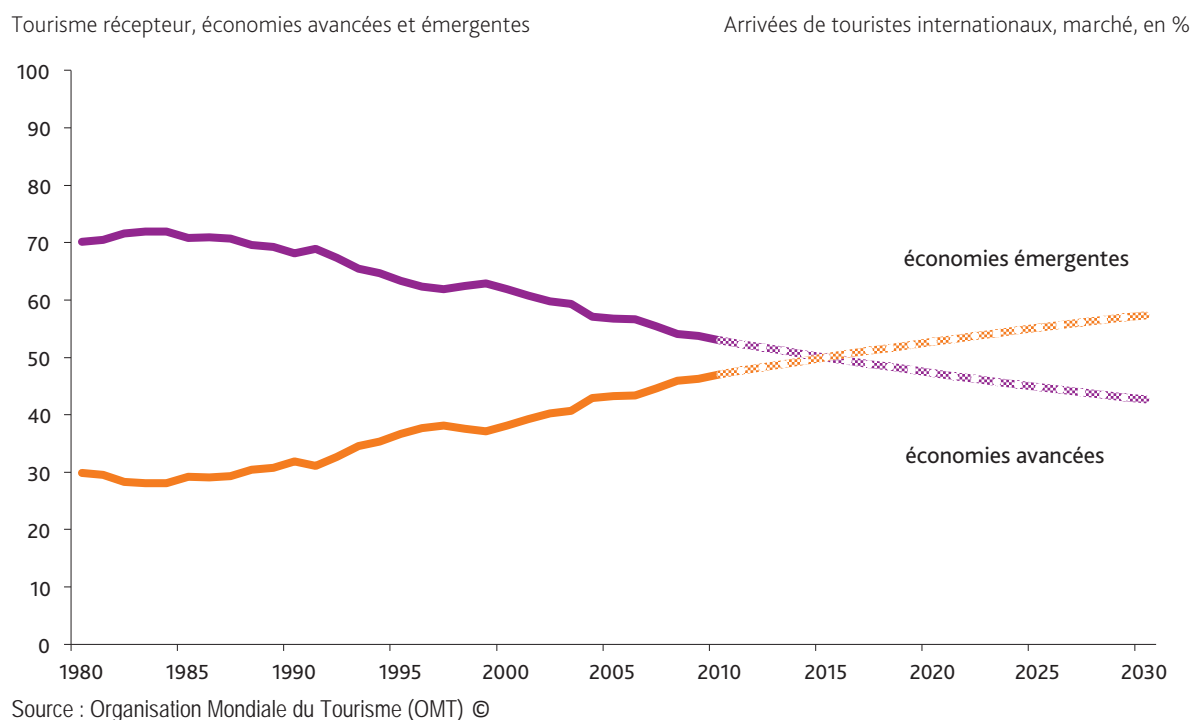
Les arrivées internationales dans les destinations et économies émergentes devraient croître deux fois plus vite que celle des économies avancées (+4,4% l'an contre +2,2% par an). En termes absolus, les économies émergentes d'Asie, d'Amérique latine, d'Europe centrale et de l'est, d'Europe de l'est méditerranéen, du Moyen-Orient et d'Afrique accueilleront en moyenne 30 millions de touristes par an, contre 14 millions dans les destinations traditionnelles des économies avancées comme l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie et le Pacifique.

En 2015, les économies émergentes surpasseront le nombre d'arrivées de touristes internationaux des économies avancées, et en 2030, leur part atteindra 58%.



Il y aura des augmentations des parts du marché mondial de l'Asie et du Pacifique (30% en 2030 contre 22% en 2010), du Moyen-Orient (8% contre 6%) et de l'Afrique (à 7% de 5%), et de nouvelles baisses des parts de l'Europe (41% contre 51%) et des Amériques (14% contre 16%), principalement dues au ralentissement de la croissance en Amérique du Nord.

Figure 4. Arrivées de touristes internationaux, économies émergentes et avancées, 1980-2030



## 2.4 Une note sur le tourisme domestique

Selon les estimations de l'OMT entre cinq et six milliards de personnes voyagent à travers le monde chaque année. Même si cette analyse se concentre sur le tourisme international, il est essentiel de souligner l'importance du tourisme domestique, non seulement du à son importance en termes de volume, mais aussi à cause de son impact socio-économique. A titre d'exemple, le tourisme domestique représente la moitié ou plus des dépenses du tourisme dans toutes les économies du G20, et atteint un pourcentage très important avec 82% en Inde, 87% au Mexique ou 91% en Chine.

Le tourisme domestique et le tourisme international sont souvent complémentaires et le tourisme domestique devrait être une partie intégrante de tout plan de développement du tourisme, en tenant compte des possibilités et des défis qui sont spécifiques au tourisme domestique, y compris la possibilité d'élargir la demande touristique dans le temps et donc de réduire la saisonnalité, l'utilisation de l'espace, en bénéficiant ainsi les régions rurales et éloignées.

### 3. Tourisme - une source de croissance économique et de développement

L'incroyable développement du tourisme international lié à la croissance du commerce international, l'augmentation du temps consacré aux loisirs, les révolutions technologiques et des transports et la croissance des classes moyennes ont placé le tourisme comme l'un des grands moteurs de la croissance mondiale.

Actuellement, d'après les estimations, le tourisme représente 9% du PIB du monde - compte tenu de ses impacts directs, indirects et induits - 6% des exportations mondiales, 29% des exportations de services et emploi une personne sur onze.

Il représente 5% du total des exportations et plus de 44% des exportations de services pour les PMA. Le tourisme fournit également souvent l'une des rares options concurrentielles pour que ces pays puissent participer dans l'économie mondiale. Il n'est donc pas surprenant que le tourisme ait été identifié par la plupart des pays les moins avancés et les petits états insulaires en développement (PEID) comme un puissant moteur de réduction de la pauvreté et du développement.

Le rôle du tourisme dans la lutte contre la pauvreté et le développement se reflète dans le poids que le secteur du tourisme représente dans les trois pays qui ont quitté le groupe des PMA suite à leur croissance économique, et le fait que cela ait contribué à cette étape importante. Le tourisme représente 11% des exportations du Botswana, 80% dans le cas des Maldives et 56% pour le Cap-Vert.

Néanmoins, de nombreux défis restent à relever: avant tout, veiller à ce que les pays plus pauvres de la planète dont plus de la moitié ont identifié le tourisme comme un instrument prioritaire pour la réduction de la pauvreté - continuent à bénéficier des opportunités de revenus et des avantages générés par le tourisme, tout en s'attaquant au défi environnemental. Ceci est particulièrement pertinent en ce qui concerne le transport aérien et le changement climatique. Il est par exemple essentiel d'assurer qu'il y ait une différence de traitement, y compris certaines exemptions, dispositions transitoires et des incitations pour un ou plusieurs groupes de pays en développement, mais aussi dans tout cadre multilatéral à long terme pour l'atténuation des émissions de gaz à effets de serre dans l'aviation.

#### 3.1 Le tourisme comme un secteur d'exportation

En termes économiques, le tourisme international est un service marchand, où l'argent perçu par les pays dans la destination compte comme une exportation et l'argent dépensé par les visiteurs comme une importation pour les marchés sources d'où il provient. Mise à part les recettes du tourisme international (le point de voyage dans la balance des paiements), le tourisme génère également des recettes d'exportation à travers le transport international de passagers. Comme mentionné plus haut, les recettes du tourisme international (l'élément de voyages) ont atteint 1075 milliards US \$ en 2012. Si on ajoute le montant estimé à 211 milliards US \$ du transport international de passagers cela nous amène à un revenu global des exportations générées par le tourisme international, de 1,3 trillion de US \$ ou 3,5 milliards US \$ de revenu par jour en moyenne en 2012.

Les exportations touristiques représentent jusqu'à 29% des exportations mondiales de services commerciaux et 6% des exportations totales de biens et services. C'est ainsi que le tourisme international est devenu l'une des principales catégories d'échanges en se plaçant au cinquième rang mondial après les carburants, les produits chimiques, le secteur alimentaire et l'industrie automobile.

Pour de nombreux pays en développement, le tourisme international est une importante source de devises et d'investissement, nécessaire pour la création d'emplois et des opportunités d'échanges. Pour les

économies émergentes regroupées, le tourisme se classe quatrième dans la catégorie d'exportation après les carburants, les produits chimiques et alimentaires. Toutefois, seul un nombre relativement restreint de pays bénéficient des trois dernières catégories.

Pour la majorité des pays en développement le tourisme représente l'une des trois principales sources d'exportations. Il est en tête pour l'exportation d'au moins 11 pays les moins avancés (PMA), il est un secteur important de l'activité économique dans tous les PMA qui ont réussi ou sont sur le point de sortir de la catégorie des PMA.

En 2011, le total des exportations du tourisme (y compris les voyages et le transport de passagers) dans les 49 PMA s'élevait à 14 milliards de dollars, soit 6% du total des exportations de ce groupe de pays et plus de 56% des échanges de services. Ce pourcentage est nettement plus élevé dans les PMA non-exportateurs de pétrole, où ce pourcentage atteint jusqu'à 10% de la valeur totale des exportations.

**Tableau 3. Le tourisme international en tant que part des exportations par catégorie de revenu**

Population, croissance et produit intérieur brut (PIB), exportations et tourisme international; Marchés émergents et pays en voie de développement versus économies avancées																
	Population		PIB		Tourisme international						Exportations de biens et de services					
	million	\$ EU Md	\$EU	\$ EU Md	Total	Total des:			PIB %	per capita	Total des:		Tourisme international			
					2011	2012	2012	2012			2012	2012	2011	2011	part des exportations	part des services
2012	2012	2012	2011	2012	2012	2012	2012	2012	2011	2011	2011	2011				
Monde	7,011	71,707	10,225	1,043	1,285	1,075	211	1.8	183	22,644	18,291	4,353	4.6	23.9		
Marchés émergents et pays en voie de développement <sup>1</sup>	5,979	27,290	4,560	371	452	386	66	1.7	76	8,441	7,390	1,051	4.4	35.3		
Les 49 pays les moins avancés (PMA)	873	745	855	11.2	15.0	12.2	2.8	2.0	17	228	202	25	4.9	44.4		
non-fuel exporters	780	499	640	9.5	12.7	10.4	2.3	2.5	16	119	97	22	7.9	42.4		
fuel-exporters	92	246	2,675	2.1	2.3	1.8	0.6	0.9	25	109	106	3	2.0	72.1		
Autres marchés émergents et pays en voie de dév.	5,107	26,545	5,195	360	437	374	63	1.6	86	8,213	7,187	1,026	4.4	35.1		
non-fuel exporters	4,519	20,820	4,605	317	372	328	44	1.8	82	5,906	5,012	894	5.4	35.5		
fuel-exporters	587	5,725	9,745	43	65	46	19	1.1	110	2,307	2,175	132	1.9	32.6		
Économies avancées <sup>1</sup>	1,032	44,417	43,060	671	834	689	145	1.9	808	14,203	10,901	3,302	4.7	20.3		
(d'après les données de l'OMT, juin 2013)																

(d'après les données de l'OMT, juin 2013)

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) © fondé sur les ressources naturelles, Fond Monétaire International (FMI), Organisation Mondiale du Commerce (OMC), et Nations Unies

<sup>1</sup> Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2012) du FMI, page 177, [www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01).

Compte tenu de l'importance du tourisme international en tant que catégorie d'exportation par région, il est clair que le tourisme peut être un catalyseur important pour le développement en Afrique, où il représente déjà 7% de toutes les exportations ou en Amérique centrale où il représente jusqu'à 13% des exportations de la sous-région. De plus, le tourisme est la première catégorie d'exportation dans les Caraïbes et en Europe méditerranéenne et méridionale et la deuxième catégorie la plus importante en Afrique du Nord. Pour l'Amérique centrale, le Moyen-Orient et l'Europe du Nord, le tourisme est le troisième produit d'exportation le plus important.

Tableau 4. Le tourisme international en tant que part des exportations par région

Tourisme International et Exportations par (sous-)région								
	Tourisme international			Exportations de biens et de services			Tourisme international	
	Total	des:		Total	des:		part des	part des
		Voyages	Transport de passagers		Biens	Services	exportations	services
	(milliards \$EU)			(milliards \$EU)			(%)	
	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011
<b>Monde</b>	<b>1,242</b>	<b>1,042</b>	<b>200</b>	<b>22,619</b>	<b>18,288</b>	<b>4,331</b>	<b>5.5</b>	<b>28.7</b>
Économies avancées <sup>1</sup>	813	671	142	14,203	10,901	3,302	5.7	24.6
Économies émergentes <sup>1</sup>	429	371	58	8,441	7,390	1,051	5.1	40.9
<b>Europe</b>	<b>561.4</b>	<b>466.3</b>	<b>95.1</b>	<b>9,724.6</b>	<b>7,503.7</b>	<b>2,220.9</b>	<b>5.8</b>	<b>25.3</b>
Europe du Nord	92.3	69.8	22.5	1,801.3	1,170.9	630.3	5.1	14.6
Europe occidentale	200.6	161.6	39.0	4,599.4	3,647.8	951.6	4.4	21.1
Europe centr./orient.	69.1	56.0	13.1	1,696.9	1,482.1	214.7	4.1	32.2
Eu. du Sud/méditerran.	199.4	178.9	20.5	1,627.0	1,202.9	424.2	12.3	47.0
- desquels UE-27	454.1	378.3	75.8	8,440.9	7,389.7	1,051.2	5.4	43.2
<b>Asie et Pacifique</b>	<b>338.5</b>	<b>298.6</b>	<b>39.9</b>	<b>7,209.3</b>	<b>6,101.0</b>	<b>1,108.3</b>	<b>4.7</b>	<b>30.5</b>
Asie du Nord-Est	170.2	149.6	20.6	4,677.1	4,049.6	627.5	3.6	27.1
Asie du Sud-Est	96.9	84.4	12.4	1,493.3	1,237.0	256.3	6.5	37.8
Océanie	45.0	40.8	4.2	383.2	318.6	64.5	11.8	69.8
Asie du Sud	26.4	23.7	2.7	655.7	495.8	160.0	4.0	16.5
<b>Amériques</b>	<b>244.4</b>	<b>197.9</b>	<b>46.5</b>	<b>3,869.1</b>	<b>3,034.1</b>	<b>835.0</b>	<b>6.3</b>	<b>29.3</b>
Amérique du Nord	184.6	144.2	40.3	2,985.0	2,282.1	702.8	6.2	26.3
Caraïbes	24.4	23.5	0.9	63.3	33.0	30.2	38.6	80.7
Amérique centrale	8.7	7.1	1.6	68.8	51.1	17.7	12.6	49.1
Amérique du Sud	26.8	23.1	3.7	752.1	667.8	84.3	3.6	31.8
<b>Afrique</b>	<b>41.1</b>	<b>32.7</b>	<b>8.4</b>	<b>621.0</b>	<b>549.0</b>	<b>72.1</b>	<b>6.6</b>	<b>57.0</b>
Afrique du Nord	12.4	9.6	2.9	145.9	122.5	23.3	8.5	53.4
Afrique subsaharienne	28.7	23.1	5.5	475.2	426.4	48.7	6.0	58.8
<b>Moyen-Orient</b>	<b>56.9</b>	<b>46.6</b>	<b>10.3</b>	<b>1,195.5</b>	<b>1,100.3</b>	<b>95.2</b>	<b>4.8</b>	<b>59.8</b>

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2013)

<sup>1</sup> Classification basée sur le Fonds monétaire international (FMI). Veuillez consulter l'annexe statistique du World Economic Outlook (avril 2012) du FMI, page 177, [www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01).

## 3.2 Tourisme et emploi

Le tourisme représente plus de 230 millions d'emplois dans le monde – emplois directs, indirects et d'impacts induits. Le tourisme étant un secteur de services, il n'est pas seulement l'un des secteurs économiques nécessitant une forte densité de main d'œuvre, mais représente également un point d'entrée rapide dans le marché de l'emploi, en particulier pour les femmes et les jeunes.

En outre, le tourisme crée des emplois non seulement dans ses activités directes, mais dans d'autres secteurs à travers sa chaîne de valeur complexe. Lors de leurs voyages, les touristes se déplacent en bus ou en taxi, goûtent la gastronomie et les vins locaux, achètent des produits locaux et dorment dans des hôtels dans lesquels les meubles et équipements sont fabriqués localement.

L'emploi dans le tourisme et l'entreprenariat est également essentiel pour la promotion de l'égalité des genres. Un rapport de l'OMT et de l'ONU Femmes montre que la part des femmes entrepreneurs dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration est beaucoup plus élevée que dans d'autres secteurs, dans toutes les régions du monde. Ce pourcentage est particulièrement élevé en Amérique latine (51% de femmes entrepreneurs dans les hôtels et restaurants, comparativement à 23% dans tous les secteurs) et en Asie (30% contre 17%).

Tableau 5. Les femmes entrepreneurs par région (%)

Part des femmes entrepreneurs par région (%)		
	Tous secteurs	Hôtellerie-Restauration
Amérique Latine	23	51
Caraïbes	26	33
Afrique	21	31
Asie	17	30

Source: Organisation International du Travail (OIT) Base de données

Un autre facteur important à considérer en matière des liens entre l'emploi et le développement du tourisme est le fait que les métiers du tourisme sont répartis entre les régions éloignées et rurales autant qu'ils atteignent les zones urbaines, en créant ainsi des emplois et des opportunités d'échanges au niveau local et aidant à réduire la migration rurale vers les zones urbaines.

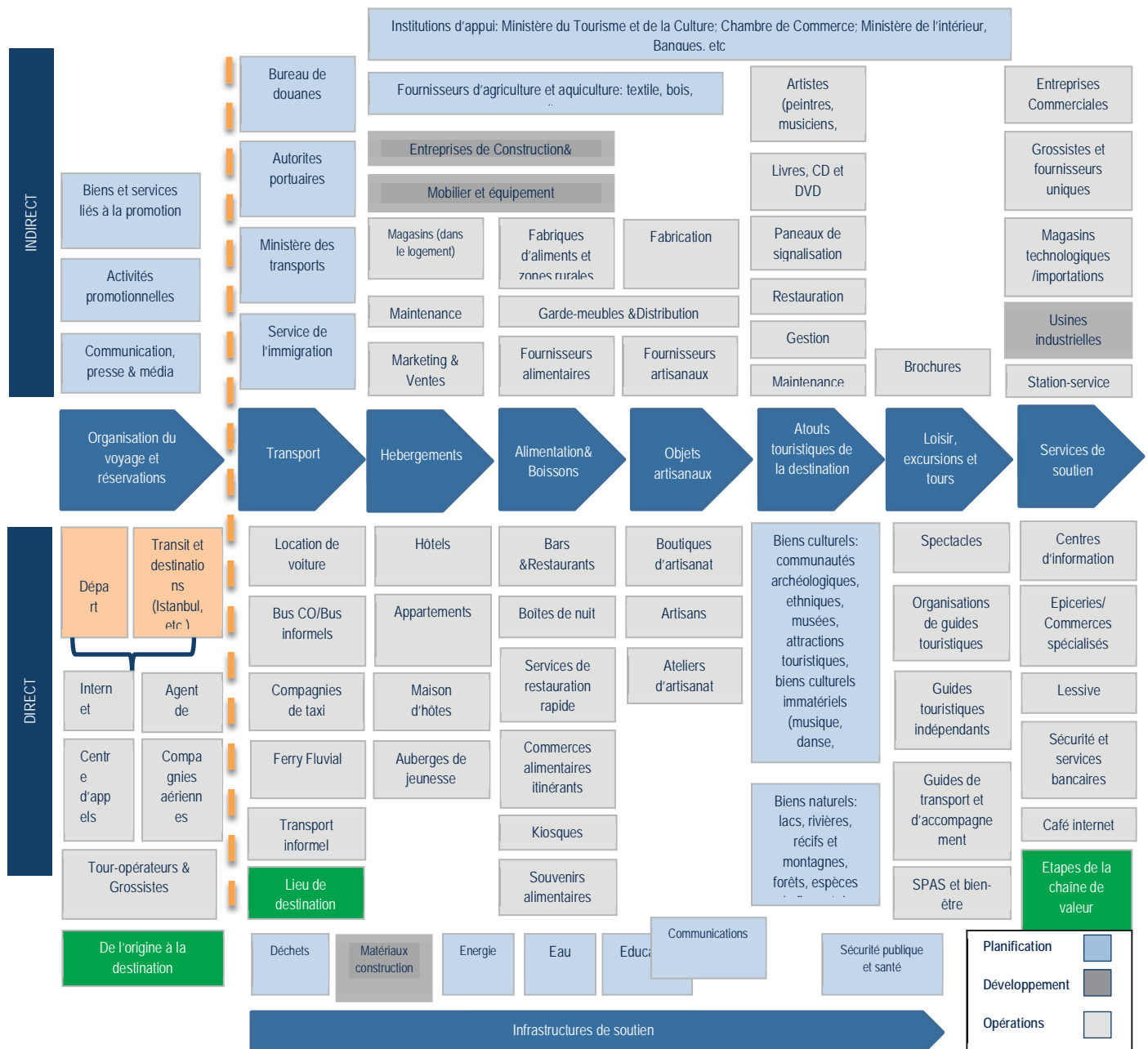
Bien que le secteur offre d'innombrables possibilités, il est également confronté à des défis importants, y compris les bas salaires, les faibles qualifications requises et les conditions de travail précaires. Il est essentiel de promouvoir les métiers du tourisme qui soient des emplois décents avec des conditions de travail décentes et de précarité réduites. Compte tenu du fait que le tourisme est principalement un secteur basé sur les personnes, le niveau des salaires, la formation et les conditions de travail sont essentielles pour assurer la qualité de service et la satisfaction des clients et devraient être une priorité dans toute stratégie touristique visant à favoriser le développement.

### 3.3 La chaîne de valeur du tourisme - la création de richesse et d'emplois dans d'autres secteurs

Lors de leurs voyages, les touristes utilisent des produits et des services locaux tel que les transports, la gastronomie locale, les produits et l'artisanat local. La construction, les aménagements et le fonctionnement des hôtels requièrent des fournisseurs dans divers domaines tels que les matériaux de construction et services, les meubles, les produits alimentaires et autres consommables, le matériel électronique, les technologies et bien d'autres. Ces liens sont importants pour toutes les économies, mais d'autant plus pour les pays en développement où le tourisme crée une demande qui, autrement, n'aurait pas existé pour des produits spécifiques de l'agriculture, de la construction, de l'industrie ou de l'artisanat. Dans certains cas, cette demande se traduit jusque dans la reprise des activités et des compétences perdues.

Lorsque l'on regarde le rôle du tourisme dans le développement, il est particulièrement important de renforcer ces liens. Cela peut être fait par une législation et une réglementation adéquate sur les investissements - en particulier l'investissement étranger en soutenant les divers secteurs connectés à la chaîne de valeur du tourisme et en leur fournissant du financement et de la formation qui leur permet de produire et de répondre de manière adéquate à la demande touristique. Le schéma ci-dessous illustre la chaîne de valeur du tourisme et la gamme de biens et services directement et indirectement liés à la demande touristique.

Figure 4. Chaîne de valeur du tourisme



Source: OMT adapté du Tourisme & Loisirs Europraxis en consultation avec plusieurs sources

### 3.4 Le tourisme - renforcer sa résilience

Malgré les multiples changements et chocs, allant des problèmes de santé aux catastrophes naturelles ou dus à l'homme, le tourisme, bien que vulnérable, a toujours rebondi, ce qui prouve sa résilience et sa capacité à résister aux crises. En effet, le tourisme international a vécu une croissance continue au cours des dernières décennies, et a connu rien que trois déclin: en 2001, après les attentats du 11 septembre, en 2003, sous l'impact du SRAS et en 2009, en raison de la crise économique mondiale. Dans tous les cas, le tourisme international s'est fortement redressé au cours des années suivantes avec des taux de croissance souvent supérieurs aux prévisions à long terme de la dernière décennie (+4%).

Une des caractéristiques principales du tourisme est effectivement sa capacité à récupérer relativement rapidement et souvent, à se renforcer. Ceci est d'importance car le tourisme permet de contribuer à bâtir la résilience pour l'économie entière du pays, et en particulier des pays en développement qui ont tendance à être plus vulnérables. Par conséquent, l'inclusion du tourisme comme un pilier du développement national contribuera à renforcer la résilience et à stimuler la capacité à faire face aux chocs externes. Le Kenya en est un bon exemple. Les troubles politiques dans le pays de 2007-2008 ont entraîné une baisse de 32% du nombre d'arrivées de touristes internationaux en 2008. L'année suivante, les arrivées ont augmenté de 22%, même au milieu de la crise économique mondiale, et ont continué à croître dans les années suivantes (6% en 2010 et 19% en 2011).

Les données figurant dans le rapport de l'OMT et *Crise économique, déclin du tourisme international et son impact sur les pauvres*, montrent que, pendant la crise économique mondiale de 2009, l'emploi dans les hôtels et restaurants a été moins grave que dans d'autres secteurs. Cette tendance est encore plus forte dans les pays émergents où les «hôtels et restaurants» était, avec l'administration publique, les seuls à afficher une croissance positive dans tous les quatre trimestres de 2009.

## 4. Le tourisme - l'un des dix principaux secteurs de la transformation vers une économie verte

Il a fallu attendre le début des années quatre-vingt-dix, en particulier depuis le premier Sommet de la Terre de Rio (1992), pour que le concept de tourisme durable soit développé. Les principes établis dans la Déclaration de Rio ont servi de base à l'élaboration progressive d'un programme du tourisme durable de l'OMT, qui en 1995 définit le tourisme durable comme «celui qui répond aux besoins des touristes présents et des régions d'accueil tout en protégeant et en favorisant des opportunités pour l'avenir. Il est conçu comme un moyen de gérer toutes les ressources afin qu'il puisse répondre aux besoins économiques, sociaux et environnementaux tout en respectant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes indispensables à la vie».

Le Sommet mondial sur le développement durable (2002), aussi connu comme le Sommet de Johannesburg, a souligné pour la première fois l'importance du tourisme durable pour la réduction de la pauvreté, la protection de l'environnement et la préservation du patrimoine culturel. C'était, en fait, la première fois que le rôle du tourisme dans le programme mondial de développement durable a été rendu explicite avec l'inclusion du tourisme dans le Programme de mise en œuvre émergeant de Johannesburg.

Depuis le Sommet de Rio en 1992, et surtout depuis 2002, des progrès significatifs ont été accomplis dans un certain nombre de domaines liés au tourisme durable, y compris la durabilité de l'environnement, le changement climatique, l'inclusion sociale ou l'égalité des genres. Néanmoins, il reste encore beaucoup à faire.

Les crises récentes - financières, économiques, alimentaires et énergétiques - ont mis en évidence plusieurs des limites du modèle de développement actuel. Au milieu de la crise économique mondiale de 2009, l'ONU a appelé à un nouveau modèle de croissance - l'économie verte - un modèle "qui entraîne une amélioration du bien-être humain et de l'équité sociale tout en réduisant de manière significative les risques environnementaux et les pénuries écologiques".

Au début de 2011, le Rapport sur l'économie verte - une étude inédite de l'ONU dirigée par le Programme Environnemental des Nations Unies (PNUE) sur la manière de stimuler une transformation écologique tout en assurant une croissance continue - a identifié le tourisme comme l'un des dix principaux secteurs économiques pouvant contribuer à «verdir» l'économie mondiale.

Le *Chapitre du tourisme du Rapport sur l'économie verte*, développé en collaboration avec l'OMT, montre que l'investissement de 0,1% à 0,2% du PIB mondial entre 2010 et 2050 dans un tourisme respectueux de



l'environnement pourrait stimuler la croissance économique, conduire à la réduction de la pauvreté et la création d'emplois, tout en assurant des avantages environnementaux importants tels que la réduction de la consommation d'eau (18%), la consommation d'énergie (44%) et les émissions de gaz à effet de serre (52%) comparé à un scénario «*business-as-usual*».

L'investissement dans le tourisme vert et les clés du rapport stimuleraient la création d'emplois, surtout dans les communautés les plus pauvres, y compris de nouveaux emplois verts liés à la gestion de l'environnement et des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il serait directement lié à une augmentation de l'embauche et de l'approvisionnement local, ayant des retombées positives sur d'autres secteurs de l'économie. La contribution économique directe du tourisme pour les communautés locales augmenterait également, en maximisant le montant des dépenses des touristes qui est retenu par l'économie locale. Enfin, une économie du tourisme vert permettrait d'importants avantages environnementaux, y compris la réduction de la consommation d'eau et de l'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub>.

Compte tenu de l'importance et la portée du tourisme, même des petits changements vers l'écologisation peuvent avoir des impacts significatifs. Cependant, pour réaliser ces actions, le secteur a besoin de bonnes politiques et d'opportunités d'investissements. Pour intégrer les notions de durabilité au cœur de l'agenda du tourisme pour le développement il faut une prise de conscience qui soit au-delà de la responsabilité, elle est surtout d'intérêt pour le secteur.

Les gouvernements et la communauté internationale jouent un rôle clé dans la transition vers le tourisme vert, notamment à travers l'établissement de cadres réglementaires solides, qui facilitent l'investissement public et privé et l'engagement. Cela revêt une importance particulière pour l'agenda du développement, compte tenu des opportunités générées par le tourisme pour les pays les moins développés et en développement.

Aujourd'hui, le manque d'accès aux capitaux est le facteur le plus limitant pour le tourisme vert, en particulier à l'échelle mondiale pour les pays en développement, et au niveau national pour toutes les petites et moyennes entreprises (PME), qui représentent la majeure partie du secteur. Le financement public est essentiel pour déclencher la transformation envers une économie verte. Les gouvernements et les organisations internationales doivent faciliter les flux financiers pour le secteur du tourisme, en priorité les opportunités d'investissements et les dépenses dans des domaines qui stimulent l'écologisation. Les subventions et les incitations fiscales ne sont que quelques-uns des outils que les gouvernements peuvent utiliser. Grâce à des partenariats publics-privés, les gouvernements peuvent aider à répartir les coûts et les risques des investissements importants de tourisme vert. Dans le même temps, les dépenses des administrations publiques en biens publics tels que les aires protégées, la conservation de l'eau, gestion des déchets, l'assainissement, les transports publics et les infrastructures d'énergies renouvelables peuvent compenser le coût des investissements verts par le secteur privé dans le tourisme durable.

En ce qui concerne les entreprises, l'innovation devrait être une priorité ainsi que l'amélioration de la productivité grâce à l'utilisation d'équipements performants, des économies venant de la substitution de combustibles fossiles et l'utilisation des marchés carbone au niveau national ou mondial. Pour soutenir le secteur dans ces efforts, l'OMT a lancé « Hotel Energy Solutions - HES » en 2008, une initiative cofinancée par l'Agence européenne pour la compétitivité et l'innovation, développée en partenariat avec plusieurs partenaires internationaux, qui offre aux hôteliers un logiciel électronique gratuit pour évaluer leur consommation d'énergie et propose une sélection de technologies adaptées pour l'efficacité énergétique ou l'utilisation d'énergies renouvelables, un calculateur simulant le retour sur investissement permet de faire un choix avisé. Enfin, il est primordial de sensibiliser le visiteur de son impact dans la destination, et de ce fait promouvoir une conduite éthique et responsable.

## 4.1 Le rôle du secteur privé dans la réalisation du développement

Le secteur privé a un rôle clé à jouer dans la réalisation des objectifs de développement, notamment la réduction de la pauvreté. Les recherches de l'OMT témoignent de la diversité des domaines dans lesquels des stratégies de responsabilité sociale des entreprises (RSE) contribuent à la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD).









Figure 5. Tourisme et les Objectifs du millénaire pour le développement OMD

### LE TOURISME ET LES OBJECTIFS DU MILLENAIRE POUR LE DEVELOPPEMENT



La date limite de 2015 marquée par l'ONU pour atteindre les Objectifs du Millénaire pour le Développement approchant, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) invite le secteur privé à porter sa contribution pour faire face à ces défis mondiaux. La pauvreté, la faim, l'inégalité entre les genres et la dégradation de l'environnement peuvent être atténués par le développement durable du tourisme, et l'OMT travaille avec l'industrie pour maximiser les impacts positifs du tourisme dans le monde entier.

Base sur une recherche conduite par l'OMT, de nombreuses entreprises du secteur du tourisme contribuent à la réalisation des OMD, en intégrant la responsabilité sociale (RSE) dans leurs entreprises. Voici quelques exemples d'activités de RSE mises en œuvre par les principales entreprises touristiques et qui sont directement liés à la réalisation des OMD.

 <p><b>OMD 1: Réduire l'extrême pauvreté et la faim</b></p> <p>Le recrutement local, l'investissement dans les entreprises locales, l'achat et l'approvisionnement à échelle locale, le commerce équitable, les campagnes de sensibilisation à la pauvreté, l'apport en nature, la participation du personnel à des projets humanitaires (financement pour orphelinats, vols gratuits pour les ONG, répartition de l'aide, etc.)</p>	 <p><b>OMD 2: Assurer l'éducation primaire pour tous</b></p> <p>L'aide au financement pour les écoles, les subventions aux enseignants, les fournitures scolaires et les ordinateurs, proposer des programmes techniques et de formation linguistique en entreprise, des bourses et des programmes de parrainage pour le personnel et la communauté locale, des programmes d'information pour la clientèle, les fournisseurs, etc.</p>
 <p><b>OMD 3 : Promouvoir l'égalité des genres et l'autonomisation</b></p> <p>Des bourses pour le coaching des gestionnaires, des ateliers de mobilité professionnelle, des structures de soutien aux familles pour les mères qui travaillent (programme de garde d'enfants au sein de l'entreprise, horaires flexibles), formation technique et l'apprentissage de l'artisanat pour les femmes dans les communautés locales, etc.</p>	 <p><b>OMD 4: Réduire la mortalité infantile</b></p> <p>Investissement social dans les établissements de santé, des visites médicales gratuites en entreprise et dans la communauté, des programmes d'éducation et des conseils de nutrition pour les femmes pendant la grossesse, des programmes éducatifs pour les jeunes, la livraison gratuite de matériel médical et de personnel, le transfert gratuit de enfants ayant des besoins médicaux, le personnel médical et l'équipement.</p>
 <p><b>OMD 5: Améliorer la santé maternelle</b></p> <p>Dépistage gratuit et soins médicaux gratuits, fourniture gratuite d'éléments liés à la maternité, programmes d'éducation, de recherche et développement des investissements, le financement des établissements de santé, les établissements de garde d'enfants accompagnée, etc.</p>	 <p><b>OMD 6: Combattre le VIH / sida, le paludisme et d'autres maladies</b></p> <p>Formation pour la prévention au sein de l'entreprise et des activités de sensibilisation, des ateliers d'éducation dans la communauté d'accueil (à savoir l'utilisation de moustiquaires), visites médicales gratuites, programmes et politiques d'inclusion sociale et, les vols pour le personnel médical et l'équipement, l'investissement dans la recherche et le développement, etc.</p>
 <p><b>OMD 7: Préserver l'environnement</b></p> <p>Conformité aux normes et aux standards (ex ISO 14001, certification Green Globe, etc.), efficacité des ressources, énergies renouvelables, recyclage et éco-matériaux, de la faune dans des actions de préservation de l'écosystème (par exemple la surveillance de l'impact, le nettoyage, compensation, etc.)</p>	 <p><b>OMD 8: Mettre en place un partenariat mondial pour le développement</b></p> <p>La collaboration entre les organismes des Nations Unies, les secteurs public et privé, les associations indépendantes et les participants de la société civile à fournir des ressources et de l'assistance aux gouvernements et aux communautés d'accueil, par le biais du développement et de la croissance du tourisme.</p>

Pour plus d'information allez sur notre site:  
[www.UNWTO.org](http://www.UNWTO.org)

Source: Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

## 5. Aide publique au développement (APD) en faveur du tourisme

L'aide publique au développement n'est qu'une petite composante des ressources et des flux internationaux disponibles pour les pays en développement, mais elle est la seule source de financement internationale qui est officiellement consacrée à la réduction de la pauvreté, ce qui représente environ 7% des flux internationaux.

Les objectifs de l'aide, tant au niveau national que international de 0,7%, sont souvent exprimés en proportion du revenu national brut (RNB). Dans l'ensemble, les donateurs du CAD allouent 0,73% des dépenses publiques à l'APD. D'autre type d'aide, tels que les autres apports du secteur public (AASP) sont des opérations du secteur officiel qui ne répondent pas aux critères de l'APD, ainsi que les dons privés (DP).

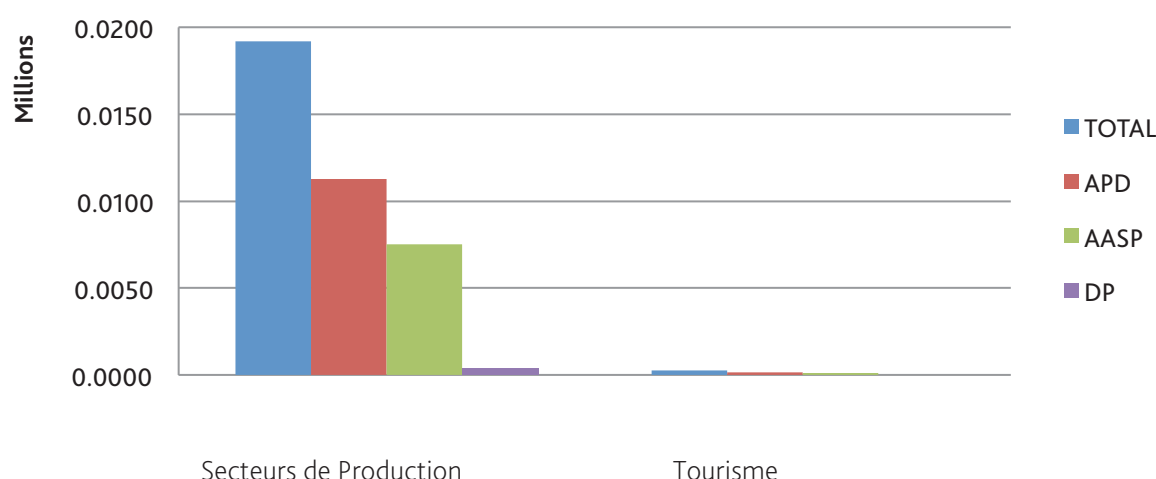
Malgré le potentiel hautement reconnu du tourisme pour atteindre les impératifs de développement, avec des liens en amont et en aval avec d'autres secteurs productifs de l'économie et la création d'emplois, le tourisme n'a jamais reçu beaucoup de soutien de l'APD. En 2011, le tourisme ne représentait que 0,13% du versement brut total de l'APD.

Tableau 6. L'aide, versements bruts aux pays en développement, 2011 (prix constants, millions de \$ US, 2010)

	Tous les secteurs	Tous les secteurs%	Secteurs de production	Secteurs de production %	Tourisme	Tourisme %
<b>AIDE TOTALE</b>	<b>198 827</b>	<b>100%</b>	<b>19 181</b>	<b>9.7%</b>	<b>251</b>	<b>0.13%</b>
APD	150 444	100%	11 279	7.5%	154	0.10%
AASP	45 799	100%	7 531	16.4%	97	0.21%
DP	2 584	100%	370	14.3%	0	0%

Source: Système de notification des pays créanciers de l'OCDE

Figure 5. L'aide totale aux pays en développement, reportée comme secteurs productifs-tourisme, versements bruts, 2011



Source : Système de notification des pays créanciers de l'OCDE

Alors que le tourisme est référencé comme un secteur productif, classé dans la catégorie d'échanges de services, il est identifié par de nombreux pays en développement et les PMA en particulier, comme un secteur clé pour les stratégies de réduction de la pauvreté, avec un impact élevé sur d'autres secteurs de production et un impact local positif pour les pauvres. Il est intéressant de noter que l'APD pour le tourisme était presque 400% plus élevée en 2006 par rapport à 2011.

Tableau 7. L'APD totale par secteur, 2005-2011 (prix courants, millions de dollars)

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Secteur							
<u>I. Infrastructure sociale &amp; Services</u>	41320,82	46354,03	54095,98	61982,77	65454,13	64326,47	68655,68
I.1. Education	7896,21	10093,56	11670,03	12423,32	13511,73	13413,52	12852,47
I.1.b. Education de base	2424,17	2935,76	2867,09	3707,93	3319,58	3891,76	3691,17
I.2. Santé	5621,06	7103,61	7101,79	8670,46	8747,77	9849,61	10083,27
I.2.b. Santé de base	3724,61	4504,08	5318,37	6515,24	6424,64	6863,57	6878,84
I.3. Pol de population/Progr. & Santé répr.	3995,55	5065,92	7299,33	9289,56	9145,69	9773,91	10743,95
I.4. Approvisionnement en eau & inst. san.	5917,37	5777,42	6376,55	7516,61	8262,9	7584,75	8230,16
I.5. Gouvernement & société civile	12814,79	13221,82	16161,04	18037,31	18842,35	18691,11	21449,44
I.5.a. Gouvernement & société civile génér.	10831,12	11298,9	12995,23	14099,19	14386,76	14849,74	17541,49
I.5.b. Conflit, paix & sécurité	1792,02	1854,89	3014,05	3938,14	3816,14	3841,38	3907,95
I.6. Autres infrastructures & services soci.	5075,75	5091,71	5487,36	6045,5	6943,7	5013,63	5296,4
<u>II. Infrastructure sociale &amp; services</u>	15108,32	15807,86	19492,41	27468,02	25689,54	29047,57	27217
II.1. Transport & garde-meubles	7262,61	7151,14	7614,79	13660,15	12976,71	13053,28	11901,98
II.2. Communications	476,88	461,64	566,04	430,07	623,78	453,54	688,07
II.3. Energie	4537,32	5130,4	6420,65	8020,78	6835,88	11029,75	9762,53
II.4. Banque & services financiers	1690,54	1595,57	2793,68	3331,63	3738,71	2537,85	2672,83
II.5. Affaires & autres services	1140,98	1469,08	2097,27	2025,37	1514,45	1973,12	2191,51
<u>III. Secteurs de production</u>	7476,89	8089,91	8991,2	11294,61	12711,22	13408,96	14781,87
III.1. Agriculture, foresterie, pêche	4567,16	4669,37	6713,66	7428,74	9357,11	9806,16	10583,63
III.2. Industrie, exploitation minière, const.	2226,85	1941,44	1311,28	2739,79	1951,45	2175,36	2650,84
III.3.a. Politiques de commerce & régleme.	546,24	1019,38	863,69	1056,51	1227,54	1280,95	1422,87
III.3.b. Tourisme	136,65	459,7	102,52	71,79	174,81	146,52	124,54
<u>IV. Multi-Sectoriel / Transversal</u>	7806,79	8568,96	10415,87	11906,52	13870,48	21074,35	17486,19
<u>V. Aide totale allouable (I+II+III+IV)</u>	71712,76	78820,72	92995,55	112651,97	117725,33	127857,38	128140,63
<u>VI. Aide en marchandises / Prog. Général</u>	4756,59	4929,03	6100,63	10456,94	10099,44	6935,35	6514,66
VI.1. Aide au budget général	3323,24	3113,07	4701,05	8130,29	7408,8	4985,27	4433,1
VI.2. Aide alimentaire dév./ assistance	1338,48	1337,03	1382,4	2125,78	2252,75	1680,1	1570,94
<u>VII. Mesures relatives à la dette</u>	26052,79	23202,99	13752,73	11290,73	2747,37	5942,61	4521,16
<u>VIII. Aide humanitaire</u>	9990,62	8501,81	8920,92	11002,64	11314,36	13372,61	12772,33
<u>IX. Non alloué / pas spécifiée</u>	9947,49	13589,91	11430,75	13184,18	12730,92	12137,95	15056,41
<b>Total (V+VI+VII+VIII+IX)</b>	<b>122460,25</b>	<b>129044,46</b>	<b>133200,58</b>	<b>158586,46</b>	<b>154617,42</b>	<b>166245,9</b>	<b>167005,19</b>

Source: Système de notification des pays créanciers de l'OECD

Grâce à la Conférence des PMA IV en 2011, une étape importante a été réalisée en plaçant le tourisme dans le programme d'aide au commerce. Il a été démontré à travers les Etudes Diagnostiques de l'Intégration du Commerce (EDIC) que le tourisme est un secteur clé pour les PMA. Toutefois, dans le rapport de l'OCDE et de l'OMC, préparé pour le 4ème Examen global de l'Aide pour le commerce (*Connecter les grandes entreprises aux chaînes de valeur du tourisme*), un résultat quelque peu surprenant est présenté: compte tenu des impacts sur la pauvreté de l'aide au commerce dans le secteur du tourisme, la partie plus grande et à plus forte croissance de l'aide au commerce a été enregistrée pour les pays à revenus moyens et supérieurs. Leur part représentait 37% des flux d'aide au tourisme en 2006 et 45% en 2011. Les flux d'aide vers les PMA ont également augmenté au fil du temps, à la fois en termes absolus et en termes relatifs, leur part passant de 12 à 22%. Les flux vers les pays à faible revenu (PFR) et les pays à revenu intermédiaire (PRI) ont augmenté en termes absolus, mais ont diminué en termes de pourcentage. Au lieu de cela, les flux vers d'autres pays à faible revenu ont baissé en termes absolus et relatifs.

**Tableau 8. Aide pour le commerce, décaissements du tourisme par groupe de revenu du DAC (milliers de US \$)**

Groupe	Somme des décaissements						Pourcentage de déboursements					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>PMA</b> Pays moins avancés	6975	8880	9655	13083	48668	34300	12%	13%	10%	10%	31%	22%
<b>PRFI</b> Pays à revenu faible et intermédiaire	17700	20448	28384	32949	47428	37128	30%	29%	30%	26%	31%	24%
<b>PTDPA</b> Pays et territoires en développement plus avancés	443	1669	585	501	368		1%	2%	1%	0%	0%	
<b>Autres PFR</b> Autres pays à faible revenu (PFR)	5367	3030	3364	1259	2739	2195	9%	4%	4%	1%	2%	1%
Partie I non allouée par groupe de revenus	6169	7730	11939	23749	8225	11696	11%	11%	12%	19%	5%	8%
<b>PRIS</b> Pays à revenu intermédiaire supérieur	21604	29018	41971	54599	47932	68710	37%	41%	44%	43%	31%	45%
<b>Somme totale</b>	<b>58259</b>	<b>70775</b>	<b>95899</b>	<b>126140</b>	<b>155360</b>	<b>154029</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100%</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Source: Système de notification des pays créanciers de l'OCDE.

Remarque: La composition des groupes de pays est basée sur celle du DAC-groupes valable en 2011.

Dans l'ensemble, les décaissements de l'aide au commerce pour le tourisme ont augmenté de façon significative au fil du temps et sont environ 160% plus élevés en 2011 qu'en 2006. Pourtant, ces augmentations ont commencé à partir d'une base très faible et les décaissements pour le secteur du tourisme représentent environ le 0,5% du total des décaissements d'aide pour le commerce en 2011. Tenant compte du fait que le tourisme représente en moyenne 4% du PIB dans les pays à faible revenu, le secteur semble être sous-représenté quand il s'agit de flux d'aide. Le potentiel du secteur mérite une attention plus particulière de la part des bailleurs de fonds.

## 6. Conclusion

En 2012, plus d'un milliard de touristes ont voyagé dans le monde en une seule année.

Au cours des deux dernières décennies, les arrivées de touristes internationaux ont plus que doublé, passant de 473 millions en 1992 à 1035 millions en 2012. En 2030, ce chiffre devrait augmenter à 1,8 milliards, dont 57% pour les économies émergentes par rapport à 47% en 2012.

Il s'agit d'une bonne nouvelle compte tenu de la croissance économique et des opportunités de développement générées par le secteur du tourisme. Le tourisme représente aujourd'hui 9% du PIB mondial, 1,3 trillion US \$ en recettes d'exportations, et créé un emploi sur 11 dans le monde.

Chaque touriste signifie plus d'emplois dans le tourisme et les secteurs connexes, des revenus plus élevés pour les familles, l'augmentation des investissements dans les infrastructures et les possibilités de développement. Le tourisme – une des trois principales sources de recettes d'exportation pour près de la moitié des pays les moins avancés de la planète – se révèle être l'un des moyens les plus efficaces pour sortir les gens de la pauvreté et pour l'autonomisation des communautés locales. Avec la croissance impressionnante du niveau des exportations touristiques des PMA pour la période 2005-2012, le secteur offre sans aucun doute l'une des opportunités des plus compétitives pour le développement.

Cependant, afin de maximiser l'impact du tourisme en tant que vecteur du développement, il faut mettre en place une série de facteurs concurrentiels clés au niveau national et international.

Au niveau national, les pays doivent améliorer la compétitivité du secteur touristique dans des domaines que les ressources humaines, la réglementation, les infrastructures et l'accessibilité. En effet, selon l'édition 2013 du *World Economic Forum Tourism and Travel Competitiveness Report*, les 49 PMA sont les derniers dans le classement en raison de facteurs tels que la santé et l'hygiène, l'infrastructure touristique, les infrastructures de transport aérien, le déploiement des TIC, la politique et la réglementation, et les ressources humaines. Tous ces domaines devraient être des priorités et des défis à relever pour la création d'un secteur plus compétitif dans les pays en développement où la demande touristique a été en nette progression ces dernières années.

Un autre facteur concurrentiel concerne la facilitation des visas, qui selon l'OMT permet de stimuler la croissance économique et le développement à travers le tourisme. L'Afrique est parmi les régions les plus fermées en matière de visas touristiques. En fait, seulement 8% de la population mondiale n'a pas besoin de visa pour visiter une destination africaine par rapport à 31% pour les Amériques et 20% pour l'Asie et le Pacifique. Il est donc central pour le développement des destinations de s'engager à la facilitation des visas comme un moyen d'accroître les flux touristiques.

Pour réussir à relever tous les défis auxquels les pays en développement font face, il est essentiel de faire en sorte que le tourisme soit placé plus en haut dans l'agenda du développement, mais surtout le niveau de l'aide publique au développement devrait correspondre réellement au potentiel que le secteur représente pour le développement.

Une des premières mentions du tourisme pour la réduction de la pauvreté et le développement a été relevé dans le débat autour des Objectifs du Millénaire pour le développement, notamment dans le cadre du Sommet de Johannesburg de 2002 sur le développement durable.

En 2012, l'importante contribution du tourisme aux objectifs du développement a également été validée et reconnue: le tourisme a été inclut dans le document final de RIO +20 *L'avenir que nous voulons*, inscrit comme un domaine thématique et intersectoriel qui *"... peut apporter une contribution significative aux trois dimensions du développement durable, ayant des liens étroits avec d'autres secteurs, permettant de créer des emplois décents et de générer des opportunités d'échanges... »*.

Dans ce même contexte de RIO+20, la Commission européenne inclus le tourisme durable dans sa communication de Février 2013 *Une vie décente pour tous: éradiquer la pauvreté et offrir au monde un avenir durable*, comme un secteur à soutenir dans l'Agenda après 2015 pour atteindre un développement durable.

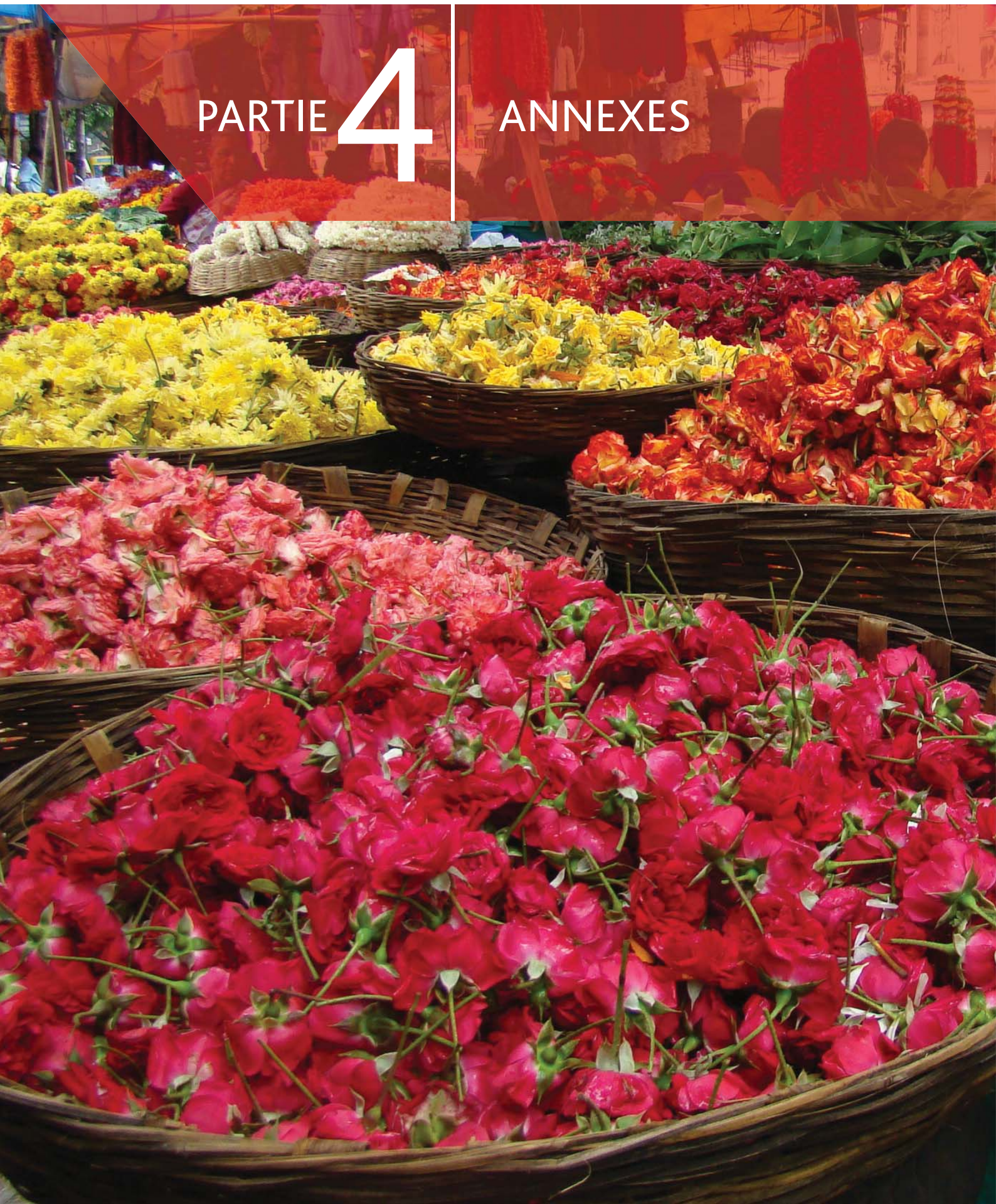
Le programme de développement post Rio+20, le nouveau partenariat mondial pour le développement et la Déclaration de Busan en 2011 vont peut-être ouvrir de nouveaux horizons pour l'aide attribuée au tourisme. Le contraste entre le potentiel du secteur à satisfaire les impératifs de développement comparé à seulement 0,5% de la part de l'aide pour le commerce et 0,13% du total brut des décaissements de l'aide, mérite plus d'attention de la part de la communauté internationale. Lorsque l'on regarde l'investissement - axé sur les résultats - et l'efficacité de l'aide, il est essentiel de donner aux pays en développement la capacité de bénéficier pleinement des avantages qu'offre le secteur du tourisme pour bâtir une vie meilleure pour tous.







# PARTIE 4 ANNEXES





## Annexe 1 Portefeuille des Services

### I. STRUCTURE ET GOUVERNANCE DU TOURISME

Veiller à ce que le secteur du tourisme soit une force majeure du développement durable exige un cadre politique solide et intégré, des systèmes de gouvernance efficaces, responsables et démocratiques qui permettent de favoriser la collaboration multipartite en termes de planification, gestion et développement touristique.

#### I. STRUCTURE ET GOUVERNANCE DU TOURISME

- 1.01 Schémas directeurs de développement touristique et les Plans de développement stratégique
- 1.02 Politique touristique du pays
- 1.03 Réglementation et législation du tourisme
- 1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public/ privé
- 1.05 Planification de l'infrastructure et développement des zones touristiques
- 1.06 Normes de qualité dans les services du tourisme
- 1.07 Recommandations pratiques pour la destination de grande qualité
- 1.08 Positionnement du tourisme dans les plans et stratégies du tourisme
- 1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion
- 1.10 Formation pour le renforcement des capacités des responsables du tourisme
- 1.11 Programme de formation des cadres
- 1.12 Développement des capacités des institutions liées au tourisme – Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales
- 1.13 Gestion planifiée des destinations

## 1.01 Schémas directeurs de développement touristique et plans de développement stratégique

<b>Objectif :</b>	<p>Élaborer un cadre de développement du tourisme à long terme (10-20 ans) en mettant l'accent sur la politique, la stratégie, la planification, le renforcement institutionnel, la législation, la réglementation, le développement et la diversification de produits, le marketing et la promotion, l'infrastructure touristique et superstructure, l'impact économique du tourisme et l'investissement touristique, le développement des ressources humaines et les impacts socio-économiques-culturels et environnementaux du tourisme. Il inclut un plan d'action à court terme (trois ans) pour les actions prioritaires à entreprendre pour lancer le développement du tourisme durable et la préparation de plusieurs projets de démonstration dans les zones pilotes.</p> <p>Approche en trois phases:</p>
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Phase I:</b> Mission de formulation de projet, analyse de la situation actuelle du tourisme, qui prépare un document de projet (cadre de référence) pour l'élaboration d'un plan directeur de développement touristique.</p> <p><b>Phase II:</b> Formulation d'un plan directeur de développement touristique mettant l'accent sur les secteurs suivants : Transport; Hébergement; Activités touristiques; Développement de produits; Zonage du tourisme; Marketing et promotion; Cadre institutionnel; Statistiques et recherche; Législation et la réglementation; Normes de qualité des services touristiques Le plan donne la priorité aux actions pour chaque secteur et comprend un plan d'action définissant les rôles et les responsabilités des divers intervenants, les délais, les budgets indicatifs, le suivi des lignes directrices et des critères de réussite.</p> <p><b>Phase III:</b> La mise en œuvre du plan directeur en fournissant une assistance technique au gouvernement en ce qui concerne la mise en œuvre des recommandations prioritaires du plan directeur. Note: Les Plans directeurs de développement du tourisme peuvent être formulés à échelle nationale ou locale. En outre, ils peuvent aussi être thématiques: Tourisme rural; Tourisme communautaire; Tourisme de montagne; Tourisme côtier; Ecotourisme; Tourisme spa, etc.</p>
<b>Durée :</b>	4-12 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, organismes de gestion de destination.
<b>Résultats attendus :</b>	Un Plan de développement touristique directeur qui fournit un cadre structuré et organisé pour la promotion et le développement du tourisme.

## 1.02 Politique touristique du pays

<b>Objectif :</b>	Formuler une politique du tourisme pour orienter toutes les opérations et gestions concernant le développement touristique dans le but d'accomplir les objectifs de tourisme marqués par le gouvernement à court et long terme. La politique, base sur les principes de durabilité est en ligne avec les bonnes pratiques internationales afin de garantir la compétitivité de l'industrie touristique nationale dans un scénario régional et global.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Conçue en six phases à travers une approche consultative incluant tous les intervenants</p> <p><b>Phase I:</b> Préparation de documents de réflexion qui incluent une révision détaillée et une évaluation du scénario touristique dans le pays. De plus, il identifie les contraintes politiques et les défis ainsi que les opportunités et les repères de croissance du secteur dans le futur.</p> <p>Les thèmes qu'il faudra étudier sont les suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Politiques et stratégies;</li> <li>Renforcement institutionnel;</li> <li>Législation et réglementation;</li> <li>Développement et diversification des produits;</li> <li>Marketing et promotion;</li> <li>Impact économique du tourisme et investissement touristique ;</li> <li>Infrastructure touristique et superstructure;</li> <li>Développement des ressources humaines; et impacts socio-culturels et environnementaux du tourisme.</li> </ul> <p>Les documents de réflexion sont basés dans une révision du tourisme qui existe déjà :</p> <p>Politiques du tourisme, stratégies et plans. Ils sont finalisés après de longues discussions avec tous les intervenants.</p> <p><b>Phase II:</b> Organisation d'une série d'ateliers régionaux pour disséminer des documents de réflexion aux intervenants du tourisme régionaux, publics et privés dans le but de garantir que les besoins actuels et futurs de l'industrie touristique ont été identifiés.</p> <p><b>Phase III:</b> Formulation d'une ébauche de politique touristique</p> <p><b>Phase IV:</b> Organisation d'un forum national pour recueillir les commentaires des intervenants dans l'ébauche de politique touristique</p> <p><b>Phase V:</b> Finalisation de la politique touristique basée sur les commentaires reçus après la consultation</p> <p><b>Phase VI:</b> Formulation d'un plan d'action pour mettre en place les recommandations politiques</p>
<b>Durée :</b>	Toutes les phases sont mises en œuvre sur la base d'un projet polyvalent qui peut durer entre 3 et 6 mois.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administration nationale du tourisme, administrations provinciales, organisations de gestions des destinations.
<b>Résultats attendus:</b>	Une politique touristique qui identifie le tourisme comme un élément clé et oriente son développement à long terme.

### 1.03 Législation et réglementation du tourisme

<b>Objectif :</b>	Élaborer une politique du tourisme pour guider tout ce qui concerne le développement du tourisme, opérations et gestion, afin de répondre aux objectifs du tourisme à court et long terme marqués par le gouvernement. La politique, fondée sur les principes du développement durable, est conforme aux meilleures pratiques internationales pour assurer la compétitivité de l'industrie touristique nationale dans un scénario régional et mondial.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Identifier le rôle de la législation dans le développement du tourisme.</p> <p>Parvenir à un consensus pour la législation du tourisme grâce à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cohérence avec les politiques nationales de développement ;</li> <li>Cohérence avec la politique nationale du tourisme ;</li> <li>Révision des règlements juridiques existants concernant le développement du tourisme ;</li> <li>Révision des lignes directrices de classification qui influent sur la qualité des services et installations de tourisme et d'identifient les</li> <li>Les lacunes et les contraintes;</li> <li>Identifier les questions juridiques essentielles;</li> <li>Identifier les groupes d'intervenants;</li> <li>Identifier la gamme d'outils juridiques disponibles;</li> <li>Aborder l'application de la loi;</li> <li>Construire l'assurance de la qualité et favoriser le professionnalisme, faciliter le développement des entreprises</li> <li>Identifier les rôles et les responsabilités des divers organismes gouvernementaux, au niveau central et local, dans le développement du tourisme.</li> <li>Organiser une série d'ateliers à échelle régionale avec tous les intervenants afin d'identifier les lacunes et contraintes actuelles dans la législation liées à la planification, le développement, la gestion et la promotion du tourisme.</li> <li>D'après ce qui précède, formuler un projet de loi du tourisme pour le développement durable, la gestion et la réglementation de l'industrie du tourisme pour déterminer les droits et les obligations du gouvernement en matière de protection des ressources naturelles et culturelles et de développement du tourisme et de gestion ; les droits et obligations des fournisseurs de l'industrie ; et les droits et obligations des consommateurs.</li> <li>Organiser une conférence nationale pour diffuser le projet de loi du tourisme à tous les intervenants afin d'obtenir leurs commentaires et leur approbation.</li> <li>Formuler un plan de mise en œuvre pour l'application de la Loi sur le tourisme</li> </ul>
<b>Durée :</b>	3-6 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, organismes de gestion de destination, les collectivités locales et secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Un cadre juridique et réglementaire logique et bien défini pour le tourisme.

## 1.04 Renforcement institutionnel et partenariats public/ privé

<b>Objectif :</b>	Identifier et clarifier les rôles actuels et futurs des organisations touristiques publiques et privées dans le développement touristique du pays et faire des améliorations en ce qui concerne les opérations des associations touristiques et des offices du tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Grâce à une série d'ateliers :</p> <p>Examiner les structures institutionnelles et organisationnelles existantes dans le secteur du tourisme: le secteur public (y compris les échelles centrales et locales), le secteur privé et les communautés locales.</p> <p>Evaluer l'état actuel du partenariat public-privé dans le développement du tourisme, de la gestion et de la promotion du pays, y compris une évaluation des organismes touristiques existants, des associations et des institutions.</p> <p>Formuler des recommandations sur la façon de développer et d'adopter des politiques de développement du tourisme et des stratégies basées sur un modèle participatif pour le processus de décision impliquant la communication et la coordination entre les secteurs public et privé.</p> <p>Les actions de sensibilisation concernant les avantages et les possibilités des secteurs public et privé, d'un travail en partenariat avec la Communauté dans le développement du tourisme et de fournir des modèles de bonnes pratiques qui peuvent être implémentés dans la situation locale.</p> <p>Recommander des améliorations pour les canaux de communication entre les secteurs public et privé pour déterminer les besoins de l'industrie pour stimuler la confiance et l'instauration de la confiance mutuelle, ainsi qu'accroître la compétitivité du secteur touristique.</p> <p>Recommander de nouveaux arrangements pour l'organisation du secteur du tourisme, aussi bien en ce qui concerne les secteurs public et privé, conçus pour offrir approche plus simplifiée et rationalisée, fondée sur les conseils expérimentés du secteur et d'un partenariat public-privé efficace.</p> <p>Si nécessaire, identifier un organe d'exécution et de coordination, y compris sa structure hiérarchique, ses rôles, ses responsabilités et les descriptions des postes-clés.</p>
<b>Durée :</b>	3 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les organismes de gestion des destinations, les communautés locales et le secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Améliorer le cadre institutionnel pour le développement du tourisme dans le pays et un modèle participatif public-privé pour les processus de décision et d'élaboration des politiques de développement du tourisme, de gestion et de promotion.



## 1.05 Planification de l'infrastructure et développement des zones touristiques

<b>Objectif :</b>	Fournir des recommandations réalistes et pratiques pour le développement durable des infrastructures et superstructures touristiques de haute qualité dans le but d'assurer une meilleure gouvernance, une meilleure gestion dans l'ensemble du processus de planification et de développement.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Examiner et analyser la situation actuelle de l'industrie touristique en termes d'analyse des tendances actuelles et futures du tourisme dans le pays; des produits touristiques existants ou potentiels; des capacités actuelles de l'offre de services touristiques (hébergement etc.) ; l'accessibilité et autres infrastructures existantes et futures, utilités dans les zones touristiques; et les politiques de tourisme du gouvernement existantes, stratégies et des plans, y compris les politiques liées à la planification urbaine et à la gestion de l'environnement.</p> <p>D'après ce qui précède et par le biais d'enquêtes sur le terrain, identifier et déterminer les zones de tourisme avec leur délimitation exacte, avec la définition des frontières, la formulation d'un ensemble de recommandations sur le type de développement touristique pour chaque zone en fonction de la disponibilité des terres de différentes catégories, l'accessibilité, les services touristiques et les tendances futures du marché. Identifier les points forts et les incohérences de chaque zone touristique globale.</p> <p>Formuler un ensemble de directives de développement urbain et des normes pour faciliter le développement d'infrastructures et des installations touristiques.</p> <p>Sélectionnez 3-5 zones de tourisme prioritaire différentes pour formuler des directives particulières pour ces zones selon les plans de structure conceptuelle, définir l'échelle recommandée, le type et le caractère du développement touristique proposé dans les zones, identifier les domaines pour soutenir des installations et autres utilisations des terres.</p> <p>Élaborer un ensemble de directives de conception pour les principaux éléments de chaque zone de priorité et les illustrer en matière de type, échelle et le caractère de l'aménagement proposé, y compris l'aménagement paysager, la circulation et l'environnement piétonnier.</p> <p>Identifier un système de contrôle de planification et de développement basé sur le cadre institutionnel existant et ses principaux intervenants pour soutenir la structure de zones touristiques, des plans de développement permettant aux autorités d'exercer et de maintenir un contrôle approprié sur le type et la propagation du développement, de l'utilisation des terres; le dessin urbain et la densité des constructions sur l'environnement, l'aménagement paysager et la restauration des paysages forestiers, la conservation des milieux naturels et culturels et la mise en place des procédures d'exécution contre la construction illégale et l'exploitation des ressources naturelles non autorisées. Cela garantit une participation active de la participation des planificateurs, des propriétaires, des exploitants et des représentants des collectivités locales dans les zones de tourisme sélectionnés dans le processus de planification par le biais de consultations fréquentes à échelle locale.</p>
<b>Durée :</b>	3-6 mois
<b>Bénéficiaires cibles:</b>	Administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les organismes de gestion de destination, les collectivités locales et secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Directives de développement complètes générales et spécifiques pour les zones de tourisme avec une conception urbaine précise, un aménagement du territoire et une planification de l'infrastructure

## 1.06 Normes de qualité dans les services du tourisme

Objectif :	Améliorer la qualité globale des produits et des services au sein de l'industrie du tourisme (tous les hébergements touristiques, restaurants, guides touristiques, tour-opérateurs et autres fournisseurs de services touristiques); élever le niveau de la demande au niveau national, régional et international; promouvoir la compétitivité au sein de l'industrie; et, fournir des informations utiles et fiables sur les normes de qualité pour le tourisme et l'industrie du voyage.
Méthodologie :	<p><b>Stratégie globale:</b> évaluer la situation actuelle des normes de qualité du tourisme par le biais de négociations initiales avec les responsables gouvernementaux et autres intervenants de l'industrie touristique nationale; identifier les besoins et les attentes (intervenants, environnement, direction, équipements, ressources, objectifs généraux, défis) clients ; introduire des produits et des services (modules) de qualité et fournir de l'assistance technique, comme indiqué dans les modules ci-dessous.</p> <p><b>Module 1: Examen des critères existants pour les hébergements touristiques</b> Révision des critères existants pour les installations et les services divers et les évaluer selon les bonnes pratiques locales, régionales, mondiales et environnement compétitif; Identifier les lacunes et les obstacles; faire des recommandations sur la modification et/ou la mise à jour des critères existants</p> <p><b>Module 2: Mise en place et formulation de nouveaux critères</b> Déterminer quels installations/services/secteurs ont besoin d'avoir des critères établis; Formuler des critères en fonction des besoins nationaux et régionaux en tenant compte des pratiques de l'industrie internationale et de l'environnement concurrentiel; préparer les projets de critères initiaux; présenter des projets de critères aux intervenants de l'industrie; préparer les critères finaux et soutenir le processus d'approbation.</p> <p><b>Module 3: Mise en œuvre et évaluation des critères</b> Établir des procédures et des responsabilités d'évaluation (avant et après auprès de l'administration, les procédures sur place, bilan des résultats); des plan de visites d'évaluation et d'inspection; Accompagner les évaluateurs/inspecteurs nationaux dans leurs visites sur place; Orienter les constatations des évaluations et définitions résultantes.</p> <p><b>Module 4: Renforcement des capacités des critères nationaux des évaluateurs/inspecteurs</b> Évaluer les capacités des évaluateurs/inspecteurs, le niveau de connaissances et de compétences; Identifier les lacunes et les obstacles; formuler des recommandations appropriées en matière de méthodes de renforcement des capacités (sur place et hors site); une fois qu'ils ont participé, introduire un «certificat d'évaluation» concernant les capacités respectives de sessions et/ou des progrès sur place; compiler et fournir des instruments d'évaluation et de soutien (connaissances et manuel de références, Photothèque); développer le programme de «Formation des formateurs»</p> <p><b>Module 5: Communication des critères</b> Une conférence de presse de lancement de critères; ateliers de l'industrie pour les intervenants clés du tourisme (secteur de l'hébergement, propriétaires, investisseurs, voyageurs, compagnies de transport, partenaires liés au service touristique); présentations aux écoles, aux hôtels et à la restauration.</p> <p><b>Module 6: Critères et contrôle de qualité (invité secret)</b> Familiarisation des critères: Définir les outils et les méthodes de contrôle (listes de vérification, documentation, rapports, utilisation de la technologie, etc.); accorder et établir des procédures de contrôle (réservation, couverture des coûts). Plan d'exécution et des délais.</p>
Durée :	Module 1: 1 mois ; Module 2: 3 mois ; Module 3: 6-12 mois ; Modules de 4-6: 12-18 mois. Tous les modules peuvent être mis en place comme si il s'agissait d'un seul projet composite qui se prolonge entre 12 et 18 mois en fonction de la nature et la portée du projet
Bénéficiaires cibles :	L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, secteur privé.
Résultats attendus :	Système de classification en place et informations disponibles pour les intervenants dans le secteur. Capacités construites parmi les inspecteurs locaux d'appliquer des critères de classification.

## 1.07 Recommandations pratiques pour la destination de grande qualité

<b>Objectif :</b>	Fournir des outils pratiques pour les organismes de gestion de Destination (OMD) au niveau régional et local qui leur seront utiles dans leurs efforts pour améliorer la qualité de l'expérience du visiteur tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Une performance de qualité est essentielle pour les destinations touristiques afin de fournir des services à valeur ajoutée, afin de construire ou de rajeunir leur marque et d'améliorer la satisfaction et la fidélisation de la clientèle.
<b>Méthodologie :</b>	<p>La méthodologie comprendra :</p> <p><b>Pilier I :</b> Révision analytique du cadre conceptuel et des paramètres de qualité de la destination touristique (TDQ).</p> <p><b>Pilier II :</b> Identification et analyse des méthodes et des techniques d'amélioration de la qualité, surtout en ce qui concerne: systèmes de gestion de qualité ; Concept PDCA (Planifier, Faire, Vérifier et Agir) et suivre la qualité de la performance.</p> <p><b>Pilier III :</b> Mise au point d'une boîte à outils pour la qualité de la destination qui fournira des directives précises pour : planification et mise en œuvre de TDQ ; mesure de la performance de qualité de TDQ ; la sensibilisation des visiteurs, des communautés d'accueil et du tourisme professionnels liés à la qualité de la destination.</p> <p><b>Pilier IV :</b> Mettre en évidence les cas de succès et les bons exemples sur la qualité de destination au niveau régional/provincial et local.</p>
<b>Durée :</b>	6 - 8 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Organismes de gestion de destination; organismes de développement régional; autorités régionales, provinciales et municipales; représentants de l'industrie du tourisme; et les établissements universitaires.
<b>Résultats attendus :</b>	Directives pratiques pour la qualité de la destination (approche méthodologique).

## 1.08 Positionnement du tourisme dans les plans et stratégies du tourisme

<b>Objectif :</b>	Identifier et clarifier le rôle des organismes publics et privés dans l'inclusion du tourisme dans les stratégies de développement au niveau national et régional. Renforcer la capacité globale d'identifier et de saisir les opportunités pour le positionnement du tourisme dans les cadres de développement en s'engageant activement dans les phases de planification de stratégie et de sensibilisation des avantages et les possibilités de développement du tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	Une série d'ateliers abordent les questions sous-jacentes au positionnement du tourisme dans le cadre des stratégies de développement à travers une approche systématique: Révision de la référence actuelle au tourisme dans les stratégies de développement pertinentes; Évaluation des structures institutionnelles et organisationnelles existantes du secteur du tourisme qui participent à la planification du développement et la structuration politique; Recommandation sur la façon d'améliorer la communication et la coordination entre la participation entre les organisations publiques et privées pour défendre intégralement les bénéfices du tourisme comme une stratégie de développement ; Décisions pour améliorer les stratégies de positionnement du tourisme à long terme
<b>Durée :</b>	3 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administration nationale du tourisme, autres fonctionnaires de ministères, gouvernements provinciaux, les organismes de gestion de destination, les communautés locales, secteur privé et civil.
<b>Résultats attendus :</b>	Tourisme et autres fonctionnaires, membres du secteur privé et civil participant à la planification des stratégies de développement à comprendre l'importance du tourisme et avoir le «savoir-faire» pour reconnaître et saisir les opportunités pour le positionnement du tourisme dans les politiques de développement et dans l'agenda du développement.

## 1.09 Programmes de renforcement des capacités dans le développement du tourisme et de la gestion

<b>Objectif :</b>	Une formation intensive dans plusieurs disciplines de développement du tourisme, de gestion et de promotion.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Une série de cours intensifs destinés à la fois sur les niveaux centraux et régionaux ainsi qu'aux communautés locales :</p> <p>Sensibilisation au tourisme: les impacts sociaux, économiques et environnementaux du tourisme;  Gestion générale du secteur;  Politique du développement touristique et développement de produits  Mise en place de stratégies touristiques: création de partenariats stratégiques;  Marketing touristique et marketing mixé;  Développement de l'image et de la gestion ;  Développement des ressources humaines ;  Régimes de législation, de réglementation et de classification de tourisme ;  Suivi de la gestion de la performance, optimisation des impacts  Politiques de tourisme en faveur des pauvres, des stratégies et des approches pratiques pour recruter les collectivités locales et les industries locales dans le processus de développement et de promotion du tourisme ; comment favoriser les possibilités d'emploi durables et équitables à travers le tourisme.</p> <p>Les cours sont aussi participatifs que possible avec des sessions de travail interactives et des exercices en groupe. Les cours offrent des études de cas internationaux, régionaux et locaux ainsi que les meilleures pratiques qui peuvent s'appliquer au contexte local. Les participants sont également invités à créer des rapports et documentation de leurs propres communautés afin qu'ils puissent travailler sur des solutions lors des séances interactives.</p>
<b>Durée :</b>	1 - 3 mois (selon le nombre de cours)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les collectivités locales.
<b>Résultats attendus :</b>	Améliorer les capacités des responsables gouvernementaux à échelle nationale et locale. Cela permettrait aux membres de la communauté de développer, gérer et promouvoir le tourisme.

## 1.10 Formation pour le renforcement des capacités des responsables du tourisme

<b>Objectif :</b>	Améliorer les compétences dans le domaine de la gestion du marketing du tourisme (planification et évaluation) dans la planification du marketing stratégique; le marketing opérationnel ; le e-marketing et l'évaluation des activités de promotion.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Les sessions se dérouleront à deux niveaux: un cadre technique et un groupe de discussion/débat.</p> <p>Thèmes abordés:</p> <p>Développer une stratégie de marketing: des études de marché jusqu'aux activités de marketing</p> <p>Définir les objectifs du marketing;</p> <p>Étude de marché: point de départ;</p> <p>Segmentation de marché: une stratégie touristique lié au consommateur;</p> <p>Développement de produits: une stratégie orienté par rapport au marché ou comment faire correspondre les marchés / segments et produit;</p> <p>Positionnement et stratégie de marque: comment différencier une destination dans un marché saturé;</p> <p>Marketing opérationnel: comment utiliser les outils de marketing de façon efficace ;</p> <p>E-marketing: comment construire une stratégie d'e-marketing efficace;</p> <p>Mesurer les résultats: évaluation des activités de marketing des ONT et les comptes des intervenants.</p>
<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	<p>Professionnels du marketing et directeurs ayant des responsabilités dans le domaine du marketing touristique, mais aussi ceux qui travaillent dans d'autres types d'institutions telles que:</p> <p>Organisations nationales du tourisme;</p> <p>Administrations nationales du tourisme;</p> <p>Organismes de gestion de destinations;</p> <p>Entreprises du tourisme de tous les secteurs;</p> <p>Associations d'entreprises des activités touristiques.</p>
<b>Résultats attendus :</b>	À la fin du séminaire, chaque groupe présente un aperçu d'un plan de marketing (des informations détaillées / lignes directrices prévues à cet effet à tous les participants au début de l'atelier).

## 1.11 Programme de formation des cadres

- Objectif :** Étudier les politiques actuelles de tourisme de chaque État membre et évaluer les forces et faiblesses ; éclaircir et élargir les options politiques des États membres ainsi que les choix disponibles en matière de politique de tourisme ; formuler une politique touristique plus intégrée ou un modèle qui peut être utilisé au niveau international par les autres États membres.
- Méthodologie :** Co-organisation avec l'Administration nationale du tourisme du pays hôte. Ce programme de formation est conçu pour mettre l'accent sur l'aspect pratique plutôt que théorique de la politique touristique.  
Avant de discuter les options possibles, il faut des connaissances de base pour pouvoir répondre aux besoins politiques de chaque État Membre. Le niveau des fonctionnaires qui participeront dans ce programme devrait correspondre à un Directeur du Tourisme (d'une organisation du gouvernement central) ou même plus. Chaque pays devrait envoyer qu'un seul fonctionnaire pour le programme, même si il est possible d'en envoyer plus d'un, si les fonctionnaires additionnels prennent en charge le paiement des billets d'avion et du logement.
- Durée :** atelier de 3 jours, en plus d'un jour pour un tour technique
- Bénéficiaires cibles :** Administrations nationales du tourisme
- Résultats attendus** Intégrer le fait que le tourisme peut jouer un rôle important; améliorer le savoir-faire - comment gérer la croissance rapide mais durable et responsable du tourisme ; offrir un aperçu des possibilités d'action plus larges ainsi que des opportunités de concevoir des politiques touristiques.



## 1.12 Développement des capacités des institutions liées au tourisme – Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales

<b>Objectif :</b>	Renforcement des capacités des institutions liées au tourisme (Organismes gouvernementaux et agences gouvernementales)
<b>Méthodologie :</b>	<p>Les interventions pour le développement des capacités ont été menées dans plusieurs secteurs économiques et sociaux dans plus de 70 pays, y compris dans les PMA. Le renforcement des capacités est considéré comme le processus grâce auquel les individus, les organisations et les sociétés obtiennent le renforcement et le maintien des capacités pour définir et atteindre leurs propres objectifs de développement au fil du temps.</p> <p>La capacité se base et se nourrit des trois points suivants: d'un environnement favorable, des organisations et des individus. Ces trois points s'influencent mutuellement – la force de l'un définit et dépend de celle des autres.</p> <p>Des interventions pour le développement des capacités entraîneraient :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Examen participatif de la méthodologie</li><li>- Évaluation des besoins / formulation du plan de développement</li><li>- Évaluation des besoins / validation du plan de développement</li><li>- Application de ce plan de renforcement des capacités</li></ul> <p>Des programmes de formation sont fournis. Les interventions typiques comprennent le processus organisationnel/clients, le développement des compétences, le soutien aux établissements d'enseignement professionnel et l'évaluation des capacités de développement dans la gestion et la mise en place des politiques et des programmes touristiques.</p>
<b>Durée :</b>	En fonction de la complexité / contexte du pays (6 mois à 5 ans)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les pays en développement, pays moins avancés, les pays sortant d'un conflit
<b>Résultats attendus</b>	Identification des lacunes dans les capacités des institutions liées au tourisme; La capacité de l'institution liée au tourisme est renforcée par le biais de programmes et de solutions

## 1.13 Gestion planifiée des destinations

<b>Objectif :</b>	Pour développer une vision et un plan d'action à moyen et long terme pour le développement, la gestion et la promotion du tourisme dans une destination bien définie, fondée sur une collaboration active entre les organisations de la société publique, privée et civile ayant un intérêt dans le tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Phase 1 :</b> Mission de formulation du projet pour définir le champ d'application du plan de gestion de destination. La mission initiale permettra d'identifier les thèmes essentiels à aborder ainsi que les zones prioritaires à développer, rassembler les intervenants principaux et formuler un plan de travail, y compris les délais, le besoin d'experts pour le budget et l'élaboration du plan de manière participative.</p> <p><b>Phase 2 :</b> Examen, analyse et évaluation des ressources touristiques et des possibilités dans la destination. Cette révision couvre tous les aspects du développement du tourisme dans la destination, mais en faisant une référence spéciale à la conservation des ressources patrimoniales, au renforcement de la chaîne d'approvisionnement du tourisme et en encourageant la collaboration multipartite pour le développement et la promotion du tourisme.</p> <p><b>Phase 3 :</b> Développement de la stratégie et du plan d'action  La stratégie, qui dispose d'un horizon de cinq à dix ans, formulera une vision pour la futur échelle et nature du tourisme dans la destination, ainsi qu'un énoncé clair des objectifs stratégiques et les objectifs conçus pour offrir la vision. Le plan d'action sera de deux à quatre ans et fournira des orientations sur des thèmes comme la conservation du patrimoine culturel et environnemental, la gestion des visiteurs, la planification physique, le renforcement de la chaîne d'approvisionnement, le développement des entreprises, le renforcement institutionnel, la consolidation des capacités et des communications y compris le marketing d'information, l'offre d'information locale pour les visiteurs et la communication avec les entreprises touristiques et les collectivités locales. Le plan d'action peut servir de base pour établir une organisation de gestion de destination dans la zone.</p> <p>Le plan se terminera par un résumé des actions recommandées, identifiant des priorités à court et long terme, les responsabilités essentielles, partenaires, coûts indicatifs, sources de financement potentielles, <i>timings</i> et jalons, les mesures de rendement.</p>
<b>Durée :</b>	3 – 6 mois selon la taille de la destination et les domaines des sujets abordés
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Entreprises de tourisme dans la destination et le secteur public et la société civile œuvrant dans le domaine du tourisme et du développement durable. Indirectement, personnes défavorisées dans les destinations qui peuvent bénéficier d'emplois et de revenus générant des opportunités créées par le développement touristique de la destination et la création de nouveaux liens entre les entreprises.
<b>Résultats attendus :</b>	Un plan de gestion de destination décrivant le développement futur, la gestion et la promotion touristique de la destination, avec convenue de rôles, les responsabilités et les mécanismes de la collaboration des principaux intervenants dans le secteur.

## II. Compétitivité, investissement et performance économique

Pour être compétitif, le tourisme doit être intégré dans les stratégies du commerce d'un pays. Pour être durable, l'impact du tourisme doit être mesuré et contrôlé, et il faut développer un système fiable de statistiques sur le tourisme national. Il faudrait également lier les investissements aux des PME locales et améliorer les synergies entre le tourisme et d'autres secteurs comme, l'agriculture et les industries de la création, si le tourisme cherche à être un puissant moteur de développement durable.

### II. COMPÉTITIVITÉ, INVESTISSEMENT ET PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

- 2.01 Renforcement des statistiques et développement des Comptes Satellites du Tourisme (CST)
- 2.02 Renforcement statistique
- 2.03 Evaluation du tourisme local et assistance analytique
- 2.04 Programme régional de renforcement des capacités statistiques
- 2.05 Développement des politiques d'investissement du tourisme
- 2.06 Plan de marketing et de promotion
- 2.07 Atelier de renforcement des capacités sur la planification du Marketing touristique
- 2.08 Diversification et développement de l'offre et des services
- 2.09 Séminaire de développement du produit touristique
- 2.10 Ateliers de renforcement des capacités avancées sur le risque et la gestion de crise
- 2.11 Développement de la politique commerciale intégrée pour le tourisme
- 2.12 Programme de «Formation pour le commerce»: renforcement des capacités nationales sur le tourisme durable pour le développement
- 2.13 Accord général sur le commerce des services AGCS : Assistance et formation de l'OMC
- 2.14 Aide au commerce
- 2.15 Formation des négociateurs pour le commerce dans les services (tourisme)
- 2.16 Diagnostiques sur le secteur touristique, y compris le Diagnostic de commerce et de l'intégration des études
- 2.17 Simplification de la demande – les liens commerciaux entre l'agroalimentaire, les industries de la création, les fournisseurs de services et le secteur du tourisme
- 2.18 Renforcement des capacités d'approvisionnement, de la qualité des produits et des services afin de répondre aux besoins du marché
- 2.19 Favoriser l'engagement des chaînes aux tour-opérateurs
- 2.20 e-Tourisme: Promouvoir la compétitivité des destinations et des PME touristiques à travers un réseau centralisé de TIC
- 2.21 Développement des entreprises touristiques

## 2.01 Renforcement des statistiques et développement des Comptes Satellites du Tourisme (CST)

<b>Objectif :</b>	Faciliter la compréhension de la dimension sociale et économique complète du tourisme en termes de demande (arrivées nationales et internationales, les caractéristiques de leurs visites et leur consommation de biens et de services) , d'approvisionnement (caractéristiques des industries locales impliqués dans le tourisme) , des détails de sa production et de l'utilisation de la main-d'œuvre et du capital, en orientant ainsi la politique et la planification du tourisme tout en offrant un outil de lobbying utile aux Administrations nationales du tourisme dans leur lutte pour le tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Approche en deux phases:</p> <p><b>Phase I:</b> Mission d'évaluation pour effectuer une évaluation détaillée de l'état actuel et l'analyse des statistiques liées au tourisme sur la demande et l'offre, identifier les lacunes et les obstacles ainsi que faire des recommandations pour une collaboration interinstitutionnelle en matière de statistiques touristiques et de données économiques (administration nationale du tourisme, agence national de la statistique, Banque centrale et de l'Immigration).</p> <p><b>Phase II:</b> Projet à long terme mettant l'accent sur le renforcement de l'ensemble du système de statistiques du tourisme, y compris des capacités et/ou développer un CST expérimental en fonction des recommandations de la Mission d'évaluation.</p>
<b>Durée :</b>	<p><b>Phase I:</b> 10 jours</p> <p><b>Phase II:</b> 1-3 ans</p>
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les organismes de gestion de destination.
<b>Résultats attendus :</b>	Une source régulière, compétitive et fiable de statistiques du tourisme et des données économiques et sociales connexes (y compris les informations sur l'emploi généré par le tourisme). Des capacités construites parmi le personnel de l'ONT, du Bureau National de Statistiques, de la Banque centrale et de l'immigration pour recueillir et analyser des statistiques touristiques.

## 2.02 Renforcement statistique

<b>Objectif :</b>	<p>Améliorer la connaissance en termes de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(I) la mesure des échanges internationaux de services selon les concepts du nouveau manuel des statistiques du Commerce International dans les Services;</li><li>(II) les liens entre les échanges de services statistiques et de l'AGCS.</li><li>(III) la pratiques de compilation, sources de données de services disponibles et outils pour le commerce des services d'analyse.</li></ul> <p>Une fois l'activité conclue, les participants se mettront d'accord sur une première série de recommandations visant à établir un système approprié pour mesurer le commerce des services en fonction de leurs possibilités.</p>
<b>Méthodologie :</b>	Séminaires nationaux sur les statistiques du Commerce International des Services
<b>Durée :</b>	séminaires de 2 à 4 jours, selon les exigences
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Pays en développement
<b>Résultats attendus :</b>	Renforcement statistique

## 2.03 Evaluation de l'impact du tourisme au niveau local et assistance analytique

<b>Objectif :</b>	Fournir des conseils sur le développement du tourisme politique axé sur des mesures et des projets d'analyse à échelle régionale, d'une manière qui est conforme à la recommandation internationale des Nations Unies formulée en 2008 concernant les statistiques du tourisme (RIST 2008) et les comptes Satellites du tourisme: cadre méthodologique recommandé (CST : RMF 2008). En adaptant ces recommandations internationales - principalement applicables à échelle nationale- à échelle régionale, ces orientations du projet mettent l'accent sur les principaux sujets de l'examen des flux de visiteurs, la relation entre le tourisme, le territoire et la contribution économique.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Mettre l'accent sur les thèmes ci-dessus et en se mettant d'accord avec la partie contractante, l'assistance technique peut représenter une ou toutes les options suivantes (ce qui peut impliquer une ou plusieurs missions d'experts) :</p> <p><b>Option 1: Assistance dans la formulation de projets</b>  Se compose d'un ou plusieurs des services suivants, la plupart cumulatifs:  Explorer les besoins et la première évaluation;  Evaluation de partie(s) du projet précédent;  Plan de projet global: base des spécifications d'orientation;  Plan de projet sur mesure: adaptation du plan général du projet d'une situation ou d'un territoire/situation précis;  Rédaction de l'appel d'offre d'un projet.</p> <p><b>Option 2: Assistance dans la mise en place du projet</b>  Implique l'exécution de plusieurs parties d'un projet et/ou le suivi et l'évaluation.</p>
<b>Durée :</b>	<p><b>Option 1:</b> 1 semaine - 1 mois  <b>Option 2:</b> 3 mois - 1 an</p>
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, des gouvernements régionaux ou des agences, des organismes de gestion de destination.
<b>Résultats attendus :</b>	Définition fiable et fondamentalement impartiale ; exécution de projets qui sont de plus en plus pertinents pour la formulation de politiques touristiques axés sur la tangibilité au niveau local. Capacité construite entre les bénéficiaires du tourisme et analyse à échelle locale.

## 2.04 Programme régional de renforcement des capacités statistiques

Objectif :	Renforcement des capacités des experts nationaux pour développer leurs systèmes de statistiques du tourisme par le biais de la mise en œuvre de <i>Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008</i> (RIST:2008) et les <i>Comptes satellites du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel 2008</i> (TSA:2008) ratifiés par l'ONU.
Méthodologie :	Série de trois ou quatre ateliers, organisés par un pays de chaque région qui est considéré comme le plus avancé ou le plus déterminé en termes du plan d'élaboration des statistiques du tourisme. Chaque atelier prend deux, trois ou quatre jours et est organisé de manière structurée, avec du matériel de soutien harmonisé afin d'aider les pays à mieux comprendre l'état actuel de leur Systèmes régional de statistiques du tourisme (SST) pour pouvoir formuler le parcours à suivre pour son développement et, le cas échéant, la mise au point d'un Compte Satellite du tourisme (CST) précis et pertinent. Séminaire régional: L'objectif principal du séminaire est de diffuser l'expérience et les connaissances acquises par les participants pendant le SCBP aux autres pays de la région.
Durée :	18-24 mois (les ateliers ont lieu environ tous les six mois et durent entre 2 et 4 jours; le séminaire dure 2 jours et a lieu à la fin de l'atelier final).
Bénéficiaires cibles :	Les pays participants sont invités à envoyer trois délégués, c'est-à-dire une personne provenant de l'Administration nationale du tourisme, de l'Office National des statistiques et de la Banque centrale.
Résultats attendus :	Développement progressif des capacités nationales dans les statistiques du tourisme à travers une série d'ateliers/séminaires régionaux pratiques.



## 2.05 Développement des politiques d'investissement du tourisme

<b>Objectif :</b>	Renforcer la capacité des gouvernements des PMA pour promouvoir les investissements nationaux et attirer les investissements étrangers directs (IED) dans l'économie touristique.
<b>Méthodologie :</b>	Services consultatifs concernant la stratégie et la politique de promotion des investissements. Soutien direct aux décideurs en termes des règlements favorables aux investissements et conseils aux investisseurs potentiels en matière d'économie touristique. Services consultatifs à l'industrie touristique intérieure pour qu'elle se qualifie pour les IED et les co-entreprises. En utilisant les politiques de promotion des investissements nationaux existantes comme base, ainsi que des renseignements pertinents des plans nationaux de développement et d'autres documents pertinents, les participants seront formés afin de pouvoir identifier les lacunes et les faiblesses des politiques actuelles. Les participants de l'atelier créeront ensuite un Plan d'Action conjoint pour les politiques d'investissement touristiques (Ministère du tourisme, Office du tourisme), secteur privé (hôtel et associations de tour-opérateurs)
<b>Durée :</b>	6 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Responsables politiques nationaux concernés.
<b>Résultats attendus :</b>	Plan d'action pour les politiques d'investissement touristique.

## 2.06 Plan de marketing et de promotion

<b>Objectif :</b>	Formuler un marketing détaillé et un plan promotionnel pour le secteur qui prenne en compte la qualité et la quantité des produits touristiques, la diversité des marchés émetteurs nationaux, régionaux et internationaux, l'image et le positionnement, l'image de marque, la qualité et la distribution de matériel promotionnel (y compris le e-marketing) et des mécanismes institutionnels chargés de marketing, de promotion, y compris le partenariat public-privé.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Étudier et évaluer la qualité actuelle et les critères des produits touristiques du pays, existants ou potentiel, en termes de diversité (naturels, culturels, récréatifs).</p> <p>Analyser les tendances touristiques passés et présentes dans le pays et mener plusieurs enquêtes auprès des visiteurs au sein des endroits stratégiques et évaluer l'image actuelle du pays en tant que destination touristique à échelle nationale, régionale et internationale.</p> <p>Élaborer des profils à court, moyen et long terme des segments et des marchés émetteurs potentiels, au sein de ces marchés qui peuvent être attirés par le pays. Établir des critères d'arrivée et de logement par périodes de cinq ans en fonction du type, de la catégorie et des segments des marchés émetteurs, nationaux et internationaux.</p> <p>Évaluer et analyser le marketing actuel et les programmes promotionnels dans le pays, y compris les documents promotionnels, leurs canaux de distribution, ainsi que les techniques de marketing électroniques.</p> <p>Examiner le cadre institutionnel de marketing du pays en tant que destination touristique, identifier et recommander les changements organisationnels nécessaires pour assurer l'application effective de la stratégie de marketing visant le partenariat public-privé.</p> <p>Préparer une stratégie de marketing à moyen et à long terme, y compris des recommandations pour le marquage de la destination, l'identification des ressources financières et techniques nécessaires à l'application de la stratégie.</p> <p>La stratégie globale de marketing inclura un marketing à court terme détaillé et des programmes promotionnels pour les cinq premières années, décrivant les activités, les cibles et les coûts sur une base annuelle.</p>
<b>Durée :</b>	1 - 3 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, des gouvernements provinciaux, des destinations des organismes de gestion, les communautés locales et le secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Positionnement stratégique du pays comme une destination touristique et identification des tendances touristiques et des principales sources et segments des marchés.

## 2.07 Atelier de renforcement des capacités sur la planification du Marketing touristique

<b>Objectif :</b>	Améliorer les compétences dans le domaine du tourisme, de la gestion du marketing (planification et évaluation) dans les domaines de la planification stratégique de marketing; marketing opérationnel; e-marketing; et évaluation des activités de promotion.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Les sessions se dérouleront à deux niveaux : un cadre technique et un groupe de discussion/débat.</p> <p>Thèmes abordés:</p> <p>Développer une stratégie de marketing: études de marché</p> <p>Evaluation des activités ;</p> <p>La définition du marketing objectif;</p> <p>Étude de marché: le point de départ ;</p> <p>Segmentation de marché: stratégie touristique basée sur le consommateur;</p> <p>Développement de produits: une stratégie basée sur le marché ou comment relier les marchés / segments et produits ;</p> <p>Positionnement et stratégie de marque: comment différencier une destination dans un marché surchargé</p> <p>Marketing opérationnel: comment utiliser les outils de marketing le plus efficacement possible ;</p> <p>E-marketing: comment construire une stratégie e-marketing efficace;</p> <p>Mesure des résultats: évaluation des activités de marketing de ONT et intervenants en comptabilité.</p>
<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	<p>Commercialisation de professionnels et de gestionnaires ayant des responsabilités dans le domaine du marketing touristique, ainsi que ceux qui travaillent dans d'autres types d'institutions telles que:</p> <p>Tourisme national</p> <p>Organisations;</p> <p>Administrations;</p> <p>Gestion des destinations</p> <p>Entreprises du tourisme de tous les secteurs;</p> <p>Associations d'entreprises des activités touristiques.</p>
<b>Résultats attendus :</b>	À la fin du séminaire, chaque groupe présente un aperçu d'un plan de marketing (des informations détaillées / lignes directrices prévues à cet effet pour tous les participants au début de l'atelier).

## 2.08 Diversification et développement de l'offre et des services

Objectif :	Pour faciliter la participation des habitants défavorisés dans le développement de nouveaux produits touristiques améliorés ainsi que des services existants dans les destinations touristiques et dans de nouveaux secteurs qui sont ouverts au développement du tourisme.
Méthodologie :	<p><b>Une approche en six étapes:</b></p> <p><b>Phase I:</b> Produit – analyse du marché, identifier des possibles nouvelles et améliorées des produits que les populations locales peuvent livrer sur les marchés existants et nouveaux.</p> <p><b>Phase II:</b> Sélection des produits et des services du tourisme qui doivent être fournis par la population locale, y compris l'artisanat et d'autres produits des industries créatives et des services culturels, repas, hébergement et excursions, par exemple le long des nouveaux sentiers. La sélection se déroule en étroite consultation et collaboration avec le secteur privé.</p> <p><b>Phase III:</b> Préparer un Plan de développement détaillé du produit, y compris les exigences en matière d'investissements à court, moyen et long terme.</p> <p><b>Phase IV:</b> Planifier et organiser des cours de formation intensive pour les populations locales sur les compétences nécessaires pour développer, gérer et commercialiser les produits et services.</p> <p><b>Phase V:</b> Investir dans les installations nécessaires pour accumuler les produits et services, p. ex. signalisation, centres, équipements, équipement de cuisine. Mettre à disposition des subventions ou des micros crédits pour simplifier les investissements. Créer la structure de liens durables entre la demande de produits et de services et les fournisseurs.</p> <p><b>Phase VI:</b> Promotion de produits, adressée spécifiquement aux touristes et aux voyageurs intéressés dans le produit local et les services disponibles sur destination.</p>
Durée :	12 - 36 mois
Bénéficiaires cibles :	L'administration nationale du tourisme, organismes gouvernementaux, collectivités locales, secteur privé / association d'affaires, des organisations non gouvernementales, Institut de recherche, organismes de gestion de destination local.
Résultats attendus :	Produits touristiques nouveaux et améliorés les services consommés par les touristes, générant des emplois et des revenus pour les populations locales.

## 2.09 Séminaire de développement de produits touristiques

<b>Objectif :</b>	Faciliter aux participantes les principes fondamentaux et de développement de produits touristiques ainsi que les étapes impliquées dans ce même processus. (issus de la Commission européenne de voyage et du Manuel de développement des produits touristiques).
<b>Méthodologie :</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Présentations par les experts du tourisme et des représentants de ONT/ONT</li><li>2. Etudes de cas des meilleures pratiques</li><li>3. Tables rondes d'experts</li></ol> <p>Thèmes abordés :</p> <p>Principes fondamentaux et principes de développement du tourisme ;</p> <p>Étapes du processus du produit touristique;</p> <p>Développement de produits touristiques – Modèle d'approche et variations ;</p> <p>Innovation et développement de produits ;</p> <p>Développement de produits dans le contexte de la destination;</p> <p>Études de cas</p>
<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, organismes gouvernementaux, collectivités locales, secteur privé / association d'affaires, des organisations non gouvernementales, Université / Institut de recherche, organismes de gestion de destination local.
<b>Résultats attendus :</b>	Nouvelles idées sur le développement de produits ; possibilité de voir et de comparer l'approche et les solutions des autres à ce sujet; et occasions de réseautage.

## 2.10 Ateliers de renforcement des capacités avancées sur le risque et la gestion de crise

<b>Objectif :</b>	Fournir des connaissances approfondies et des techniques modernes dans les domaines thématiques afin de renforcer la capacité des secteurs du tourisme au niveau national et régional.
<b>Méthodologie :</b>	Ces ateliers approfondissent la compréhension dans les domaines thématiques suivants : Planification urgente du tourisme ; Analyse des risques: tourisme, alerte précoce et cartographie ; Coordination de la crise au niveau national et international ; Mise en place et gestion du centre de crise ; Communication de crise (nouveaux médias et traditionnels) ; Tourisme, mobilité et sécurité; Risques du tourisme et de la santé. De manière interactive, mais aussi didactique, des experts nationaux et internationaux forment les participants et partagent les techniques actuelles et les meilleures pratiques à échelle internationale.
<b>Durée :</b>	2 jours / thème / atelier.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administrations nationales du tourisme, organisations nationales du tourisme, les autorités de protection civile, fonctionnaires des ministères de l'intérieur-, les affaires étrangères, ainsi que la santé et le secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Préparer et soutenir les risques et les efforts de gestion des crises au niveau national et renforcement des capacités.

## 2.11 Développement de la politique commerciale intégrée pour le tourisme

<b>Objectif :</b>	Aider les États membres et les autres intervenants à élaborer et renforcer des <b>services liés au tourisme</b> et à établir un cadre réglementaire et institutionnel adéquat; appuyer l'évaluation des services nationaux et l'évaluation des politiques; mettre l'accent sur la formulation de politiques multilatérales; en favorisant la reconnaissance des qualifications et des critères; et soutenir les négociations multilatérales et régionales en matière de services.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Recherche sur les politiques du tourisme:</b> vise à permettre aux décideurs et autres intervenants des services du tourisme à fournir des analyse détaillées de l'impact du tourisme sur le commerce, le développement et l'identification d'options politiques pour renforcer les cadres réglementaires et institutionnels mais aussi des capacités d'offre;</p> <p><b>Services consultatifs:</b> des politiques et des conseils juridiques aux gouvernements au sujet de tourisme multilatéraux, régionaux et nationaux concernant les négociations et des mises en œuvre du commerce. Ces services comprennent également le fait d'aider les pays à formuler leurs propres stratégies de développement des services par le biais de la production d'évaluations des politiques des services nationaux.</p>
<b>Durée :</b>	Cycles entre 1 et 4 ans selon l'activité et le projet.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Tous les intervenants impliqués dans l'élaboration des politiques de services touristiques. Les intervenants sont: les <b>gouvernements</b> (ministères du tourisme, commerce, transport, affaires étrangères et des organismes de réglementation sectoriels), <b>des représentants d'entreprises</b> (associations de l'industrie et des PME), les <b>universitaires</b> (professeurs et experts en la matière) et les <b>organisations de la société civile</b> (consommateurs, groupes environnementaux et du travail).
<b>Résultats attendus :</b>	<p><b>Notes d'information:</b> En réponse à la demande des États membres, des analyses ciblées sur la contribution économique et sociale du secteur du tourisme au développement ont été faites;</p> <p><b>Briefing des politiques et négociateurs :</b> Ces mémoires fournissent des analyses stratégiques et juridiques concernant les négociations dans leur contexte, les opportunités et les risques pour les pays en développement aux négociations commerciales, y compris les services de tourisme. Dans la plupart des cas ces mémoires sont de nature confidentielle;</p> <p><b>Evaluations des politiques des services nationaux:</b> Ces commentaires sont axés sur la demande et couvrent généralement les services du tourisme et les autres services reliés de même, comme les transports et autres services financiers. Ils cherchent à aborder plusieurs facteurs clés pour le développement des services touristiques, y compris l'existence d'un environnement adéquat, la disponibilité d'une politique appropriée, d'un cadre réglementaire et institutionnel, l'identification de goulots d'étranglement potentiels au sein de la chaîne d'approvisionnement. Les évaluations fournissent une série de recommandations aux pays et aux intervenants concernant la politique générale et les actions possibles sur la manière de développer leurs capacités d'offre et tirer parti du commerce;</p> <p><b>Outils de référence:</b> Une méthodologie a été développée afin d'évaluer et d'améliorer les niveaux de la durabilité des services touristiques partout au pays. Cette méthodologie comprend plusieurs étapes telles que l'identification de la dimension (socio-économique, écologique et infrastructure), les indicateurs, les méthodes pour intensifier les systèmes et des graphiques de représentation.</p>



## 2.12 Programme de «Formation pour le commerce»: renforcement des capacités nationales sur le tourisme durable pour le développement

Objectif :	Renforcer les capacités nationales à soutenir le développement d'un tourisme durable. Favoriser des mécanismes de collaboration entre tous les acteurs de la chaîne de valeur du tourisme.
Méthodologie :	<p>Le programme <i>Formation pour le commerce</i> est axé sur la demande visant à renforcer les capacités nationales et locales et pour favoriser le tourisme durable dans le développement. <i>Formation pour le commerce</i> offre son expérience en termes de développement des capacités aux responsables du tourisme, au secteur privé et à la société civile. Voici ses principales caractéristiques:</p> <p><b>-Une approche globale :</b> Les projets <i>Formation pour le commerce</i> sont des processus intégrés, qui se servent de services consultatifs et d'assistance technique pour aider les pays en développement en matière de tourisme durable.</p> <p><b>-Processus de dialogue des intervenants et prise de décisions participative:</b> Le programme <i>Formation pour le commerce</i> sert d'interlocuteur dans les dialogues sur les politiques et les processus de prise de décision à échelle nationale et locale. Il contribue à renforcer l'importance de la consultation et de la propriété pour des décisions importantes sur le tourisme.</p> <p><b>- Réseau de contacts et partage des meilleurs principes :</b> Les techniques d'apprentissage permettent aux participants d'échanger leurs expériences et bonnes pratiques lors des séminaires et de face à face. Des voyages d'étude favoriseront la coopération Sud-Sud ou par l'intermédiaire de la plateforme d'éducation à distance de Formation pour le commerce. Ces activités stimulent la création de capacités nationales et locales de formation et de réseaux formels et informels sur le tourisme durable.</p>
Durée :	Minimum de deux ans.
Bénéficiaires cibles :	Régional: organisations régionales; National: les ministères et institutions traitant les questions de tourisme; Local: les gouvernements provinciaux; municipalités; et les communautés; Secteur privé; Société civile.
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Études nationales pour évaluer les besoins d'un tourisme durable, les possibilités et les goulots d'étranglement dans les régions et provinces prioritaires, en prévoyant un examen des activités en cours et les axes de synergies, mais aussi une proposition de développement pluriannuel des capacités.</li> <li>- Un éventail de formation sur mesure du tourisme durable pour le développement qui associe les connaissances locales avec l'expérience approfondie qui englobe aussi les technologies de formation modernes comme, l'enseignement à distance (réservé aux fonctionnaires du gouvernement national et régional).</li> <li>- Services consultatifs pour la mise en œuvre du dialogue des intervenants au niveau national-régional-local (mécanismes multi-niveaux), mais également à échelle gouvernementale (comités interministériels).</li> <li>- Une plate-forme électronique dédiée à l'appui des réseaux nationaux et internationaux dans le domaine du tourisme durable.</li> <li>- Former des équipes du pays capables de concevoir, gérer et des activités des formations de roll-out, que ce soit par la voie traditionnelle ou le téléenseignement, au niveau local, de façon autonome.</li> <li>- Une formation personnalisée pour les administrations locales, ONG, acteurs locaux et les collectivités pour la conception, la réalisation et la création de partenariats pour des projets à petite échelle ayant une incidence sur le développement et basée sur des critères de durabilité.</li> <li>- Directives pour la formulation de projets du tourisme durable à petite échelle pour les acteurs nationaux et locaux.</li> <li>- Activités transnationales pour l'échange de connaissances, partenariats et partage des meilleures pratiques, voyages d'étude régionaux et internationaux.</li> </ul> <p>Les formations sont disponibles en quatre langues: anglais, français, portugais et espagnol.</p>

## 2.13 Accord général sur le commerce des services AGCS : Assistance et formation de l'OMC

<b>Objectif :</b>	Programmes et activités d'assistance technique liés au commerce (ATLC) de l'OMC sont orientés vers le commerce durable de renforcement des capacités dans les pays bénéficiaires.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Séminaires nationaux pour la planification des engagements de l'Accord général sur le commerce des services AGCS</p> <p>La formation et l'assistance technique sont des éléments centraux du développement du système commercial multilatéral, confirmé par les ministres lors de Doha (Décembre 2001). Ceci fut souligné une fois de plus et renforcé lors de la Conférence ministérielle à Hong Kong, Chine (décembre 2005).</p> <p>Au sein du Secrétariat de l'OMC, l'ATLC est coordonné par l'Institut de formation et de coopération technique (ITTC), basé sur l'assistance technique et les plans de formation (les Plans d'AT). Le Comité sur le commerce et le développement est l'organisme chargé de superviser toutes les activités d'ATLC.</p>
<b>Durée :</b>	séminaires de 2 à 4 jours, selon les exigences
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Pays en développement
<b>Résultats attendus</b>	Renforcement des capacités pour la planification des engagements de l'AGCS.

## 2.14 Aide au commerce

<b>Objectif :</b>	L'aide au commerce vise à aider les pays en développement, en particulier les PMA, à développer les compétences commerciales et l'infrastructure nécessaires pour mettre en place et bénéficier des accords pour accroître leurs échanges commerciaux.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Encourager les flux supplémentaire d'aide au commerce des donateurs bilatéraux, régionaux et multilatéraux pour appuyer les demandes de renforcement des capacités liées au commerce des pays bénéficiaires; favoriser l'amélioration de la surveillance et l'évaluation de l'initiative, encourager l'intégration du commerce dans les stratégies de développement national par les pays partenaires.</p> <p>Le Cadre intégré amélioré est le mécanisme principal par lequel les pays les moins avancés ont accès à l'aide au commerce.</p> <p>La Norme et la facilité de développement de commerce maintien des liens étroits avec l'aide de l'initiative commerciale. Il complète ce régime mondial par le biais de projets et le suivi des flux d'aide au niveau opérationnel, thématiques.</p>
<b>Durée :</b>	Selon la nature et la portée du projet.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Pays en développement
<b>Résultats attendus</b>	Le Programme de travail de l'aide pour le commerce 2012-2013, publié le 15 novembre 2011, est basé sur le thème "approfondissement de la cohérence" et met l'accent sur cinq domaines clés: la mobilisation des ressources, l'intégration du commerce dans les plans et les programmes de développement du secteur privé, de l'intégration commerciale régionale, le développement et le suivi et l'évaluation de l'aide au commerce. Le programme de travail vise à promouvoir la cohérence profonde et une mise au point en cours sur l'aide au commerce entre le commerce et le développement communautaire, notamment sur l'affichage des résultats, ce qui générera un élan continue envers la mise en œuvre. Il comprend un calendrier de réunions, qui aboutit dans un quatrième examen Global de l'aide pour le commerce prévu pour 2013.

## 2.15 Formation des négociateurs pour le commerce dans les services (tourisme)

Objectif (s) :	Aider les États membres et les intervenants à élaborer et renforcer des <b>services liés au tourisme</b> en accordant une attention à l'élaboration des règles multilatérales dans les services, du soutien aux négociations multilatérales et régionales qui concernent les services.
Méthodologie :	Soutenir les négociateurs des pays en développement à comprendre les implications potentielles et pour faire avancer leurs intérêts dans les négociations commerciales multilatérales, régionales et bilatérales clés (p. ex. services de tourisme dans les négociations de l'AGCS de l'OMC et les accords de partenariat européen). Les pays demandant l'adhésion à l'OMC reçoivent un soutien dans le cadre des préparations/négociations de leurs protocoles d'adhésion et dans la mise en œuvre des accords de l'OMC. Sessions de formation accompagnées d'évaluations ciblées, des modules de formation, des simulations et des études sectorielles.
Durée :	Une semaine.
Bénéficiaires cibles :	<b>Organismes compétents des gouvernements:</b> Ministères du tourisme, du commerce, des transports et des affaires étrangères, les organismes de réglementation sectoriels et les missions à Genève. En fonction des cas, ils peuvent néanmoins comporter des commissions économiques régionales de l'ONU en tant que partenaires. D'autres intervenants peuvent également participer si ils sont inclus dans la délégation gouvernementale.
Résultats attendus :	<b>Bulletin politique pour les négociateurs:</b> Ces notes fournissent des analyses stratégiques et juridiques concernant les négociations: le contexte, les postes, les opportunités et les risques pour les pays en développement en matière de négociations commerciales, y compris les services de tourisme. Dans la plupart des cas ces bulletins sont confidentiels; <b>Des modules de formation :</b> Plusieurs outils de modules de formation ont été développés pour aider les négociateurs, les décideurs et le reste des intervenants à mieux comprendre le contexte de négociation et à préparer la position nationale du tourisme multilatéral, régional et national vis-à-vis des négociations. Par exemple, un module de formation avancée sur l'accord général de l'OMC du Commerce des services a été développé ainsi qu'une simulation spécifique sur les négociations sur les services du tourisme dans les accords commerciaux.

## 2.16 Diagnostiques du secteur touristique, y compris le diagnostic du commerce et de l'intégration des études (EDIC)

<b>Objectif :</b>	Les clients du secteur du tourisme intégrés dans les études diagnostiques sur l'intégration du commerce (EDIC)
<b>Méthodologie :</b>	<p>L'objectif primordial de l'EDIC consiste à identifier une série de faits spécifiques qui freinent l'intégration des pays les moins avancés (PMA) dans le système commercial multilatéral (SMT) et l'intégration des questions liées au commerce dans les DRSP/CSLP. Trente-cinq pays ont fait des EDIC entre 2001 et 2009. Parmi ces derniers, 30 (86 pour cent) ont inclut une section spécifique consacrée au tourisme (voir annexe 1). La présence d'une section de tourisme ou d'un chapitre dans une étude diagnostique indique que le développement du secteur du tourisme est une priorité nationale. Les recommandations contenues dans la section d'action de l'EDIC détaillent les interventions prioritaires à mettre en place par le gouvernement. Cela met également en évidence les domaines qui nécessitent de l'appui des partenaires au développement pour obtenir des résultats. L'analyse correspond à un pays et énumère des facteurs endogènes pertinents pour le développement du tourisme, comme les infrastructures de transport et des services, les capacités, liaisons commerciales en amont, l'image du pays, la stratégie marketing et la durabilité sociale et environnementale.</p>
<b>Durée :</b>	Généralement, le processus de l'EDIC prend entre 6 et 12 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Pays les moins avancés (PMA)
<b>Résultats attendus</b>	<p>Etude diagnostique d'intégration de Commerce mise à jour, plan d'action dans le secteur du tourisme;</p> <p>Recommandations pour le développement du secteur du tourisme qui font partie de l'EDIC.</p>

## 2.17 Simplification de la demande – les liens commerciaux entre l'agroalimentaire, les industries de la création, les fournisseurs de services et le secteur du tourisme

<b>Objectif :</b>	Créer des liens commerciaux en amont entre les micros producteurs et les fournisseurs de services et l'industrie du tourisme (hôtels, restaurants, tours opérateurs). Les producteurs locaux marginalisés et les fournisseurs de services répondent à la demande pour les produits d'origine locale comme les fruits, les légumes et artisanat, les autres produits des industries créatives et les services (par exemple, des visites du tourisme culturel, performance, musique et danse) associés à la chaîne de valeur du tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser les habitudes d'approvisionnement des hôtels, des <i>resorts</i>, des restaurants et des voyageurs afin de comprendre comment ils peuvent être liés aux communautés locales et aux producteurs et fournisseurs de services.</li> <li>- Tenir des consultations avec les entreprises touristiques existantes afin d'identifier leurs besoins de produits et services en termes de quantité, de qualité et de cohérence ainsi que pour mieux comprendre les motivations du secteur privé à s'engager dans ces liens commerciaux.</li> <li>- Organiser des ateliers de sensibilisation et d'échange d'information entre le secteur du tourisme et les éventuels fournisseurs de produits et de services pour atteindre un point de vue commun en ce qui concerne les conditions de la demande et la nature de la coopération envisagée (par exemple la responsabilité sociale des motifs ou coopération purement lucrative)</li> <li>- Favoriser des exercices qui permettent d'identifier les relations commerciales mutuellement avantageuses en amont.</li> <li>- Établir des liens entre l'industrie du tourisme et les micro-producteurs de produits et de services.</li> </ul>
<b>Durée :</b>	Entre 24-36 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les producteurs nationaux à petite échelle et les fournisseurs de services le long de la chaîne de valeur du tourisme, les organisations qui les soutiennent, le réseau de soutien du tourisme.
<b>Résultats attendus</b>	Établir des relations commerciales durables en amont entre l'industrie touristique et les producteurs locaux du secteur de l'agroalimentaire et/ou des industries créatives et des services.

## 2.18 Renforcement des capacités d'approvisionnement et la qualité des produits et des services afin de répondre aux besoins du marché

<b>Objectif :</b>	Renforcement des capacités d'approvisionnement et améliorations de la qualité pour s'assurer que les producteurs agroalimentaires, les hôtels et les prestataires de services (voyagistes, groupes de musique et de danse) et/ou les producteurs des industries créatives puissent satisfaire les exigences du marché du secteur du tourisme dans le pays.
<b>Méthodologie :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le renforcement des capacités d'approvisionnement des producteurs locaux et des communautés pour répondre aux exigences du marché: produit et service du développement; approvisionnement efficace; amélioration des processus de production; évaluation de la qualité; perfectionnement des compétences marketing et négociation; l'accès au financement; direction générale et compétences en affaires.</li> <li>- Le renforcement des capacités des hôteliers et du personnel de l'hôtel dans la gestion de l'accueil, afin de répondre aux demandes des touristes internationaux dans la gestion de l'environnement.</li> <li>- Des ateliers ou des activités de formation seront organisés avec des consultants locaux ou internationaux en collaboration avec les partenaires du secteur privé et les institutions afin de garantir la qualité du contenu.</li> </ul>
<b>Durée :</b>	Entre 24-36 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Hôteliers, Tour-opérateurs, petites entreprises ou micro-agricultures locales qui produisent des produits et services demandés par l'industrie du tourisme du pays.
<b>Résultats attendus</b>	Micro et petites entreprises/agriculteurs répondant aux exigences de la demande par des entreprises du tourisme existantes en termes de quantité, qualité et uniformité du produit ou de prestation de services, hôtels, conformes aux normes internationales.



## 2.19 Favoriser l'engagement des chaînes aux tour-opérateurs

<b>Objectif :</b>	Intégrer la durabilité dans la chaîne d'approvisionnement du tourisme dans les opérations des tour-opérateurs.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Travailler vers des objectifs de développement durable nécessite un partenariat avec les fournisseurs pour développer une politique de développement durable. Cela nécessite un travail qui soutienne les fournisseurs lorsqu'ils cherchent à atteindre ces objectifs.</p> <p><b>Module 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts et les avantages du développement d'une chaîne d'approvisionnement durable.</li> </ul> <p><b>Module 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'une politique d'entreprise</li> <li>- Évaluation de base des fournisseurs</li> <li>- Préparation et mise en œuvre du plan d'action</li> <li>- Définition des objectifs, des actions et d'une série d'objectifs (normes et critères)</li> <li>- En parler (formation interne)</li> <li>- Mettre le plan en action</li> </ul> <p><b>Module 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Surveillance et rapports sur les progrès</li> <li>- Création et mise en place d'un système de surveillance</li> <li>- Rapports sur la prestation</li> </ul> <p><b>Module 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La sensibilisation et la communication du développement durable aux fournisseurs</li> <li>- Promotion des bonnes pratiques (incitations, vérification, etc.)</li> </ul>
<b>Durée :</b>	Dépend du niveau de connaissances en matière de durabilité.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Tours opérateurs et fournisseurs de produits touristiques.
<b>Résultats attendus</b>	Intégration du développement durable dans la chaîne d'approvisionnement du tourisme grâce à la mise en œuvre des meilleures pratiques

## 2.20 e-Tourisme: Promouvoir la compétitivité des destinations et des PME touristiques à travers un réseau centralisé de TIC

Objectif :	Favoriser l'introduction des TIC dans les politiques de tourisme et engager des actions pour rassembler les TIC dans des schémas de collaboration, acteurs publics et privés, y compris les PME; dégager un consensus sur les solutions e-business du tourisme et équiper les intervenants publics et privées avec des outils comportementaux, organisationnelles et technologiques requis; promouvoir la coopération stratégique et les partenariats dans le e-tourisme; promouvoir la destination et la compétitivité des PME.
Méthodologie :	<p><b>Soutenir la concentration de plusieurs intervenants</b> pour une promotion consensuelle et inclusive de l'actif du tourisme local, grâce aux TIC;</p> <p><b>Assistance technique:</b> Inclut des activités de renforcement des capacités. Analyse de l'empreinte numérique des destinations ciblées ; formation de hauts fonctionnaires publics et des décideurs du secteur privé; conseils techniques et soutien; Organisation d'ateliers et de séminaires spécialisés;</p> <p><b>Fourniture d'outils et de guides pédagogiques</b>, y compris l'outil de collecteur de données de la CNUCED du système Open Source (FOSS) et le prototype de système de plate-forme du tourisme électronique (PTE), prototype Open Source: guides et instruments d'enseignement, des aides visuelles;</p> <p><b>Approche participative.</b> Études de cas; Exercices de simulation, meilleures pratiques, jeu de rôle, facilitation du travail de groupe, des débats interactifs;</p> <p><b>Formulation de plans d'action;</b></p> <p><b>Mise en place et soutien</b> de comités locaux pour favoriser le réseautage social et les systèmes collaboratifs des TIC et la mise en œuvre des actions accordées;</p> <p><b>Intégration des commentaires reçus</b> des premiers bénéficiaires dans les objectifs de l'e-tourisme</p>
Durée :	Minimum 2 ans.
Bénéficiaires cibles :	Décideurs ; les décideurs publics et privés et hauts fonctionnaires de différents ministères et institutions de tourisme : Office National du tourisme, offices de tourisme ; les agences gouvernementales concernées, les fédérations et les associations professionnelles pour la promotion du tourisme et de l'artisanat, les opérateurs locaux et les représentants du secteur commercial du tourisme.
Résultats attendus	<p>Les principaux produits comprennent :</p> <p><b>Analyse FPPM et impact sur Internet</b> de la destination;</p> <p><b>Modules pédagogiques sur mesure:</b> Module 1: Avantages des TIC pour les destinations, des techniques web et des conseils. Module 2: Construire des partenariats publics-privés autour des TIC et des meilleures pratiques. Module 3: Positionnement et commercialisation des techniques pour supporter une destination sur le web, y compris le 2.0 et les techniques de réseautage sociales Module 4: modèles de gestion de destination et exemples d'applications des T.I.C. Module 5: Maîtriser la CNUCED libre et le système collecteur de données Open Source et le programme de tourisme électronique.</p> <p><b>Chaque module est composé de</b> a) le guide du participant, b) les présentations de diapositives, c) des questionnaires pour évaluer la méthodologie et l'impact du matériel de formation, ainsi que plusieurs annexes et documents d'information. La documentation complémentaire est disponible (a) en papier et (b) en format CD (sous la forme d'un mini site web, les fichiers PDF et les logiciels) distribués à chaque participant de deux ateliers.</p> <p><b>Un mécanisme d'enquête en ligne</b> pour adapter le programme de soutien aux attentes locales et aux besoins ainsi que le suivi des résultats;</p> <p><b>Logiciel gratuit de The Open Source System:</b> <i>Collecteur de données</i> mis au point par la CNUCED (livré avec le produit) qui les données standardisées du tourisme se synchronisent avec le Content Management System (OpenCMS) de la plate-forme du tourisme électronique.</p> <p><b>La plate-forme du tourisme électronique</b> prototype fonctionnel de logiciels libres en tant qu'un premier pas vers un système de gestion de Destination.</p>

## 2.21 Développement des entreprises touristiques

<b>Objectif :</b>	Construire des liens entre le tourisme et le commerce.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Se sert du plan directeur national du tourisme, ainsi que des informations nécessaires tirées des plans de développement nationaux et des chaînes de valeur disponibles. Formuler une évaluation des opportunités dans le tourisme avec l'aide des secteurs publics et privés.</p> <p>Valider les conclusions et les recommandations à la table ronde de validation avec tous les intervenants concernés du secteur touristique. Sensibiliser les participants à analyser en profondeur les possibilités actuelles et potentielles pour les liens du tourisme en amont et en aval et formation pour créer conjointement un projet d'action afin de développer les possibilités touristiques faisables.</p>
<b>Durée :</b>	6 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Responsables politiques nationaux concernés, intervenants du secteur privé (associations du secteur du côté de l'offre, intervenants de l'industrie touristique nationale)
<b>Résultats attendus</b>	Plan d'action pour le développement des entreprises du tourisme.

### III. Emploi, travail décent et capacités humaines

Compte tenu du fait qu'il s'agit d'un secteur à forte intensité en matière de main-d'œuvre, le tourisme offre des possibilités de création d'emplois pour un éventail de travailleurs qualifiés et peu qualifiés, y compris les groupes de femmes, les jeunes et les personnes défavorisées. Le tourisme génère des emplois directs et indirects et nécessite une planification des ressources humaines à tous les niveaux afin d'assurer un approvisionnement suffisant de main-d'œuvre dûment qualifiée pour répondre à la croissance future.

#### III. EMPLOI, UN TRAVAIL DÉCENT ET LES CAPACITÉS HUMAINES

- 3.01 Planification de la main-d'œuvre pour le secteur du tourisme
- 3.02 Programmes de renforcement des capacités dans l'hôtellerie, les compétences et le développement de l'entreprise touristique
- 3.03 Développement des compétences, de l'éducation et de la formation professionnelle, formation sur le terrain et amélioration de la qualité des services
- 3.04 Renforcer le travail décent
- 3.05 Renforcer le rôle des femmes dans le tourisme
- 3.06 Analyse des besoins de formation pour une destination

### 3.01 Planification de la main-d'œuvre pour le secteur du tourisme

<b>Objectif :</b>	Mettre en place des ressources humaines hautement qualifiées et bien formées dans les secteurs publics et privés pour élaborer, gérer et servir l'industrie de manière compétitive et durable, conformément aux normes internationales.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Approche en deux phases:</p> <p><b>Phase I :</b> Examiner les objectifs, les politiques et les stratégies du gouvernement en matière de planification de la main-d'œuvre et du développement des ressources humaines dans le secteur du tourisme (hôtellerie et tourisme), évaluer la capacité de la LTN pour développer et gérer le tourisme de manière professionnelle (à échelle locale et centrale).</p> <p>Commencer une évaluation qualitative et quantitative de l'hospitalité et des programmes/cours de formation en gestion du tourisme actuels, aussi bien dans les établissements publics que privés. Evaluer la structure en mettant l'accent sur les forces et les faiblesses, conduire une analyse comparative en se servant de modèles pédagogiques internationaux bien définis.</p> <p>Effectuer une évaluation détaillée de tous les aspects des opérations de l'hôtel notamment des normes opérationnelles des différents services comme le front office, le service restauration, la production alimentaire, la gestion des locaux et les autres services. Identifier les lacunes opérationnelles dans l'ensemble des opérations hôtelières et des services. Des évaluations similaires à entreprendre pour d'autres services touristiques et des installations, en particulier des opérations de visite, agences de voyages et guides touristiques en mettant l'accent sur les normes d'exploitation, dotation, pratiques commerciales loyales, la créativité et l'innovation.</p> <p><b>Phase II :</b> Selon l'évaluation menée lors de la Phase I et compte tenu des tendances du tourisme et des prévisions pour le pays, ainsi que des niveaux d'emplois qualitatifs et quantitatifs actuels dans l'industrie, préparer un plan de développement de main d'œuvre complet disponible pour les secteurs publics et privés dans le tourisme.</p> <p>Le plan comprend des modules pour les différents programmes éducatifs et, des modules de formation pour les compétences d'accueil, y compris la formation des formateurs.</p> <p>Le plan est soutenu par un système de normalisation de qualité et d'accréditation.</p>
<b>Durée :</b>	2-4 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	L'administration nationale du tourisme, des gouvernements provinciaux, du secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	<p>Plan pour les ressources humaines et la main-d'œuvre bien structuré; amélioration des capacités pour la gestion des ressources humaines;</p> <p>Renforcement de l'éducation et de formation; et mise en place d'un système de normalisation d'accréditation et de la qualité.</p>

### 3.02 Programmes de renforcement des capacités dans l'hôtellerie, les compétences et le développement de l'entreprise touristique

<b>Objectif :</b>	Offrir une formation intensive aux communautés locales et au secteur privé de plusieurs aspects du développement et de la gestion des entreprises touristiques, des compétences d'accueil afin de leur fournir les meilleures possibilités pour chercher un emploi dans le secteur du tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Une série de cours intensifs axés sur:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les opportunités d'affaires du tourisme;</li><li>- Comment gérer une petite entreprise (café, boutique d'artisanat, famille d'accueil);</li><li>- Règlement sur le commerce et les normes qui s'appliquent aux entreprises touristiques;</li><li>- Financement des entreprises de tourisme y compris micro-crédit;</li><li>- Visites guidées et interprétation;</li><li>- Compétences linguistiques;</li><li>- Institut de beauté professionnel;</li><li>- Tous les aspects de la gestion de l'hôtel;</li><li>- Sécurité des touristes et sécurité.</li></ul> <p>Les cours sont très participatifs et contiennent des sessions de travail interactives et des exercices par groupe. Les cours offrent des études de cas internationaux et régionaux ainsi que les meilleures pratiques qui peuvent s'appliquer au contexte local.</p>
<b>Durée :</b>	1-3 mois (selon le nombre de cours)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Communautés locales / secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Amélioré les capacités du secteur privé et des membres des communautés locales dans les entreprises touristiques et les compétences d'accueil à promouvoir leur participation aux industries du tourisme.

### 3.03 Développement des compétences, de l'éducation et de la formation professionnelle, formation sur le terrain et amélioration de la qualité des services

Objectif :	Evaluer l'écart entre les besoins du secteur privé et l'approvisionnement local en termes de personnel qualifié du tourisme ; renforcer les capacités des populations locales pour bénéficier d'un travail et d'une carrière dans le secteur du tourisme basé sur les lacunes identifiées entre les besoins du secteur privé et la disponibilité de la main-d'œuvre locale qualifiée.
Méthodologie :	<p><b>Une approche en quatre étapes:</b></p> <p><b>Phase I:</b> Pour identifier les possibilités d'améliorer l'emploi local dans le secteur du tourisme à travers une formation professionnelle et l'analyse des insuffisances en formation.</p> <p><b>Phase II:</b> Identification des établissements de formation et de développement.</p> <p><b>De la phase III:</b> Session de formation des formateurs.</p> <p><b>Phase IV:</b> Prestation de cours de formation professionnelle intensifs à la main-d'œuvre locale des entreprises touristiques et aux populations locales qui veulent trouver un emploi dans le secteur du tourisme.</p>
Durée :	6-18 mois
Résultats attendus :	Programme de formation professionnelle pour les populations locales sur des sujets comme l'entretien ménager, relations avec la clientèle, cuisine, visites guidées, etc. Main d'œuvre existante et nouvelle plus qualifiée pour obtenir des emplois dans les entreprises de tourisme et augmenter les possibilités de développement de carrière et l'obtention de revenus plus élevés.



### 3.04 Renforcer le travail décent

<b>Objectif :</b>	Renforcer les structures tripartites. Il est fondamental d'améliorer la productivité et la qualité du travail pour le bénéfice des employeurs, des travailleurs et des gouvernements – et des personnes qui dépendent du secteur et donc réduire la pauvreté.
<b>Méthodologie :</b>	Activités principales: Action directe au niveau national, local ou régional pour souligner l'importance des normes de travail décent, y compris le dialogue social dans la formulation de stratégies de réduction de la pauvreté.
<b>Durée :</b>	À court et long terme
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Décideurs des ministères du travail et du tourisme, des employeurs et des organisations de travailleurs.
<b>Résultats attendus</b>	Dialogue social dans le secteur du tourisme. Examen des RH socialement responsable et les relations de travail dans la pratique dans les chaînes d'hôtels internationales

### 3.05 Renforcer le rôle des femmes dans le tourisme

<b>Objectif :</b>	Débloquer le potentiel commercial des femmes dans le secteur du tourisme en intégrant systématiquement les considérations de genre dans la stratégie nationale et sectorielle de la planification du développement
<b>Méthodologie :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification et ensuite consultation avec les intervenants clés afin d'obtenir un plus grand appui des organisations d'entreprises et des associations féminines, des institutions sectorielles du soutien au commerce, ministères des affaires féminines, de commerce et d'autres parties clés du mécanisme national pour l'égalité entre les sexes, la stratégie ou le plan.</li> <li>- Vérification initiale effectuée entre les sexes pour établir la ligne de base sur les secteurs dans lesquels les femmes sont actives; lorsqu'il existe une possibilité pour les femmes à accroître l'avantage économique provenant de leur participation à la production axée sur le tourisme et la prestation de services.</li> <li>- Analyses spécialisée dans l'égalité des sexes de la chaîne de valeur dans certains secteurs ayant un fort potentiel de développement économique et d'influence</li> <li>- Questions transversales identifiées lors des consultations avec le groupe d'intervenants.</li> <li>- Atelier de validation, suivi par la remise du document de stratégie/planification au groupe approprié (gouvernement), avec des contacts du réseau des intervenants clés afin d'encourager leur participation dans la phase de mise en œuvre.</li> </ul>
<b>Durée :</b>	6 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Femmes engagées dans des activités le long de la chaîne de valeur du tourisme, y compris les femmes chefs d'entreprise. Organisations d'entreprises et associations et féminines tourisme - associés STI comme principaux prestataires.
<b>Résultats attendus</b>	Une stratégie pour renforcer le rôle des femmes dans le secteur et les échanges; une composante d'un plan national de développement, de stratégie ou d'autres documents.

### 3.06 Analyse des besoins de formation pour une Destination

<b>Objectif :</b>	Renforcer des capacités des institutions liées au tourisme (gouvernement, Institutions et secteur privé).
<b>Méthodologie :</b>	<p>Les interventions de renforcement des capacités comme le processus par lequel les individus, les organisations et les sociétés obtiennent le renfort et le maintiennent des capacités à définir et à atteindre leurs propres objectifs de développement au fil du temps.</p> <p>L'analyse des besoins et les termes de formation doivent être préparés en se basant sur les besoins actuels ainsi que le projet de croissance et de développement de la destination (nombre de nouveaux hôtels, nouveaux domaines à développer, niches du marché, ainsi qu'augmenter la capacité de sièges et de connectivité (terres, mer). Trois domaines où la capacité est cultivée et nourrie: dans un environnement propice, dans les organisations et les individus.</p> <p>Ces trois niveaux s'influencent mutuellement de manière fluide – dépend de la concentration de chacune et détermine, la force des autres.</p> <p>Des interventions de développement de la capacité entraînent:</p> <p>Examen participatif de la méthodologie</p> <p>Évaluation des besoins / formulation du plan de développement</p> <p>Évaluation des besoins / validation du plan de développement</p> <p>Application de ce plan de renforcement des capacités</p> <p>Les interventions habituelles comprennent le processus organisationnel/clients, développement des compétences, soutien aux établissements d'enseignement professionnel et mesure de développement de capacité de gestion et de mise en œuvre des programmes et des politiques de tourisme. Cependant il est essentiel d'inclure l'analyse des besoins du secteur touristique au sein de la formation globale en intégrant tous les secteurs.</p>
<b>Durée :</b>	En fonction de la complexité / contexte du pays (6 mois - 2ans)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les pays en développement, pays moins avancés, les pays qui ne sont plus en conflit.
<b>Résultats attendus</b>	Identifier les lacunes et les avantages des institutions liées au tourisme et les renforcer par le biais de programmes et de solutions personnalisés.

## IV. Réduction de la pauvreté et inclusion sociale

Le tourisme a démontré qu'il a une influence positive en matière de réduction de la pauvreté. En partant des chaînes d'approvisionnement pour en arriver jusqu'à la création d'entreprises, une gamme de points d'intervention et de mécanismes ont été identifiés dans le but d'accroître la part des revenus du tourisme afin qu'ils deviennent un vrai bénéfice pour les pauvres. Pour soutenir l'impact, il faut un engagement du gouvernement et du secteur privé à tous les niveaux pour s'assurer que les intervenants locaux sont consultés, engagés et ont le pouvoir d'influencer les décisions sur le développement du tourisme et les opérations qui peuvent affecter leurs moyens de subsistance, l'environnement et les communautés.

### IV. REDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET INCLUSION SOCIALE

- 4.01 Favoriser les politiques de croissance favorables aux pauvres dans les destinations touristiques
- 4.02 Tourisme durable – initiative d'élimination de la pauvreté (ST-EP)
- 4.03 Tourisme durable national - (ST-EP) séminaires de formation d'élimination de la pauvreté
- 4.04 Analyse de la chaîne de valeur et du développement économique local
- 4.05 Stratégies de tourisme rural
- 4.06 Soutenir le développement du tourisme au niveau de la base
- 4.07 Activités commerciales novatrices reliées au tourisme
- 4.08 Développement des petites et moyennes entreprises du tourisme
- 4.09 Programmes de formation d'accueil et tourisme pour les jeunes défavorisés
- 4.10 Protection de l'enfance dans le tourisme

#### 4.01 Favoriser les politiques de croissance favorables aux pauvres dans les destinations touristiques

<b>Objectif :</b>	Accroître l'impact économique local du tourisme dans une destination en appliquant les 7 mécanismes d'élimination de la pauvreté du tourisme durable (ST-EP).
<b>Méthodologie :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analyse de la chaîne de valeur pour comprendre les flux de revenus du tourisme dans la destination et pour identifier les possibilités d'accroître les retombées économiques locales.</li><li>- Formuler un plan d'action avec des interventions afin d'augmenter la contribution directe (par le biais de l'emploi local, la chaîne d'approvisionnement, le secteur informel et le tourisme des PME) ainsi que la contribution indirecte (via les impôts et taxes, les contributions volontaires et le développement des infrastructures) du tourisme envers l'économie locale.</li><li>- Identifier et travailler avec les instituts de formation, les fournisseurs de développement des entreprises et les fournisseurs de services financiers pour fournir un soutien aux populations locales et aux petites et moyennes entreprises afin qu'elles accèdent aux compétences et ressources nécessaires pour trouver des contrats dans le secteur du tourisme ou pour vendre des biens et des services aux touristes et aux entreprises de tourisme.</li><li>- Identifier et travailler avec les instituts du gouvernement et les intervenants du secteur privé pour orienter les frais et les impôts du tourisme vers les projets de développement communautaire, pour présenter et promouvoir des mécanismes volontaires dans le secteur du tourisme, et pour mobiliser des ressources pour les investissements dans les infrastructures touristiques qui soient utiles à la population locale de la destination.</li><li>- Appuyer une organisation de gestion de la destination et/ou des intervenants publics et privés choisis pour mener et mettre en place des activités de marketing pour la destination dans le but d'améliorer le revenu global du tourisme dans la destination.</li><li>- Mettre en place un système de mesure et d'impact qui recueille des données sur le nombre d'arrivées de touristes dans la destination, les recettes générées par le tourisme dans la destination et le nombre de bénéficiaires directs et indirects des interventions du projet.</li></ul>
<b>Durée :</b>	24 - 48 mois
<b>Résultats attendus:</b>	Augmenter le nombre d'habitants qui bénéficient du tourisme de façon directe (grâce à l'emploi local, la chaîne d'approvisionnement, le secteur informel et les PME du tourisme) et de façon indirecte (via les impôts et les taxes, les contributions volontaires et l'amélioration de l'infrastructure).

## 4.02 Tourisme durable – initiative d'élimination de la pauvreté (ST-EP)

<b>Objectif :</b>	L'initiative du <b>tourisme durable</b> pour <b>l'élimination de la pauvreté</b> (ST-EP) (OMT) cherche à promouvoir le potentiel du tourisme pour aider à réduire les niveaux de pauvreté à travers l'élaboration de formes durables du tourisme. L'initiative met l'accent sur le tourisme durable encourageant – social, économique et écologique – avec des activités spécifiquement conçues pour réduire la pauvreté, développer et créer des emplois pour les personnes qui vivent avec moins d'un dollar par jour.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Recherche et Publications – L'Initiative ST-EP effectue des recherches approfondies et publie les rapports pour démontrer l'impact du tourisme dans la réduction des niveaux de pauvreté, accompagnés de recommandations sur la façon de maximiser ces impacts. On peut effectuer des études spécifiques dans une destination ou un pays pour identifier les projets d'intervention qui permettent d'augmenter la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté. Les bases de l'Initiative ST-EP furent d'abord décrites dans la publication « Manuel sur le tourisme et la réduction de la pauvreté – Recommandations pour l'action ». L'Initiative repose sur <b>sept mécanismes ST-EP</b> à travers lesquels les pauvres peuvent profiter du tourisme. Ces lignes d'action stratégiques sont intégrées dans toutes les activités de ST-EP et ont été largement diffusées.</p> <p>Les sept mécanismes ST-EP :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emploi des pauvres dans les entreprises du tourisme,</li> <li>2. Fourniture de biens et de services aux entreprises du tourisme par les pauvres ou les entreprises qui emploient les pauvres.</li> <li>3. Vente directe de biens et de services aux visiteurs par les pauvres (l'économie informelle)</li> <li>4. Création et gestion d'entreprises de tourisme petites, micro ou communautaires ou de coentreprises (économie formelle)</li> <li>5. Redistribution du produit de la taxe ou frais sur les touristes ou les entreprises de tourisme</li> <li>6. Contributions volontaires et soutien des touristes ou des entreprises du tourisme</li> <li>7. Investissements dans les infrastructures, stimulées par le tourisme qui bénéficie aux pauvres dans la communauté, directement ou par l'appui aux autres secteurs</li> </ol> <p><b>Renforcement des capacités et la sensibilisation</b> – L'Initiative ST-EP organise des conférences régionales et nationales et des séminaires de formation pour sensibiliser la population et pour renforcer les capacités des agents publics, des ONG, du secteur privé et des communautés dans les pays en développement. Les activités de sensibilisation mettent l'accent sur l'importance d'inclure le secteur du tourisme dans les programmes et les stratégies de réduction de la pauvreté et de faire plusieurs références à la réduction de la pauvreté dans les politiques et les stratégies du tourisme. <b>Projets ST-EP</b> – en collaboration avec l'Administration nationale du tourisme, les autres entités publiques, le secteur privé et les ONG, on peut identifier les projets possibles de ST-EP visant à apporter une contribution tangible à la réduction de la pauvreté en appliquant un ou plusieurs des sept mécanismes ST-EP. Les projets ST-EP peuvent se concentrer sur un large éventail d'activités, telles que la formation de guides locaux et les employés de l'hôtel, faciliter la participation des populations locales dans le développement du tourisme autour des sites de patrimoine naturel et culturel, établir des liens commerciaux entre producteurs pauvres et des entreprises du tourisme, services commerciaux et financiers aux petites, moyennes et communautaires ; l'amélioration de l'impact économique local du tourisme dans une destination à travers de la plupart ou de la totalité des sept mécanismes ST-EP.</p>
<b>Durée :</b>	Entre quelques semaines et plusieurs années, en fonction du type d'intervention dans un pays.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les bénéficiaires finaux de l'Initiative ST-EP sont les groupes les plus démunis de la société dans les destinations touristiques. Les bénéficiaires intermédiaires sont des organismes gouvernementaux, le secteur privé et les ONG, dont les capacités sont construites pour aider à réduire les niveaux de pauvreté à travers la promotion et le développement des formes de tourisme durables.
<b>Résultats attendus:</b>	Sensibilisation accrue des capacités sur la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté entraînant des possibilités accrues pour les groupes les plus démunis de la société à générer des revenus de développement durable du tourisme.

### 4.03 Tourisme durable national - (ST-EP) séminaires de formation d'élimination de la pauvreté

Objectif :	Renforcer les capacités des professionnels du tourisme et du développement en matière de mesures concrètes qui peuvent être prises dans les destinations touristiques pour définir et gérer le tourisme de façon à offrir plus d'avantages pour les communautés et les personnes défavorisées.
Méthodologie :	<p>Le séminaire de formation porte sur les trois composantes classiques du cycle d'un projet: analyse/planification, action et évaluation</p> <p>–<b>Analyse /planification</b> celui-ci se penche sur le processus d'analyse d'une destination touristique en ce qui concerne la contribution actuelle du tourisme aux pauvres et le processus de planification de comment cela peut être renforcé à l'avenir, y compris l'élaboration d'une stratégie et d'un plan d'action.</p> <p>–<b>Action</b> cette composante fournit des indications sur les moyens pratiques d'offrir les avantages du tourisme au pauvre, basée sur les sept mécanismes ST-EP.</p> <p>–<b>Évaluation</b> cela met l'accent sur l'utilisation des indicateurs et des processus de circonspection pour évaluer si les mesures prises ont contribué à la fourniture de prestations du tourisme aux pauvres.</p> <p>Le programme du séminaire est structuré de manière à être aussi interactif que possible, comportant des groupes de discussion, séances de travail, exercices sur le terrain, etc., avec pour intention que les leçons apprises et les idées générées puissent être appliquées par les participants dans leur travail quotidien.</p>
Durée :	1 semaine pour la livraison du séminaire
Bénéficiaires cibles :	Représentants du secteur public, du secteur privé et de la société civile qui travaillent dans le secteur du tourisme et du développement durable. Indirectement, les groupes les plus démunis dans les destinations touristiques dans le pays bénéficieront lorsque les participants appliqueront l'expertise et l'expérience acquises dans le cadre du travail quotidien.
Résultats attendus :	Renforcement des capacités des représentants du secteur public, du secteur privé et de la société civile qui identifieront, planifieront et mettront en œuvre des stratégies et des activités qui amélioreront les prestations pour les groupes défavorisés du tourisme.



## 4.04 Analyse de la chaîne de valeur et du développement économique local

<b>Objectif :</b>	<p>Étudier la structure et le fonctionnement de la chaîne de valeur du tourisme dans une destination ainsi que la valeur économique générée, planifier et exécuter des actions pour renforcer l'impact économique local du tourisme. Dans les destinations qui sont préoccupées par la lutte contre la pauvreté, il faut mettre l'accent sur l'analyse du montant du revenu de toutes les transactions dans le secteur du tourisme qui est reçu par les pauvres et identifier quels types de transactions sont les plus favorables aux pauvres ou peuvent être modifiées pour bénéficier aux pauvres. L'analyse de la chaîne de valeur s'achève avec un plan d'action définissant des interventions pour améliorer l'impact économique local du tourisme dans la destination; surtout des interventions qui assureront une augmentation importante des flux de revenus et des opportunités pour les pauvres.</p>
<b>Méthodologie :</b>	<p>Approche en deux phases:</p> <p><b>Phase I:</b> Mission d'analyse de la chaîne de valeur pour étudier la structure de la chaîne de valeur du tourisme dans la destination et qui prépare un plan d'action pour accroître l'impact économique local du tourisme.</p> <p><b>Phase II:</b> L'exécution de projets d'intervention pour accroître l'impact économique local du tourisme dans la destination.</p> <p>Une organisation locale est choisie pour agir comme agent des interventions planifiées et les capacités d'exécution seront construites parmi les principaux intervenants dans la destination pour les encourager et leur permettre de travailler ensemble sur le renforcement de l'impact économique local du tourisme.</p>
<b>Durée :</b>	En fonction de la complexité / contexte du pays (2-5 ans)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les pays en développement, pays moins avancés, les pays sortant d'un conflit
<b>Résultats attendus :</b>	<p>Approche intégrée au développement du tourisme qui favorise la réduction de la pauvreté</p> <p>Définir et favoriser des solutions d'éco-tourisme</p> <p>Offre dans le tourisme culturel identifiées et promues</p>

## 4.05 Stratégies de tourisme rural

Objectif :	Élaborer un cadre de développement à long terme pour le tourisme rural (10-20 ans) en mettant l'accent sur la politique et la stratégie; la planification ; le renforcement institutionnel et notamment au niveau central, régional et municipal; les normes de qualité (en mettant l'accent sur les familles d'accueil et l'esprit d'entreprise du tourisme rural), les législation et réglementation; le développement de produits et diversification (établir des liens commerciaux avec d'autres activités rurales telles que l'agriculture); le marketing et la promotion; l'infrastructure touristique et superstructure; l'impact économique du tourisme et des investissements touristiques; le développement des ressources humaines; les impacts socioculturels et environnementaux du tourisme.
Méthodologie :	<p>Approche en trois phases:</p> <p><b>Phase I</b> mission de formulation du projet qui analyse le scénario actuel du tourisme rural, son potentiel et ses contraintes et, préparation d'un document de projet (mandat détaillé) pour la formulation d'un plan directeur de tourisme rural.</p> <p><b>Phase II</b> formulation d'un plan directeur de tourisme Rural qui mettra l'accent sur les secteurs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>transport – en particulier les infrastructures routières</b></li> <li>- <b>développement de produits et diversification</b> – besoin d'expériences holistiques structurées en matière de tourisme rural qui reflètent le vrai caractère de la destination (la gamme de produits peut inclure le tourisme culturel, le tourisme nature, sport et tourisme d'aventure, tourisme de bien-être et de santé, familiale et du tourisme, tourisme de weekend, tourisme nautique et tourisme de croisière, le cas échéant)</li> <li>- <b>activités touristiques</b> – création d'attractions artificielles (musées, centres d'interprétation, foires, festivals, etc.), qui améliorent le produit touristique rural et réduisent les effets de la saisonnalité</li> <li>- <b>zonage de tourisme</b> – en particulier pour assurer la durabilité des ressources naturelles et culturelles du tourisme</li> <li>- <b>marketing et promotion</b></li> <li>- <b>cadre institutionnel</b> – Organisation entre les acteurs nationaux, régionaux et locaux (secteurs public et privé, société civile) afin de gérer le développement du tourisme rural d'une manière efficace et durable</li> <li>- <b>statistiques et recherches</b></li> <li>- <b>législation et réglementation</b></li> <li>- <b>normes de qualité</b> des services touristiques, en particulier pour les fournisseurs d'hébergement du tourisme rural</li> <li>- <b>les programmes de développement</b> des ressources humaines dans le tourisme pour encourager les communautés locales à participer dans le tourisme, le renforcement des capacités dans l'accueil et la gestion du tourisme conformément aux normes de qualité pour offrir des services de tourisme de qualité. Des formations en développement, en gestion d'opérations pour la réduction des lacunes des petites entreprises dans la chaîne de valeur du tourisme rural. Développer des liens avec des produits agricoles locaux et d'autres produits non alimentaires qui sont produits et transformés localement. Promouvoir la production de l'artisanat local et stimuler la participation des femmes dans le tourisme</li> </ul>
Durée :	3-8 mois
Bénéficiaires cibles :	L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les organismes de gestion de destination.
Résultats attendus :	Un plan directeur de tourisme rural qui offre un cadre organisé et structuré pour la diversification durable et l'amélioration des économies rurales. Il comprendra un plan d'action à court terme (trois ans) pour des actions prioritaires à mener pour relancer le tourisme durable ; développement et préparation de plusieurs projets de démonstration pour les zones pilotes.

## 4.06 Soutenir le développement du tourisme au niveau de la base

<b>Objectif :</b>	Favoriser la réduction de la pauvreté et la croissance partagée grâce au développement du secteur du tourisme. Le but de la participation est de réduire la pauvreté grâce à des solutions durables et favorables aux pauvres.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Solutions intégrées et personnalisées pour l'archivage de la réduction de la pauvreté et des objectifs de croissance partagée grâce au développement du secteur touristique. Travailler directement avec les homologues nationaux dans la mise en œuvre des projets basés sur la zone qui montrent le tourisme rural comme une activité rémunératrice.</p> <p>Le tourisme peut jouer un rôle important dans l'augmentation du niveau de développement humain et dans l'accomplissement de la réduction durable de la pauvreté. Si le tourisme est défini correctement, il peut générer des opportunités de croissance, de réduction de la pauvreté, de développement humain et d'incitations pour la protection de l'environnement. Cependant, rien de tout cela n'est automatique ou inévitable. Transformer les avantages comparatifs dans le tourisme en compétitivité nécessite un cadre politique cohérent, d'institutions efficaces et efficaces et d'un secteur privé proactif.</p>
<b>Durée :</b>	En fonction de la complexité / contexte du pays (2-5 ans)
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	pays en développement, pays moins avancés, pays sortant d'un conflit
<b>Résultats attendus</b>	<p>Approche intégrée au développement du tourisme qui favorise la réduction de la pauvreté</p> <p>Identification et promotion de solutions d'éco-tourisme</p> <p>Identification et promotion de solutions touristiques culturelles</p>

#### 4.07 Activités commerciales novatrices liées au tourisme

Objectif :	Etablir des liens commerciaux entre les communautés locales et les grandes entreprises du tourisme d'une destination pour fournir des biens et services.
Méthodologie :	<p><b>Une approche en quatre étapes</b></p> <p><b>Phase I:</b> Analyser la chaîne d'approvisionnement des entreprises touristiques sélectionnés dans une destination afin d'identifier les opportunités pour l'approvisionnement de produits locaux et de services, tels que les produits agricoles, l'artisanat et d'autres produits des industries créatives et services, excursions et activités culturelles.</p> <p><b>Phase II:</b> Évaluer la possibilité des populations locales pour offrir les produits et services identifiés de manière correcte en termes de quantité et de continuité, tels que requis par les entreprises de tourisme dans la destination.</p> <p><b>Phase III:</b> Faciliter des réunions entre les populations locales et les entreprises touristiques (hôtels, voyageurs, boutiques de souvenirs, etc.) dans le but de formuler des accords équitables pour l'approvisionnement local de biens et services. Si nécessaire, par exemple avec les produits agricoles, travailler avec ou mettre en place une organisation intermédiaire pour acheter des produits auprès des populations locales et les fournir ensuite aux entreprises touristiques.</p> <p><b>Phase IV:</b> Fournir des services consultatifs et financiers pour produire les biens et services requis par l'entreprise du tourisme. Faciliter les ajustements au produit pour satisfaire la demande exacte des entreprises, comme par exemple la biotransformation pour la fourniture de produits agricoles.</p>
Durée :	6 - 8 mois
Résultats attendus	Etablir des accords parmi les entreprises du tourisme et les populations locales pour la fourniture de biens et services, générer des revenus supplémentaires pour les populations locales.

## 4.08 Développement des petites et moyennes entreprises du tourisme

Objectif :	Soutenir les (réseaux de) PME touristiques existantes et nouvelles, y compris les entreprises touristiques communautaires, afin de permettre aux populations locales de gérer des entreprise de tourisme avec succès.
Méthodologie :	<p><b>Une approche en cinq étapes:</b></p> <p><b>Phase I:</b> Étude de faisabilité pour évaluer le potentiel des PME touristiques existantes et nouvelles à exploiter de manière rentable dans la destination.</p> <p><b>Phase II:</b> Identification des services financiers et des services de développement des affaires dont la PME a besoin et ensuite, élaborer un plan de soutien de la PME</p> <p><b>Phase III:</b> Provision de services de développement du commerces nécessaires (conseils/formation sur la planification des affaires, gestion financière, développement des ressources humaines, développement de produits et marketing).</p> <p><b>Phase IV:</b> Etablir les démarches pour la fourniture de services financiers (micro crédit, subventions, capital attiré par le biais de co-entreprises) pour permettre aux PME de faire les investissements nécessaires.</p> <p><b>Phase V:</b> Soutien aux PME et aux réseaux de PME individuelles pour produire des documents marketing et mener des activités de marketing.</p>
Durée :	12 - 36 mois
Résultats attendus	PME touristiques ont les compétences et le capital nécessaires pour développer et promouvoir leur entreprises et obtenir des revenus importants ainsi que créer des emplois locaux.

## 4.09 Programmes de formation d'accueil et tourisme pour les jeunes défavorisés

<b>Objectif :</b>	Offrir aux jeunes d'un milieu défavorisé de nouvelles compétences et expériences afin d'améliorer leurs possibilités d'emploi dans les entreprises d'excursions et d'hôtellerie dans les destinations touristiques principales d'un pays.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Phase 1</b> – établir des contacts et mettre en place les démarches avec les tours opérateurs et les hôtels dans les destinations touristiques sélectionnés dans le pays pour dispenser une formation professionnelle aux jeunes défavorisés.</p> <p><b>Phase 2</b> – La sensibilisation concernant les possibilités d'emploi dans le secteur du tourisme parmi les jeunes, encourager les jeunes et leurs parents à envisager de travailler dans les hôtels et les entreprise de tours guidés.</p> <p><b>Phase 3</b> – Identification, présélection et sélection des candidats jeunes les plus méritants en partenariat avec les hôtels participants et les tour-opérateurs.</p> <p><b>Phase 4</b> – Renforcement des capacités et formation pratique pour les jeunes sélectionnés, basés sur des cours de formation existants que les hôtels participants et les voyageurs offrent régulièrement à leur personnel, complété par le biais de cours externes. Le programme comprend environ 750 heures de formation grâce à une combinaison d'enseignement théorique et pratique.</p> <p><b>Étape 5</b> – conseils de suivi aux participants qui ont terminé le programme afin de les aider dans leur choix de carrière.</p>
<b>Durée :</b>	12 - 18 mois
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Jeunes issus d'un milieu défavorisé; surtout ceux qui n'ont pas suivi d'études secondaires et qui n'ont pas les ressources nécessaires pour poursuivre leur formation professionnelle. (Il y a de bonnes possibilités pour utiliser la même approche pour identifier les femmes).
<b>Résultats attendus</b>	Renforcement des capacités des jeunes défavorisés pour obtenir des emplois dans des hôtels et les tour-opérateurs dans la destination.

## 4.10 Protection de l'enfance dans le tourisme

<b>Objectif :</b>	Formuler ou/et renforcer la législation, les recommandations et les procédures pour que les administrations nationales du tourisme puissent lutter contre toute forme d'exploitation des enfants liée au tourisme (exploitation sexuelle et du travail, traite des enfants), en étroite collaboration avec les autres institutions gouvernementales, le secteur privé, les organisations intergouvernementales et non gouvernementales et les médias.
<b>Méthodologie :</b>	<p>La méthodologie comprend la législation, la coordination centralisée, la sensibilisation, la recherche, la formation, les coopérations pluripartites à échelle locale, régionale et internationale et les canaux de communication. Les actions suggérées sont les suivantes:</p> <p>Adopter des mesures juridiques et administratives spécifiques pour aborder l'exploitation des enfants dans le tourisme à tous les niveaux, y compris la législation qui criminalise les relations sexuelles avec des mineurs et des lois extraterritoriales qui pénalisent les auteurs en dehors de leur pays d'origine et/ou de résidence;</p> <p>Élaboration et surveillance de l'efficacité des campagnes de sensibilisation;</p> <p>Mise en place d'unités de victime spéciales pour les enfants victimes ou désigner des points focaux pour traiter les cas d'enfants victimes d'exploitation liés au tourisme;</p> <p>Établir des lignes directes pour dénoncer des incidences et recevoir des conseils et consultation;</p> <p>Mettre en place des recherches, le développement et la mise en œuvre des programmes éducatifs, de formation et de renforcement des capacités sur l'exploitation des enfants dans le tourisme;</p> <p>Soutenir le secteur privé et les acteurs de la société civile dans la conception et/ou la mise en œuvre de codes de conduite sur la protection sociale des enfants et l'inclusion du travail des programmes ciblant les victimes;</p> <p>Collaborer avec le secteur privé pour s'assurer que les installations d'hébergement et de transport ne sont pas utilisées abusivement pour n'importe quelle forme d'exploitation des enfants;</p> <p>Amplifier la collaboration entre le tourisme et les autorités policières nationales et internationales;</p> <p>En collaboration avec d'autres gouvernements, dans les pays d'accueil touristique et de touristes, élaborer des programmes concrets et partager les bonnes pratiques, notamment par le biais de réseaux régionaux;</p> <p>Maintenir une communication régulière avec les médias concernant la sensibilisation et l'annonce de cas de succès liés à la protection du bien-être des enfants dans les destinations touristiques.</p>
<b>Durée :</b>	La protection des enfants devrait être un engagement continu de la part de toute administration nationale du tourisme, qui peut varier selon le niveau d'incidence de l'exploitation des enfants détectés dans les deux pays de destination et d'origine des touristes et des voyageurs.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administrations nationales du tourisme, autres institutions gouvernementales (en charge de la justice, application de la Loi, affaires étrangères, éducation, travail, famille/bien-être, économie, culture et sport, etc.), le secteur privé, organisations non gouvernementales, canaux de Technologies de l'Information et la Communication (TICs) et les médias.
<b>Résultats attendus</b>	Etablir des mécanismes de partenariat, améliorer le cadre législatif et institutionnel, améliorer les rapports de suivi et les systèmes d'enregistrement des cas d'exploitation des enfants dans le tourisme, amplifier les méthodes de sensibilisation.



## V. Durabilité de l'environnement naturel et culturel

Reconnaitre la relation unique du tourisme et l'interdépendance envers l'environnement naturel et culturel est essentiel pour la protection et la sauvegarde de ces biens précieux. Une gestion efficace du patrimoine culturel, des zones protégées et de la biodiversité, y compris l'importance de la gestion durable des ressources naturelles comme l'eau et l'énergie, sont nécessaires dans tous les types de destinations, y compris les villes.

### V. DURABILITÉ DE L'ENVIRONNEMENT NATUREL ET CULTUREL

- 5.01 Programmes de renforcement des capacités sur la mise en place des indicateurs pour le tourisme durable
- 5.02 Observatoires du tourisme durable - une application systématique des indicateurs du tourisme durable
- 5.03 Le tourisme et la Biodiversité: Développement et mise en place de plans de gestion pour un tourisme local participatif menant à une consommation durable et à la conservation de la biodiversité
- 5.04 Développement de produits de tourisme basés sur la biodiversité
- 5.05 Formation et renforcement des capacités sur le tourisme et la biodiversité
- 5.06 Développer des cadres politiques qui intègrent la culture et le développement par le biais du tourisme
- 5.07 Programmes de renforcement des capacités sur la gestion du tourisme dans les sites du patrimoine
- 5.08 Renforcement des capacités de gestion touristique du patrimoine mondial et d'autres sites
- 5.09 Spécialisation touristique: tourisme culturel
- 5.10 Programmes de renforcement des capacités sur l'adaptation au changement climatique et mesures d'atténuation
- 5.11 Efficacité énergétique et gestion de l'eau et des déchets dans le secteur de l'hébergement
- 5.12 Hotel Energy Solutions – outils de gestion de l'énergie
- 5.13 Formation des Tour-opérateurs et des guides – bonnes pratiques dans les environnements sensibles
- 5.14 Ateliers de renforcement des capacités sur les risques et la gestion des crises et des techniques de récupération
- 5.15 Développement de campagnes de tourisme durable
- 5.16 Politiques et stratégies éco touristiques
- 5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable

## 5.01 Programmes de renforcement des capacités sur la mise en place des indicateurs pour le tourisme durable

<b>Objectif :</b>	Il est basé sur une expérience de plus de dix ans dans ce domaine ; fournir une formation sur le tourisme durable et les indicateurs pour les administrations publiques concernées et le tourisme du secteur privé à échelle centrale, régionale et locale.
<b>Méthodologie :</b>	<p>En utilisant une approche participative :</p> <p>Identifier les tendances du tourisme et de la durabilité;</p> <p>Examiner et analyser des politiques et des outils du tourisme durable: principes et pratiques</p> <p>Faire participer les intervenants locaux et nationaux ;</p> <p>Coordination d'un atelier des intervenants pour présenter des concepts clés, valider les conclusions et se mettre d'accord sur la planification de cadre et des indicateurs;</p> <p>Présentation de la mise en place des indicateurs du tourisme durable;</p> <p>Présentation de la méthodologie et les expériences des destinations différentes ;</p> <p>Discuter à propos du rôle des indicateurs dans les processus de planification et de gestion, avec des applications spécifiques pour les destinations;</p> <p>Analyse de la situation et identification des objectifs clés et des enjeux du tourisme durable dans la zone d'étude de cas ;</p> <p>Formuler une ébauche des indicateurs;</p> <p>Définir une action et un plan de surveillance pour la gestion de destination.</p>
<b>Durée :</b>	3-5 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	<p>L'administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, secteur privé et autres</p> <p>Intervenants du tourisme (par ex. autorités des parcs, des organismes de conservation).</p>
<b>Résultats attendus</b>	<p>Capacité à améliorées l'application des indicateurs pour les fonctionnaires, du secteur privé et autres intervenants du tourisme (par ex. autorités des parcs, des organismes de conservation au niveau national et local).</p> <p>Il peut aussi représenter la première étape vers la création d'un observatoire du tourisme durable.</p>

## 5.02 Observatoires du tourisme durable - une application systématique des indicateurs du tourisme durable

<b>Objectif :</b>	Mettre en place un observatoire pour une destination définie, à travers l'utilisation systématique de suivi, d'évaluation (indicateurs du tourisme durable) et de techniques de gestion des informations, comme des outils clés pour la formulation et la mise en œuvre des politiques de tourisme durable, les stratégies, les plans et les processus de gestion.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Phase I:</b> Sur l'application des indicateurs du tourisme durable des programmes de renforcement des capacités (voir pages 46 et 47).</p> <p><b>Phase II :</b></p> <p>Mécanisme de mise en œuvre grâce à une surveillance centre1.</p> <p>Tâches principales :</p> <p>Création, gestion et suivi de l'Observatoire;</p> <p>Communiquer les résultats de la surveillance des activités par le biais de rapports annuels;</p> <p>Suivi des services d'appui technique;</p> <p>Suivi des mesures d'amélioration qui ont été choisies.</p>
<b>Durée :</b>	Phase initiale: 3 – 6 mois (planification formelle et cadre théorique). Deuxième phase: minimum de 3-5 ans (de création, de gestion et de suivi de l'Observatoire).
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Il s'agit d'une initiative adressée aux autorités nationales et locales du tourisme.
<b>Résultats attendus</b>	Capacité à améliorer la veille, et la gestion de l'information, suivi de l'appui et de la formulation des décisions politiques, et finalement une destination de tourisme plus durable.

### 5.03 Le tourisme et la Biodiversité: développement et mise en place de plans de gestion pour un tourisme local participatif menant à une consommation durable et à la conservation de la biodiversité

<b>Objectif :</b>	Favoriser les connaissances sur le potentiel de la biodiversité locale pour le tourisme et les produits touristiques. Élaboration et mise en place des plans locaux, en utilisant des méthodes d'approche participative, qui valorisent la biodiversité comme un capital important pour le développement du tourisme; définir les options, comment le tourisme peut contribuer à la sauvegarde et le maintien de la diversité biologique locale; définir les options pour l'amélioration des moyens de subsistance par le biais de l'utilisation durable de la biodiversité; accorder la planification du tourisme avec la législation et les cadres locaux, nationaux et régionaux, surtout en ce qui concerne la conservation de la biodiversité.
<b>Méthodologie :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Évaluer la faisabilité</li> <li>2. Mettre en place une équipe d'experts</li> <li>3. Réunion avec les intervenants et identification des tour-operators locaux</li> <li>4. Implication de la communauté locale et initiation de la participation (y compris la mise en œuvre d'un plan de participation communautaire)</li> <li>5. Renseignements de base Collecte de données de base; Évaluation des données et assistance; Analyse des lacunes ; Formation de base de données.</li> <li>6. Élaboration d'un plan de gestion du tourisme (PGT), d'information de base (description de la zone) Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (SWOT); buts, visions et objectifs; Renseignements de base (environnement naturel, social et économique) ; Approbation du PGT ; et constituer un cadre de suivi et d'évaluation.</li> <li>7. Processus de renforcement des capacités Consultation du PGT avec les communautés locales, les autorités gouvernementales, Les intervenants et les voyageurs</li> <li>8. Coordonner le PGT avec d'autres projets</li> </ol>
<b>Durée :</b>	Selon les structures de coopération et d'information disponibles: 1 à 3 ans.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les communautés locales, les voyageurs locaux / internationaux, organismes de gestion de destination, gouvernement provincial, administrations nationales du tourisme.
<b>Résultats attendus</b>	<p>Un rapport contenant ;;</p> <p>Analyse SWOT;</p> <p>Étude de base sur l'environnement naturel, social et économique</p> <p>Structure;</p> <p>Plan de participation communautaire ;</p> <p>Système de suivi et d'évaluation pour le contrôle des mesures d'adaptation et de réussite;</p> <p>Connaissances sur la biodiversité et le tourisme</p>

## 5.04 Développement de produits de tourisme basés sur la biodiversité

<b>Objectif :</b>	Créer des produits de tourisme durable qui améliorent le bien-être socio-économique de la communauté locale et de la destination, ainsi que suivre les principes d'utilisation durable et conservation de la diversité biologique (en utilisant les "lignes directrices de la diversité biologique et le développement du tourisme" de la Convention sur la diversité biologique CDB).
<b>Méthodologie :</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mission d'identification des faits (étude de faisabilité)</li><li>2. Étude de base Recueillir des données du patrimoine culturel et naturel; Analyse d'infrastructure touristique; Analyse SWOT; Analyse des lacunes; Création de la base de données.</li><li>3. Consultation auprès des communautés locales, des intervenants et identification des tour-opérateurs locaux</li><li>4. Le produit correspondant Potentiel du marché (tendances du marché actuelles et futures); Capacité et potentiel de la communauté locale; Potentiel du produit touristique.</li><li>5. Identifier et sélectionner le marché cible</li><li>6. Concevoir le paquet de tourisme sur la biodiversité (y compris les plans d'affaires et investissement)</li><li>7. Développer la stratégie de marketing avec : communauté locale; voyagistes; autres intervenants ;</li><li>8. Campagne marketing du produit de la biodiversité</li><li>9. Lancement du produit biodiversité</li><li>10. Mettre en place le système de suivi et d'évaluation du produit</li></ol>
<b>Durée :</b>	Selon les structures de coopération et d'information disponibles: 1-3 mois.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Intervenants de base des communautés locales, des voyagistes locaux, organismes de gestion de destination, administrations nationales du tourisme, les gouvernements provinciaux, secteur privé.
<b>Résultats attendus</b>	Un produit du tourisme durable qui est différent et compétitif; qui tient compte de la conservation de la biodiversité, encourage un développement économique sain conforme aux directives de la CDB, préserve la culture locale, les traditions et les modes de vie de la communauté locale.

## 5.05 Formation et renforcement des capacités sur le tourisme et la biodiversité

<b>Objectif :</b>	Transfert de connaissances aux groupes sélectionnés qui travaillent dans la gestion du tourisme et de la biodiversité. Les compétences acquises fourniront aux groupes ciblés une meilleure compréhension de l'interdépendance entre le tourisme et la biodiversité et comment mettre en place les produits touristiques axés sur la biodiversité. Les instruments et les mécanismes qui sont nécessaires au niveau local pour le tourisme participatif pour l'auto-organisation feront partie de la formation.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Approche de l'atelier :</b> Le transfert des connaissances se fera à l'aide d'ateliers thématiques et interactifs.</p> <p>Le transfert met l'accent sur les groupes d'utilisateurs suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>personnel des administrations;</li> <li>personnel de l'hôtel, le touriste</li> <li>points d'information;</li> <li>guides locaux;</li> <li>organisations hôtes.</li> </ul> <p><b>1. Formation des entrepreneurs locaux</b> Le renforcement des capacités et le transfert des connaissances pour les entreprises locales impliquées directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme</p> <p><b>2. Formation des administrations publiques au niveau national en matière de la mise en relation des champs thématiques du tourisme et de la biodiversité</b></p> <p><b>3. Sensibilisation sur les enjeux du tourisme au sein de la communauté locale</b> Une approche basée sur la sensibilisation et le soutien du tourisme, de la biodiversité auprès des communautés locales. Cela encourage la participation de la communauté locale au cours du processus de développement du produit.</p> <p><b>4. Des ateliers communautaires</b> Des cours qui offrent aux communautés locales des connaissances sur le tourisme à échelle internationale, nationale et locale. Il s'agit de cours de compétences linguistiques, de styles de communication et de résolution des conflits.</p>
<b>Durée :</b>	Les cours seront établis en fonction du groupe cible et des besoins du site. La durée peut varier entre 2 et 6 jours.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les collectivités locales, les voyageurs, les organisations/agences nationales du tourisme et de la conservation, administrations territoriales, les organismes de gestion de destination, le secteur privé.
<b>Résultats attendus</b>	Connaissances générées et utilisées sur le tourisme et la biodiversité; Méthodologie de la formation et le matériel diffusé; et Efficacité de la formation et l'amélioration des mesures de suivi de formation.

## 5.06 Développer des cadres politiques qui intègrent la culture et le développement par le biais du tourisme

<b>Objectif :</b>	Fournir une assistance pour le développement des activités visées à créer des cadres politiques et des documents de projets qui intègrent la culture sous toutes les formes – patrimoine matériel et immatériel, patrimoine vivant, les industries culturelles et artisanat, musées – dans les processus de développement par le tourisme, s'appuyant sur l'expérience acquise à travers les programmes communs de l'OMD sur la Culture et le développement, qui comprenaient une composante touristique.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Appuyée sur une série d'ateliers et de sessions de formation professionnelle pour les décideurs, les gestionnaires de sites, des autorités locales et nationales de différents secteurs et disciplines, développer et distribuer du matériel de formation.</p> <p><u>Les thèmes des activités incluent:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluation et cartographie des biens culturels</li> <li>Collecte de données sur l'économie du secteur culturel, y compris le patrimoine matériel et vivant, industries culturelles, artisanat et musées</li> <li>Indicateurs de culture et de développement</li> <li>Évaluation des ressources humaines et des besoins en matière de formation</li> <li>Préserver le patrimoine</li> <li>Promouvoir et renforcer les événements et la création culturelle</li> <li>Mécanisme de coopération des intervenants du tourisme culturel</li> <li>Promouvoir/protéger la culture des minorités indigènes</li> <li>Promouvoir l'entreprise privée améliorer la gouvernance de la culture</li> <li>Renforcement des capacités dans les services touristiques</li> <li>Participation des communautés locales</li> <li>Développer des circuits et des produits touristiques</li> <li>Renforcer la culture et l'infrastructure du tourisme</li> <li>Développer les capacités institutionnelles</li> <li>Promouvoir le développement des femmes</li> </ul>
<b>Durée :</b>	À définir
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	États membres (décideurs locaux et nationaux), gestionnaires des sites, communautés locales, touristes, entreprises de l'industrie du tourisme à échelle internationale, locale, nationale, guides touristiques.
<b>Résultats attendus</b>	Cadres politiques, documents de projets exploitant les liens entre la culture sous toutes les formes et le tourisme pour le développement. Les cadres de coopération interdisciplinaires créés, population locale impliquée.

## 5.07 Programmes de renforcement des capacités sur la gestion du tourisme dans les sites du patrimoine

<b>Objectif :</b>	Offrir une formation aux administrations publiques compétentes et au secteur privé du tourisme à différents niveaux, qui mèneront à l'élaboration des politiques et des lignes directrices opérationnelles pour gérer la congestion des touristes sur les sites de patrimoine culturel et naturel, ainsi qu'améliorer la capacité du secteur du tourisme pour développer et présenter ses destinations et sites du patrimoine d'une manière plus globale.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Organiser un atelier basé sur l'expérience passée en matière de coopération pour soutenir la gestion du tourisme dans les sites culturels du patrimoine mondial ; les publications sur la gestion de la congestion et la communication du patrimoine, fournir les connaissances de base.</p> <p>Tendances du tourisme et gestion de la congestion ;</p> <p>Outils et politiques de tourisme durable : principes et pratique ;</p> <p>Evaluation des concepts clés sur la gestion de la congestion ;</p> <p>Impacts et défis de la congestion du tourisme ;</p> <p>Actions pour le contrôle de l'encombrement du tourisme ;</p> <p>Approche intégrée de gestion de la congestion ;</p> <p>Recommandations pour l'établissement d'objectifs de gestion ;</p> <p>Introduction des concepts clés de la communication du patrimoine ;</p> <p>Tendances actuelles dans le tourisme et le patrimoine ;</p> <p>Relier les touristes au Patrimoine ;</p> <p>Fournir une communication sur le patrimoine au sein de l'expérience touristique.</p>
<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Les autorités nationales du tourisme, le secteur privé et les organismes publics.
<b>Résultats attendus :</b>	Amélioration des capacités des autorités nationales du tourisme, du secteur privé et des organismes publics responsables du patrimoine culturel et naturel.



## 5.08 Renforcement des capacités de gestion touristique du patrimoine mondial et d'autres sites

Objectif :	Renforcer les capacités des gestionnaires de sites et des acteurs du tourisme du patrimoine dont l'industrie touristique, les guides touristiques et les représentants de la communauté locale sur la manière de préparer un plan de gestion touristique d'un site dans l'objectif double de préserver les valeurs du site et de permettre une utilisation durable des activités touristiques.
Méthodologie :	<p>Organisation d'une série d'ateliers et de séminaires. Une méthode participative associant les formateurs et les intervenants locaux sera utilisée.</p> <p>Les thèmes des ateliers comprennent:</p> <p><b>Création ou adaptation du cadre juridique</b> en utilisant les conventions de l'UNESCO sur la préservation du patrimoine comme référence</p> <p><b>Définition d'un concept commun de propriété</b> – y compris du patrimoine matériel et immatériel - par toutes les intervenants</p> <p><b>Définir une stratégie</b> de développement touristique et de ses objectifs</p> <p><b>Compte tenu des outils de coopération</b> et des méthodes permettant d'associer les intervenants</p> <p><b>Identifier les ressources humaines</b> et les besoins en matière de renforcement des capacités</p> <p><b>Mettre en place un système de collecte de données</b> sur le tourisme et construire un modèle économique du site, qui comprend l'artisanat et les produits des industries culturelles</p> <p><b>Présentation et interprétation du patrimoine</b></p> <p><b>Définir une description responsable et transparente</b> sur la façon dont le système de gestion fonctionne conjointement avec</p> <p><b>Un cycle de planification</b>, mise en œuvre, suivi, évaluation, évaluation et adaptation du plan</p>
Durée :	À définir
Bénéficiaires cibles :	États membres (décideurs locaux et nationaux), gestionnaires des sites, communautés locales, experts, entreprises de l'industrie du tourisme internationales, locales, nationales
Résultats attendus	Amélioration des capacités de gestion du tourisme sur les sites et de coopération entre la préservation du patrimoine et les acteurs du tourisme pour l'élaboration des politiques de tourisme sensibles à la préservation du patrimoine. Création d'emplois, générant des revenus pour la population. Un meilleur financement de préservation du patrimoine. Amélioration de la qualité du tourisme et hausse des revenus du tourisme.

## 5.09 Spécialisation touristique: tourisme culturel

<b>Objectif :</b>	Aider les pays à mieux formuler les politiques de tourisme au sein de la politique des industries créatives et à initier des mesures spécifiques pour renforcer l'économie créative, étant donné que ces secteurs sont interdépendants et peuvent se renforcer mutuellement.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Pour renforcer la participation</b> des principaux intervenants des industries culturelles dans le processus de formulation de la politique par le biais de la mise en place de mécanismes institutionnels visant à soutenir le développement des industries culturelles ;</p> <p><b>Pour faire des recherches et analyser</b> la valeur et l'importance du tourisme culturel pour l'expansion des services et des biens des exportations par les pays en développement ;</p> <p><b>Pour aider les pays en développement</b> intervenants dans la conception de leurs propres stratégies de développement des services.</p>
<b>Durée :</b>	Minimum 2 ans.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	<p>Décideurs ayant une compétence dans le domaine tels que les ministères du tourisme, du patrimoine culturel et environnemental ;</p> <p>Intervenants des industries culturelles/créatives et des associations travaillant dans (métiers d'art, arts visuels, travaillant dans les arts, du patrimoine, édition et presse écrite, conception, audiovisuels, expressions culturelles traditionnelles, etc..) ;</p> <p>Ministères et gouvernements concernés reliant (Culture, commerce, tourisme, technologie, environnement, développement) ;</p> <p>Universités et institutions travaillant dans le domaine des industries créatives (universités, centres de recherche, etc..) d'enseignement.</p>
<b>Résultats attendus :</b>	<p><b>Études axées sur les politiques nationales</b> pour aider les gouvernements à formuler une stratégie de développement qui permette d'optimiser le potentiel économique des secteurs culturels pour la création d'emplois, expansion du commerce et l'inclusion sociale ;</p> <p><b>Services consultatifs</b> visant à améliorer l'environnement institutionnel et réglementaire pour le développement des capacités productives créatives, l'entrepreneuriat culturel, les débouchés commerciaux ;</p> <p><b>Formation</b> pour les décideurs et les industries culturelles en matière de formulation de stratégies dans les industries culturelles ;</p> <p><b>Création de réseaux</b> pour faciliter l'échange d'informations entre les professionnels des industries culturelles et favoriser des synergies pour renforcer les capacités de l'offre intérieure ;</p> <p><b>Examens de la politique nationale de services</b> afin d'aborder plusieurs facteurs clés pour le développement de services de tourisme culturel, y compris l'existence d'un environnement porteur adéquat, la disponibilité d'une politique appropriée, d'un cadre réglementaire et institutionnel et l'identification des goulots d'étranglement potentiels au sein de la chaîne d'approvisionnement.</p>

## 5.10 Programmes de renforcement des capacités sur l'adaptation au changement climatique et mesures d'atténuation

<b>Objectif :</b>	Renforcer la capacité du secteur du tourisme à s'adapter aux changements climatiques et l'application des mesures d'atténuation afin de répondre aux défis que le réchauffement planétaire et ses effets connexes représentent pour le secteur du tourisme.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Série d'ateliers et de séminaires pratiques, en particulier pour les pays en développement et les petits États insulaires, mais aussi pour les régions vulnérables (ex. la Méditerranée), qui comprennent :</p> <p>Examen détaillé et complet de la recherche des impacts prévus, actuels et futurs, du changement climatique dans le tourisme mondial;</p> <p>Identification des spécificités du tourisme comme secteur économique hautement sensibles au climat;</p> <p>Analyse des impacts du changement climatique dans la destination ;</p> <p>Analyse des possibilités d'adaptation et d'atténuation du secteur touristique envers le changement climatique, notamment sur les possibilités de réduction des émissions clés pour le transport (transport de voiture, air et eau) et sur les mesures d'atténuation pour le secteur de l'hébergement;</p> <p>Identification des techniques d'adaptation et d'atténuation, les outils et les processus d'option pour l'atténuation et l'adaptation appropriée à une destination particulière ;</p> <p>Recommandations pour l'établissement d'un Plan d'Action qui fasse en sorte que la croissance du tourisme est compatible avec les nouveaux modes de consommation d'énergie et les nouveaux scénarios d'économies faibles en carbone.</p>
<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Autorités nationales et régionales du tourisme, secteur privé, autres intervenants (par exemple les autorités de l'environnement, les universités).
<b>Résultats attendus</b>	Amélioration des capacités des acteurs publics et privés dans leurs efforts d'intégration, d'atténuation et d'adaptation du changement climatique dans leurs programmes, buts, institutions et politiques à échelle nationale de manière pratique.

## 5.11 Efficacité énergétique et gestion de l'eau et des déchets dans le secteur de l'hébergement

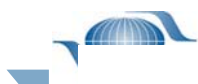
<b>Objectif :</b>	Développer la mise en place de technologies d'éco-efficacité énergétique, des déchets et de gestion de l'eau dans le secteur de l'hébergement (notamment au sein des PME) en développant des outils et des matériaux pour améliorer les mesures de gestion et les décisions d'investissement des PME, de l'énergie et de l'eau en contribuant ainsi à atténuer l'impact sectoriel sur l'environnement et à réduire les coûts.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Des méthodologies pour le secteur de l'hébergement ont été développées pour évaluer les pratiques courantes et les besoins en termes d'efficacité énergétique (EE), la gestion des déchets et de l'eau; l'identification et la mise en place de l'EE et l'efficacité des ressources (ER), les technologies de conservation de l'eau, les équipements, les fabricants et les fournisseurs afin de faciliter la compétitivité et l'innovation dans le secteur de l'eau. Assister le secteur du tourisme et sa chaîne d'approvisionnement à améliorer leur compétitivité et leur performance environnementale par le biais de la mise en œuvre des mesures d'efficacité des ressources.</p> <p><b>Module 1 :</b> Promotion d'ER dans le secteur de l'hébergement et de sa chaîne d'approvisionnement : vise à aider dans l'élaboration d'évaluations et la mise en œuvre pour améliorer la compétitivité au niveau de l'entreprise et la formation des experts nationaux dans ce domaine. Cela va conduire à une productivité améliorée des ressources, à une amélioration de la compétitivité et à la réduction des impacts environnementaux et sociaux négatifs. L'accent sera mis sur :  L'analyse comparative de l'utilisation des ressources et le développement de l'efficacité énergétique, des énergies renouvelables et des programmes de conservation  L'efficacité et la qualité des programmes de gestion de l'eau  Gestion des déchets en mettant l'accent sur les programmes de conversion de déchets-à-ressources  Les politiques d'achat pour intégrer l'utilisation de «produits verts» (biodégradables, recyclables, non toxiques, etc...)  Achats et pratiques alimentaires durables</p> <p><b>Module 2 :</b> développer la formation des formateurs du programme national de formation par les associations nationales.</p> <p><b>Module 3 :</b> Assistance technique/analyse comparative: un projet pilote est mis en place pour fournir de l'assistance technique aux fournisseurs d'hébergement et de développer les outils de renforcement des capacités. Le test pilote formulera également des plans d'action de l'entreprise en matière d'efficacité énergétique/d'efficacité des ressources / /déchets (EE / RE). Des mises en place faites par des hébergements participants qui pourront évaluer leur empreinte de consommation d'énergie et d'eau, ainsi que surveiller d'autres indicateurs tels que la production de déchets.</p>
<b>Durée :</b>	6 mois-2 ans selon la portée du projet.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Secteur de l'hébergement y compris; hôtels individuels, chaînes, maisons d'hôtes et associations de l'hôtellerie et du tourisme.
<b>Résultats attendus</b>	<p>Plus grande sensibilisation et compréhension de la part des fournisseurs du secteur de l'hébergement quant à l'impact du développement non durable de l'industrie touristique du secteur ; faciliter les mesures d'atténuation possibles et les mesures d'adaptation au changement climatique;</p> <p>Capacité accrue des institutions de soutien technique pour fournir une assistance au secteur du tourisme en matière d'élaboration et la mise en œuvre efficace des ressources et des programmes de déchets;</p> <p>La compétitivité de l'industrie touristique améliorée par les gains économiques obtenus grâce à l'utilisation efficace des ressources et à la prestation de services avec un profil environnemental et social amélioré.</p>

## 5.12 Hotel Energy Solutions – outils de gestion de l'énergie

<b>Objectif :</b>	Fournir une boîte à outils en ligne, facile à utiliser, pour aider les hôtels à réduire leur empreinte carbone et leurs coûts d'opération, en augmentant ainsi les bénéfices des entreprises.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Le e-toolkit HES offre les meilleures solutions pour améliorer et optimiser la performance énergétique, calculer l'investissement initial nécessaire et le retour sur l'investissement, et enfin, il compare les résultats avec des bâtiments similaires. Il aide les utilisateurs à élaborer une stratégie pour réduire la consommation d'énergie, la facture énergétique et l'impact sur l'environnement en aidant les destinations à devenir plus compétitives et durables.</p> <p>Il fournit :</p> <p>L'utilisation gratuite d'une série d'outils et de matériels pour aider les petites et moyennes entreprises hôtelières à planifier et investir dans les technologies d'efficacité énergétique et de technologies d'énergies renouvelables;</p> <p>Les outils de communication (images 3D vidéos et e-brochure) afin de sensibiliser les visiteurs sur l'importance des économies d'énergie. L'adaptation des logiciels existants est possible en fonction des besoins spécifiques, c'est-à-dire :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adaptation de la langue ;</li> <li>2. Atelier de renforcement des capacités;</li> <li>3. Adaptation régionale (climat, type de destination) et ressources (ex. eau, déchets).</li> </ol>
<b>Durée :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adaptation langue: 3-5 mois</li> <li>2. Atelier de renforcement des capacités: 2 semaines</li> <li>3. Étude préliminaire de l'adaptation régionale préliminaire: 6-12 mois</li> </ol>
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	<p>Hôtels, petites et moyennes entreprises dans toute l'Union européenne;</p> <p>Hôtels, associations du tourisme, organismes de gestion de destination, l'administration nationale du tourisme et les collectivités locales à l'échelle mondiale.</p>
<b>Résultats attendus</b>	<p>Le logiciel d'atténuation HES aidera et orientera les établissements d'hébergement à mieux comprendre leur consommation d'énergie et leur montrera comment améliorer leur gestion de l'énergie - comment augmenter l'efficacité énergétique et réduire les coûts d'exploitation. Il peut aider les destinations pour formuler les nouvelles politiques et mesures pour le secteur opérationnel.</p> <p><a href="http://www.hotelenergysolutions.net">www.hotelenergysolutions.net</a></p>

## 5.13 Formation des Tour-opérateurs et des guides – bonnes pratiques dans les environnements sensibles

<b>Objectif :</b>	<p>Renforcer les capacités des voyageurs et des guides pour intégrer la durabilité dans les visites guidées. Cela se fera à travers :</p> <p>Améliorer la performance environnementale et sociale des professionnels du tourisme travaillant surtout dans les environnements (tels que les montagnes, déserts, fonds marins, tourisme côtier, visites de la forêt tropicale ...) ;</p> <p>Contribuer à la conservation et au développement économique de la zone, augmenter l'attractivité des tour-opérateurs et améliorer les demandes des consommateurs.</p>
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Séminaire et ateliers de formation</b></p> <p><b>Stratégie globale :</b> Identifier les zones de bonnes performances où les professionnels du tourisme peuvent prendre des mesures pour améliorer la durabilité ; donner des exemples de bonnes pratiques dans les écosystèmes spécifiques; fournir une assistance aux opérateurs pour identifier les zones d'activité commerciale qui doivent s'améliorer et comment choisir les partenaires commerciaux et les fournisseurs en se basant sur des critères de durabilité ; fournir de l'assistance technique.</p> <p><b>Module 1 : Durabilité</b></p> <p>Vue d'ensemble de la zone spécifique, introduction aux écosystèmes et aux communautés. Aperçu des activités du tourisme et des visites guidées habituelles dans cette zone ; discuter à propos de la nature et des impacts potentiels du tourisme dans la région. Identifier l'importance et les avantages de l'adoption de bonnes pratiques</p> <p><b>Module 2: Bonnes pratiques commerciales</b></p> <p>Formation des visiteurs et interprétation: offrir une assistance technique aux professionnels afin d'éduquer les clients; Santé et sécurité : identifier l'éventail des risques potentiels associés aux activités liées aux visites guidées et aux groupes de touristes, identifier l'équipement de sécurité approprié; S'engager avec les communautés locales: offrir des recommandations aux professionnels.</p> <p><b>Module 3: Bonnes pratiques environnementales</b></p> <p>Fournir des recommandations spécifiques et une assistance technique aux participants ainsi que des conseils et des exemples de bonnes pratiques des voyageurs dans le monde entier sur les questions suivantes:</p> <p>Interaction avec la faune: consommation des ressources, utilisation de l'énergie et de l'eau, des transports, génération et élimination de déchets, contribuer à la conservation, changement climatique</p> <p><b>Module 4 : Bonnes pratiques pour les visites guidées</b></p> <p>Aider à identifier les activités du tourisme spécifiques liées à la région et leur impact sur la durabilité.</p> <p>Offrir aux professionnels des recommandations et une assistance technique sur le développement d'activités durables dans la zone.</p> <p><b>Module 5 : Évaluation et suivi</b></p> <p>Evaluer les connaissances et l'expérience des professionnels, identifier les lacunes et formuler des recommandations; offrir aux professionnels des outils d'auto-évaluation ; mise en œuvre du programme «formation des formateurs»; faciliter l'identification des organismes nationaux et locaux pour collaborer à l'élaboration de stratégie à long terme.</p>
<b>Durée :</b>	<p>3 à 5 jours pour un atelier</p> <p>3 mois pour la préparation</p>
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Tours opérateurs, professionnels du tourisme
<b>Résultats attendus</b>	<p>Etablir une plate-forme locale de tours opérateurs pour mettre en œuvre des bonnes pratiques travailler conjointement avec les organismes nationaux et locaux dans l'élaboration de stratégies de tourisme durable. Augmentation de la production des impacts économiques et sociaux positifs. Former le programme des formateurs.</p>



## 5.14 Ateliers de renforcement des capacités sur les risques et la gestion des crises et des techniques de récupération

<b>Objectif :</b>	Développer et renforcer systématiquement la capacité globale de développement des systèmes de gestion de crise pour le secteur du tourisme ; utiliser efficacement les techniques de récupération au niveau régional et national.
<b>Méthodologie :</b>	<p><b>Atelier sur le risque et la gestion des crises</b> Cet atelier aborde les questions de base d'une approche systématique de gestion des risques et des crises, y compris les structures organisationnelles nécessaires, les responsabilités, les politiques et les procédures. D'une manière interactive, mais aussi didactique, des experts nationaux et internationaux présentent les conclusions et assistent les participants à travers toutes les étapes nécessaires pour une gestion efficace des risques et des crises.</p> <p><b>Atelier sur les Techniques de récupération</b> Cet atelier traite des stratégies et des instruments disponibles pour la récupération des destinations touristiques. Elle traite et entraîne intensivement des avantages et de la pertinence des différentes stratégies de récupération, de la vaste gamme d'instruments et de techniques possibles.</p>
<b>Durée :</b>	2 - 3 jours / atelier
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administrations nationales du tourisme, organisations nationales du tourisme, les autorités de protection civile, fonctionnaires des ministères de l'intérieur, les affaires étrangères, ainsi que la santé et secteur privé.
<b>Résultats attendus :</b>	Soutenir les efforts de gestion de crise pour le tourisme au niveau national et le renforcement des capacités.

## 5.15 Développement de campagnes de tourisme durable

<b>Objectif :</b>	Développer des campagnes de tourisme pour sensibiliser les touristes sur la nécessité de contribuer au développement durable en choisissant leurs vacances de manière responsable.
<b>Méthodologie :</b>	<p>La méthodologie s'appuie sur l'initiative passeport vert du PNUE qui vise à améliorer les efforts du secteur du tourisme de communiquer avec les touristes par le biais de campagnes basées sur les questions de durabilité. Cela favorise un tourisme qui respecte l'environnement et les valeurs culturelles et apporte des avantages économiques et sociaux pour les communautés d'accueil.</p> <p>Plusieurs réunions consultatives et des outils innovants constituent l'approche méthodologique à un niveau de destination.</p> <p><b>Module 1 :</b> élaborer du matériel de communication pour les touristes</p> <p>guides de voyage</p> <p>sites web</p> <p>cartes postales, prospectus et brochure</p> <p><b>Module 2 :</b> Mettre en place un essai sur le terrain des matériels dans une destination touristique clé en développant une stratégie locale afin de sensibiliser les consommateurs.</p> <p>aider les touristes à minimiser leur empreinte en choisissant les moyens de transport moins polluants, trouver des hébergements à faible impact, améliorer leur efficacité énergétique dans les destinations, compensant les émissions de carbone inévitables de leur voyage et en leur fournissant des conseils de durabilité pour les aider à améliorer les moyens de subsistance dans les communautés d'accueil.</p> <p>Ce produit peut être développé en collaboration avec plusieurs activités de renforcement des capacités, peut fonctionner en parallèle avec la sensibilisation des intervenants à une destination et être développé pour se concentrer sur un certain nombre de publics ciblés différents.</p> <p><b>Module 3 (optionnel) :</b> développer un outil novateur pour promouvoir les fournisseurs de service et de produits de la destination qui participent au projet. Cet outil fournira une sélection de bonnes adresses (durables / produits touristiques eco-friendly et services, prestataires touristiques dont l'approche durable sera vérifiée), des conseils pratiques aux voyageurs responsables, des cartes et des itinéraires aux touristes et habitants. Les fournisseurs de produits touristiques et de services pourront bénéficier du renforcement de capacités en matière de pratiques durables et d'avantages de la certification comme un instrument de marketing/motivation à échelle nationale et internationale. Les hôtels participants participeront à un premier atelier qui les guidera dans la mise en œuvre des plans d'action visant à l'intégration de la durabilité.</p>
<b>Durée :</b>	Cela dépend de la taille du projet, du nombre de participants et du degré jusqu'au quel la durabilité a été incluse dans le tourisme de la destination concernée.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Conseils du tourisme national et régional, secteur privé, autres intervenants (par exemple les organismes de gestion de Destination, les universités). Appliquées avec succès au ; Brésil, Costa Rica, Equateur et l'Afrique du Sud. En développement en Israël, les territoires d'outre-mer français.
<b>Résultats attendus :</b>	Création d'une plate-forme complète sur les produits et services touristiques durables. Augmentation de la demande en matière des produits et des services touristiques durables.



## 5.16 Politiques et stratégies éco touristiques

<b>Objectif :</b>	Formulation d'une politique et d'une stratégie de l'écotourisme afin d'orienter le développement de celui-ci , opérations et gestion pour répondre aux objectifs à court et long terme du pays visant à optimiser les avantages économiques, sociaux, culturels et environnementaux découlant de l'écotourisme. Le développement de l'écotourisme, dans le cadre du tourisme durable, peut avoir un impact positif sur la génération de revenus, la création d'emplois et l'éducation et donc sur la lutte contre la pauvreté et la faim, la protection de l'environnement et la promotion du développement durable et peut contribuer directement à la réalisation des objectifs convenus au niveau international, y compris les OMD.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Approche en cinq étapes :</p> <p><b>Phase 1</b> – Préparation d'un rapport contenant une évaluation détaillée du scénario actuel de l'écotourisme dans le pays, identifiant les défis et les contraintes politiques ; identifier les opportunités et points de repère pour la future croissance de l'écotourisme dans le pays. Le rapport sera finalisé en consultation avec les principaux intervenants. Les questions qui seront abordées comprennent :</p> <p>Gestion du tourisme et des ressources naturelles (y compris la gestion des aires protégées).</p> <p>Législation et réglementation.</p> <p>Développement de produits et de la diversification (profil des produits touristiques).</p> <p>Marketing et promotion.</p> <p>Impact économique de l'investissement de l'écotourisme et du tourisme.</p> <p>Infrastructure touristique et la superstructure.</p> <p>Développement des ressources humaines (capacité et compétences en gestion du patrimoine naturel et interprétation pour le tourisme).</p> <p>Impacts socioculturels et environnementaux de l'écotourisme.</p> <p><b>Phase 2</b> – Élaboration d'un projet de politique d'écotourisme et de stratégies.</p> <p><b>Phase 3</b> – Organisation d'un Forum National pour recevoir les commentaires des intervenants sur le projet de politique de l'écotourisme.</p> <p><b>Phase 4</b> – Mise au point définitive de la politique de l'écotourisme.</p> <p><b>Phase 5</b> – Élaboration d'une stratégie d'écotourisme pour appliquer les recommandations de politique.</p>
<b>Durée :</b>	3 – 6 mois.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Administration nationale du tourisme, les gouvernements provinciaux, les organismes de gestion de destination et les autres acteurs du tourisme (par ex. Administration de Parcs).
<b>Résultats attendus :</b>	Une politique et une stratégie d'écotourisme saine pour le développement de l'écotourisme en accord avec les principes et les pratiques du développement durable.

## 5.17 Renforcement de la gouvernance du tourisme durable

<b>Objectif :</b>	Déterminer si et comment le cadre de la politique dans un pays et/ou une destination facilite la durabilité du tourisme à long terme et identifier les lacunes et les besoins en matière de gouvernance d'un tourisme durable et de gestion, ainsi qu'une vision et des recommandations pour les mécanismes les plus appropriés et des orientations pour les intervenants dans les pays et/ou de la destination sur les options, scénarios et plans de travail pour renforcer la gestion et la gouvernance du tourisme durable.
<b>Méthodologie :</b>	<p>Ce service, en principe, met l'accent sur le niveau des pays, et si nécessaire peut se concentrer sur une destination particulière dans le pays.</p> <p><b>Phase 1 – Évaluation</b> L'évaluation commence par une analyse des documents politiques existants, des réglementations et des autres documents concernant: le développement et la gestion du tourisme, la gestion de l'environnement et des ressources naturelles, y compris la gestion des aires protégées ; les politiques de développement durable, les stratégies de réduction de la pauvreté, les tendances de marché et de promotion, de capacités, le fonctionnement des entreprises touristiques, - les structures de gouvernance couvrant la planification, le contrôle du développement, les opérations touristiques et activités, la gestion directe et l'engagement communautaire.</p> <p><b>Phase 2 – Mission sur le terrain</b> Une mission sur le terrain est initiée pour mener des entretiens avec les intervenants clés afin d'étudier jusqu'à quel point les politiques, la gestion du pays et de la destination traitent les principaux domaines d'intervention qui peuvent aider à atteindre un meilleur tourisme durable, comment ces politiques et ces procédures sont applicables sur le terrain mais également comment identifier les obstacles à leur mise en œuvre effective. Les domaines particulièrement importants pour le tourisme durable incluent la formulation des priorités de développement durable dans l'ensemble et comment le tourisme peut se relier ; la présence d'une politique touristique globale et sa relation avec la durabilité ; les structures de gouvernance et de gestion qui traitent un large éventail des intérêts des intervenants, tant au niveau national que local (la responsabilité de la gestion courante du processus de développement vers le bas pour les différents niveaux de gouvernance).</p> <p><b>Phase 3 – Planification de l'action</b> Basée sur les conclusions et recommandations de l'évaluation, un plan d'action sur la gouvernance du tourisme durable et la gestion est préparé de manière participative, en définissant les activités de suivi nécessaires pour l'intégration de la durabilité du tourisme à long terme dans le cadre politique et réglementaire d'un pays/destination.</p> <p><b>Phase 4 – Atelier de renforcement des capacités</b> Basé sur l'évaluation et le plan d'action, un atelier de renforcement des capacités sera organisé dans le pays de destination/pour les représentants du secteur public, le secteur privé et la société civile ayant un intérêt dans le tourisme durable. L'atelier offrira des conseils aux intervenants clés pour examiner les options et les scénarios pour la gouvernance du tourisme durable, les encourager à collaborer et fournir des outils pratiques et des exemples pour commencer à mettre en œuvre les principales interventions proposées dans le plan d'action.</p>
<b>Durée :</b>	Trois missions de 1 à 2 semaines (pour l'évaluation, la planification des mesures et les capacités), répartis sur une période de 4 à 6 mois.
<b>Bénéficiaires cibles :</b>	Le secteur public, secteur privé et la société civile œuvrant dans le domaine du tourisme et du développement durable. Indirectement, les populations locales dans les destinations qui peuvent bénéficier d'une durabilité améliorée des activités touristiques.
<b>Résultats attendus :</b>	Une évaluation de l'état actuel de la gouvernance du tourisme durable et de gestion dans une destination ; un plan d'action exposant les mesures proposées pour améliorer la gouvernance et des mécanismes de gestion en vue de faciliter la durabilité à long terme du tourisme ; une capacité accrue d'intervenants provenant du secteur public, le secteur privé et la société civile pour le suivi des interventions proposées dans le plan d'action.

## Annexe 2 Documents d'orientation de développement du pays dans des cadres internationaux

Voici les documents principaux qui abordent les politiques et les stratégies de développement élaborés pour les pays en développement avec l'aide des organismes internationaux.

Les **Documents de Stratégie par Pays et Région** sont formulés par l'Union Européenne (UE) en consultation avec les pays bénéficiaires et en faisant participer les gouvernements, les membres des organes de l'état, des organisations non-étatiques et des autres donateurs<sup>79</sup>. Les documents de stratégie se basent sur l'analyse groupée de la région spécifique ou des problèmes nationaux, des contraintes et des besoins, en débouchant sur une définition des secteurs prioritaires pour l'assistance, qui sont en ligne avec les plans de développement nationaux et les stratégies de réduction de la pauvreté<sup>80</sup>. Ceci inclut des programmes indicatifs pluriannuels.

Les **programmes indicatifs régionaux et nationaux (PINs/PIRs), inclus dans les documents de stratégie et préparés par l'UE en consultation avec les pays bénéficiaires**, sont des cadres de programmation pluriannuels qui identifient un nombre limité d'axes d'étude pour l'intervention de l'UE. Ils présentent clairement les objectifs, les fonds disponibles et les domaines du programme ou du développement du projet pour les deux périodes qui font partie du cycle de programmation<sup>81</sup>. Alors que le tourisme est de plus en plus mentionné dans les documents de stratégie en tant que facteur potentiel de développement, très peu de PIN/PIR intègrent les interventions spécifiques à un secteur.

Le **Bilan Commun de Pays (BCP)**<sup>82</sup> est l'instrument habituellement utilisé dans le système des Nations Unies pour analyser la situation de développement national et pour identifier les questions clés du développement. Le BCP est un procès ainsi qu'un produit et prend en compte les priorités nationales en mettant l'accent sur les OMD et les autres engagements, buts et objectifs.

Le **Plan Cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement (PNUAD)** émerge des efforts analytiques et collaboratifs du BCP et représente la base des programmes de coopération du système des Nations Unies. Il fournit une réponse cohérente aux priorités et aux besoins nationaux en tant que cadre stratégique commun pour les activités opérationnelles au niveau national. Après une analyse approfondie des rapports disponibles du PNUAD<sup>83</sup>, on remarque qu'entre 35-40% des pays font référence au potentiel et à la contribution du tourisme au développement.

Les **Documents de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP)** initiés par la Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International en 1999 fournissent une évaluation de la pauvreté aux pays. Ils décrivent aussi les politiques et les programmes macroéconomiques, structurels et sociales que le pays devra mettre en place au cours des années afin de promouvoir la croissance et réduire la pauvreté, ainsi que les besoins en matière de financement extérieur et les autres sources de financement<sup>84</sup>. Le tourisme est identifié comme l'un des secteurs prioritaires dans le DSRP de nombreux pays en développement. D'après les prévisions de Mitchell et Ashley en matière des bénéfices économiques du tourisme, 80% sont reflétés dans les DSRP.<sup>85</sup>

<sup>79</sup> Programming - [http://ec.europa.eu/europeaid/how/finance/programming\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/how/finance/programming_en.htm)

<sup>80</sup> Joint declaration by the Council and the representatives of the governments of the Member States meeting within the Council, the European Parliament and the Commission on European Consensus on Development (European Union, 2006)

<sup>81</sup> Common framework for joint multiannual programming -

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/development/general\\_development\\_framework/r13007\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/development/general_development_framework/r13007_en.htm)

<sup>82</sup> Definitions as defined by the UNGA and as cited by at the official website of the UN-OHLLRS.

<sup>83</sup> UNWTO Working Paper No.01 (draft) UNDAF- Tourism Inclusion and Resource mobilization through DaO Joint Programming, March 2012.

<sup>84</sup> Poverty Reduction Strategy Factsheet - <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/prsp.htm>

<sup>85</sup> Mitchell, J., A Ashley, C.(2010) Tourism and poverty reduction: pathways to prosperity, Earthscan, London

**Le rapport sur les objectifs du Millénaire pour le développement (ROMD)** présente des données sur les actions des pays liées aux OMD et à leur achèvement, l'atteinte des objectifs et les indicateurs pour mettre l'accent sur les avancements du procès. Il inclut une série d'indicateurs grâce auxquels le pays peut évaluer son progrès en termes des OMD. La contribution du tourisme à l'atteinte des OMD (surtout l'OMD 1- Réduction de la pauvreté, OMD 3- Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes, OMD 8 – Mettre en place un partenariat mondial pour le développement ; cela a été signalé dans les rapports récents.

**Etude diagnostique sur l'intégration du commerce (EDIC)**, Le Cadre intégré renforcé pour l'assistance technique liée au commerce de l'OMC analyse les contraintes internes et externes de l'intégration d'un pays au sein de l'économie mondiale et identifie les domaines qui nécessitent l'assistance technique et les actions politiques qui peuvent aider le pays à surmonter ces obstacles<sup>86</sup>. Le CIR fonctionne dans 47 PMA. Une analyse qui comprend 35 EDIC a démontré que 30 pays parmi le groupe étudié considéraient le tourisme comme une priorité. La conclusion étant qu'un secteur touristique compétitif nécessite un cadre politique cohérent, des institutions efficaces, un secteur privé proactif et une stratégie de développement touristique nationale qui établisse des liens intersectoriels.

**Examens de la politique d'investissement** menés par la CNUCED est un cadre pour que le pays attire et bénéficie de l'investissement direct étranger (IDE). L'assistance technique est facilitée après une étude d'évaluation de la politique, de l'environnement institutionnel et réglementaire de l'IDE dans le pays. Actuellement, 33 pays ont été évalués ou sont dans le procès et le tourisme apparaît dans les études de plusieurs pays (par ex. Rwanda, Ghana, Népal, Tanzanie et Bénin entre autres).

---

<sup>86</sup> Country Trade Diagnostic Studies - <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/TRADE/0,,contentMDK:20615178~menuPK:1574524~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:239071,00.html>

## Annexe 3 Domaines du gouvernement qui influencent le tourisme durable

Le tableau suivant énumère plusieurs domaines de la gouvernance qui peuvent être représentés par plusieurs ministères ou départements et signale également que leurs responsabilités sont directement liées au tourisme.

Tourisme	Développement général, mise en place d'une politique touristique. Soutien au développement du tourisme, à la gestion et au marketing.
Cabinet du Premier Ministre	Position du tourisme dans la balance générale des politiques et des priorités.
Finance	Niveau de ressources budgétaires consacrées au tourisme. Politique de taxation.
Commerce	Négociations des termes du commerce. Promotion des exportations et des investissements.
Développement économique	Politiques de développement durable. Soutien à l'entreprise.
Environnement et ressources naturelles	Réglementation et évaluation de l'impact environnemental. Conservation de la biodiversité. Gestion des zones protégées. Gestion des ressources pour l'écotourisme.
Transport	Accessibilité, gestion de la circulation et problèmes de transport durable.
Culture	Gestion et conservation des sites historiques et du patrimoine culturel.
Agriculture	Sujets liés au développement rural et de la chaîne d'approvisionnement.
Education	Formation dans le tourisme.
Santé	Sujets liés à la sécurité et à la sécurité sociale pour les visiteurs et les employés.
Sport et loisirs	Promotion des attractions, des activités, événements, etc. Eléments du marché intérieur
Affaires intérieures	Crime et sécurité. Protection des enfants. Immigration et conditions pour l'obtention du visa
Affaires étrangères	Identifier les relations pays-destination. Relations internationales et régionales dans le développement.

Source: OMT et PNUE (2005) *Pour un tourisme plus durable*

## Annexe 4 Analyse de la chaîne de valeur pour évaluer l'impact sur les pauvres

L'analyse de la chaîne de valeur (ACV) étudie les flux de revenus dans le secteur du tourisme d'une destination. Elle analyse où et dans quelle mesure ceci est relié aux pauvres. Elle met l'accent sur les dynamiques d'interrelations avec le secteur productif.

De plus, elle identifie des opportunités pour augmenter les incidences économiques locales et découvre des domaines au sein de la chaîne de valeur du tourisme dans lesquels les pauvres pourraient participer davantage en fournissant ainsi la base pour des recommandations en matière d'interventions en leur faveur. L'ACV sert également pour définir des plans et des politiques faisant partie des buts de réduction de la pauvreté ainsi que dans la collecte de données pour justifier une intervention du gouvernement et des agences de développement, mais aussi pour suivre et évaluer l'impact de l'implémentation.

Voici un exemple clair du processus d'une ACV.

a)	Sous-chaîne* Ex.:	Hébergement	Nourriture et boisson	Brocante et Artisanat	Transport, excursion
b)	Chiffre d'affaires approximatif en fonction de la destination par sous-chaîne et par an	US\$...	US\$...	US\$...	US\$...
	% qui atteint la population locale	...%	...%	...%	...%
	Revenus approximatifs de la population locale	US\$...	US\$...	US\$...	...%
c)	Activités principales grâce auxquelles la population locale obtient ses revenus (inclus les revenus approximatifs par groupe, par an)	Ex : Personnel de l'hôtellerie (US\$...) Employés de la pension de famille (\$...)	Pêcheurs (\$...) Fermiers (\$...)	Tisserands (\$...) Vendeurs (\$...)	Chauffeurs de taxis (\$...) Propriétaires de bateaux (\$...) Guides (\$...)
d)	Conclusions concernant les revenus qui correspondent aux ménages pauvres de la destination	Ex: relativement bas. Quelques employés à échelle locale dans des emplois de ménage.	Ex : Élevé pour les pêcheurs locaux ; relativement bas pour les fermiers locaux étant donné que la plupart des produits agricoles proviennent d'ailleurs	Bas, que pour les tisserands.	Élevé pour les guides provenant de ménages pauvres.
e)	Opportunités principales pour augmenter les revenus de la population locale		Un approvisionnement plus élevé en aliments frais et des produits alimentaires spécialisés	Développer des produits d'artisanat locaux spécialement conçus	Formation de plus de guides locaux; développer de nouvelles excursions

\*les sous-chaînes qu'il faudra inclure dans le cadre dépendront des produits disponibles sur destination

Source: OMT (document de travail pour COAST – Actions collaboratives pour un tourisme durable – projet en Afrique)

Les démarches à mettre en place lors de l'ACV impliquent la collecte d'information et les entretiens dans la destination<sup>87</sup>. Ceci implique:

- Un aperçu d'ensemble de l'activité économique dans la zone
- Un inventaire des installations et des services du tourisme, ceci inclut les endroits dans lesquels les touristes peuvent dépenser de l'argent comme les sites du patrimoine, les marchés d'artisanat et les événements culturels
- Une évaluation de la nature de la pauvreté – où et qui sont les pauvres
- Identification des genres d'activités touristiques et des types de dépenses (sous chaînes)
- Enquêtes réalisées auprès des entreprises pour évaluer leur performance, l'emploi, les fournitures et autres formes de contact avec les communautés pauvres
- Tenir compte des marchés des visiteurs ; inclure une enquête réalisée auprès des touristes pour dresser un bilan de leurs dépenses
- Agrégation des résultats et conclusions.

---

<sup>87</sup> On peut trouver une description détaillée dans le (2010b) *Manual on Tourism and Poverty Alleviation: Practical Steps for Destinations* de l'OMT et SNV (2010b)

## Annexe 5 Références

European Commission (2004) *Green Paper on Public-Private Partnerships and Community Law on Public Contracts and Concessions* COM (2004) 327 European Commission, Brussels

European Commission (2011) *Increasing the impact of EU Development Policy: An Agenda for Change*, COM (2011)637, European Commission, Brussels

European Commission (2013) *A Decent Life for All: Ending poverty and giving the world a sustainable future*, COM (2013)92, European Commission, Brussels ([http://ec.europa.eu/europeaid/documents/2013-02-22\\_communication\\_a\\_decent\\_life\\_for\\_all\\_post\\_2015\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/documents/2013-02-22_communication_a_decent_life_for_all_post_2015_en.pdf))

European Union (2006) *The European Consensus on Development* European Parliament, Council and Commission, Official Journal of the European Union C 46/1 of 24.2.2006

European Union (2007) *EU Strategy on Aid for Trade*, Council of the European Union 14470/07, Brussels

Honeck, D. (2012), *LDC Export Diversification, Employment Generation and the "Green Economy": What role for tourism linkages?* Staff Working Paper ERSD-2012-24, 13 December 2012. World Trade Organization, Geneva ([http://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/ersd201224\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201224_e.htm))

Human Rights Council (2011) *Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, John Ruggie*, HRC 17<sup>th</sup> session, UN General Assembly A/HRC/17/31

Human Rights Council (2011) Seventeenth Session, UN General Assembly A/HRC/17/31

IFAD (2010) *Rural Poverty Report 2011*, International Fund for Agricultural Development, Rome

IHRB (2011) *More Than a Resource: Water, Business and Human Rights*, Institute for Human Rights and Business, London ([http://www.ihrb.org/pdf/More\\_than\\_a\\_resource\\_Water\\_business\\_and\\_human\\_rights.pdf](http://www.ihrb.org/pdf/More_than_a_resource_Water_business_and_human_rights.pdf))

ILO (1998) *Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*, International Labour Organization, Geneva

ILO (2010) *Development challenges in the hospitality and tourism sector* GDFHTS/2010 International Labour Organization, Geneva

ILO (2010) *Developments and challenges for the hospitality and tourism sector*, Issues paper for the Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector GDFHTS/2010 International Labour Organization, Geneva ([http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_166938.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_166938.pdf))

ILO (2011), *Toolkit on Poverty Reduction through Tourism in Rural Areas*, International Labour Organization, Geneva

IPCC (2007) *Fourth Assessment Report*, Intergovernmental Panel on Climate Change, World Meteorological Organization, Geneva



- Mitchell, J., and Ashley, C. (2010) *Tourism and poverty reduction: pathways to prosperity*, Earthscan, London
- OECD (2008) *Opening up Trade in Services: Key for Tourism Growth*, OECD Policy Brief, February 2008, OECD, Paris
- OECD, WTO, UNWTO (2013) *Connecting Developing Country Firms to Tourism Value Chains*, WTO 4<sup>th</sup> Global Aid for Trade Review, World Trade Organization, Geneva
- PARIS21 (2011) *Statistics for Transparency, Accountability and Results: A Busan Action Plan for Statistics*. November 2011 PARIS21 Partners ([www.paris21.org](http://www.paris21.org))
- Peeters, L. W. J. (2009), *Baseline Research Agenda, UNWTO Taskforce - Women Empowerment in Tourism*, Madrid, unpublished document
- Tourism Concern (2004) *Labour Standards, social responsibility and tourism*, Tourism Concern, London
- UN General Assembly (2012) *The Future We Want*, Resolution 66/288, 11 September 2012
- UNCTAD (2007) *FDI in Tourism: The Development Dimension*, UNCTAD/DITE/IIA/2007/5 United Nations, New York and Geneva
- UNCTAD (2010) *The contribution of tourism to trade and development* TD/B/C.I/8 United Nations, New York and Geneva
- UNDESA (2005) *Johannesburg Plan of Implementation*, UN Department of Economic and Social Affairs, 2005
- UNDP (2011) *Discussion Paper: Tourism and Poverty Reduction Strategies in the Integrated Framework for Least Developed Countries*, UNDP, Geneva
- UNEP (2008) *Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World*, UNEP, ILO, IOE, ITUC, UNEP, Nairobi. ([www.unep.org/labour\\_environment/features/greenjobs.asp](http://www.unep.org/labour_environment/features/greenjobs.asp))
- UNEP (2011) *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*, UNEP, Nairobi ([www.unep.org/greeneconomy](http://www.unep.org/greeneconomy))
- UNEP (2013) *Green Economy and Trade: Trends, Challenges and Opportunities*, UNEP, Nairobi (<http://www.unep.org/greeneconomy/GreenEconomyandTrade/GreenEconomyandTradeReport/tabid/106194/language/en-US/Default.aspx>)
- UNESCO (2008) *World Heritage Information Kit*, UNESCO World Heritage Centre, Paris ([http://whc.unesco.org/documents/publi\\_infokit\\_en.pdf](http://whc.unesco.org/documents/publi_infokit_en.pdf))
- UNWTO (1999) *Global Code of Ethics for Tourism*, UNWTO, Madrid (<http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism>)
- UNWTO (2004a) *Tourism and Poverty Alleviation: Recommendations for Action*, UNWTO, Madrid
- UNWTO (2004b) *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations – Guidebook*, UNWTO, Madrid
- UNWTO (2005) *Declaration: Harnessing Tourism for the Millennium Development Goals*, UNWTO, Madrid (<http://step.unwto.org/sites/all/files/docpdf/declaration.pdf>)

UNWTO (2008a) *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, UNWTO, Madrid

UNWTO (2008b) *International Recommendations for Tourism Statistics*, UNWTO, Madrid

UNWTO (2009) *From Davos to Copenhagen and beyond: advancing tourism's response to climate change – A UNWTO Background paper* UNWTO, Madrid

UNWTO (2010a) *Tourism and Biodiversity: Achieving common goals towards sustainability* UNWTO, Madrid

UNWTO (2010b) *Statement Regarding Mitigation of Greenhouse Gas Emissions from Air Passenger Transport*, UNWTO, Madrid (<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtoghaviationpolicy2010.pdf>)

UNWTO (2013) *Compendium of Tourism Statistics*, UNWTO, Madrid  
(<http://statistics.unwto.org/en/content/compendium-tourism-statistics>)

UNWTO and SNV (2010a) *Joining Forces – Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism*, UNWTO, Madrid

UNWTO and SNV (2010b) *Manual on Tourism and Poverty Alleviation – Practical Steps for Destinations*, UNWTO, Madrid and SNV Netherlands Development Organisation, The Hague

UNWTO and Ramsar Convention (2012) *Destination wetlands: supporting sustainable tourism* Secretariat of the Ramsar Convention on Wetlands, Gland, Switzerland and UNWTO, Madrid

UNWTO and UN Women (2011) *Global Report on Women in Tourism 2010* United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women and UNWTO, Madrid

UNWTO and UNEP (2005) *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, UNWTO, Madrid and UNEP, Paris

UNWTO, UNEP, WMO (2008) *Climate Change and Tourism – responding to Global Challenges*, UNWTO, Madrid

WEF (2009) *Towards a Low Carbon Travel and Tourism Sector*, World Economic Forum, Geneva

WEF (2013) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013*, World Economic Forum, Geneva

WTO (2009a) *Tourism Services, Background Note by the Secretariat*, WTO document S/C/W/298, 8 June 2009. World Trade Organization, Geneva

WTO (2009b), *Tourism Services, Background Note by the Secretariat, Addendum*, WTO document S/C/W/298/ Add, 1, 5 October 2009. World Trade Organization, Geneva

Yiu, L. and Saner, R. (2011) *Mainstreaming Tourism Development in Least Developed Countries: Coherence and Complementarity of Policy Instruments*, Centre for Socio-Economic Development, Geneva



---

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)  
Capitán Haya, 42-28020 - Madrid (Espagne)  
Courriel: [icr\\_sprm@unwto.org](mailto:icr_sprm@unwto.org)  
Tél.: +34 91 5678 100  
Fax: +34 91 571 37 33  
[www.unwto.org](http://www.unwto.org)