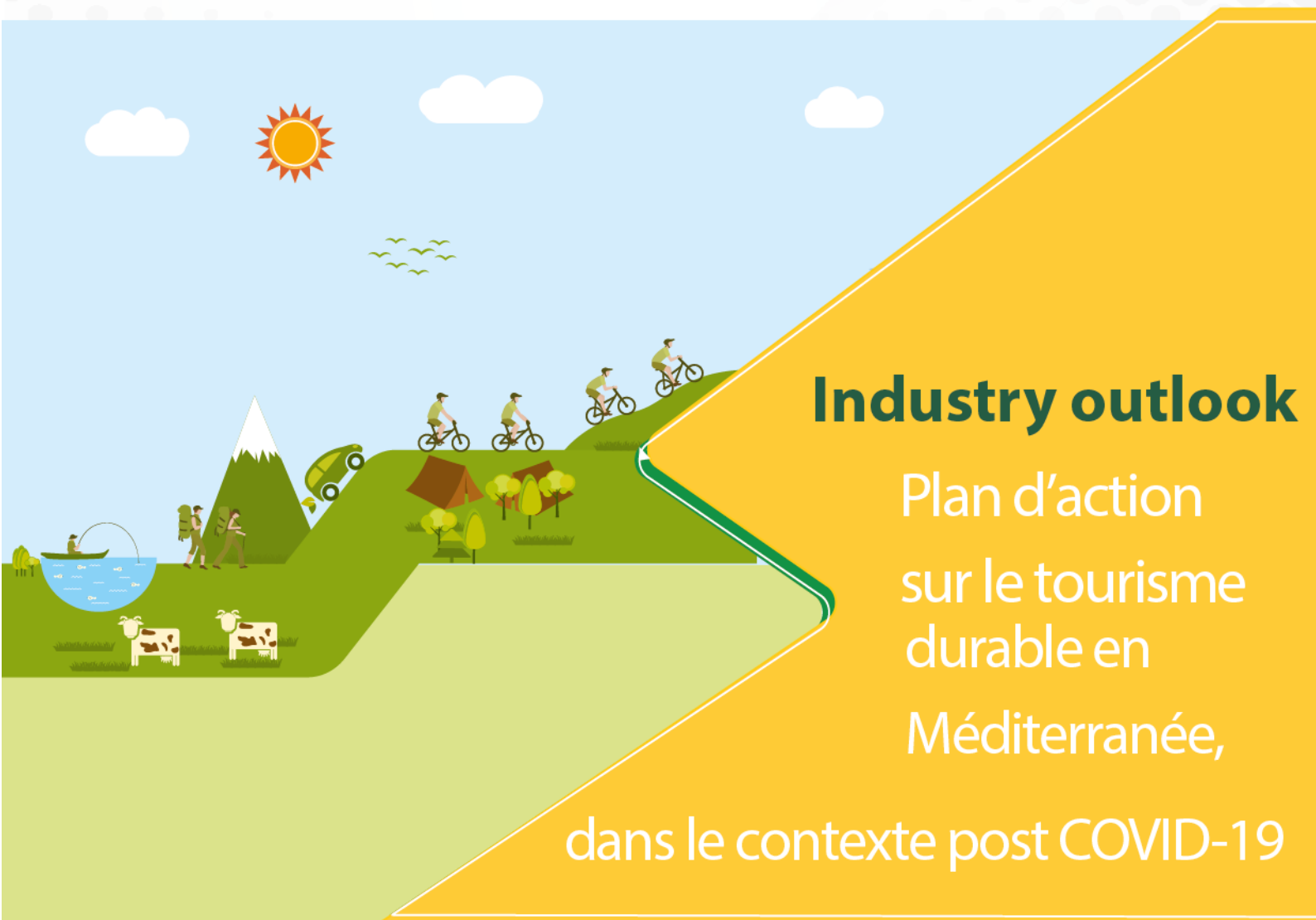




Project
funded by the
EUROPEAN UNION

EBSOMED
ENHANCING BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS

Sector Strategic Paper



Industry outlook

Plan d'action
sur le tourisme
durable en
Méditerranée,

dans le contexte post COVID-19

Ce document est produit par



ASCAME

ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط

Cámara
Málaga



Project
funded by the
EUROPEAN UNION

EBSOMED
ENHANCING BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS

Sector Strategic Paper

Plan d'action sur le tourisme durable en
Méditerranée, dans le contexte post COVID-19

Esther Martínez Reyes

Iván Cortés Gómez

Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de Services et
de Navigation de Malaga



INDEX

1. Introduction	4
1.1 Objectifs	5
a) Projet EBSOMED	5
b) Objectifs de l'étude	6
1.2 Méthodologie	7
1.3 Définition du secteur du tourisme durable	8
1.4 Objectifs de développement durable de la région méditerranéenne	16
2. La situation de l'épidémie de COVID-19	23
2.1 Les possibles scénarios de récupération	33
2.2 Les principales recommandations pour la relance économique	35
3. La situation du tourisme et du tourisme durable en Méditerranée	39
3.1. Principales données du secteur du tourisme dans les régions d'Europe, d'Afrique et du Moyen-Orient	39
3.2 Radiographie du secteur du tourisme dans les pays de la région méditerranéenne	45
3.3 Principaux segments et tendances du tourisme dans les pays méditerranéens	47
3.4 Les principales initiatives, défis et niches du tourisme durable	49
3.5 Principaux résultats du « Comité de l'Alliance Sectorielle » du secteur du tourisme	59
4. Principales initiatives et institutions de tourisme durable	64
5. Focus sur l'investissement étranger direct dans le secteur du tourisme en Méditerranée	69
6. Les dernières tendances et profils du touriste responsable	74
7. Recommandations et conclusions	77
Recommandations au niveau méditerranéen	77
Recommandations au niveau des destinations touristiques (pays ou région)	78
Recommandations au niveau de l'entreprise	80
Conclusion	81
8. Bibliographie	84

1. Introduction

Le rôle du secteur du tourisme dans le monde, plus particulièrement au niveau de la région méditerranéenne, est incontestable.

En 2019, il a été enregistré près de 1.500 millions d'arrivées internationales dans le monde, avec une croissance régulière au cours des 10 dernières années. Cette activité a généré US\$1.700 milliards de dollars, occupant le 3^e poste d'exportation et représentant 50 % des exportations de certains pays émergents. Selon les dernières données disponibles, **le secteur du tourisme représente environ 10 % du PIB mondial** (impacts directs, indirects et induits). En outre, le secteur du tourisme **génère un poste de travail sur onze dans le monde**, dont un pourcentage élevé est occupé par des femmes et des jeunes. Tout cela fait du tourisme **un secteur économique clé dans de nombreuses économies du monde**, et encore plus dans les pays émergents.

Dans la région méditerranéenne, le nombre d'arrivées internationales a atteint 406 millions de voyageurs, ce qui indique que **plus de 28 % des arrivées internationales dans le monde choisissent la Méditerranée pour voyager**. En outre, la région a connu un taux de croissance moyen de 4,8 % au cours des dix dernières années. En moyenne, **le tourisme contribue à environ 15,31 % du PIB des pays méditerranéens**, ce qui souligne l'importance du secteur touristique dans les économies de la région.

Malheureusement, les conséquences de la pandémie globale causée par le COVID-19, qui a débuté en 2020, ont sérieusement affecté le secteur du tourisme dans le monde entier., en réduisant l'activité au minimum et en ayant un impact dramatique sur le développement et l'évolution des entreprises, des emplois et des destinations touristiques.

Malgré les conséquences que cette pandémie provoque, en raison de l'importante contribution du secteur dans les économies de la région, tant négative que positive, les institutions les plus importantes du monde entier considèrent **le développement du tourisme durable comme la seule**

possibilité dont dispose le secteur du tourisme pour se récupérer de la situation actuelle et assurer sa viabilité future.

D'autre part, on observe une **tendance à la hausse des touristes intéressés à minimiser leur impact sur l'environnement**, qui exigent des initiatives et une gestion durable des destinations touristiques qu'ils visitent.

Cette étude a pour objectif de réaliser une analyse de l'état actuel du tourisme durable dans les pays méditerranéens, d'étudier les possibilités d'amélioration et de fournir des recommandations aux entités publiques et privées afin de positionner la destination de tourisme durable de la Méditerranée. En outre, cette étude présente une étude des organisations et des initiatives disponibles et résume les bonnes pratiques que les destinations et les entreprises engagées dans la durabilité mettent en œuvre.

1.1 Objectifs

Cette étude a été élaborée par la Chambre Officielle de Commerce, Industrie, Navigation et Services de Malaga, en tant que membre affilié du projet EBSOMED (*Enhancing Business Support Organizations and Business Networks in the Southern Neighborhood*), dans le cadre du programme EUROPEAID cofinancé par la Commission Européenne.

a) Projet EBSOMED

Ce projet de 4 ans (2018-2022) vise à stimuler l'écosystème d'affaires méditerranéen, à promouvoir le développement économique inclusif et à stimuler l'investissement et la création d'emplois par le renforcement des Organisations de Soutien aux Entreprises (OSE) dans les pays voisins du Sud de la Méditerranée.

Plus précisément, EBSOMED améliorera la capacité de gestion des Organisations de Soutien aux Entreprises (OSE) dans la zone Euro-Méditerranéenne grâce à l'amélioration des services destinés aux PME.

Les objectifs du projet EBSOMED sont :

- Optimiser la performance et la compétitivité des Organisations de Soutien aux Entreprises de la région Euro-méditerranéenne grâce l'amélioration des services offerts à leurs membres.
- Revitaliser les réseaux d'affaires à travers la mise en place de plateformes régionales et la promotion de nouveaux partenariats bilatéraux et multilatéraux entre les OSE du Nord et celles du Sud de la Méditerranée.
- Développer une stratégie régionale et des plans d'action autour de secteurs d'activités à forte valeur ajoutée et générateurs d'emplois.
- Renforcer le Partenariat institutionnel entre l'Union Européenne et les Pays du Voisinage Sud de la Méditerranée et consolider les mécanismes de coopération Sud-Sud.
- Améliorer l'image des pays du sud de la Méditerranée grâce à un partenariat public-privé plus structuré et la diffusion de bonnes pratiques dans la région.
- Accroître le commerce et stimuler les investissements dans la région Méditerranéen.
- Garantir la viabilité des projets financés par l'Union Européenne grâce à une meilleure visibilité et synergie avec les initiatives de coopération régionales et nationales.

b) Objectifs de l'étude

Cette étude vise à analyser l'importance et l'évolution du tourisme dans le monde, plus particulièrement dans la région méditerranéenne, en mettant en évidence la pertinence du secteur du tourisme dans chacun des pays, ainsi que la situation actuelle dans chacun d'eux, en ce qui concerne la mise en œuvre du tourisme durable et des Objectifs de Développement Durable (ODD).

Elle aspire également à présenter les outils dont disposent les destinations, les institutions et les entreprises de la région méditerranéenne, afin de développer une gestion durable des destinations touristiques.

Finalement, l'étude comprend une série de recommandations et de conclusions destinées aux institutions, destinations et entreprises touristiques de la région, pour construire une destination touristique méditerranéenne durable.

1.2 Méthodologie

En vue de réaliser une analyse exhaustive du tourisme durable en Méditerranée, plusieurs sources de grande valeur ont été utilisées. D'une part, les informations fournies par les institutions et les organismes officiels qui génèrent des renseignements sur le tourisme en général, et sur le tourisme durable en particulier, notamment l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), le Réseau de Solutions pour le Développement Durable (SDSN), la Commission Européenne et les sources nationales officielles des pays qui font l'objet de cette étude.

D'autre part, les informations fournies par le panel d'experts méditerranéens réunis lors du Comité de l'alliance sectorielle : " Vers un plan d'action sur le tourisme durable pour la Méditerranée dans le contexte post-COVID ", qui a lieu le 17 décembre 2020 dans le cadre du projet EBSOMED, ont également été prises en considération.

De plus, les résultats de l'enquête menée par l'Association des Chambres de Commerce et d'Industrie de la Méditerranée (ASCAME) sur la situation actuelle du tourisme dans les pays méditerranéens, ainsi que les mesures prises par les pays en réponse à la pandémie, et les politiques de tourisme et de tourisme durable développées dans les pays de la région, sont également mentionnés dans cette étude.

Finalement, toutes ces informations ont été analysées afin de présenter une série de recommandations et conclusions sur lesquels les pays méditerranéens devraient travailler pour faire de la Méditerranée une destination touristique durable.

1.3 Définition du secteur du tourisme durable

En 1995, l'UNESCO, l'Organisation Mondiale du Tourisme et d'autres organisations internationales ont organisé le premier Sommet International sur le Tourisme Durable, au cours duquel la Charte mondiale du tourisme durable a été approuvée. Ce document a introduit le modèle du tourisme durable.

Selon l'*Organisation Mondiale du Tourisme*, le tourisme durable est défini comme « un tourisme qui tient pleinement compte des impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, pour répondre aux besoins des *visiteurs, de l'industrie, de l'environnement et des communautés d'accueil* ».

Le tourisme durable n'est pas un segment du tourisme, ni une classification multisectorielle du tourisme. Les pratiques de gestion durable peuvent être appliquées dans tous les genres de destinations, matures ou émergentes, ainsi que dans tous les genres de segments touristiques. Les principes du tourisme durable sont les suivants : **Aspect Environnemental, Socioculturel et Économique**.

Parmi les effets positifs du développement du tourisme durable, il y a les *impacts économiques*, tels que la création d'emplois et de revenus ; les investissements publics et privés ; les *impacts environnementaux*, tels que la sensibilisation à l'environnement, la lutte contre la pollution ou la nécessité de conserver les espaces naturels ; et finalement les *impacts sociaux*, tels que la création d'emplois, les infrastructures ou les améliorations destinées au tourisme qui bénéficient à la population locale, l'appréciation de la culture et de l'artisanat locaux.

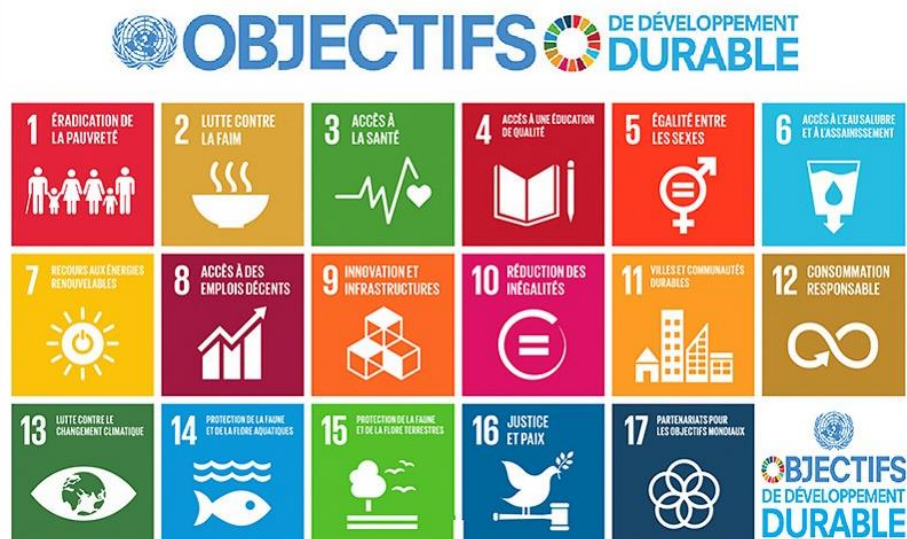
À l'inverse, le tourisme peut également générer des effets négatifs, notamment des *impacts économiques* tels que l'inflation, l'inégalité des conditions de travail, la répartition déséquilibrée des revenus ; des *impacts environnementaux* tels que la destruction d'espaces naturels, la pollution de l'air, de l'eau et du sol, ou l'impact sur le paysage ; et, finalement, des *impacts sociaux* tels que la perte de la culture et des traditions, les changements

drastiques dans la population locale, ou la surexploitation des ressources culturelles et naturelles.

La gestion durable des destinations consiste à **maximiser les effets positifs** sur le plan économique, social et environnemental, et à **minimiser les effets négatifs** découlant d'un éventuel excès de touristes dans certaines parties des pays ou régions, ou à certaines périodes de l'année, afin de générer une croissance durable complète, tant pour l'industrie que pour l'environnement.

Grâce aux enseignements tirés de la mise en place des Objectifs Millénaires pour le Développement (OMD), approuvés en 2000, les Nations Unies ont approuvé en 2015 l'Agenda 2030 pour le développement durable et, avec cela, les Objectifs de Développement Durable (ODD), un cadre composé de 17 objectifs et 169 cibles, par lequel les États, la société civile et le secteur privé peuvent orienter et mesurer leurs contributions au développement durable jusqu'en 2030.

Les Objectifs de Développement Durable de l'Agenda 2030 pour le développement durable sont :

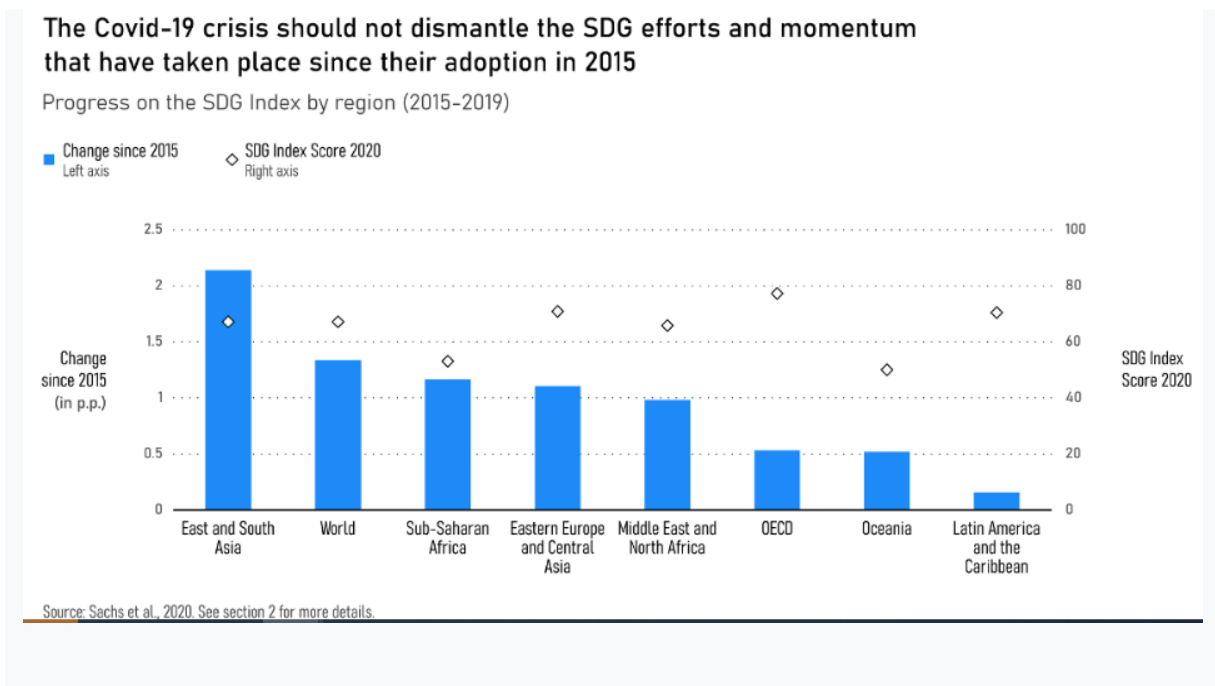


Source : Organisation de Nations Unies

Le nouveau programme de développement est le plus ambitieux à ce jour, puisque les 17 objectifs visent à éradiquer la pauvreté, à protéger la planète et à assurer l'égalité et la prospérité pour tous.

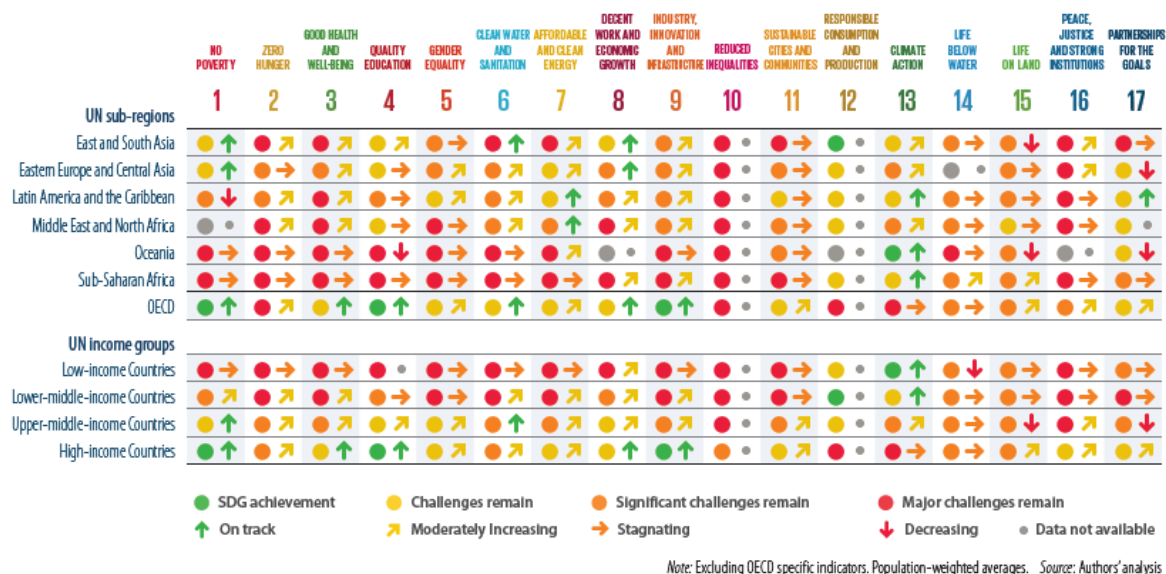
Afin d'établir un diagnostic de départ, ainsi que pour pouvoir suivre les progrès accomplis dans la réalisation des ODD, un système d'indicateurs a été créé pour relier les objectifs et les cibles.

On observe que l'évolution de la mise en œuvre des ODD, mesurée par l'indice SGD, de 2015 à 2019, a été inégale entre les différentes régions du monde, comme le montre le graphique suivant (le niveau de la mise en œuvre des ODD dans chaque pays sera analysé dans la suite):



Source : Les objectifs de développement durable et la COVID-19. Rapport sur le développement durable 2020

Par ailleurs, comme le montre le tableau ci-dessous, la mise en œuvre des ODD diffère selon le niveau de revenu des pays :



Source : Les objectifs de développement durable et la COVID-19. Rapport sur le développement durable 2020

Le tourisme, comme indiqué ci-dessus, en raison de sa taille, de sa croissance, de son potentiel de création d'emplois, d'échanges, d'impacts, etc., est l'un des secteurs les plus dynamiques et les plus vastes, et peut apporter une contribution décisive à la mise en œuvre des ODD. De même, le développement de certains ODD peut contribuer à l'amélioration des destinations touristiques durables.

Comme le montre le tableau suivant, le secteur du tourisme peut contribuer directement ou indirectement à chacun des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD). Plus encore, il est concrètement présent dans les cibles des objectifs suivants : Objectif 8 : Travail décent et croissance économique, Objectif 12 : Consommation et production responsables, et Objectif 14 : Vie marine.

En outre, le secteur du tourisme, pour se soumettre à l'Agenda 2030 et aux ODD, implique toutes les parties prenantes : les destinations touristiques qui doivent travailler sur l'intégration des ODD, les entreprises et entités, les

centres de recherche, ainsi que les touristes et les citoyens concernant leur engagement envers la durabilité.

Le tableau ci-dessous présente une explication détaillée des 17 Objectifs de Développement Durable, la contribution que le secteur du tourisme peut apporter à chacun d'entre eux, ainsi que certaines pratiques que les entreprises et/ou les destinations peuvent mettre en œuvre concernant ces objectifs. Cette analyse tente d'illustrer l'applicabilité que le tourisme peut apporter aux différents ODD.

Objectifs de développement durable (ODD) - Agenda 2030	Contribution du tourisme à chaque ODD	Pratiques du secteur du tourisme dans chaque ODD
ODD 1. Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde	En raison de sa croissance et de sa contribution, le tourisme est bien positionné pour favoriser le développement et la croissance économique à tous les niveaux et pour fournir des revenus par la création d'emplois, en particulier dans les pays en développement. Il convient toutefois de veiller aux effets négatifs d'éventuels chocs socio-économiques.	Conditions de travail décentes pour les employés tout au long de la chaîne de valeur. Formation et recrutement dans les communautés locales Politiques d'égalité dans l'entreprise
ODD 2. Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir une agriculture durable	Le tourisme doit promouvoir une agriculture durable et l'utilisation de produits locaux. Éviter la substitution de terres à l'usage touristique, afin de prévenir l'augmentation excessive des prix liés aux produits agricoles.	Projets de collaboration orientés vers le développement des économies locales. Des conditions de travail décentes pour les employés tout au long de la chaîne de valeur. Politiques d'égalité dans l'entreprise.
ODD 3. Donner aux individus les moyens de vivre une vie saine et promouvoir le bien-être à tous les âges	Le développement du tourisme conduit souvent à la mise en place de structures sanitaires dans les destinations, mais il s'accompagne aussi du danger de la raréfaction des ressources ou du changement des modes de vie.	Promouvoir le développement des lieux où l'entreprise opère. Promouvoir la sensibilisation des voyageurs et des touristes. Mettre en place des mesures de santé et de sécurité.
ODD 4. Veiller à ce que tous puissent suivre une éducation de qualité dans des conditions d'équité et promouvoir les possibilités	Le développement du tourisme durable nécessite la capacitation de tous les acteurs impliqués dans les pratiques durables. Le tourisme peut inciter des investissements dans l'éducation et la formation des citoyens.	Projets de coopération orientés vers le développement des économies locales. Modèles de gestion et bonnes pratiques commerciales.



d'apprentissage tout au long de la vie		Renforcement des capacités en matière de pratiques durables.
ODD 5. Réaliser l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles	Le tourisme compte un pourcentage élevé de femmes salariées et chefs d'entreprise et constitue un outil important pour favoriser l'autonomisation. Mais l'objectif devrait être de renforcer le leadership des femmes et leur participation à la prise de décision.	Promouvoir le développement des lieux où l'entreprise opère. Politiques d'égalité dans l'entreprise.
ODD 6. Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau	Le tourisme peut jouer un rôle crucial dans l'accès responsable aux ressources en eau, mais en même temps, le touriste est en concurrence avec les communautés locales pour la distribution de cette ressource et cela peut être un facteur déterminant de la pollution de l'eau.	Gestion durable de l'eau dans la gestion de l'entreprise, en évitant la pollution. Gestion durable et protection des habitats marins et côtiers.
ODD 7. Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durable et moderne, à un coût abordable	Le tourisme est un secteur qui nécessite une consommation d'énergie importante et il peut contribuer à garantir et à promouvoir l'accès universel à des services énergétiques propres, intelligents et modernes, en améliorant l'efficacité et en augmentant considérablement l'utilisation des sources renouvelables.	Mettre en place des mesures d'économie d'énergie et d'efficacité dans les activités de l'entreprise. Mettre en œuvre des systèmes de gestion certifiés selon les normes internationales.
ODD 8. Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous	Le tourisme peut être un outil puissant pour atteindre la prospérité et réduire les inégalités lorsqu'il implique la population locale et tous les acteurs clés. Le problème peut se poser au niveau de la qualité des emplois créés et de la répartition de la richesse générée au niveau de la destination.	Conditions de travail décentes pour les employés tout au long de la chaîne de valeur. Encourager le recrutement et la formation d'employés, notamment de jeunes, issus des communautés locales. Promouvoir la responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement. Élaboration d'un code d'éthique de l'entreprise.
ODD 9. Mettre en place une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation	Le tourisme doit mettre au service des communautés locales sa capacité à attirer des ressources pour la matérialisation de structures et d'infrastructures à la disposition des touristes et des résidents. Mais ces projets doivent être planifiés et mis en œuvre en donnant la priorité au bien-être des communautés locales.	Investir dans des installations, des technologies et des transports qui bénéficient aux touristes et à la population locale. Intégrer les personnes handicapées en supprimant les obstacles.
ODD 10. Réduire les inégalités entre les pays et en leur sein	L'élimination des obstacles pour parvenir à l'inclusion, en intégrant des critères d'égalité dans tous ses aspects et en promouvant de nouvelles formes de tourisme avec une vision de garanties sociales.	Projets de coopération orientés vers le développement des économies locales. Offrir des conditions de travail décentes.



<p>ODD 11. Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables</p>	<p>Cela peut entraîner un double impact sur la durabilité des villes et des communautés. D'une part, le tourisme peut inciter les entités publiques à investir dans les structures et les infrastructures, mais d'autre part, la fluctuation croissante de la population peut accélérer les problèmes auxquels les villes surpeuplées doivent faire face.</p>	<p>Investir dans des installations, des technologies et des transports qui bénéficient aux touristes comme aux habitants.</p> <p>Inclure l'utilisation des nouvelles technologies.</p> <p>Intégrer des mesures et des politiques visant à inclure les personnes handicapées.</p>
<p>ODD 12. Établir des modes de consommation et de production durables</p>	<p>Promouvoir un changement de valeurs, du tourisme basé sur la consommation pour répondre aux besoins, à un tourisme d'expérience dans lequel le plaisir est basé sur des relations intangibles et des produits immatériels. Coopérer avec les producteurs pour renforcer la production locale et durable de biens et de services et le travail décent, ainsi que la distribution d'une grande partie des bénéfices dans la destination.</p>	<p>Promouvoir le passage d'un tourisme centré sur la consommation pour satisfaire les besoins, à un tourisme centré sur les expériences, à travers les relations et l'interaction avec les communautés locales et d'autres produits non matériels. Coopérer avec les producteurs pour renforcer la production locale et durable de biens et de services, ainsi qu'assurer des conditions de travail dignes et la redistribution des richesses.</p>
<p>ODD 13. Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions</p>	<p>Le tourisme contribue au changement climatique car le secteur est fortement dépendant et affecté par la consommation d'énergie, et en particulier d'énergie provenant de combustibles fossiles. Le tourisme joue un rôle de premier plan dans la réponse globale au changement climatique.</p>	<p>Assurer une gestion durable et protéger les habitats.</p> <p>Mettre en œuvre des systèmes de gestion reconnus et certifiés à l'échelle internationale.</p>
<p>ODD 14. Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable</p>	<p>Le secteur du tourisme dépend fortement de la santé des écosystèmes marins, tandis que le développement du tourisme a, de son côté, un impact écologique sur les côtes. Le développement du tourisme dans les destinations marines devrait faire partie de la gestion intégrée des zones côtières, afin de contribuer à la conservation et à la préservation des écosystèmes.</p>	<p>Assurer une gestion durable des habitats afin de garantir leur protection à long terme.</p> <p>Mettre en œuvre des systèmes de gestion certifiés au niveau international.</p> <p>Actions destinées aux touristes et à la population locale pour les sensibiliser à l'environnement.</p>
<p>ODD 15. Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres</p>	<p>Le tourisme orienté vers la nature est celui qui s'est le plus développé ces dernières années. Le développement du tourisme a des impacts négatifs par la destruction de l'habitat et la pollution de diverses sortes. C'est pour cette raison que le tourisme doit adopter des stratégies et des mesures de prévention des impacts négatifs, notamment en ce qui concerne les déchets et la destruction de l'écosystème, la conservation et la restauration.</p>	<p>Mesures destinées aux touristes et aux habitants pour les sensibiliser à l'environnement</p> <p>Sensibiliser les voyageurs pour faire de la durabilité un attribut précieux dans le choix de la destination.</p>

<p>ODD 16. Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable</p>	<p>Surtout en raison de la diversité des intérêts des gouvernements, des entreprises et de la population, les actions en faveur du tourisme durable doivent être formulées dans le cadre d'un modèle de gouvernance participative, inclusive et durable de la destination, et de promotion de la culture de la paix et du dialogue interculturel dans les destinations.</p>	<p>Développer un code d'éthique d'entreprise.</p> <p>Conditions de travail décentes pour les employés tout au long de la chaîne de valeur.</p>
<p>ODD 17. Partenariats pour la réalisation des objectifs</p>	<p>Grâce à sa nature intersectorielle, le tourisme peut renforcer les partenariats public-privé et impliquer de multiples parties prenantes, afin de contribuer aux ODD. La création d'alliances pour la durabilité du tourisme entre les territoires et les destinations, visant à revitaliser le Partenariat mondial pour le développement durable, est la ligne directrice du déroulement de cet objectif.</p>	<p>Créer des partenariats public-privé avec la société, les universités, le secteur public et les entreprises pour réaliser des projets qui contribuent au développement du tourisme durable.</p>

Source : Elaboration propre à partir de « Le secteur du tourisme et des Objectifs de développement durable » et GUIDE POUR LE TOURISME DURABLE. Défis du secteur du tourisme avant l'Agenda 2030 »

En ce qui concerne l'analyse de l'activité touristique et sa relation avec les Objectifs de développement durable, et d'après l'étude « Guide Pour Le Tourisme Durable. Défis du secteur du tourisme avant l'Agenda 2030 », on souligne les conclusions suivantes :

- Le modèle de développement touristique qui vise principalement à multiplier le nombre de touristes et les revenus ne contribue pas à la transition vers la durabilité et à la réalisation des *Objectifs de développement durable*.
- En outre, le développement du modèle actuel de tourisme non durable dans de nombreux pays signifie que plus le développement touristique est rapide et considérable, plus l'impact sur la biodiversité des écosystèmes forestiers, terrestres et marins est élevé.
- Les pays qui mettent en œuvre de réelles politiques de durabilité environnementale pour leur territoire montrent un plus haut niveau de conformité avec les ODD. En ce sens, les objectifs de consommation responsable (ODD 12), d'action climatique (ODD 13), de conservation des écosystèmes terrestres (ODD 15) et de

partenariats pour la mise en œuvre de l'Agenda 2030 (ODD 17) ressortent comme les ODD qui contribuent le plus à la durabilité des destinations touristiques.

- Finalement, les analyses montrent que le fait qu'un pays s'engage dans le développement de mesures visant à améliorer la sécurité (ODD 16), l'égalité (ODD 10) et les infrastructures (ODD 9) influence directement l'attraction d'un plus grand nombre de touristes et, par conséquent, l'augmentation des revenus générés par cette activité.

Le Secrétaire Général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, a récemment déclaré : « La durabilité ne doit plus être une niche dans le tourisme, mais doit être la nouvelle norme dans chaque segment du secteur. C'est l'un des éléments fondamentaux de nos lignes directrices globales pour relancer le tourisme. Nous devons transformer le tourisme et faire de cette pandémie un tournant en faveur de la durabilité. »










1.4 Objectifs de développement durable dans la région méditerranéenne

Dans cette section, nous pouvons observer une série de graphiques et d'images sur la situation dans laquelle se trouve chacun des pays qui composent la région méditerranéenne, en ce qui concerne le niveau de conformité aux Objectifs de développement durable.

De cette façon, il est possible de visualiser les progrès et les efforts plus importants qui ont été faits, ainsi que les défis et les aspects à améliorer.

Le graphique ci-dessous montre le classement des pays en fonction du résultat obtenu dans le *SDG Index Score*, qui est un indice indicatif du niveau de conformité des pays par rapport aux ODD. Bien que les pays de la rive nord de la Méditerranée occupent de meilleures positions dans ce classement (France, Croatie, Espagne, Italie, Serbie, Chypre, Bulgarie, Grèce, Bosnie-Herzégovine), les pays de la rive sud ne sont pas très en retard et ont obtenu de très bons résultats (Algérie, Tunisie, Maroc, Egypte, etc.) :

Table 2
The 2020 SDG Index scores

	Rank	Country	Score	Rank	Country	Score
	1	Sweden	84.7	43	Greece	74.3
	2	Denmark	84.6	44	Luxembourg	74.3
	3	Finland	83.8	45	Uruguay	74.3
	4	France	81.1	46	Ecuador	74.3
	5	Germany	80.8	47	Ukraine	74.2
	6	Norway	80.8	48	China	73.9
	7	Austria	80.7	49	Vietnam	73.8
	8	Czech Republic	80.6	50	Bosnia and Herzegovina	73.5
	9	Netherlands	80.4	51	Argentina	73.2
	10	Estonia	80.1	52	Kyrgyz Republic	73.0
	11	Belgium	80.0	53	Brazil	72.7
	12	Slovenia	79.8	54	Azerbaijan	72.6
	13	United Kingdom	79.8	55	Cuba	72.6
	14	Ireland	79.4	56	Algeria	72.3
	15	Switzerland	79.4	57	Russian Federation	71.9
	16	New Zealand	79.2	58	Georgia	71.9
	17	Japan	79.2	59	Iran, Islamic Rep.	71.8
	18	Belarus	78.8	60	Malaysia	71.8
	19	Croatia	78.4	61	Peru	71.8
	20	Korea, Rep.	78.3	62	North Macedonia	71.4
	21	Canada	78.2	63	Tunisia	71.4
	22	Spain	78.1	64	Morocco	71.3
	23	Poland	78.1	65	Kazakhstan	71.1
	24	Latvia	77.7	66	Uzbekistan	71.0
	25	Portugal	77.6	67	Colombia	70.9
	26	Iceland	77.5	68	Albania	70.8
	27	Slovak Republic	77.5	69	Mexico	70.4
	28	Chile	77.4	70	Turkey	70.3
	29	Hungary	77.3	71	United Arab Emirates	70.3
	30	Italy	77.0	72	Montenegro	70.2
	31	United States	76.4	73	Dominican Republic	70.2
	32	Malta	76.0	74	Fiji	69.9
	33	Serbia	75.2	75	Armenia	69.9
	34	Cyprus	75.2	76	Oman	69.7
	35	Costa Rica	75.1	77	El Salvador	69.6
	36	Lithuania	75.0	78	Tajikistan	69.4
	37	Australia	74.9	79	Bolivia	69.3
	38	Romania	74.8	80	Bhutan	69.3
	39	Bulgaria	74.8	81	Panama	69.2
	40	Israel	74.6	82	Bahrain	68.8
	41	Thailand	74.5	83	Egypt, Arab Rep.	68.8
	42	Moldova	74.4	84	Jamaica	68.7



Rank	Country	Score	Rank	Country	Score
85	Nicaragua	68.7	126	Syrian Arab Republic	59.3
86	Suriname	68.4	127	Senegal	58.3
87	Barbados	68.3	128	Côte d'Ivoire	57.9
88	Brunei Darussalam	68.2	129	The Gambia	57.9
89	Jordan	68.1	130	Mauritania	57.7
90	Paraguay	67.7	131	Tanzania	56.6
91	Maldives	67.6	132	Rwanda	56.6
92	Cabo Verde	67.2	133	Cameroon	56.5
93	Singapore	67.0	134	Pakistan	56.2
94	Sri Lanka	66.9	135	Congo, Rep.	55.2
95	Lebanon	66.7	136	Ethiopia	55.2
96	Nepal	65.9	137	Burkina Faso	55.2
97	Saudi Arabia	65.8	138	Djibouti	54.6
98	Trinidad and Tobago	65.8	139	Afghanistan	54.2
99	Philippines	65.5	140	Mozambique	54.1
100	Ghana	65.4	141	Lesotho	54.0
101	Indonesia	65.3	142	Uganda	53.5
102	Belize	65.1	143	Burundi	53.5
103	Qatar	64.7	144	Eswatini	53.4
104	Myanmar	64.6	145	Benin	53.3
105	Honduras	64.4	146	Comoros	53.1
106	Cambodia	64.4	147	Togo	52.7
107	Mongolia	64.0	148	Zambia	52.7
108	Mauritius	63.8	149	Angola	52.6
109	Bangladesh	63.5	150	Guinea	52.5
110	South Africa	63.4	151	Yemen, Rep.	52.3
111	Gabon	63.4	152	Malawi	52.2
112	Kuwait	63.1	153	Sierra Leone	51.9
113	Iraq	63.1	154	Haiti	51.7
114	Turkmenistan	63.0	155	Papua New Guinea	51.7
115	São Tomé and Príncipe	62.6	156	Mali	51.4
116	Lao PDR	62.1	157	Niger	50.1
117	India	61.9	158	Dem. Rep. Congo	49.7
118	Venezuela, RB	61.7	159	Sudan	49.6
119	Namibia	61.6	160	Nigeria	49.3
120	Guatemala	61.5	161	Madagascar	49.1
121	Botswana	61.5	162	Liberia	47.1
122	Vanuatu	60.9	163	Somalia	46.2
123	Kenya	60.2	164	Chad	43.8
124	Guyana	59.7	165	South Sudan	43.7
125	Zimbabwe	59.5	166	Central African Republic	38.5

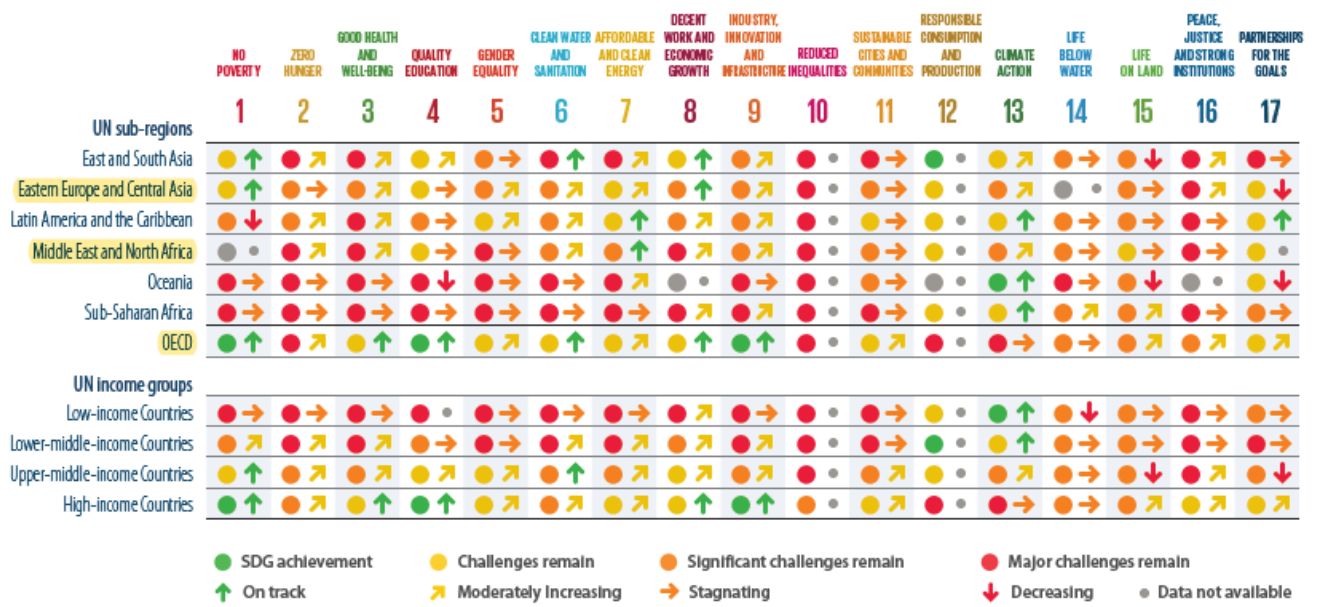


Source : Les objectifs de développement durable et COVID-19. Développement durable Rapport 2020

Ci-dessous, voici un tableau avec une comparaison du niveau de conformité aux 17 ODD par régions du monde, ainsi que l'évolution et les tendances observées dans chaque région :

Figure 12

2020 SDG dashboards (levels and trends) by United Nations sub-regions and income groups



Note: Excluding OECD specific indicators. Population-weighted averages. Source: Authors' analysis

Source : Les objectifs de développement durable et COVID-19. Développement durable Rapport 2020

En ce qui concerne la Région de l'Europe de l'Est et de l'Asie centrale, on souligne les grands progrès réalisés par rapport aux objectifs 1 et 8, respectivement sur l'éradication de la pauvreté et la croissance économique soutenue. Des progrès significatifs ont également été réalisés pour les objectifs 3, 5, 6, 7, 9, 13 et 16.

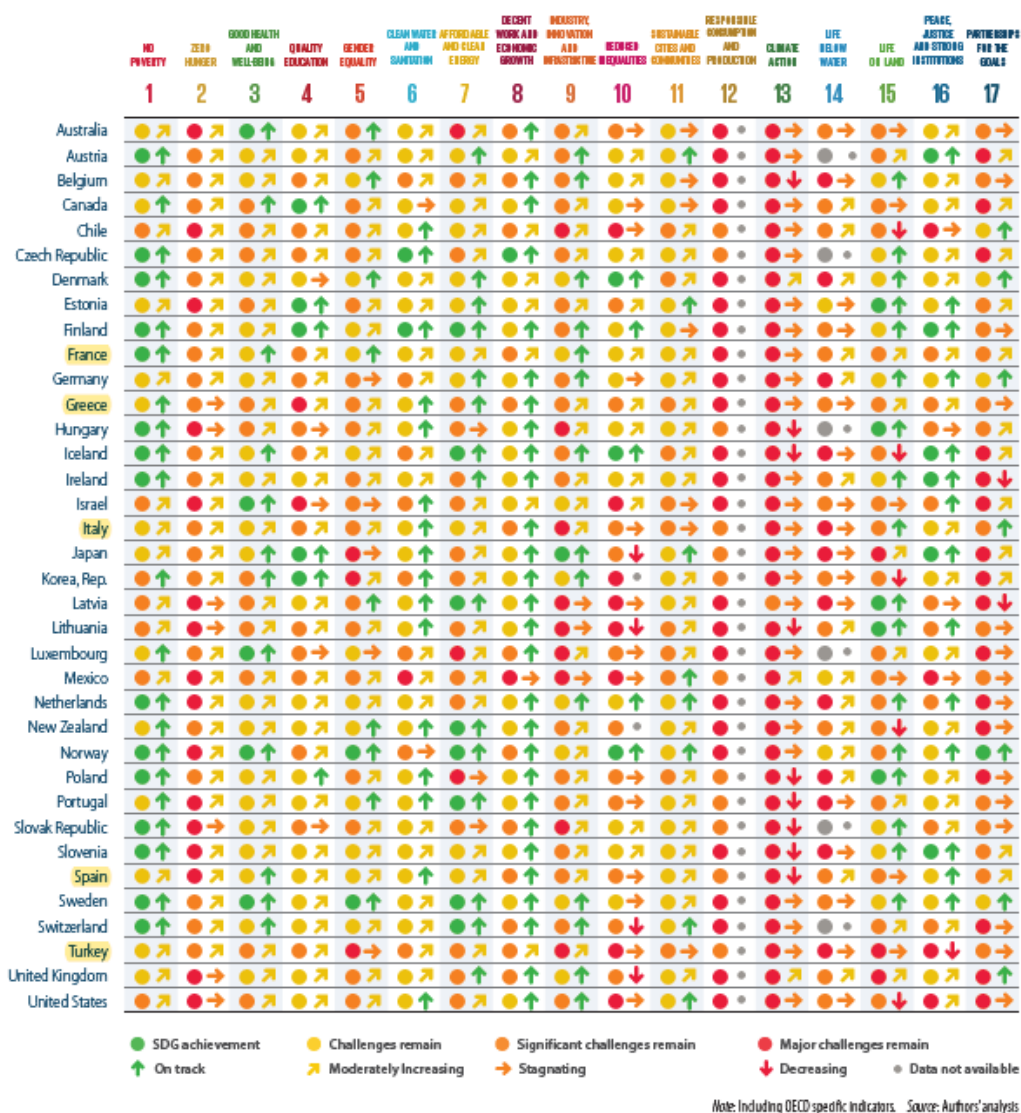
La région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord a obtenu de très bons résultats en ce qui concerne l'objectif 7, l'accès à l'énergie abordable, fiable, durable et moderne. La région a également obtenu une évolution positive en termes des objectifs 2,3,6,8, 9 et 13.

En ce qui concerne les pays de l'OCDE, il convient de dire que les objectifs 1, 4 et 9 sont actuellement atteints, avec des progrès significatifs sur les objectifs 3,4,6 et 8.

Le graphique ci-dessous montre le niveau de conformité à chaque ODD par pays. Ceux appartenant à la région méditerranéenne sont indiqués en jaune.

Au sein de ce bloc de pays méditerranéens appartenant à l'OCDE, nous pouvons observer les améliorations significatives réalisées par la France, la Grèce, l'Italie et l'Espagne (chacun de ces pays dispose de 4 indicateurs en vert et la plupart en progrès) dans la réalisation des Objectifs de Développement Durable, ainsi que les gains notables que connaît la Turquie (avec plusieurs indicateurs en progrès).

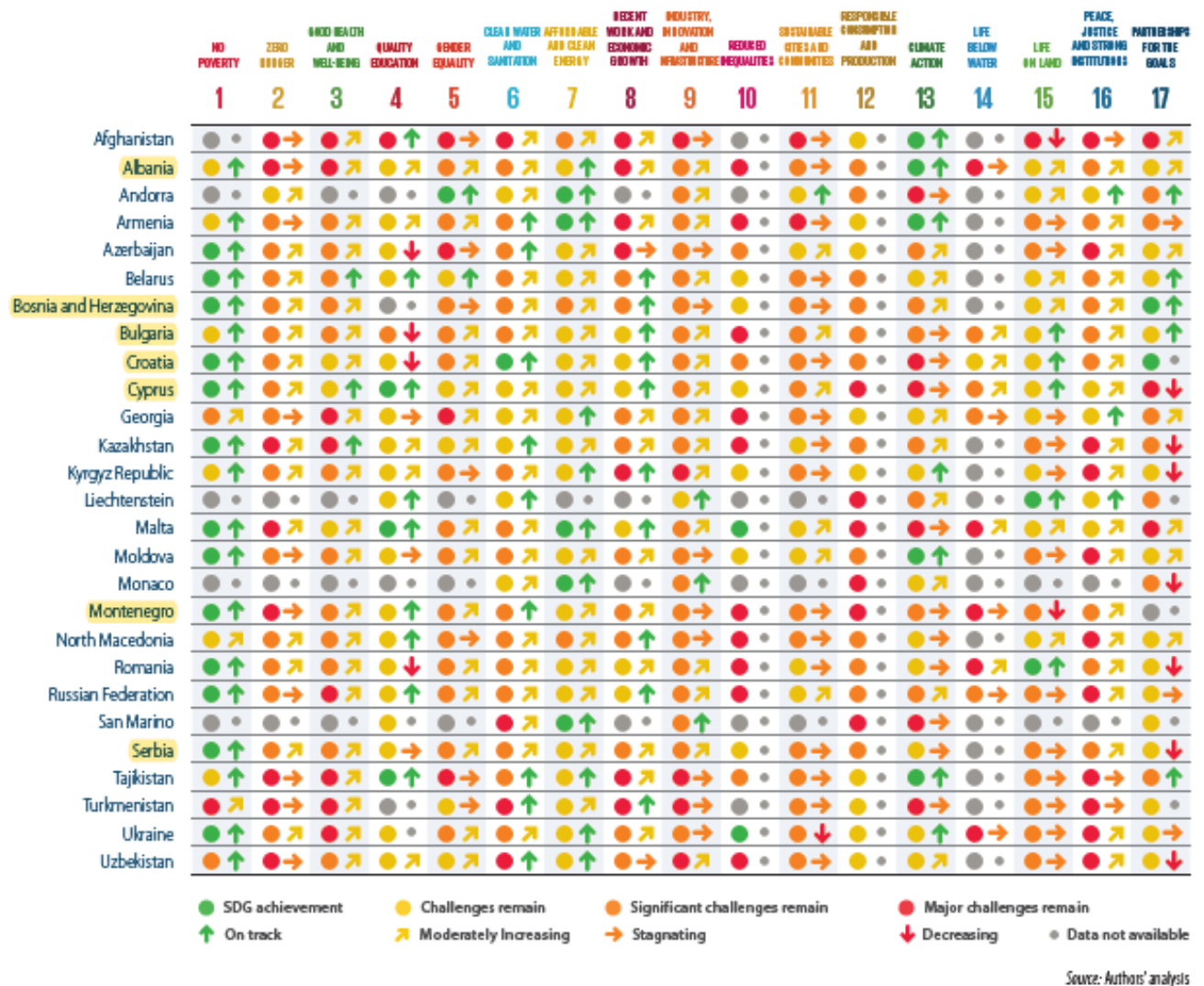
Figure 14
2020 SDG dashboards (levels and trends) for OECD countries



Source : Les objectifs de développement durable et COVID-19. Développement durable Rapport 2020

En ce qui concerne les pays méditerranéens du bloc de l'Europe de l'Est et de l'Asie centrale, on constate une amélioration significative en termes des objectifs 1 et 8, bien que d'autres objectifs ont également une bonne tendance à la hausse. Ces pays sont l'Albanie, la Bosnie-Herzégovine, la Bulgarie, la Croatie, Chypre, le Monténégro et la Serbie.

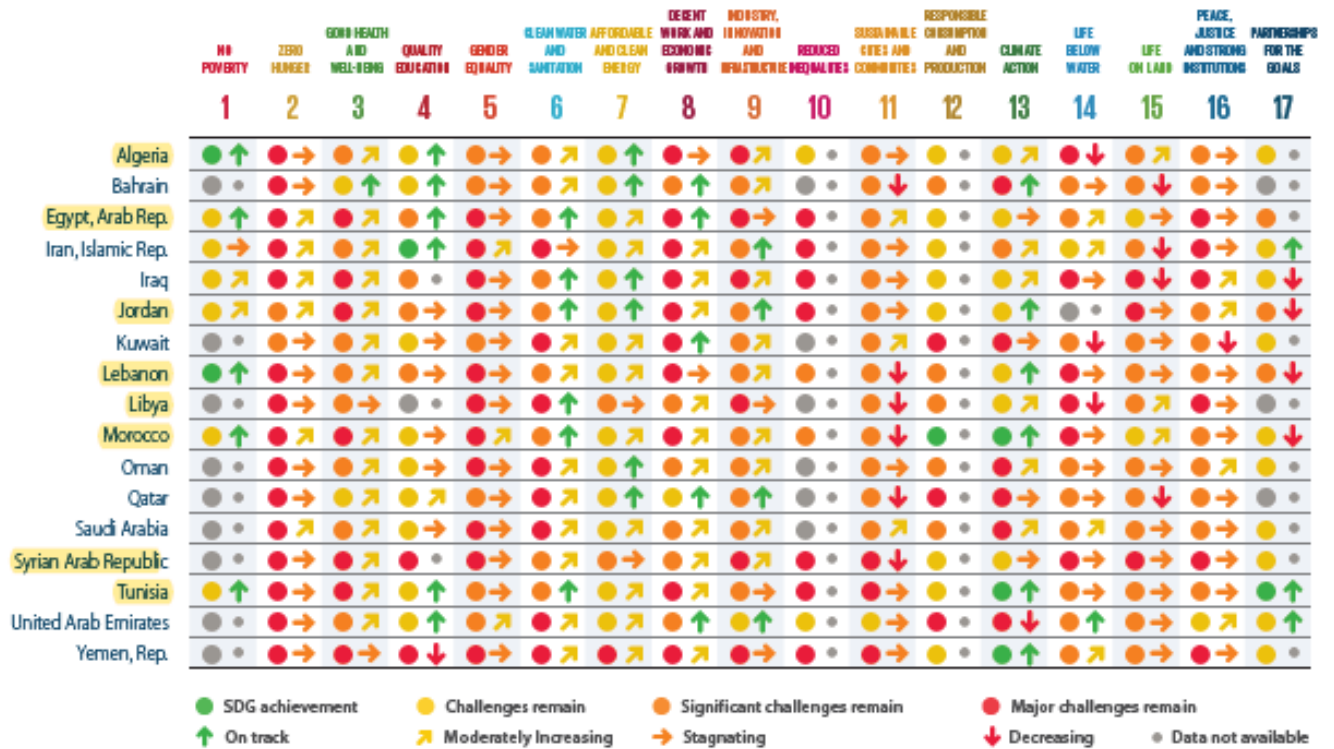
Figure 15
2020 SDG dashboards (levels and trends) for Eastern Europe and Central Asia



Source : Les objectifs de développement durable et COVID-19. Développement durable Rapport 2020

Finalemment, en ce qui concerne les pays méditerranéens de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, c'est-à-dire l'Algérie, l'Égypte, la Jordanie, le Liban, la Libye, le Maroc, la Syrie et la Tunisie, il convient de souligner les progrès significatifs réalisés par la plupart d'entre eux, mais surtout en termes d'éradication de la pauvreté, objectif numéro 1. Ils présentent également une évolution positive globale significative dans la réalisation des objectifs 3, 4, 6 et 7.

Figure 17
2020 SDG dashboards (levels and trends) for the Middle East and North Africa



Source: Authors' analysis

Source : Les objectifs de développement durable et COVID-19. Développement durable Rapport 2020

2. La situation de l'épidémie de COVID-19

La COVID-19 est une maladie infectieuse causée par le coronavirus, dont le premier épisode a éclaté à Wuhan, en Chine, en décembre 2019. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a déclaré le COVID-19 comme une situation d'urgence de santé publique internationale le 31 janvier 2020 et comme une pandémie le 11 mars 2020. Actuellement, le COVID-19 touche de nombreux pays dans le monde, avec 96 millions de cas et plus de deux millions de décès signalés au 20 janvier 2021.

Malheureusement, le secteur du tourisme est l'un des secteurs les plus touchés par la pandémie du COVID-19, qui a fait de 2020 la plus mauvaise année jamais enregistrée dans l'histoire du tourisme, notamment en raison des restrictions de voyage, de la faible confiance des touristes et de la lutte mondiale pour contenir le virus COVID-19.

Selon les informations fournies par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), les destinations ont reçu 1,000 million de touristes internationaux en moins au cours de l'année 2020, par rapport à la même période en 2019, où 1,459 million de touristes internationaux ont été accueillis. Cela a entraîné une perte de 1,3 milliard USD de recettes d'exportation provenant du tourisme international. Selon les Nations Unies, 100 à 120 millions d'emplois directs sont menacés, notamment dans les petites et moyennes entreprises.

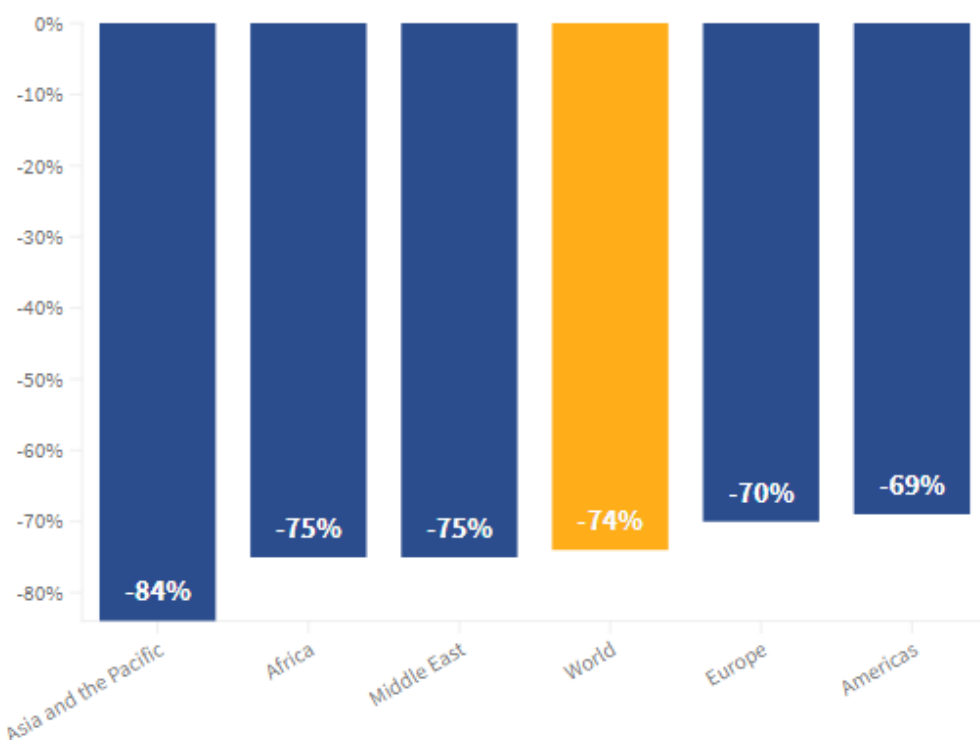
Dans ces conditions, le tourisme mondial sera redescendu à son niveau d'il y a 30 ans, avec une perte de plus de 2 % du PIB mondial d'ici 2019.

Selon les données fournies par la Commission Européenne, ce déclin du tourisme au cours de l'année 2020 générera d'importantes pertes de revenus : 85% pour le secteur hôtelier, 85% pour les tour-opérateurs, 85% pour les trains de longue distance et 90% pour les compagnies croisières et aériennes. En outre, il ne faut pas oublier que dans de nombreux pays, il existe un ensemble d'entreprises autour du tourisme qui ne fait pas partie de ces secteurs, comme les guides touristiques, les transports, la

culture, les loisirs, l'artisanat, etc. qui seront également gravement touchés.

La baisse des arrivées internationales au niveau mondial sera de 74 % en 2020. Ce pourcentage de baisse diffère d'une région à l'autre, surtout en fonction du niveau des restrictions de voyage, de l'évolution de la demande et de la situation de la pandémie.

Change (%) 2020, by region



Source: [Source: World Tourism Organization \(UNWTO\) ©](#)
Data as collected by UNWTO, January 2021. Published: 28/01/2021

Source : Organisation mondiale du tourisme

Le tableau suivant analyse les données relatives aux diminutions des arrivées de touristes internationaux dans la plupart des pays de la région méditerranéenne, de janvier à octobre 2020, par rapport à 2019 (données fournies par l'Organisation Mondiale du Tourisme).

PAYS	(Augmentation ou diminution en % Janvier - octobre 2020 par rapport à 2019)										
	Jan	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Total
Albanie	19	14	-66	-97	-96	-72	-67	-63	-36	-47	-60
Algérie											
Bosnie-Herzégovine	24	-7	-77	-100	-100	-95	-94	-88	-88	-88	-84
Bulgarie	9	5	-44	-89	-87	-75	-66	-68	-56	-45	-61
Chypre	4	0	-67	-100	-100	-98	-88	-81	-83		-84
Croatie	2	1	-81	-100	-98	-76	-51	-53	-82	-90	-67
Égypte	10	6	-64	-100	-100	-100	-93	-82			-69
Espagne	-1	1	-64	-100	-100	-98	-75	-76	-87	-87	-76
France											
Grèce	20	25	-47	-96	-98	-94	-85	-73	-74		-77
Italie	4	-8	-83	-90	-84	-72	-55	-45	-47		-57
Jordanie	12										12
Liban	-27	-30	-80	-100	-98						-71
Libye											
Maroc											
Monténégro	4	12	-67	-100	-100	-95	-93	-81	-81	-92	-84
Serbie	29	14	-66	-99	-98	-87	-89	-87	-83	-75	-75
Syrie	4	5	-62	-99	-99	-97	-97	-98			-74
Tunisie	10	10	-60	-100	-99	-98	-83	-89	-85	-90	-77
Turquie	16	4	-68	-99	-99	-96	-86	-71	-59	-59	-72

Source : Propre élaboration à partir des données de l'OMT

Comme le montre le tableau ci-dessus, le **déclin du tourisme provoqué par la pandémie est considérable**. Tous les pays de la région méditerranéenne ont souffert d'une réduction drastique des arrivées de touristes internationaux au cours des mois d'avril et mai, avec une diminution d'au moins 89 % par rapport à l'année précédente. Dans de nombreux pays, la diminution est totale (baisse de 100 % par rapport aux arrivées de 2019), ce qui est le cas de la Bosnie-Herzégovine, de Chypre, de la Croatie, de l'Égypte, de l'Espagne, du Liban, du Monténégro et de la Tunisie.

En ce qui concerne l'évolution en juillet et août, au plus haut de la saison estivale, la diminution des arrivées est un peu moins significative, mais toujours très grave, avec des niveaux de baisse de 80 % en termes généraux.

Plus précisément, le pays qui a enregistré la plus faible baisse des arrivées de touristes en juillet est la Croatie, avec 51 % de moins qu'en juillet de l'année précédente, tandis que l'Italie est le pays qui a enregistré la plus faible baisse en août, avec 45 % de moins que l'année précédente.

Comme nous l'analyserons plus en détail, le secteur du tourisme contribue de manière significative à la croissance du PIB dans les économies des pays de la région méditerranéenne (voir section 3.2 du présent document), pouvant atteindre et dépasser 20 % dans nombre d'entre eux. Ce fait explique les graves conséquences négatives que la crise dérivée de la pandémie peut avoir sur l'emploi et la croissance économique dans les différents pays de la région.

Malgré l'évolution de la pandémie à un niveau mondial au cours de l'année 2020, il y a eu des tentatives de reprise dans le secteur. Certains marchés ont tenté de stimuler la reprise par le biais du tourisme intérieur. Selon l'IATA, le trafic domestique en Chine est revenu presque à son niveau normal en octobre, tandis que le Japon et le Brésil ont connu de solides améliorations, et que le tourisme domestique en Russie est resté plus résistant que la plupart des marchés. En revanche, le trafic aérien domestique est resté particulièrement faible aux États-Unis et en Australie.

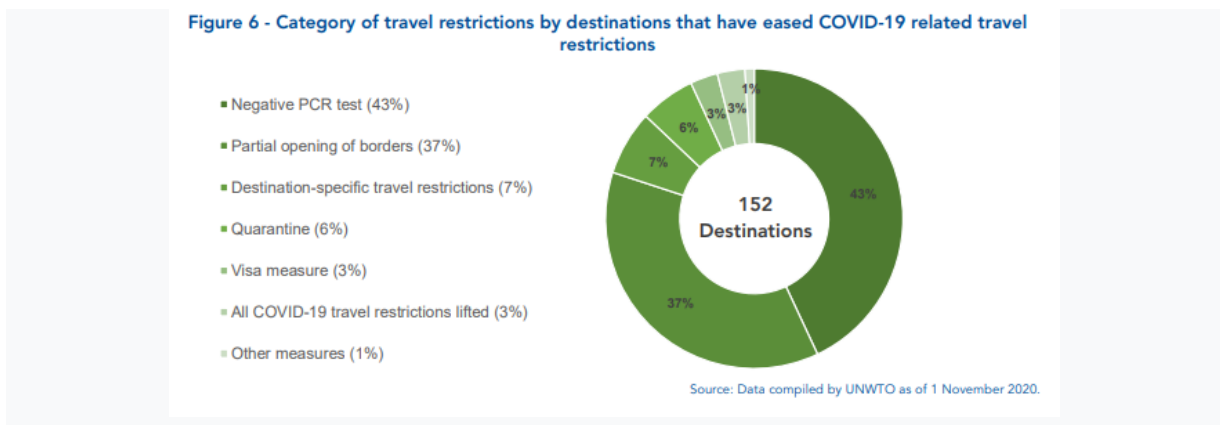
Au début du mois de novembre 2020, 118 destinations (54 % de toutes les destinations dans le monde) ont fermé totalement ou partiellement leurs frontières (161 destinations au 1er septembre). Sur ces 118 destinations, 59 destinations ont complètement fermé leurs frontières pour le tourisme international et 59 destinations ont partiellement fermé leurs frontières. Sur ces 118 destinations :

- 4 destinations appartiennent à l'Europe (7 % des destinations en Europe).
- 13 destinations appartiennent à l'Afrique (25 % des destinations en Afrique)
- 5 destinations appartiennent au Moyen-Orient (38 % des destinations du Moyen-Orient).

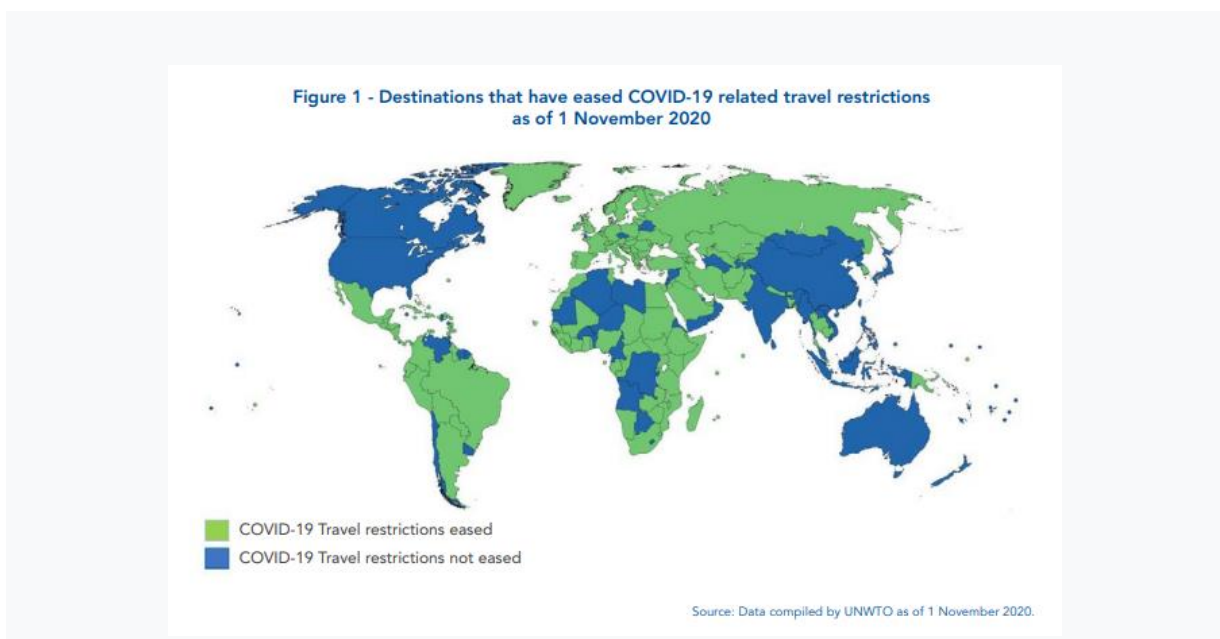
D'autre part, au début du mois de novembre 2020, 152 destinations (70 % des destinations mondiales) ont réduit leurs restrictions pour faciliter le tourisme

international (avec une augmentation de 37 destinations depuis septembre).
Sur ces 152 destinations :

- 49 destinations appartiennent à l'Europe (91 %des destinations en Europe), avec une augmentation de 44 destinations depuis le 1er septembre.
- 40 destinations appartiennent à l'Afrique (75 %des destinations en Afrique), avec une augmentation de 14 destinations par rapport au 1er septembre.
- 8 destinations appartiennent au Moyen-Orient (62 %des destinations du Moyen-Orient), avec une augmentation de trois destinations par rapport à septembre 2020.



Source : Organisation Mondiale du Tourisme



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Evidemment, les destinations qui ont réduit les restrictions ou fermé leurs frontières complète ou partiellement ont variés ces derniers mois, et continueront à le faire, en fonction de l'évolution de la pandémie dans leurs pays et les pays voisins.

En outre, de plus en plus de destinations ont introduit le test PCR comme mesure de sécurité à l'arrivée dans les aéroports. En fait, à compter du 1er novembre 2020, 58 %des destinations dans le monde exigent un test PCR. De plus, les destinations apprécient la mise en œuvre de mesures de facilitation des voyages, telles qu'un éventuel « passeport COVID ».

D'autre part, de plus en plus de destinations ont mis en place, comme mesure de sécurité à l'arrivée des aéroports, la demande du test PCR. Au 1er novembre 2020, 58 %des destinations dans le monde avaient demandé le test PCR. Et les destinations apprécient l'introduction de mesures qui facilitent les déplacements, comme un éventuel « passeport COVID-19 ».

Dû à que chaque pays a appliqué des politiques de contrôle aux frontières différentes face à la propagation de la pandémie, une certaine incertitude et insécurité a été générée, un problème qui a aggravé la baisse des voyages, puisque cela a rendu le processus de voyage plus compliqué et pénalisé les éventuels touristes susceptibles de vouloir voyager.

Dans ce sens, et en raison du manque d'informations, certaines initiatives privées ont été lancées, créant des cartes interactives pour consulter les restrictions de voyage, fournissant ainsi des informations aux touristes internationaux et stimulant la prise de décision.

À cet égard, dans le lien suivant, l'Organisation Mondiale du Tourisme détaille les mesures d'hygiène et de santé mises en place dans chacun des pays : <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.

La Commission Européenne a également mis à disposition un outil, <https://reopen.europa.eu/en>, qui donne un aperçu de la situation sanitaire dans les pays européens, permet de suivre l'évolution de la situation des

coronavirus dans chaque pays et fournit des informations sur la situation diverses restrictions en vigueur.

Concernant la coordination des pays en matière de contrôle aux frontières, en janvier 2021, le **Comité mondial sur la crise du tourisme** créé par l'OMT a tenu sa première réunion dans le but **de faire progresser la réactivation du tourisme**, par l'intégration de vaccins, des voyages sûrs et le renforcement de la confiance du secteur du tourisme.

Ce Comité a souligné l'importance de promouvoir la coopération dans les certificats de vaccination afin d'assurer la mise en œuvre de documents, protocoles et principes de voyage communs et numériques.

Le Groupe technique du Comité, avec d'autres groupes de travail d'autres organismes, veillent à ce que les gouvernements mettent en œuvre les mesures et soient appliquées à tous les niveaux.

Le Comité a également demandé l'appui à l'initiative de l'OCDE visant à créer un système harmonisé de contrôle aux frontières. Ce système serait développé en collaboration avec l'Organisation Mondiale du Tourisme et l'Organisation Mondiale de la Santé.

D'autre part, en ce qui concerne les mesures mises en place par les différents gouvernements pour atténuer les effets de la pandémie, l'Organisation Mondiale du Tourisme détaille les principales initiatives monétaires, fiscales, d'emploi, de collaboration et de rétablissement du secteur, que les pays développent afin d'accélérer la reprise : <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>

De plus, considérant que le **transport aérien est un secteur stratégiquement important dans la chaîne de valeur de l'activité touristique**, puisque sans vols le tourisme international se limite à visiter les pays voisins par voie terrestre, maritime ou ferroviaire, certains pays ont accordé des aides d'État à ses compagnies aériennes, telles que la France avec Air France, l'Allemagne avec Lufthansa ou l'Italie avec Alitalia.

Voici quelques exemples concrets de mesures prises par certains pays méditerranéens, selon le rapport « La COVID-19 et la transformation du tourisme », publié en août 2020 par les Nations Unies :

Égypte : le pays a produit un rapport de tous les paiements dus par les établissements touristiques et hôteliers et a déclaré que tous les bazars et cafés situés dans des sites archéologiques étaient exemptés de payer le loyer jusqu'à ce que le tourisme sûr reprenne. La Banque Centrale d'Égypte a offert aux installations touristiques des fonds à faible taux d'intérêt, en particulier pour payer les salaires du personnel, et a lancé une initiative de financement du soutien au tourisme. En plus de réduire le taux d'intérêt, les banques peuvent accorder des services de crédit avec une période de remboursement maximale de deux ans, ainsi qu'un délai de grâce de six mois, à partir de la date de la subvention.

Bulgarie : le gouvernement a aidé les entreprises (établissements hôteliers, agences de voyages et opérateurs touristiques, restaurants et établissements de restauration rapide, entre autres) à couvrir les paiements d'assurance dus par les employeurs.

Italie : Le pays a autorisé la suspension du paiement des impôts, de la sécurité sociale et des prestations sociales dans le secteur du tourisme et a étendu la mesure aux entreprises culturelles.

Serbie : A annoncé de paiements directs aux entreprises (ou à un pourcentage des salaires) qui ont été obligés à fermer en raison de la pandémie.

Liban : A permis aux institutions économiques de prêter de l'argent sans intérêt pendant cinq ans pour aider à payer les salaires.

Monténégro : Le gouvernement a annoncé des allocations pour les salaires d'avril et de mai aux entrepreneurs touristiques et aux PME (sur demande, les entreprises touristiques recevront des subventions pour payer les salaires)

Grèce : Les travailleurs dont les contrats sont temporairement suspendus recevront une indemnisation et l'Etat sera responsable du paiement de leur assurance sociale et de maladie.

Maroc : Flexibilité en ce qui concerne les cotisations sociales, annulation de toutes les obligations de paiement des employeurs et l'Etat prendra en charge 70%des salaires perdus sur trois mois pour aider les travailleurs à temps partiel.

Albanie : le Ministère du tourisme et de l'environnement, en collaboration avec le Ministère de la santé et de la protection sociale, a préparé un protocole de mesures contre le COVID-19 au cours de la saison 2020, qui vise à réglementer les conditions auxquelles les entreprises touristiques doivent se réunir pour relancer la saison touristique et les guider à cet égard et protéger le personnel et les visiteurs.

Algérie : Création d'une unité spécifique de suivi du tourisme, présidée par le Directeur général du tourisme et suivi de la situation en consultant les opérateurs et les professionnels, y compris les employeurs et les syndicats.

Bien qu'effectivement les arrivées de touristes internationaux aient considérablement diminué en 2020, malgré les efforts des pays d'accueil, il est également vrai que la volonté de voyager des touristes s'est maintenue.

Comme le montre le graphique ci-dessous et selon les données fournies par Google Trends, il y a eu une forte baisse des recherches du mot "voyage" sur Internet, coïncidant avec mars 2020, lorsque la pandémie a été déclarée et que les confinements ont commencé dans la plupart des pays. Toutefois, on constate un intérêt croissant depuis cette date et une tendance similaire à celle de l'année précédente 2019 peut être observée, notamment en juillet et août 2020.

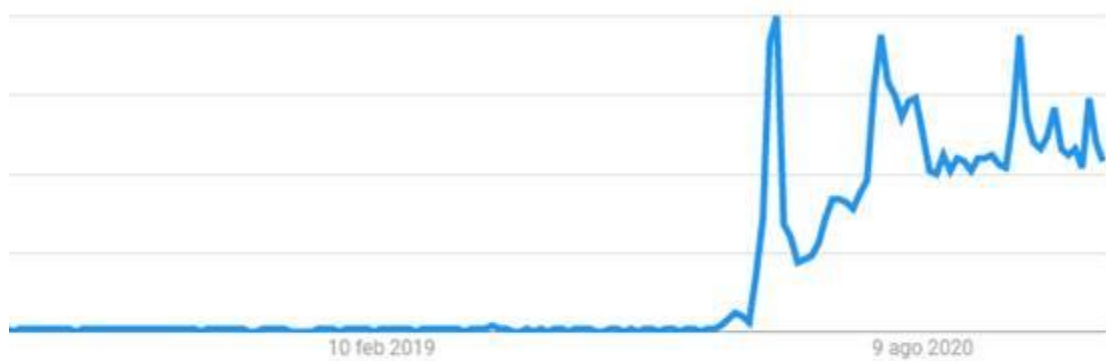
Intérêt au fil du temps pour le terme de recherche « voyage »



Source : Google Trends

En revanche, les recherches sur les termes « Restrictions de voyage » a connu une forte croissance pendant la pandémie, alors qu'elles n'étaient pas du tout pertinentes avant 2020. Ce fait montre l'inquiétude et l'incertitude des touristes potentiels, lorsqu'il s'agit de trouver des informations pour voyager en toute sécurité.

Intérêt dans le temps pour le terme de recherche « Restrictions de voyage »



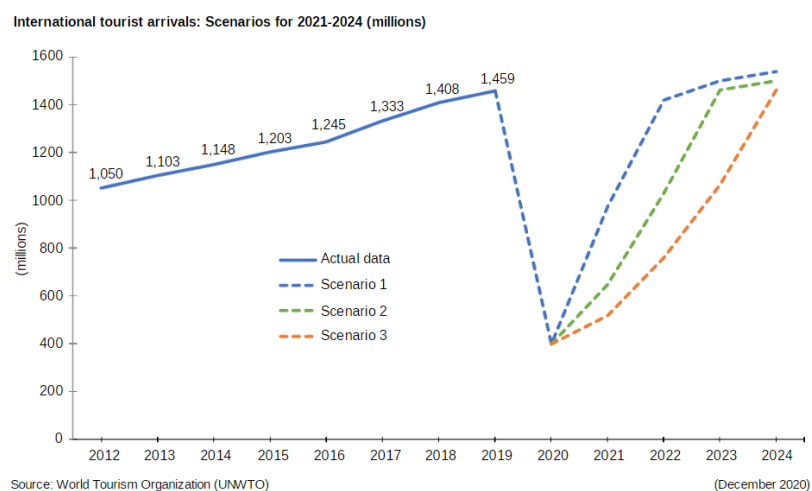
Source : Google Trends

2.1 Les possibles scénarios de récupération

L'Organisation Mondiale du Tourisme attend que l'annonce du vaccin et le début de la campagne de vaccination augmentent progressivement la confiance des consommateurs. Selon une enquête également préparée par l'OMT à son Groupe d'experts, les principaux obstacles à la reprise du tourisme international sont les restrictions aux voyages (29 %), la retenue du virus (19 %) confiance des consommateurs (15 %).

En mai 2020, l'Organisation Mondiale du Tourisme a présenté trois scénarios possibles pour l'évolution des arrivées de touristes internationaux jusqu'en octobre 2020, indiquant une baisse comprise entre 45%et 95%dans les trois scénarios. Le scénario prévisionnel estime à 83%la baisse des arrivées de touristes internationaux en octobre 2020.

Avec la mise à jour de l'étude, l'Organisation Mondiale du Tourisme prévoit une évolution des arrivées touristiques internationales pour les années à venir, en tenant compte les trois scénarios, et toujours en envisageant un dépassement progressif de la pandémie, les effets positifs du vaccin, une plus grande confiance des touristes et une diminution des restrictions.



Source: Organisation Mondiale du Tourisme

Dans les trois cas, une augmentation du nombre d'arrivées de touristes internationaux dans tout le monde est attendue au second semestre de

2021, mais selon le scénario, les 1.459 millions de touristes internationaux de 2019 seraient atteints entre fin 2023 et fin 2024.

Les scénarios de l'OMT pour 2021-2024 indiquent que le tourisme international pourrait prendre entre deux ans et demi et quatre ans pour revenir aux niveaux de 2019. En fait, à long terme, la plupart des experts ne prévoient pas un retour aux niveaux pré-pandémiques d'ici 2023 :

- 1% des personnes interrogées croient que le nombre d'arrivées internationales correspondant à 2019 sera atteint en 2021 ;
- 15% des experts estiment qu'il sera atteint en 2022 ;
- 43% des personnes interrogées prévoient que la reprise du nombre d'arrivées internationales correspondantes à 2019 aura lieu en 2023 ;
- 41% croient que les niveaux de 2019 ne seront pas atteints avant 2024, ou même plus tard.

Selon les experts de l'OMT, les prévisions pour 2021 par rapport à 2020 sont les suivantes :

- 45% des experts prévoient une meilleure situation en 2021 qu'en 2020 ;
- 25% s'attendent à une situation similaire en 2021 à celle de 2020 ;
- 30% prévoient une aggravation des résultats en 2021.

En ce qui concerne le potentiel rebond de l'activité touristique mondiale, les attentes des experts de l'OMT s'aggravent par rapport à leurs prévisions d'octobre 2020 :

- 50 % des personnes interrogées pensent que la hausse se produira en 2022 (contre 21 % en octobre 2020)
- 50 % des experts pensent que la hausse pourrait avoir lieu en 2021 (contre 79 % en octobre 2020)

Le nouveau scénario du tourisme international, à la suite de la pandémie COVID-19, pourrait présenter un certain nombre de changements, selon l'OMT :

- Augmentation du tourisme intérieur.
- Les expériences de plein air, comme le tourisme naturel, le tourisme rural ou les voyages sur la route.
- Mesures de sécurité et politiques d'annulation.
- Réservations de dernière minute.
- Le segment des jeunes touristes se rétablit plus facilement que les touristes matures, ou les retraités.
- Résurgence du tourisme responsable, tourisme durable.

2.2 Les principales recommandations pour la relance économique

L'Organisation Mondiale du Tourisme a publié une série de recommandations visant à contribuer à la reprise du secteur du tourisme, qui se reflètent dans trois priorités :

- **Gérer la crise et atténuer son impact**, maintenir l'emploi, soutenir les travailleurs indépendants, assurer la liquidité, promouvoir le développement des compétences et revoir les taxes, les frais et les règlements liés aux voyages et au tourisme.
- **Stimuler et accélérer la reprise en stimulant les finances**, en appliquant des politiques fiscales favorables, en levant les restrictions de voyage dès que l'urgence sanitaire le permet, en assouplissant les régimes de visas, en stimulant le marketing et la confiance des consommateurs.

- **Se préparer pour l'avenir** : Il est important de prendre en compte la contribution du tourisme à l'Agenda du développement durable et de renforcer la résilience, grâce aux leçons tirées de la crise actuelle.

Selon l'OCDE, la survie des entreprises est menacée sans le soutien continu des gouvernements pour minimiser la perte d'emplois dans le secteur du tourisme et de mettre en place une reprise coordonnée dans ce secteur. **De nombreux pays élaborent également des mesures pour renforcer l'économie touristique après le COVID-19.** Mais cela comprend la préparation de plans pour soutenir la reprise durable du tourisme, la promotion de la **transition numérique** et le passage à un **système touristique plus vert**, et le re-analyse du tourisme pour l'avenir. Les priorités comprennent :

- Restaurer la confiance des voyageurs.
- Aider les entreprises touristiques à s'adapter et à survivre.
- Promouvoir le tourisme national et soutenir le retour en toute sécurité du tourisme international.
- Fournir des renseignements clairs aux voyageurs et aux entreprises et réduire l'incertitude (dans la mesure du possible).
- Prendre des mesures pour maintenir la capacité du secteur et aborder les lacunes en matière de soutien.
- Renforcer la coopération à l'intérieur et entre les pays.
- Construire un tourisme plus résilient et durable.

Selon les **Nations Unies**, la feuille de route pour la transformation du secteur du tourisme devra inclure cinq domaines prioritaires :

- Gérer la crise et atténuer les impacts socio-économiques.
- Renforcer la compétitivité et la résilience.
- Faire progresser l'innovation et la numérisation de l'écosystème touristique.

- Promouvoir la durabilité et une croissance verte inclusive.
- Coordination et collaboration pour transformer le tourisme et atteindre les objectifs de développement durable.

Selon l'Association des Chambres de Commerce et d'industrie de la Méditerranée (ASCAME), principal interlocuteur du secteur privé en Méditerranée, le nouveau modèle des économies méditerranéennes repose sur trois piliers : l'économie numérique, l'économie verte et l'économie bleue, étant les secteurs les plus distingués : la logistique et le transport, le tourisme, le textile, l'agriculture et l'alimentation, l'automobile et la santé.

Les initiatives mises en évidence par *le Plan de Relance* pour la reprise du secteur du tourisme privé sont les plus marquants :

- Créer un fonds de sauvetage et de renflouement pour les entreprises et les sociétés, en particulier celles de l'industrie du voyage et du tourisme, y compris les compagnies aériennes, les compagnies de croisières, les agences de voyages et les opérateurs touristiques.
- Promouvoir des politiques de relance et fournir des incitations financières pour l'investissement et l'exploitation du tourisme.
- Soutenir les PME et les startups et protéger les groupes les plus vulnérables.
- Revoir les taxes et la réglementation qui affectent le transport et le tourisme.
- Garantir la protection et la confiance des consommateurs, ainsi que promouvoir des événements et des conférences.
- Inclure le tourisme dans les mécanismes d'urgence économique aux niveaux national, régional et mondial, afin de rétablir la confiance et de stimuler la demande.
- Créer des stratégies de gestion de crise.

- Donner la priorité au tourisme dans les programmes nationaux, régionaux ou internationaux de relèvement et l'aide au développement.

En outre, le *Plan de Relance* identifie les nouveaux développements du secteur :

- « Conseil du tourisme méditerranéen » : L'accent devrait être mis sur la création de nouvelles opportunités de croissance économique dans toute la région
- « Marque méditerranéenne » : Utilisez le slogan « La Méditerranée en tant que marque » pour un marketing international et offrir des possibilités d'expansion par le biais de franchises ou d'autres modèles.
- Promouvoir la région méditerranéenne en tant que destination durable : Une occasion sans précédent s'ouvre pour reconfigurer le secteur et garantir non seulement sa croissance, mais aussi sa durabilité, avec l'inclusion et la responsabilité comme facteurs clés.
- Planifier et mettre en œuvre une infrastructure de tourisme vert.
- L'ère numérique : Créer de nouvelles opportunités, de nouveaux emplois et l'acquisition de nouvelles compétences grâce à la numérisation.
- Il est temps de diversifier les marchés, les produits et les services, et aussi d'investir dans les systèmes d'analyse de marché

Comme on peut le voir, les principaux organismes coïncident sur plusieurs priorités nécessaires pour surmonter la pandémie, comme l'accélération numérique du secteur, le soutien aux petites et moyennes entreprises et à l'emploi, ou le pari sur le tourisme national. La crise est aussi l'occasion de réévaluer le secteur du tourisme et sa contribution aux Objectifs de développement durable, la nature, et l'Accord de Paris sur le changement climatique, ainsi que de travailler à un tourisme plus durable, inclusif et résilient.

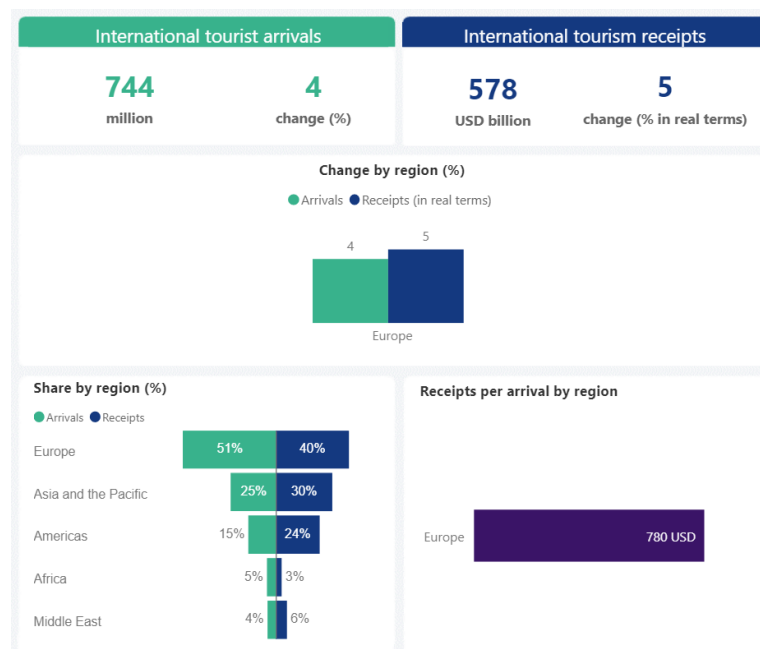
3. La situation du tourisme et du tourisme durable en Méditerranée

3.1 Principales données du secteur du tourisme dans les régions d'Europe, d'Afrique et du Moyen-Orient

Augmentation de l'évolution des arrivées de passagers et des recettes touristiques dans la région.

En analysant l'évolution des régions qui composent l'axe méditerranéen, c'est-à-dire les continents d'Europe, d'Afrique et d'Asie (partie du Moyen-Orient), nous pouvons souligner que, en 2019, ces trois blocs ont enregistré plus de 881 millions d'arrivées de visiteurs étrangers. Cela a impliqué des recettes de plus de 0,707 milliards de dollars américains, selon des sources de l'Organisation Mondiale du Tourisme.

EUROPE



Source : Organisation Mondiale du Tourisme



AFRIQUE



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

MOYEN ORIENT



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Grand potentiel de l'offre touristique

Les pays de la rive nord de la Méditerranée, à savoir l'Italie, l'Espagne et la France (bien que le dernier ne figure pas dans le tableau) représentent un montant crucial en termes d'offre totale d'établissements, de chambres et de lits sur l'ensemble du continent européen.

Dans le graphique ci-dessous, on peut voir comment l'Italie est en tête du nombre d'établissements (32.730), du nombre de chambres (avec plus d'un million) et un nombre de lits de plus de deux millions. L'Espagne est un autre pays qui contribue en termes d'un grand nombre d'établissements, chambres et lits, selon on peut observer. Ce n'est qu'en ajoutant l'Italie et l'Espagne (sans compter les données de la France qui obtiendrait éventuellement des données similaires ou plus élevées) qu'on peut expliquer qu'ils concentrent plus de la moitié du nombre de lits du continent européen.

EUROPE

Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Italy	32.730	1.092.758	2.260.490
Germany	31.615	993.298	1.959.076
Spain	19.381	929.510	1.951.230
Austria	11.823	290.878	607.010
Portugal	6.510	190.472	438.003
Romania	7.608	154.043	329.931
Czech Republic	6.236	141.110	328.501
Switzerland	4.646	140.331	273.849
Bulgaria	2.166	127.052	288.027
Norway	1.103	94.780	209.151
Croatia	1.089	2.038	171.005
Kazakhstan	3.592	5.913	81.201
Hungary	2.324	5.013	84.090
Finland	794	60.444	33.515
Denmark	570	50.824	102.742

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Dans les pays de la rive sud méditerranéenne situés sur le continent africain, la Tunisie (par le nombre de chambres) et l'Algérie (par le nombre d'établissements) se distinguent:

AFRIQUE

Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Tunisia	876	118.008	236.015
South Africa	3.023	88.600	
Ethiopia	1.555	47.481	59.353
Mozambique	2.188	35.331	57.995
Madagascar		29.746	
Angola	235	14.323	17.902
Mauritius	112	13.489	31.024
Cabo Verde	284	13.092	21.050
Togo	600	7.576	3.000
Niger	198	4.187	4.768
Lesotho	170	4.028	5.971
Eswatini	164	3.293	5.644
Reunion	77	2.825	5.600
Comoros	72	768	1.536
Algeria	1.417		125.676

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Enfin, les pays méditerranéens du continent asiatique (situés au Moyen-Orient), se distinguent des pays comme le Liban et la Jordanie, en ce qui concerne l'offre sur le nombre de chambres.



MOYEN ORIENT

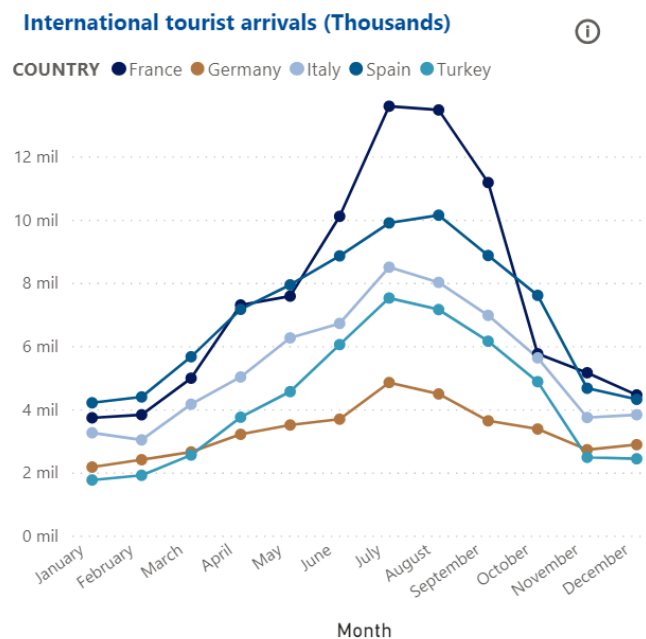
Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Saudi Arabia	8.281	606.519	1.221.243
Lebanon	584	34.286	126.659
Jordan	577	34.169	54.574
Qatar	130	27.261	
Palestine	125	6.917	14.852

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Du point de vue de la saisonnalité tout au long de l'année, on peut observer dans le graphique ci-dessous les arrivées internationales mensuelles enregistrées en 2019, parmi les principaux pays méditerranéens situés sur chaque continent :

EUROPE



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

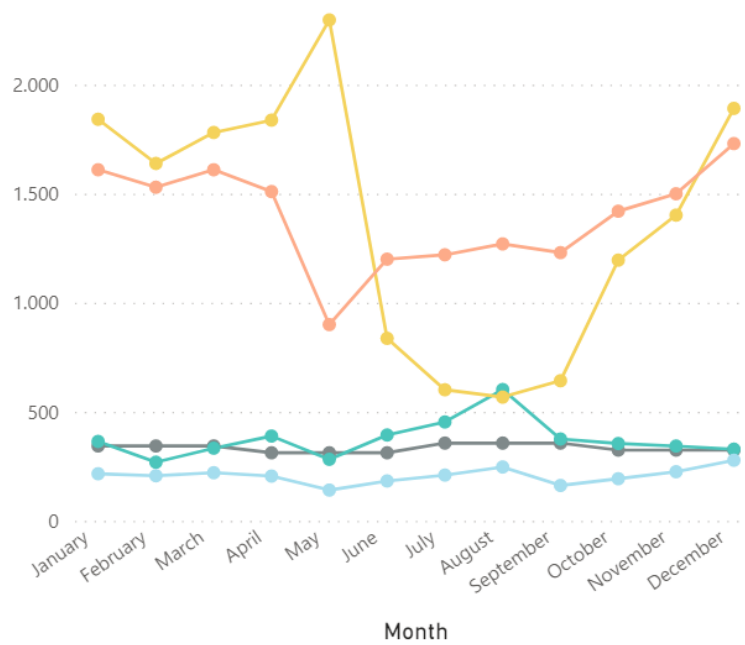


MOYEN ORIENT

International tourist arrivals (Thousands)



COUNTRY ● Bahrain ● Jordan ● Oman ● Saudi Arabia ● Utd Arab Emirates



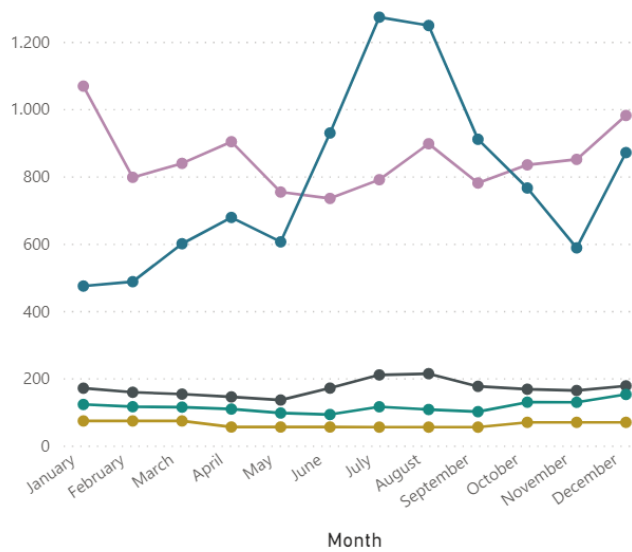
Source : Organisation Mondiale du Tourisme

AFRIQUE

International tourist arrivals (Thousands)



COUNTRY ● Cabo Verde ● Kenya ● Mauritius ● South Africa ● Tunisia



Source : Organisation Mondiale du Tourisme

C'est vraiment important de souligner que la **saisonnalité** est une question clé pour la durabilité du tourisme dans la région méditerranéenne. Cette saisonnalité a des conséquences au niveau social, économique mais aussi environnemental, car les impacts que les destinations assument présentent de grandes différences tout au long de l'année. Quelques exemples seraient la construction d'infrastructures qui ne sont utilisées que pendant une période de l'année, la création d'emplois instables qui varient dans le temps, l'augmentation de la consommation de ressources et la production de déchets concentrés dans les mois d'été, entre autres. L'approvisionnement en eau est également devenu un problème très important, en particulier parmi les résidents locaux et les fournisseurs d'infrastructures touristiques et de complexes hôteliers, tels que les terrains de golf, les piscines, etc.

Les impacts mentionnés ci-dessus ont de graves implications pour l'avenir, en termes de planification et de développement du tourisme dans la région méditerranéenne.

3.2 Radiographie du secteur du tourisme dans les pays de la région méditerranéenne

Le tourisme, un secteur clé pour l'économie

L'importance que représente le secteur du tourisme pour de nombreuses économies des pays du bassin méditerranéen est et a été cruciale ces dernières années. Grâce à ce secteur, de nombreux pays ont développé de grands projets pour améliorer leurs infrastructures de transport, de communication, environnementales et sociales, ce qui a permis la création d'un grand nombre d'emplois, aussi bien directs qu'indirects.

Plus de 406 millions d'arrivées internationales générant 11 millions d'emplois

Comme on peut le constater dans le tableau ci-dessous, en 2019, 406 millions d'arrivées de touristes internationaux* ont été enregistrées parmi la plupart des pays qui composent l'espace méditerranéen. La plupart des pays ont connu une augmentation par rapport à l'année précédente. Cela est d'autant

plus clair si l'on prend en compte l'évolution des dix dernières années, où la croissance moyenne est positive dans tous les pays. Les emplois générés par les industries touristiques dans tous ces pays dépassent 11 millions, ce qui montre la très grande valeur de ce secteur pour l'économie et la société des pays méditerranéens.

Pays UNWTO TOURISM DASHBOARD	Arrivées de touristes internationaux (millions) 2019	Change ment % 2019-2018	% Croissance annuel moyenne 10 dernières années	Revenues du tourisme international (mill. USD) 2019	Changement (%en termes réels) 2019-2018	Revenues par arrivée (USD) 2019	Nombre d'employés dans les industries touristiques (milles) 2017/18/19	%PIB Tourisme
Albanie	5,9	15	13	2.300	12	390	47	27
Algérie	2,4	-11	2	100	-33	50	308	6,8
Bosnie-Herzégovine	1,2	14	14	1.200	13	980	27	10,6
Bulgarie	9,3	0	5	4.300	1	460	-	11,8
Chypre	4,0	1	6	3.300	-1	820	46	23
Croatie	17,4	4	6	11.800	11	680	87	25,1
Égypte	13,0	15	0	13.000	12	1.000	1.992 (2015)	11,9
Espagne	83,5	1	5	79.700	3	950	2.605	14,7
France	90 (2018)	3 (2018-2017)	-	63.800	2	-	2.000	9,5
Grèce	31,3	4	8	20.400	13	650	320	21,5
Italie	64,5	5	4	49.600	6	770	1.953 (2015)	13,3
Jordanie	4,5	8	2	5.800	10	1.290	52	20
Liban	1,9	-1	0	8.600	2	4.440		20
Libye	-	-	-	-	-	-		3
Maroc	12,9	5	4	8.200	8	630	548	18,9
Monténégro	2,5	21	9	1.200	10	490	16	21,9
Serbie	1,8	8	11	1.600	9	870	32 (2018)	7
Syrie	-	-	-	-	-	-		11,5
Tunisie	9,4	14	2	2.100	35	220		16
Turquie	51,2	12	5	29.800	18	580	1.569	12,8
Total	406						11.602	

Source : Elaboration propre du tableau à partir des données de l'OMT

*Les données recueillies sont les dernières disponibles, il n'y a pas de données actualisées pour la France, la Syrie et la Libye.





Contribution importante du tourisme au PIB de chaque pays

Enfin, il convient de souligner l'importance que ce secteur représente pour de nombreuses économies locales, puisqu'il existe certains pays comme l'Albanie, Chypre, la Croatie, la Grèce, la Jordanie, le Liban ou le Monténégro où le tourisme contribue au PIB du pays pour plus de 20%

3.3 Principaux segments et tendances du tourisme dans les pays méditerranéens

Afin d'avoir une vision d'ensemble des segments et des tendances les plus importants dans la région méditerranéenne, un tableau a été composé à partir des informations obtenues sur les sites web promotionnels que les autorités touristiques de chaque pays mettent à disposition des touristes internationaux. Ces sites web indiquent de manière tacite les segments les plus importants pour la destination et dans lesquels chaque pays a la plus grande expérience et tradition. Le tableau a été élaboré en insérant dans chaque ligne un pays et dans chaque colonne les segments du tourisme.

Afin d'identifier graphiquement où se trouvent les segments les plus forts, des couleurs ont été attribuées en fonction de l'importance détectée pour chacun d'eux, comme suit :

	Cela signifie que ce segment n'est pas très important pour le pays
	Cela signifie que le segment existe, mais ce n'est pas très important
	Cela signifie qu'il s'agit d'un segment important
	Cela signifie que le pays est très puissant dans ce segment



Pays	Vacances	Soleil et plage	Croisières / Nautique	Sports	Tourisme de vin	Gastronomique	Aventure	Culturel - Patrimoine	Rural	Entreprise - MICE	Santé - Beauté	Neige
Albanie	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Blue	Orange	Orange	Yellow	Yellow
Algérie	Orange	Orange	Orange	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Yellow
Bosnie-Herzégovine	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Blue	Orange	Yellow	Yellow	Blue
Bulgarie	Orange	Orange	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Blue	Orange	Orange	Yellow	Blue
Chypre	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Orange	Yellow
Croatie	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Égypte	Orange	Orange	Blue	Yellow	Orange	Orange	Orange	Blue	Yellow	Orange	Orange	Yellow
Espagne	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Blue	Light Blue	Blue	Blue	Blue
France	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
Grèce	Orange	Orange	Light Blue	Orange	Light Blue	Light Blue	Orange	Blue	Orange	Orange	Orange	Orange
Italie	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Blue
Jordanie	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Yellow	Blue	Blue	Orange	Orange	Yellow	Yellow
Liban	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Orange
Libye	Yellow	Yellow	Light Blue	Light Blue	Yellow	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Yellow	Yellow	Yellow
Maroc	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
Monténégro	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Light Blue
Serbie	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Light Blue
Syrie	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Orange	Light Blue	Yellow	Yellow	Yellow
Tunisie	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Blue	Light Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Yellow
Turquie	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Blue	Blue	Blue

Source : Elaboration propre à partir de sources nationales

La Culture/le patrimoine, la gastronomie, les croisières/le nautique, sont les segments les plus importants pour la région méditerranéenne

Comme on peut le voir dans le tableau, le nuage des couleurs bleues le plus important est réparti entre les segments de la culture et du patrimoine, de la gastronomie et des croisières et du nautique. Les pays méditerranéens représentent une source très importante de richesse culturelle et patrimoniale, avec de nombreux monuments et une excellente offre de musées qui font de la région un grand point d'attraction pour les visiteurs internationaux qui veulent faire des voyages culturels. En outre, le segment gastronomique se distingue, puisque le régime méditerranéen riche, varié et sain est une grande ressource de la région et un motif exceptionnel pour visiter la région. D'autre part, la mer Méditerranée qui baigne les pays de la région est propice à toutes sortes d'activités de croisière, ainsi qu'à la pratique de la voile et à une multitude d'activités récréatives liées à ce segment.

Les segments les plus durables, présents dans la région méditerranéenne

Il convient de souligner que dans la destination méditerranéenne sont présents les segments qui contribuent à la création d'une plus grande durabilité d'une destination, comme le tourisme rural, qui respecte l'environnement et contribue au développement et la prospérité des communautés locales, le tourisme d'aventure et le tourisme sportif.

3.4 Les principales initiatives, défis et niches du tourisme durable

Le tableau suivant décrit les principales initiatives, défis et niches ou opportunités dans le tourisme durable dans la plupart des pays de la région méditerranéenne.

Le tableau ci-dessous a été élaboré à partir de la recherche des différents plans stratégiques de chaque pays méditerranéen et de l'identification de certains des objectifs les plus importants qui sont fixés dans un avenir

proche, ainsi que des défis et des aspects à développer en termes de durabilité dans chaque territoire :

Pays	Initiatives touristiques durables	Défis du tourisme durable	Niches / Opportunités dans le tourisme durable
Albanie	Stratégie nationale de développement du tourisme durable 2019-2023	Développement de l'infrastructure touristique Réglementation, normalisation et certification des établissements d'hébergement et autres services touristiques Système efficace de formation professionnelle continue dans le tourisme	Promouvoir l'investissement public et privé Développement de produits touristiques Améliorer les services touristiques Promotion Soutien à la gestion des destinations
Algérie	Plan de qualité du tourisme algérien (PQTA)	Renforcer la compétitivité nationale en intégrant le concept de qualité Professionnalisation dans tous les secteurs de l'offre touristique nationale Valoriser les territoires touristiques nationaux et leurs richesses locales Tourisme de qualité de marque algérienne	Modernisation, expansion et formation Créer la pérennité de l'offre touristique algérienne en améliorant la visibilité de la qualité des services par les clients nationaux et étrangers Rénovation, Réhabilitation des infrastructures touristiques
Bosnie-Herzégovine	Stratégie de développement touristique de la Fédération de Bosnie-Herzégovine, pour la période 2008-2018.	Créer un cadre pour le développement d'une offre touristique de qualité qui augmente la compétitivité du tourisme	Il existe un certain nombre de zones et de segments d'attraction touristique qui n'ont pas encore été explorés, protégés, identifiés, préparés, commandés et promus.
Bulgarie	Stratégie nationale pour le développement du tourisme durable en Bulgarie 2009-2013	Renforcer la compétitivité du secteur grâce à l'utilisation et à la préservation efficaces des ressources naturelles et anthropologiques conformément aux principes du développement durable.	Amélioration de l'infrastructure aux niveaux national, régional et municipal. Diversification du produit touristique national, promotion de la qualité des services liés au tourisme et à la protection des consommateurs »



	<p>Danube TourNet Promotion du réseau transfrontalier pour le développement Produit touristique commun</p>	<p>Mise en œuvre de normes internationales, de meilleures pratiques européennes, d'innovations de produits, de la haute technologie et des ressources humaines dans l'industrie du tourisme.</p> <p>Préservation, protection et amélioration de la qualité des ressources touristiques existantes.</p>	<p>Mesures d'efficacité énergétique dans l'industrie touristique</p> <p>Systèmes innovants et efficaces : technologies économes en énergie, utilisation des énergies renouvelables.</p> <p>Réduire au minimum la consommation d'énergie (p. ex. systèmes de climatisation et de chauffage efficaces)</p>
Chypre	<p>Stratégie touristique chypriote 2011-2015</p> <p>Travail effectué en collaboration avec la Travel Foundation et la CSTI pour soutenir les communautés</p> <p>En 2014, le pays est devenu le premier au monde à introduire des critères de durabilité obligatoires pour ses hôtels</p>	<p>Minimiser les impacts environnementaux, maximiser les avantages socio-économiques pour les communautés, tout en célébrant la culture riche et diversifiée de l'île</p> <p>Promouvoir les initiatives d'investissement</p>	<p>Outils pour développer le tourisme interne et de haut niveau et améliorer l'accessibilité</p> <p>Créer et exploiter un « Observatoire du tourisme »</p> <p>Certification de durabilité de certains de ses plus grands hôtels</p>
Croatie	<p>Plan national de développement du tourisme durable 2021-2027</p>	<p>Stratégie de développement du tourisme durable à l'horizon 2030.</p> <p>Un calendrier pour la mise en œuvre de projets d'importance stratégique, un plan financier indicatif qui expose les conditions financières pour la mise en œuvre d'objectifs et de projets spécifiques importants pour le tourisme et un cadre de suivi et d'évaluation du plan national seront élaborés.</p>	<p>Créer des cadres stratégiques pour axer nos activités sur la durabilité et le développement du secteur touristique</p>
Égypte	<p>Programme de réforme du tourisme en Égypte (E-TRP) en 2018 pour créer un secteur du tourisme durable grâce à des réformes structurelles</p>	<p>Rapports législatifs</p> <p>Marketing et promotion</p> <p>Ouvrir de nouveaux horizons à l'écotourisme durable en Égypte</p>	<p>Outils d'intégration de la communauté locale en coopération avec le secteur privé et la société civile.</p>



	<p>visant à renforcer la compétitivité et l'alignement sur les normes internationales</p> <p>Campagne Eco Egypt pour promouvoir les aires protégées en coopération avec le Ministère du Tourisme et le Ministère de l'Information</p> <p>Première campagne de promotion de ses aires protégées, de sensibilisation aux enjeux environnementaux et à l'importance de préserver les ressources naturelles.</p> <p>Partenariats avec des organisations intergouvernementales et internationales pour harmoniser le travail avec les Objectifs des Nations Unies en matière de développement durable</p> <p>Le PNUD et le Fonds mondial pour l'environnement sur les initiatives touristiques vertes</p> <p>Collaboration avec le PNUD et le Conseil national des femmes pour la mise en œuvre du programme du label pour l'égalité des sexes</p>	<p>Expansion des infrastructures et des services pour les visiteurs dans 13 réserves du pays</p> <p>Préserver la biodiversité de l'Égypte d'une manière qui soutient l'environnement et l'économie nationale du pays</p>	<p>Infrastructure et développement du tourisme</p> <p>Promouvoir l'émancipation économique des femmes</p> <p>Segment du tourisme vert et rural</p> <p>Innovation et numérisation : des solutions innovantes et numériques pour le secteur du tourisme afin d'améliorer sa compétitivité, y compris la plate-forme « Smart Tourism in Egypt »</p>
Espagne	<p>Appui à la reconversion des destinations matures : Programme de plans d'excellence touristique</p> <p>Modernisation complète des destinations touristiques matures sur la côte espagnole</p> <p>Système espagnol de qualité du tourisme (SCTE)</p> <p>Utilisation touristique du patrimoine naturel, compatible avec sa</p>	<p>Agenda national du tourisme 2030 : socio-économique, environnemental et territorial</p> <p>Amélioration de la capacité concurrentielle et de la rentabilité de l'industrie, les différences dans les valeurs naturelles et culturelles des destinations et la répartition équitable des avantages et des inconvénients touristiques.</p>	<p>Innovation dans l'utilisation du Big Data</p> <p>Numérisation des entreprises</p> <p>Autonomiser les destinations touristiques intelligentes</p> <p>Réduire les déséquilibres territoriaux, le « surtourisme »</p>



	protection et sa conservation	<p>La compétitivité du tourisme doit être renforcée pour générer de la valeur ajoutée et d'augmenter la quantité et la qualité de l'emploi.</p> <p>Préserver les ressources naturelles et les paysages et attirer des investissements pour leur protection.</p>	
France	Conseil interministériel du tourisme 2017 (TMS)	<p>Le modèle d'augmentation des flux touristiques.</p> <p>L'offre touristique de la France doit se structurer plus efficacement, car les marchés cibles sont plus conscients de sa diversité.</p> <p>Développement de plateformes numériques</p>	<p>Moderniser et promouvoir le label de qualité touristique du gouvernement (Qualité touristique)</p> <p>Formation et emploi dans le secteur</p> <p>Appui à la numérisation et à l'information</p> <p>Réduire les déséquilibres territoriaux, le « sur-tourisme »</p>
Grèce	<p>Objectifs des Nations Unies pour le développement durable (ODD)</p> <p>Plan national stratégique du tourisme</p>	<p>Redessiner le produit touristique et redéfinir la marque et les communications afin de refléter l'accent mis sur la qualité, l'authenticité, la résilience, la durabilité et le rapport qualité-prix.</p> <p>Élaborer un nouveau plan stratégique pour le tourisme durable avec un horizon à long terme</p> <p>Congestion causée par des volumes de touristes trop nombreux, surtout pendant la haute saison estivale.</p>	<p>Des outils pour créer des emplois de haute qualité, augmenter les dépenses des visiteurs, disperser la demande, protéger et améliorer les ressources naturelles et culturelles, et créer des impacts positifs sur l'économie nationale dans son ensemble.</p> <p>Segments d'opportunité : le tourisme maritime, thermal, sportif, rural, religieux, de réunions, de conférences et d'événements (MICE) et de santé comme opportunités clés de croissance.</p>
Italie	Plan stratégique national pour le tourisme 2017-2022	<p>Le patrimoine culturel et naturel doit être valorisé par des pratiques de gestion durables et l'utilisation novatrice des biens.</p> <p>Une promotion bien coordonnée (au niveau</p>	<p>Outils pour l'innovation.</p> <p>Accessibilité : elle comprend l'amélioration de l'accès aux zones moins visitées et permet à tous les différents types de visiteurs de profiter du</p>



		<p>national/régional/local) basée sur des objectifs communs.</p> <p>Amélioration des produits et des marques locaux grâce au « positionnement de la marque » pour les adapter au système national.</p> <p>Respect des communautés locales et responsabilité sociale.</p> <p>Utilisation accrue des aéroports locaux et d'autres centres de transport.</p> <p>Créer de la valeur économique en attirant des événements.</p> <p>Soutenir la compétitivité de l'offre touristique par l'investissement et le développement de produits.</p> <p>Amélioration de la qualité des services et des produits et identification des segments/pays à plus fort potentiel.</p>	<p>tourisme et d'apprécier pleinement le caractère singulier des destinations visitées.</p> <p>Création de nouveaux services numériques pour le tourisme, notamment des réseaux Wi-Fi et à large bande. Dans un nouvel engagement en faveur de la mobilité touristique.</p>
Jordanie	<p>Stratégie nationale 2004-2010 Tourisme</p> <p>Stratégie nationale du tourisme 2010-2015</p>	<p>Marketing promotionnel</p> <p>Développement de produits.</p> <p>Renforcement des ressources humaines.</p> <p>Fournir un cadre institutionnel et réglementaire efficace.</p> <p>Améliorer et diversifier notre gamme de produits et développer nos capacités en ressources humaines.</p>	<p>Marketing numérique, outils d'information et de communication.</p> <p>Des programmes de travail ciblés conçus pour créer des expériences formidables pour les visiteurs en créant un avantage concurrentiel pour la Jordanie.</p> <p>Outils pour réduire la saisonnalité traditionnelle.</p>
		<p>Améliorer le secteur du tourisme rural et sa croissance économique de manière durable.</p>	<p>Outils techniques et financiers.</p>



<p>Liban</p>	<p>Stratégie touristique rurale au Liban</p>	<p>Améliorer la coopération entre tous les acteurs, privés, publics et de la société civile.</p> <p>Les communautés locales (y compris les autorités et les municipalités) s'approprient davantage leurs propriétés locales, les protègent et y investissent.</p>	<p>Segments et activités touristiques pour préserver le patrimoine naturel, culturel et historique.</p> <p>Outils pour développer une stratégie globale de marketing touristique rural</p>
<p>Libye</p>	<p>Plan d'action axé sur le renforcement des capacités institutionnelles pour ouvrir la voie au développement du tourisme durable (2013)</p>	<p>Créer des emplois, diversifier les sources de revenus nationales de la Libye et promouvoir notre image de destination touristique attrayante au pays et à l'étranger.</p>	<p>Outils pour créer de nouveaux segments touristiques.</p>
<p>Maroc</p>	<p>Vision 2020: L'importance du développement économique et de la préservation des ressources et des environnements touristiques.</p> <p>Stratégie axée sur le tourisme régional, la qualité et le développement durable.</p>	<p>Accélération continue de la révolution numérique et de nouveaux canaux de promotion et de distribution.</p> <p>Réforme de la législation touristique.</p> <p>Mettre en place une culture de la qualité dans les établissements touristiques</p>	<p>Outils pour améliorer les investissements dans les installations et les infrastructures.</p> <p>Formation en matière de tourisme et d'hôtellerie.</p> <p>Systèmes de mesure de la qualité du tourisme.</p>
<p>Monténégro</p>	<p>Stratégie de développement touristique au Monténégro jusqu'en 2020 (2008).</p> <p>Stratégie nationale pour le développement durable du Monténégro (2016).</p>	<p>Une diversification inadéquate des produits touristiques, en fin de compte une saisonnalité et une présence dominante dans les zones côtières, augmentent les pressions sur l'environnement et contribuent à un développement régional inégal.</p>	<p>La nature saisonnière du tourisme et la présence dominante dans la zone côtière augmentent les pressions environnementales de cette région. Des outils pour développer le tourisme dans les zones au-delà et corriger ce problème.</p> <p>Attirer les investissements étrangers et constituer une base pour un tourisme de haute qualité</p>



			De nouveaux produits touristiques pour accroître l'impact positif sur les communautés locales.
Serbie	Stratégie de développement touristique pour la République de Serbie (2016 - 2025)	<p>Réduire la saisonnalité.</p> <p>Améliorer la qualité des emplois touristiques.</p> <p>Maintenir et améliorer la prospérité et la qualité de vie des communautés locales.</p> <p>Promouvoir le patrimoine culinaire local, l'histoire et la culture, l'artisanat et l'art populaire, les petits musées et les vignobles.</p> <p>Entretien et valoriser le patrimoine naturel et culturel.</p>	<p>Promotion, éducation, formation et amélioration et développement de la chaîne d'approvisionnement touristique.</p> <p>Enrichir l'offre touristique de produits et de services qui vont rendre le tourisme en Serbie plus reconnaissable et plus attractif.</p>
Syrie	Stratégie du Ministère 2016-2018	<p>Parvenir à des flux de capitaux amicaux et nationaux et renforcer le rôle du secteur privé vers des étapes attrayantes et attractives de l'investissement touristique dans des zones spécifiques, puis croître en augmentant le taux de tourisme pour parvenir à un développement équilibré et durable.</p> <p>Développement et promotion de l'investissement national dans les industries traditionnelles et manuelles.</p>	<p>Créer un climat d'investissement favorable.</p> <p>Promotion.</p> <p>Rétablir la confiance des investisseurs.</p> <p>Reconstruction du tourisme conformément aux ressources disponibles.</p>
Tunisie	Stratégie touristique de la Tunisie pour 2016 NOUVELLE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT 2010 - 2016	<p>Améliorer la qualité du tourisme.</p> <p>Innovation produit.</p> <p>Diversification.</p> <p>Promouvoir le tourisme.</p>	<p>Entretien/préservation des ressources naturelles, en particulier dans la zone côtière</p> <p>Formation au tourisme numérique.</p> <p>Observatoire pour la création d'un tourisme durable.</p>

Turquie	Le onzième plan de développement actuel pour 2019-2023	Diversification du produit touristique de masse « soleil et mer » en développant des expériences touristiques de niche de haute qualité qui répondent aux attentes des consommateurs.	<p>Diversification et innovation dans les activités touristiques.</p> <p>Tourisme culturel, tourisme sportif, MICE/tourisme d'affaires et secteur de la santé et du bien-être. Nouveaux produits touristiques.</p> <p>L'élargissement de la saison pour bénéficier d'un produit toute l'année et la diffusion des avantages du tourisme au niveau régional sont d'autres objectifs importants.</p>
---------	--	---	--

Source: Élaboration propre à partir de sources nationales

Selon les principaux résultats obtenus dans le tableau précédent, nous pouvons résumer les initiatives, défis et niches ou opportunités suivantes qui sont les plus répétés parmi les pays analysés :

Les pays ont lancé des plans stratégiques pour le tourisme durable

La plupart des pays ont élaboré des plans stratégiques pour le tourisme durable ou le tourisme. Cela montre qu'ils sont sensibilisés au concept de durabilité et à sa planification. Mais il faut aussi remarquer que de nombreux pays ont des plans stratégiques qui ont expiré ou qui ne correspondent pas à un secteur aussi changeant que le tourisme.

D'autre part, la plupart des pays incluent la durabilité dans leurs plans, mais ne font aucune mention spécifique de l'Agenda 2030 et des Objectifs ODD. Une étude approfondie de chaque plan stratégique serait nécessaire pour déterminer s'ils sont réellement conformes aux ODD des Nations Unies.

Réduire les points les plus surchargés en redistribuant le tourisme vers des zones moins saturées

En ce qui concerne les défis que nous avons rencontrés, dans de nombreux pays, il est prévu de diversifier le tourisme, dans le but de réduire la pression sur les zones les plus surchargés et de transférer l'activité vers d'autres zones moins exploitées, contribuant au développement économique. Des plans de promotion et de marketing sont également en cours d'élaboration pour développer de nouveaux domaines où de nouvelles ressources touristiques sont susceptibles d'être développées. L'amélioration de la qualité de l'emploi touristique est également un autre défi communément accepté.

Opportunités en matière de numérisation, de formation et de nouveaux produits touristiques durables

En tenant compte des niches qui sont devenues plus communs entre les pays, nous pouvons souligner la nécessité de numérisation et d'innovation pour les entreprises touristiques, de sorte qu'elles soient plus efficaces et utilisent mieux les ressources locales. En outre, certains pays ont des possibilités pour la création d'un observatoire du tourisme, car ils n'ont pas encore d'une entité capable de tirer des conclusions sur l'évolution du tourisme local. Il existe également des possibilités d'ajustement saisonnier du tourisme, ainsi que des charges touristiques dans les zones côtières. En outre, les possibilités existantes d'améliorer la formation touristique des entreprises sont importantes, dans le but d'améliorer la qualité du tourisme dans les sous-secteurs tels que les agences, les restaurants, les hôtels, etc.

D'autre part, il existe également des opportunités dans le domaine des mécanismes de mesure de la qualité des établissements touristiques.

Enfin, selon le rapport préparé par *le Pacte mondial* et *l'Organisation Mondiale du Tourisme*, et basé sur une enquête auprès des entreprises du secteur du tourisme, les défis suivants liés à la réalisation de la ODD sont identifiés :

- **L'emploi**, en particulier pour s'assurer que les entreprises du secteur offrent des emplois décents et stables aux travailleurs, en particulier aux femmes et aux personnes handicapées.
- **Environnement**, principalement en raison de l'impact que les activités touristiques ont sur les écosystèmes, il est donc nécessaire de promouvoir une gestion efficace des ressources et de promouvoir des mesures contre le changement climatique.
- **Production et consommation responsables**, puisque cela fait référence à la chaîne d'approvisionnement des entreprises dans le secteur et comme dans la promotion des modes de consommation durable parmi les touristes.
- **Génération d'alliances et d'espaces de dialogue** entre tous les acteurs, entreprises, gouvernements, société civile et secteur de l'éducation, afin de favoriser l'échange de connaissances et de multiplier l'impact.
- Il est également important d'avoir des processus **de transparence** dans les organisations de **l'industrie**, encourageant l'élaboration de rapports sur la durabilité.
- En outre, il est important de **préserver** la destination et de promouvoir des **villes** durables et intelligentes, dont se bénéficient les populations locales et les touristes.
- Enfin, la promotion d'une **gestion durable des chaînes d'approvisionnement**, car il s'agit d'une question clé pour assurer la durabilité du secteur.

3.5 Principaux résultats du « Comité pour l'Alliance Sectorielle » du secteur du tourisme

Résultats du webinaire

Le 17 décembre 2020, le webinaire « Vers un plan d'action sur *le tourisme durable 2020 dans le scénario POST-COVID-19 MED* » a été organisé dans le cadre du projet EBSOMED, auquel ont participé de nombreux experts et représentants de différentes institutions internationales pour examiner les solutions et tendances actuelles en matière de tourisme, de durabilité et de COVID-19 dans les pays de la région méditerranéenne. Les principales conclusions étaient les suivantes :

Amélioration de la formation :

- Améliorer la formation et les connaissances dans le secteur en tourisme, tant au niveau des entreprises que des travailleurs.
- Soutien aux communautés locales, formation et inclusion, etc.

Au niveau de gouvernement, besoin de soutien:

- La pandémie affecte brutalement le secteur du tourisme et d'autres secteurs étroitement liés.
- Des lignes de financement spécifiques pour le tourisme durable seraient d'une importance vitale.
- Le rôle des gouvernements est essentiel pour soutenir leurs entreprises et leurs citoyens pendant cette crise.
- Besoin d'outils à tous les niveaux pour survivre dès maintenant et faire face à l'avenir.
- Promouvoir le tourisme local pendant la crise.

Création de synergies pour la destination Méditerranée :

- Création de nouveaux produits touristiques et amélioration des produits existants grâce à la durabilité à tous les niveaux.
- Collaboration entre destinations méditerranéennes.

- Profiter de cette crise et la transformer en une opportunité, en créant des synergies entre les régions, une feuille de route commune pour relancer le secteur du tourisme.
- Mettre en œuvre des systèmes de qualité à destination de la Méditerranée.

Résultats de l'enquête :

D'autre part, une enquête a été envoyée aux différents acteurs de la Méditerranée et les principaux résultats et commentaires obtenus sont ci-dessous:

Lorsqu'on a demandé si une initiative ou une politique nationale était mise en œuvre au niveau de l'Etat pour atténuer l'impact du COVID-19 sur le secteur du tourisme, la plupart des réponses obtenues à cet égard étaient affirmatives (12 réponses affirmatives). D'autre part, 4 réponses ont indiqué que, dans son cas, aucune initiative ne s'est mise en place.

En ce qui concerne les initiatives spécifiques que les participants pourraient mettre en évidence et sont en cours de mise en œuvre, nous trouvons les réponses suivantes :

- Mesures visant à améliorer la sécurité et la qualité du tourisme.
- Mesures visant à maintenir de l'emploi dans le secteur du tourisme, aide financières.
- Aide gouvernementale directe aux entreprises touristiques. Exonération des impôts et des taxes.
- Aide à la promotion des destinations, en particulier pour promouvoir le tourisme local.
- Mesures visant à améliorer la formation.
-

En ce qui concerne les domaines stratégiques dans lesquels chaque pays travaille en matière de tourisme durable, les réponses obtenues ont été les suivantes :

Renouvelable	Gestion des talents	Transformation numérique	Tourisme lent	Élaboration de politiques
7	1	9	6	8

Source: EBSOMED

Autres:

- Taxe sur le tourisme durable : fonds recueillis pour améliorer les impacts environnementaux du tourisme.
- Construction touristique.

Concernant la question posée aux participants sur l'existence ou non d'initiatives locales pour l'intégration des femmes, des jeunes, ou pour mettre en œuvre de nouvelles idées touristiques dans le pays, les commentaires suivants ont été recueillis :

- "Oui, il y a des mesures dans mon pays pour soutenir l'emploi, l'esprit d'entreprise et des incitations à l'embauche de ces groupes, ainsi que pour le développement de nouvelles idées de projets touristiques" - 8 réponses obtenues.
- "Il n'y a pas de mesures concrètes pour ces groupes, bien qu'il y ait déjà beaucoup de femmes entrepreneurs dans le secteur du tourisme dans mon pays" - 1 réponse.

A propos de la question des avantages de la création éventuelle d'une marque touristique en Méditerranée, telle que, par exemple, les marques « Caraïbes » ou « Europe » :

Développement économique régional	Homogénéisation des normes de qualité	Augmentation de la part de la Méditerranée dans le marché mondial du tourisme	Expérience unique dans les forfaits transfrontaliers (culture, nourriture, shopping, paysages)	Différenciation des produits et positionnement de la marque
13	8	10	10	10

Source: EBSOMED

Autres:

- « Je pense que la destination MED est déjà une marque »
- « Échange de tourisme culturel »

En poursuivant les résultats des principaux défis pour parvenir au développement du tourisme transfrontalier dans la région méditerranéenne:

Restrictions COMID-19	Engagement institutionnel/volonté politique d'avoir une marque méditerranéenne	Manque de leadership et de communication entre les parties prenantes pour développer une offre commune	Plans d'action spécifiques à long terme et/ou continuité	Talents et infrastructures harmonisés	Nécessité de normes de transformation numérique
10	9	11	6	4	6

Source: EBSOMED

Autres:

- Coopération transfrontalière - entreprises régionales

Enfin, les réponses obtenues sur la façon de surmonter les obstacles mentionnés dans la question précédente:

- Coopération entre les pays de la région méditerranéenne.
- Marketing et stratégie de promotion conjointe de la région méditerranéenne. Marque méditerranéenne.
- Normalisation et approbation des mesures anti-COVID-19.
- Mesures contre la saisonnalité.
- Soutien et engagement au niveau institutionnel.

4. Principales initiatives et institutions en matière de tourisme durable

A l'international, les principales institutions dédiées au tourisme durable, intéressantes pour les entreprises et les destinations touristiques sont :

	Organisation	Description
	Organisation mondiale du tourisme de l'OMT (https://www.unwto.org/es)	L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est l'institution des Nations Unies chargée de promouvoir un tourisme responsable, durable et universellement accessible.
	Réseau international d'observatoires du tourisme durable de l'Organisation mondiale du tourisme INSTO (http://insto.unwto.org/)	L'objectif principal de cet observatoire, qui s'inscrit dans le cadre de l'OMT, est de soutenir l'amélioration continue de la durabilité et de la résilience dans le secteur du tourisme grâce à un suivi systématique des données.
	Pacte mondial des Nations Unies (https://www.pactomundial.org/)	Le Pacte mondial des Nations Unies est un appel aux entreprises et organisations à aligner leurs stratégies et opérations sur les dix principes universels des droits de l'homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption. Les Nations Unies ont pour mandat de promouvoir les objectifs de développement durable (ODD) dans le secteur privé.
	Réseau de solutions de développement durable SDSN (https://www.unsdsn.org/)	Le Réseau de solutions de développement durable SDSN a été créé sous le mandat du Secrétaire général de l'ONU, Ban Ki-Moon. Son objectif principal est de promouvoir des solutions pour le développement durable et la mise en œuvre des ODD.
	Institut du tourisme responsable (https://www.responsibletourisminstitute.com/)	L'Institut du Tourisme Responsable (ITR), fondé en 1995, est une ONG internationale à but non lucratif, sous forme d'association. La mission de ITR a toujours été de promouvoir les principes de la Charte mondiale du tourisme durable, adoptée lors de la Conférence mondiale sur le tourisme durable. Depuis plus de 20 ans, elle fait la promotion du tourisme responsable sur la scène internationale.

 BIOSPHERE	Tourisme biosphère (https://www.biospheretourism.com/es)	La certification biosphère est décerné par l'Institut du Tourisme Responsable (ITR), dans le but de promouvoir les actions et les programmes de développement durable dans les destinations et les entreprises touristiques. La norme Biosphère comprend la contribution à la durabilité des 17 objectifs de développement durable (ODD) pour le tourisme, par le biais de l'analyse des indicateurs de l'OMT, du Pacte Mondial, des indicateurs de l'UE et des critères du Conseil mondial du tourisme durable (GSTC).
 Global Sustainable Tourism Council	Conseil mondial du tourisme durable(https://www.gstcouncil.org/)	Le GSTC est une organisation indépendante et neutre, représentant des membres divers et globaux, y compris des organismes des Nations Unies, des ONG, des gouvernements nationaux et provinciaux, de grandes entreprises de voyages, des hôtels, des voyageurs, des particuliers et des communautés – tous s'efforçant d'atteindre les meilleures pratiques en matière de tourisme durable.
 NECSTour European Regions for Competitive and Sustainable Tourism	NECsTour: Régions européennes pour un tourisme compétitif et durable (https://necstour.eu/)	NECSTouR est une association à but non lucratif et un groupe de destinations qui travaillent sur le tourisme, la durabilité économique, sociale et environnementale des régions.
 European Commission	Commission européenne (https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en)	La Commission européenne élabore et met en œuvre les politiques de l'UE.
	Organisation mondiale du Travail (https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm)	Une agence des Nations Unies réunit des représentants des gouvernements, des employeurs et des travailleurs. La fonction principale est d'établir des normes internationales, d'élaborer des politiques et de concevoir des programmes visant à promouvoir le travail décent.
 United Nations	Nations Unies - Département du développement durable des affaires économiques et sociales (https://sdgs.un.org/)	Plateforme des Nations Unies pour partager les connaissances et les outils entre toutes les parties prenantes à travers le monde en relation avec les ODD

Source: Élaboration propre à partir de l'information sur les web des organismes

Au niveau international, les principales initiatives concernant le tourisme durable pour les petites et moyennes entreprises et les destinations touristiques sont les suivantes :

Organisation	Initiatives	Description
Organisation mondiale du tourisme  <small>Organización Mundial del Turismo</small>	Initiatives sur des sujets du tourisme durable. https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/biodiversidad . https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/cambio-climatico . https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/iniciativa-mundial-turismo-plasticos	Questions mondiales concernant les plastiques, le changement climatique ou la conservation de la biodiversité
	HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES) https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/hotel-energy-solution	Projet en collaboration avec les Nations Unies et les Agences du tourisme et de l'énergie de l'Union européenne, afin de fournir des informations, un soutien technique et une formation aux PME touristiques du secteur de l'hébergement sur l'efficacité énergétique et l'utilisation des énergies renouvelables.
	Le durable One Planet https://www.unwto.org/es/sustainable-development/one-planet	L'objectif est d'améliorer les impacts du développement durable du tourisme d'ici 2030 en développant, en promouvant et en intensifiant des pratiques de consommation et de production durables qui stimulent l'utilisation efficace des ressources naturelles et qui produisent moins de déchets et les défis du changement climatique et de la biodiversité.
	Rapports sur le tourisme durable pour le développement	Préparation de rapports à l'Assemblée Générale des Nations Unies fournissant des mises à jour sur les politiques de tourisme durable des États membres de l'OMT et des États membres des Nations Unies, ainsi que sur les organismes et programmes pertinents du système des Nations Unies.
	Réseau international d'observatoires du tourisme durable de l'Organisation mondiale du tourisme INSTO(http://insto.unwto.org/)	Créé en 2004, l'objectif principal de cet observatoire est de soutenir l'amélioration continue de la durabilité et de la résilience dans le secteur du tourisme par un suivi systématique.



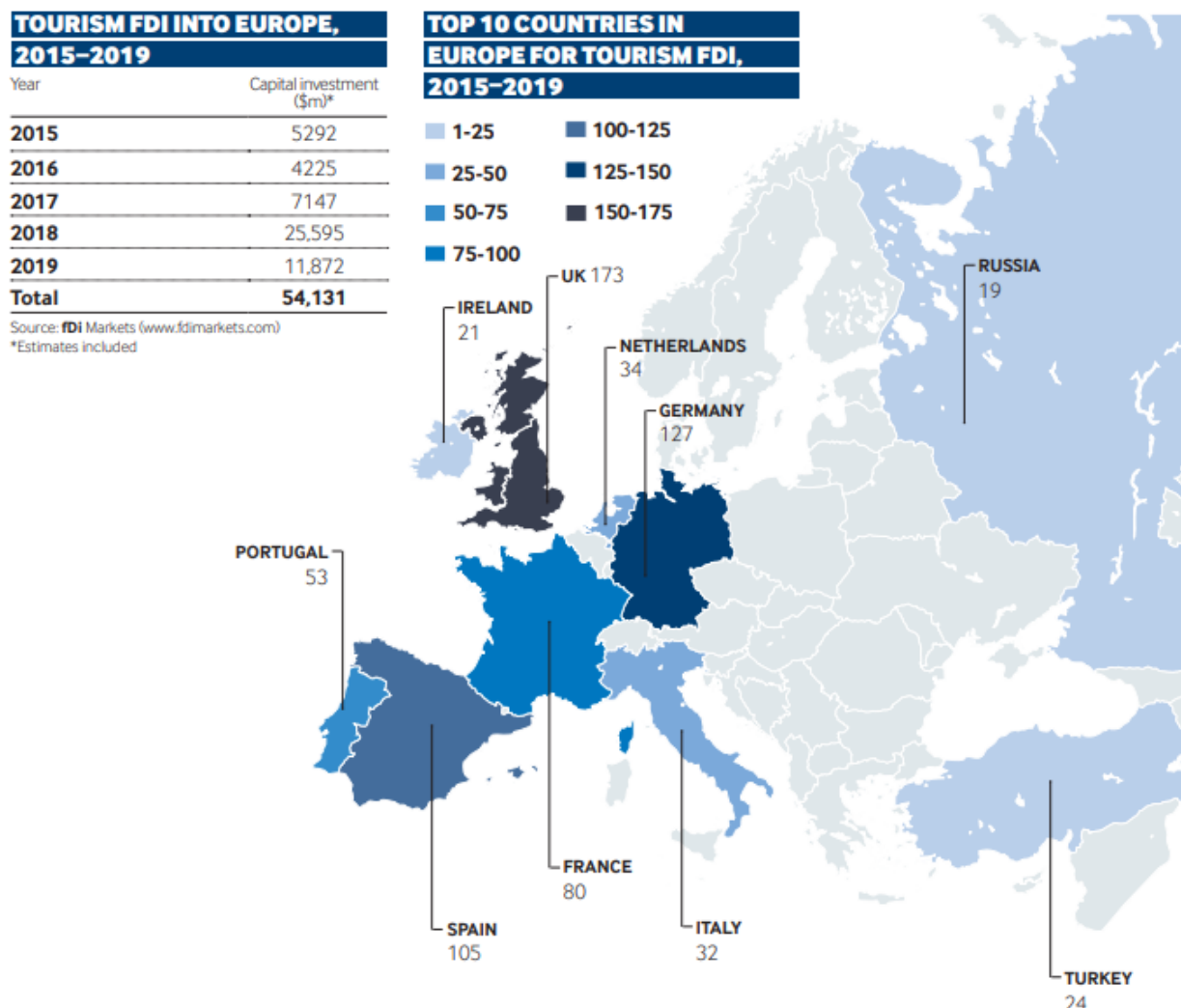
<p>Réseau de solutions de développement durable</p> <p>SDSN(https://www.unsdsn.org/)</p> 	<p>Villes durables</p> <p>https://www.unsdsn.org/cities</p>	<p>Ce réseau thématique cherche à identifier des solutions pratiques pour améliorer la gestion urbaine, et travaille en fait à soutenir la mise en œuvre des ODD dans les villes.</p>
	<p>Recherche et études liées à la durabilité</p> <p>https://www.unsdsn.org/climate-and-energy</p> <p>https://www.unsdsn.org/extractive-and-land-resources</p>	<p>Recherche et études sur : Bonne gouvernance des ressources extractives et terrestres, climat et énergie, santé, utilisation des terres et alimentation</p>
	<p>Financement ODD</p> <p>https://www.unsdsn.org/sdgfinancing</p>	<p>Ce projet vise à évaluer les coûts et le financement d'un pays pour la mise en œuvre des ODD</p>
	<p>Index ODD et Surveillance</p> <p>https://www.unsdsn.org/sdg-index-and-monitoring</p>	<p>Cette étude rend compte de l'évolution de la mise en œuvre des ODD pays par pays.</p>
	<p>Rapport TWI2050</p> <p>https://www.unsdsn.org/the-world-in-2050</p>	<p>Rapport TWI2050: Étude sur la transformation vers l'acquisition des ODD</p>
<p>Pacte mondial des Nations Unies</p> <p>(https://www.pactomundial.org/)</p>  <p>Pacto Mundial Red Española</p>	<p>Compas ODD</p> <p>(https://sdgcompass.org/)</p>	<p>Un guide qui fournit des outils et de l'information aux entreprises pour harmoniser leurs stratégies, ainsi que mesurer et gérer leur contribution à la réalisation des objectifs de développement durable.</p>
<p>Institut du tourisme responsable</p>  <p>RESPONSIBLE TOURISM INSTITUTE</p>	<p>Tourisme biosphère</p> <p>https://www.biospheretourism.com/es/ayudanos-a-cambiar-el-mundo/79</p>	<p>La certification Biosphère décerné par l'Institut du tourisme responsable (ITR), dans le but de promouvoir les actions et les programmes de développement durable dans les destinations et les entreprises touristiques. La norme Biosphère comprend la contribution à la durabilité des 17 objectifs de développement durable (ODD) pour le tourisme, par le biais de l'analyse des indicateurs de l'OMT, du Pacte Mondial, des indicateurs de l'UE et des critères du Conseil mondial du tourisme durable. (GSTC).</p>
	<p>Projets RIT et projet de collaboration</p> <p>https://www.responsibletourism.institute.com/es/investigacion-y-desarrollo-de-proyectos/34</p>	<p>Les projets prévoient d'atteindre les 17 Objectifs des Nations Unies en matière de développement durable par le biais de destinations touristiques, d'entreprises et de services.</p>

	https://www.responsibletourism.institute.com/es/cooperacion-internacional/35	Études collaboratives visant à promouvoir la coopération, dans le cadre de la durabilité, pour le développement des destinations, de leurs industries touristiques et des citoyens
	Formation à la biosphère https://www.biospheretourism.com/es/formacion-biosphere/114	Formation avec l'expérience et la trajectoire de l'Institut du tourisme responsable.
Conseil mondial pour le tourisme durable  Global Sustainable Tourism Council	https://www.gstccouncil.org/	Le Conseil mondial du tourisme durable gère les critères de la CSCG, les normes mondiales de durabilité dans les voyages et le tourisme; et offre une accréditation internationale pour les organismes de certification du tourisme durable, qui certifient que les hôtels/hébergements, les voyageurs et les destinations ont des politiques et des pratiques durables.
Commission européenne 	EDEN - Destinations européennes d'excellence https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en	EDEN, Destinations européennes d'excellence, vise à promouvoir des modèles de développement du tourisme durable dans l'UE. L'initiative est basée sur des compétitions nationales et des campagnes promotionnelles qui aboutissent à la sélection et à la promotion d'une « destination d'excellence » touristique pour chaque pays participant.
	Programme COSME pour les produits touristiques transnationaux durables https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products_en	L'objectif de cette initiative est de renforcer la coopération transnationale dans le tourisme durable dans l'Union européenne, de promouvoir le tourisme durable pour les petites et micro-entreprises et les autorités locales, et de renforcer la compétitivité du secteur touristique européen.
	Système européen d'indicateurs touristiques pour la gestion durable des destinations https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en	Pour aider les destinations à la gestion du tourisme durable, l'Union Européenne a mis en œuvre le Système européen des indicateurs du tourisme (ETIS).

Source: Élaboration propre à partir de l'information sur les web des organismes

5. Mettre l'accent sur l'investissement étranger direct dans le secteur du tourisme en Méditerranée

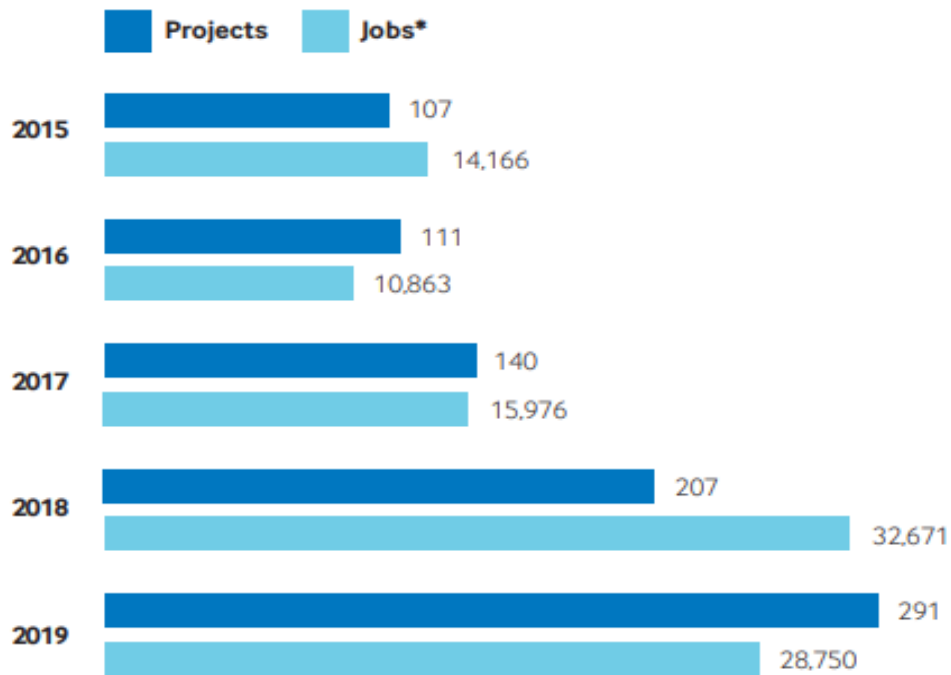
Comme le montre le graphique ci-dessous, les pays méditerranéens appartenant au continent européen qui reçoivent le plus d'investissements directs étrangers dans le secteur du tourisme sont l'Espagne, la France, l'Italie et la Turquie.



Source : Organisation Mondiale du Tourisme



TOURISM FDI INTO EUROPE, 2015-2019



TOURISM FDI INTO EUROPE, FIRST HALF OF 2020

Year	Projects with tourism cluster	Capital investment with the tourism cluster*	Jobs with tourism cluster*
First half of 2020	77	3036	6247

Source: **FDI** (www.fdimarkets.com) *Includes estimates

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Cet investissement direct étranger a connu **une croissance considérable** entre 2015 et 2019, comme le montre le graphique ci-dessus.

Quant aux pays méditerranéens appartenant à la zone Afrique et Moyen-Orient qui reçoivent le plus d'investissements directs étrangers dans le secteur du tourisme sont le **Maroc, la Tunisie, l'Égypte et la Jordanie**, comme le montre le graphique ci-dessous :

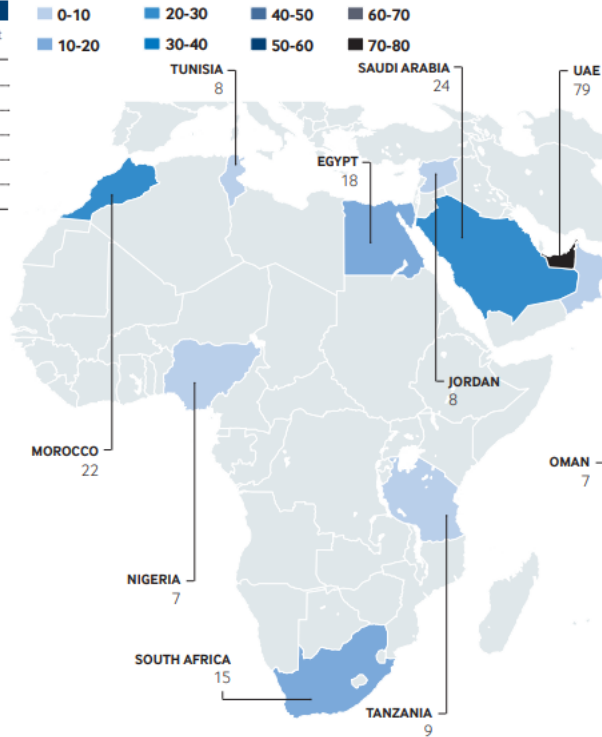


TOURISM FDI IN THE MIDDLE EAST & AFRICA, 2015-2019

Year	Capital investment (\$m)*
2015	1391
2016	2415
2017	2992
2018	6619
2019	9704
Total	23,124

Source: FDI Markets (www.fdimarkets.com)
*Estimates included

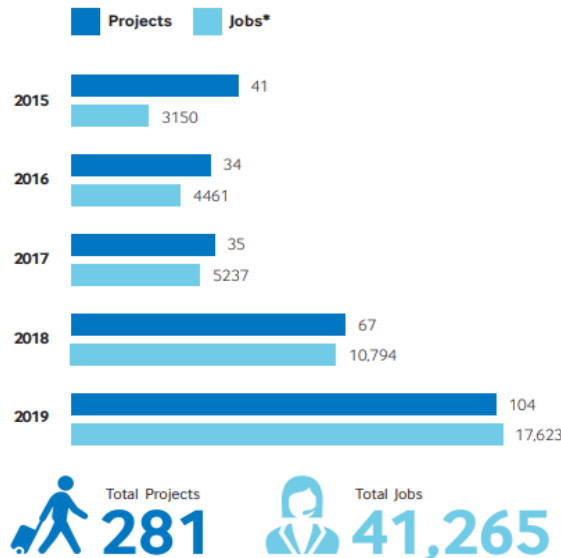
TOP 10 COUNTRIES IN THE MIDDLE EAST & AFRICA FOR TOURISM FDI, 2015-2019



Source: FDI Markets (www.fdimarkets.com)

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

TOP 10 COUNTRIES IN THE MIDDLE EAST & AFRICA FOR TOURISM FDI, 2015-2019



TOURISM FDI IN THE MIDDLE EAST & AFRICA, FIRST HALF OF 2020

Year	Projects with tourism cluster	Capital investment with the tourism cluster*	Jobs with tourism cluster*
First half of 2020	8	623	942

Source: FDI (www.fdimarkets.com) *Includes estimates

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Les tendances d'investissement dans la région ont très légèrement diminué de 2015 à 2017, mais elles ont connu **une forte croissance en 2018 et 2019**, comme le montre le graphique ci-dessus.

La construction d'infrastructures touristiques est le secteur le plus important dans lequel les investissements sont ciblés.

De manière générale, la plupart des projets et investissements générés appartiennent au secteur de la construction d'infrastructures (57% du total des investissements). Ces investissements sont généralement réalisés par de grandes multinationales, qui ont intégré, plus facilement dans leurs projets, la durabilité comme facteur pertinent. Il est également important de souligner qu'il existe d'autres secteurs comme la technologie, l'internet, la gestion des voyages et la réservation, les sites web, qui représentent environ 32% des investissements réalisés.

Il existe également des possibilités d'investissement dans l'innovation verte

En ce qui concerne les opportunités d'investissement pour l'innovation verte dans le tourisme, il est possible de conclure selon l'OCDE, que les opportunités d'investissement suivantes existent:

- Transition vers l'efficacité énergétique: dans le secteur de l'hébergement, les opportunités d'investir dans l'éco-efficacité sont nombreuses, par exemple en améliorant les systèmes de réfrigération, de télévision et de vidéo, de climatisation, de chauffage et de blanchisserie.
- Gestion de l'eau: financement des entreprises vertes qui mettent en œuvre des programmes internes visant à améliorer l'efficacité de l'utilisation de l'eau par les clients.
- Gestion des déchets: l'amélioration de la gestion des déchets peut accroître la durabilité du tourisme sur de nombreux fronts: promotion d'une utilisation plus efficace des ressources, amélioration de l'attractivité des destinations et création d'emplois.



- Biodiversité: la préservation des écosystèmes est au cœur du tourisme durable. Il existe des opportunités pour les entreprises vertes et les innovateurs de protéger les ressources naturelles et d'aborder systématiquement la question du tourisme durable.
- Patrimoine culturel: les investissements qui maintiennent le patrimoine culturel et qui offrent en même temps des opportunités de préserver, de revitaliser ou de renforcer les traditions, d'améliorer l'offre touristique et de contribuer à diffuser les effets bénéfiques du tourisme dans les communautés locales.

Enfin, et en ce qui concerne l'investissement privé, il faut souligner qu'il est nécessaire de mieux interconnecter les projets d'investissement touristique avec les instruments de financement en place.

6. Les dernières tendances et profils du touriste responsable

Le tourisme responsable implique un voyageur conscient de son comportement, qui veut profiter de son voyage sans laisser de traces négatives. Il exige également que les administrations publiques et les entreprises de destination développent des pratiques qui minimisent les impacts négatifs du tourisme et maximisent les impacts positives.

Conseils de l'OMT pour être un voyageur responsable

En 2005, le *Comité mondial sur l'éthique touristique* créé par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a produit une brochure sur « le Touriste et le voyageur responsable », qui a été révisée et mise à jour en 2017 et 2020 (cette dernière révision à la suite de la crise sanitaire causée par le COVID-19). Ces révisions incluent des conseils pour le voyageur responsable, ainsi que des recommandations pour assurer la sécurité du voyage.

Les conseils proposés pour faire du tourisme une activité plus durable abordent les aspects suivants :

- Valorisez les hôtes et le patrimoine commun.
- Protégez la planète.
- Soutenez l'économie locale.
- Voyagez en toute sécurité.
- Touriste bien informé.
- Utilisez les plateformes numériques intelligemment.

La demande de tourisme durable en hausse :

En ce qui concerne la demande de tourisme durable, il y a de plus en plus de voyageurs dont l'intérêt pour le voyage est centré sur la réalisation de différentes activités et en accord avec la durabilité de la destination choisie.

Par exemple, selon les dernières données sur les touristes arrivant en Espagne (offertes par l'Organisme de Tourisme de l'Espagne, Turespaña),

les voyageurs en provenance des pays suivants présentent un profil avec les caractéristiques suivantes :

- Voyageurs allemands: Tendance croissante vers la recherche de destinations « vertes », avec de beaux paysages et de la nature intacte. La durabilité environnementale de l'offre devient de plus en plus pertinente pour les touristes allemands lorsqu'il s'agit de sélectionner et de choisir un endroit où passer leurs vacances.
- Voyageurs autrichiens: Le tourisme actif, la randonnée, le vélo, le golf ou le tourisme nautique, gagnent part progressivement.
- Voyageurs danois: L'intérêt croissant pour les sports et les activités en contact avec la nature (golf, vélo et randonnée).
- Voyageurs norvégiens: La durabilité de l'environnement est un facteur de plus en plus important dans le choix de leurs voyages.
- Voyageurs suédois: La tendance la plus importante de ce marché est la préoccupation croissante pour l'environnement et la durabilité, dont l'impact se reflète dans la stratégie d'approvisionnement et de commercialisation des principaux opérateurs de marché.

D'autre part, selon les sources de Booking.com, l'une des agences de voyages en ligne les plus importantes, les **nouvelles tendances en matière de voyageurs et de déplacements devraient être déterminées par la technologie, un sens croissant de la responsabilité et une plus grande connexion avec les personnes et les lieux que nous visitons.**

- Augmentation du nombre de voyageurs choisissant des « destinations secondaires » : Le tourisme vers des destinations moins connues afin de réduire le sur-tourisme et de protéger l'environnement deviendra plus important au cours des prochaines années.
- S'attendre (technologiquement) à l'inattendu : la prise de décision des voyageurs sera davantage déterminée par la technologie et ses outils.
- Éviter toute précipitation et profiter du « tourisme lent » : Certains voyageurs préfèrent les moyens de transport qui contribuent à ralentir le rythme, à pratiquer un tourisme plus détendu, par exemple, le vélo, le tram, la navigation de plaisance, la marche, etc.



Finally, according to the sources of Hosteltur and Amadeus, one can say that **in the years to come, we will travel with « smaller footprints and larger hearts »**. Travelers were already sensitized to the environmental and social impact of tourism before the appearance of the coronavirus, but the forced pause by its expansion has only given people more time and space to perceive the impact of travel on the planet and local communities.

7. Recommandations et Conclusions

RECOMMANDATIONS

Après l'analyse de cette étude, les recommandations suivantes sont proposées pour la destination Méditerranée, les pays et / ou les destinations touristiques et les entreprises.

Recommandations au niveau méditerranéen :

- Création d'un Centre de Tourisme Durable en Méditerranée, qui rassemblerait les actions visant à faire de la région méditerranéenne une destination touristique durable. Certaines des fonctions de ce Centre pourraient être:

- Actions visant à la réalisation et à l'évaluation de la conformité aux ODD pour les pays méditerranéens
- Évaluation et contrôle des impacts négatifs du tourisme, dans les aspects économiques, environnementaux et sociaux, dérivés de l'excès éventuel du tourisme dans certains pays ou régions, ou à certaines périodes de l'année, afin de générer une croissance durable intégrée, pour l'industrie et pour l'environnement.
- Actions de formation et de conseil pour les pays, les destinations touristiques et les entreprises sur la durabilité et les ODD
- Développement d'actions de **promotion conjointes**
- Développement et échange de **bonnes pratiques** dans le domaine sur les ODD, etc.

- Création d'une **Marque Méditerranéenne** qui encourage la collaboration, la promotion conjointe et l'homogénéisation de la qualité et de la durabilité dans les pays de la région méditerranéenne.

- **Promotion de la connectivité aérienne** entre les destinations méditerranéennes afin de faciliter la création de produits touristiques communs et l'échange de touristes entre les destinations. À ce propos,

étudier l'opportunité de signer des accords « Ciel ouvert », qui faciliteraient l'augmentation des vols, plus de correspondances et des prix plus compétitifs.

- Centraliser et communiquer les restrictions de voyage des pays méditerranéens, afin de faciliter et d'encourager les voyages internationaux dans la région.

- Se concentrer sur l'attraction d'un tourisme de qualité, impliquant de plus longs séjours et des dépenses quotidiennes plus élevées par touriste, et sur l'attraction d'un touriste responsable.

- Demander au « Sustainable Development Solutions Network SDSN » de réaliser une étude sur les pays méditerranéens / sur l'accomplissement et l'évolution des ODD.

- Étude des besoins de financement pour la mise en œuvre des ODD et des outils de financement, proposée par le Sustainable Development Solutions Network SDSN.

- Demande de projets internationaux et de coopération qui aident à promouvoir la mise en œuvre des ODD dans les pays de la Méditerranée, tels que l'Union Européenne, la Banque Mondiale, etc.

- Organisation de projets tels que le projet Européen Destinations d'Excellence EDEN, pour mettre en valeur les principales destinations durables de la Méditerranée

Recommandations au niveau des destinations touristiques (pays ou région):

- Mise en œuvre de plans stratégiques de tourisme durable réels et actuels, impliquant la réalisation des objectifs de développement durable, de leurs cibles et de leurs indicateurs afin de pouvoir analyser et évaluer la mise en œuvre.

- Promouvoir la création de nouveaux produits touristiques durables qui impliquent des secteurs traditionnels, qui intègrent et emploient des

personnes des communautés locales et qui, en même temps, servent à décongestionner les sites touristiques saturés et à les emmener dans d'autres zones.

- Mise en œuvre de **systèmes de certification de la durabilité** dans le but de promouvoir des actions et des programmes de développement durable dans les destinations et les entreprises touristiques.

- Étude des **besoins de financement** pour la mise en œuvre des ODD et des outils de financement, programme dirigé aux pays, proposé par le Sustainable Development Solutions Network SDSN.

- Développer des **voies de collaboration entre les pays et les régions de la Méditerranée** pour améliorer la mise en œuvre des ODD au niveau régional.

- Application à des **programmes** développés par des organisations internationales telles que l'Organisation Mondiale du Tourisme de l'OMT **visant à améliorer** la biodiversité, le changement climatique, les plastiques ou l'amélioration de l'énergie, le Programme « Une planète durable », ainsi que les programmes du Sustainable Development Solutions Network SDSN ou de l'Institut de Tourisme Responsable.

- Mise en œuvre de **programmes qui favorisent l'accomplissement des ODD** et de l'Agenda 2030 de la part des destinations, des entreprises et des acteurs du tourisme.

- Demande du programme « **Villes durables** » du Sustainable Development Solutions Network SDSN, qui cherche à identifier des solutions pratiques pour améliorer la gestion urbaine.

- Demande de projets internationaux qui aident à **promouvoir la mise en œuvre des ODD sur les marchés méditerranéens**, tels que l'Union Européenne, la Banque Mondiale, etc.

- **Collaboration avec des réseaux** tels que NECsTour, qui rassemble des destinations travaillant sur le tourisme durable.

- Soutien à des outils tels que la SDG Compass (ODD), développé par le Pacte mondial des Nations Unies, GRI et WBCSD qui aide les entreprises à identifier les objectifs prioritaires du développement durable en fonction de leur activité principale, ce qui vise à faciliter la transition des entreprises vers les ODD.
- Soutien à la **base de données des bonnes pratiques** en matière d'ODD publiée par le département du développement durable de Nations Unies.
- Promouvoir la numérisation, la formation et la création de nouveaux produits touristiques durables pour les entreprises touristiques.

Recommandations au niveau de l'entreprise:

- Mise en œuvre des **plans d'affaires impliquant le respect des Objectifs de Développement Durable ODD**, de leurs cibles et des indicateurs afin d'analyser et d'évaluer l'accomplissement.
- Soutien à des outils tels que la SDG Compass (ODD), développé par le Pacte mondial des Nations Unies, GRI et WBCSD qui aide les entreprises à identifier les objectifs prioritaires du développement durable en fonction de leur activité principale, ce qui vise à faciliter la transition des entreprises vers les ODD.
- Mise en œuvre de **systèmes de certification de la durabilité** dans le but de promouvoir des actions et des programmes de développement durable dans les destinations et les entreprises touristiques.
- Application à des **programmes** développés par des organisations internationales telles que l'Organisation Mondiale du Tourisme de l'OMT **visant à améliorer** la biodiversité, le changement climatique, les plastiques ou l'amélioration de l'énergie, le Programme « Une planète durable », ainsi que les programmes du Sustainable Development Solutions Network SDSN ou de l'Institut de Tourisme Responsable.
- Investissement dans des outils de numérisation pour améliorer la gestion de l'entreprise.

CONCLUSIONS

Le tourisme, moteur d'autres activités et secteurs, est un **secteur très important dans les économies des pays méditerranéens**, en particulier dans les pays du Sud, qui apporte de grandes opportunités de progrès pour les destinations **mais qui comporte aussi un certain nombre de risques** dérivés principalement de la surpopulation, de la concentration géographique, la saisonnalité et la non-gestion de la durabilité.

Malgré les importantes conséquences que la pandémie causée par le COVID-19 entraîne sur le secteur du tourisme, les destinations et les entreprises, il y a toujours un grand intérêt des touristes à voyager, et on s'attend à ce que, avec le dépassement progressif de la pandémie, les effets positifs du vaccin, une plus grande confiance des touristes et la diminution des restrictions, le tourisme international soit relancé. Si cela est vrai, il est également vrai que, selon les experts de l'Organisation mondiale du tourisme, **le chiffre de 1.459 millions de touristes internationaux de 2019, serait atteint entre la fin de 2023 et la fin de 2024.**

Comme on l'a vu tout au long de l'étude, la croissance ininterrompue de l'importance du secteur du tourisme dans les économies méditerranéennes, ainsi que la nécessité de surmonter les crises, telles que celle causée par la pandémie COVID-19, renforcent **l'obligation des destinations de mettre en œuvre des systèmes de gestion durable.** En fait, les principales organisations internationales identifient le tourisme durable comme le principal moyen de surmonter la crise provoquée par le COVID-19 et comme une possibilité pour la viabilité du secteur à long terme.

Par conséquent, les différents organismes des pays méditerranéens qui gèrent le tourisme commencent à **inclure la durabilité dans les plans stratégiques de développement touristique.** Mais il est nécessaire de veiller expressément à ce que, dans les plans de développement des pays, des destinations, des entreprises et des différents acteurs du secteur, **les ODD soient définis et que des indicateurs et les cibles soient établis**, afin d'assurer l'accomplissement et le suivi des objectifs de développement durable de l'Agenda 2030.

Les pays et les destinations devraient concentrer leurs efforts sur la **réduction des effets négatifs de l'activité touristique** sur le plan économique, environnemental et social, ainsi qu'éviter la concentration géographique, la saisonnalité et la non-gestion de la durabilité.

En effet, les pays méditerranéens identifient comme **principaux défis la diversification du tourisme**, qui collabore à la réduction de la charge sur les zones les plus congestionnées, le **développement de nouvelles ressources touristiques**, ainsi que **l'amélioration de la qualité de l'emploi touristique**. En outre, ils identifient de **nouvelles opportunités en matière de numérisation, de formation et de nouveaux produits touristiques durables**.

Les destinations devraient **travailler à la promotion des segments les plus importants en Méditerranée**, qui favorisent la création de produits communs, tels que la culture / le patrimoine, la gastronomie, les croisières / la nautique, et aussi, **travailler en particulier sur les segments qui contribuent à la création d'une plus grande durabilité d'une destination**, comme le tourisme rural, qui respecte l'environnement et contribue au développement et à la prospérité des communautés locales, le tourisme d'aventure et le tourisme sportive.

Comme on a pu le constater, indépendamment de l'intérêt des différents pays à inclure la durabilité dans les plans stratégiques du secteur du tourisme, la réalité indique que **la conformité aux ODD par les différents pays qui composent la région méditerranéenne est encore très peu homogène**. Cette constatation pourrait devenir un défi pour la « Destination Méditerranée » qui nécessite, afin de donner une image commune de durabilité et de qualité, de niveler les normes de conformité aux ODD dans les différents pays. Pour cela, ils devraient profiter des initiatives dont disposent les pays, les destinations touristiques et les entreprises pour promouvoir la planification et la gestion durables.

D'autre part, pour réellement s'engager dans une destination méditerranéenne commune, la participation des destinations touristiques dans la gestion du tourisme durable ne devrait pas se faire de manière individuelle et non coordonnée, mais il **faudrait plutôt travailler ensemble sur la durabilité dans la région.**

Finalement, il est nécessaire de souligner **l'augmentation de la demande des touristes responsables**, à la recherche de destinations impliquant une gestion durable, ce qui peut être une **opportunité pour les destinations** qui s'engagent vraiment sur la durabilité. Les destinations touristiques qui ne soient pas durables vont perdre un segment important de la demande, qui ne cesse de croître et qui s'intéresse davantage à de mesures durables.

Afin de rendre les destinations touristiques méditerranéennes plus durables, il faut privilégier le moindre impact de l'activité touristique, mettre la qualité du tourisme avant la quantité, se concentrer sur l'attraction d'un tourisme avec un séjour moyen plus long dans la destination, avec une dépense moyenne plus élevée et favoriser l'attraction de touristes responsables, plus sensibilisés à la durabilité.

La création d'un Centre de tourisme durable en Méditerranée qui aurait, entre autres objectifs, ceux de mettre en œuvre des actions visant à faire de la région méditerranéenne une destination touristique durable, de promouvoir la connectivité aérienne dans la Méditerranée, de générer une marque méditerranéenne et travailler pour attirer un tourisme responsable, serait une ligne importante à travailler.

Toutes ces questions analysées démontrent que l'approche des destinations touristiques méditerranéennes pour contribuer à une **gestion durable, intégrée et coordonnée n'est pas une option mais une obligation**, afin de faire de la Méditerranée une destination durable et compétitive.

8. Bibliographie

- Organisation du tourisme web de l'OMT(<https://www.unwto.org/es>)
 - o <https://www.unwto.org/green-investments-for-sustainable-tourism>
 - o <https://www.unwto.org/investment/tourism-investment-report-2020>
 - o <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-09/FDI-Tourism-Report-2020.pdf>
 - o Baromètre mondial du tourisme. Volume 18- numéro 7- Décembre 2020 - Organisation mondiale du tourisme de l'OMT
 - o COVID-19 et Tourisme. 2020 : Un an de cours - Organisation mondiale du tourisme de l'OMT
 - o COVID-19 restrictions de voyage liées à un examen mondial du tourisme - Huitième rapport au 2 décembre 2020 - Organisation mondiale du tourisme de l'OMT
 - o Panel du tourisme de l'OMT <https://www.unwto.org/es/unwto-tourism-dashboard>
 - o Organisation mondiale du tourisme (1995), Charte du tourisme durable, Déclarations de l'OMT, Volume 5, Numéro 4, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.1995.05.04>.
 - o <https://www.unwto.org/world-committee-tourism-ethics>
- « Secteur du tourisme et objectifs de développement durable ” - Organisation mondiale du tourisme et Pacte mondial du réseau espagnol
- Azcáte T., Benayas J., Nerilli G. et Justel A., 2019. « GUIDE POUR LE TOURISME DURABLE. Défis du secteur du tourisme avant l'Agenda 2030 », REDS, Madrid.
- Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G., Woelm, F. 2020. Les Objectifs de développement durable et COVID-19. Rapport sur le développement durable 2020. Cambridge : Cambridge University Press.
- Reconstruction du tourisme pour l'avenir : réponses politiques et COVID-19 - Reprise de l'OCDE
- Rapport politique : COVID-19 et transformation du tourisme - Nations Unies
- Réseau international d'observatoires du tourisme durable de l'Organisation mondiale du tourisme INSTO(<http://insto.unwto.org/>)
- Pacte mondial des Nations Unies (<https://www.pactomundial.org/>)
- Réseau de solutions de développement durable SDSN(<https://www.unsdsn.org/>)
- Institut du tourisme responsable (<https://www.responsibletourisminstitute.com/>)
- Tourisme biosphère (<https://www.biospheretourism.com/es>)
- Conseil mondial du tourisme durable(<https://www.gstcouncil.org/>)

- NECsTour: Régions européennes pour un tourisme compétitif et durable(
<https://necstour.eu/>)
- Commission européenne(https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en
)
- Organisation mondiale du Travail ([https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm))
- Boussole ODS (<https://sdgcompass.org/>)
- Nations Unies - Département du développement durable des affaires économiques et sociales (<https://sdgs.un.org/>)
- Programme EBSOMED(<http://ebsomed.eu/>)
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> EUROSTAT
- EDEN (Destinations européennes d'excellence)
https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en
- VISITEZ ALBANIE <HTTP://ALBANIA.AL/>
- TOURISME ALGÉRIE <http://www.algeria-tourism.org/>
- DÉCOUVREZ LA BOSNIE [la https://www.discoverbosnia.com/things-to-do](https://www.discoverbosnia.com/things-to-do)
- DÉCOUVREZ BULGARIE <HTTPS://BULGARIATRAVEL.ORG/EN/>
- DÉCOUVREZ CHIPRE [le https://www.visitcyprus.com/index.php/en/](https://www.visitcyprus.com/index.php/en/)
- CROATIE TOURISME <https://croatia.hr/en-GB>
- <HTTP://EGYPT.TRAVEL/> OFFICE ÉGYPTIEN DU TOURISME
- VISITEZ L'ESPAGNE <HTTPS://WWW.SPAIN.INFO/ES/>
- EXPLOREZ FRANCIA <https://www.france.fr/en>
- VISITEZ LA GRÈCE <HTTP://WWW.VISITGREECE.GR/>
- VISITEZ JORDANIA <http://www.visitjordan.com/>
- VISITEZ LIBAN <HTTPS://WWW.VISIT-LEBANON.ORG/LEISURE/>
- VISITEZ LE MAROC <HTTPS://WWW.VISITMOROCCO.COM/EN>
- VISITEZ MONTENEGRO <HTTPS://WWW.VISIT-MONTENEGRO.COM/>
- VISITEZ LA SERBIE <HTTP://WWW.SERBIA.COM/VISIT-SERBIA/>
- VISITEZ SIRIA <http://www.syriatourism.org/en/>
- DÉCOUVREZ LA TUNISIE <HTTPS://WWW.DISCOVERTUNISIA.COM/EN/>
- <https://www.goturkey.com/> GO TURQUIE
- https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020_6b47b985-en I-LIBRARY de l'OCDE
- ALBANIE STRATÉGIE NATIONALE DU TOURISME <HTTPS://TURIZMI.GOV.AL/WP-CONTENT/UPLOADS/2019/12/NATIONAL-TOURISM-STRATEGY-2019-2023-EN.PDF>
- MINISTERE TOURISME DE L'ŒUVRE FAMILIALE ALGERIE ARTESANAT
<HTTPS://WWW.MTATF.GOV.DZ/>

<https://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2020/09/GUIDE-FR.pdf>
- MINISTTOURISM ERIO BOSNIE-HERZÉGOVINE
<HTTPS://WWW.FMOIT.GOV.BA/BS/TURIZAM/TURIZAM-U-FBIH>
- TOURISME BULGARIE GOUVERNEMENT
<https://www.tourism.government.bg/en/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika/european-union-strategy-danube-region>
- <HTTP://WWW.DANUBETOURNET.EU/INDEX.PHP>

- MINISTERIO TURISMO ESPAGNE [WWW.TURISMO.GOB.ES
HTTPS://TURISMO.GOB.ES/ES-ES/ESTRATEGIA-TURISMO-
SOSTENIBLE/DOCUMENTS/DIRECTRICES-ESTRATEGIA-TURISMO-
SOSTENIBLE.PDF](http://www.turismo.gob.es/https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/documentos/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf)
- VICE-MINISTÈRE DU TOURISME CHYPRE
[HTTP://WWW.TOURISM.GOV.CY/TOURISM/TOURISM.NSF/ALL/A5629D6E93C2
5C23C225849E00411A54?OPENDOCUMENT](http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/all/A5629D6E93C25C23C225849E00411A54?opendocument)

[http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/all/F3B1149E603F7854C225849
E0041A969/\\$file/Executive_Summary_Tourism_Strategy_2011_2015.pdf?open
element](http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/all/F3B1149E603F7854C225849E0041A969/$file/Executive_Summary_Tourism_Strategy_2011_2015.pdf?openElement)
- Croatie
<https://mint.gov.hr/>

[https://mint.gov.hr/news-11455/sustainable-tourism-development-strategy-
until-2030-to-be-drawn-up/22090](https://mint.gov.hr/news-11455/sustainable-tourism-development-strategy-until-2030-to-be-drawn-up/22090)

[https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/strategija-razvoja-odrzivog-
turizma-do-2030-godine/11411](https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411)
- Égypte
[https://dailynewsegupt.com/2020/09/26/egypt-launches-first-sustainable-
tourism-campaign-at-protected-areas/](https://dailynewsegupt.com/2020/09/26/egypt-launches-first-sustainable-tourism-campaign-at-protected-areas/)

[https://www.oecd-ilibrary.org/sites/74345b15-
en/index.html?itemId=/content/component/74345b15-en](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/74345b15-en/index.html?itemId=/content/component/74345b15-en)
- Espagne
[https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-
en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en)
- Italie
[https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3d4192c2-
en/index.html?itemId=/content/component/3d4192c2-en](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3d4192c2-en/index.html?itemId=/content/component/3d4192c2-en)
- MARRUECOS
[https://www.oecd-ilibrary.org/sites/409d3fd2-
en/index.html?itemId=/content/component/409d3fd2-en](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/409d3fd2-en/index.html?itemId=/content/component/409d3fd2-en)
- MINISTÈRE JORDANIEN DU TOURISME
https://www.mota.gov.jo/contents/Projects_Initiatives.aspx
https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS_EN.pdf
https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS_2011-2015_English.pdf
- LÍBANO
<http://mot.gov.lb/contact>

http://mot.gov.lb/Content/uploads/Publication/150225013030192-Rural%20Tourism%20Strategy_English.pdf

- LIBIA

<https://www.unwto.org/archive/middle-east/press-release/2013-06-13/libya-counts-tourism-help-rebuild-country>

- MONTÉNÉGRO <https://mrt.gov.me/en/library/strategije>

- <HTTP://WWW.SYRIATOURISM.ORG/EN/PAGE12724/THE-MINISTRYS-STRATEGY>

- LA SYRIE

- <https://www.oecd.org/cfe/leed/46761318.pdf> TUNISIE

-TURESPAÑA:

<https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/Paginas/FichaCoyuntura.aspx>

- Booking.com: <http://TravelPredictions2020.com>

- Hosteltur:

https://www.hosteltur.com/122702_perfil-ecoturista.html

https://www.hosteltur.com/141582_seis-tendencias-que-marcaran-el-regreso-de-los-viajes-en-2021-segun-amadeus.html

Plan d'action sur le tourisme durable en Méditerranée dans le contexte post COVID-19

Produit par :

ASCAME (L'Association des Chambres de Commerce
et d'Industrie de la Méditerranée)

Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de
Services et de Navigation de Malaga

Avec la participation de:

La Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de Services et de
Navigation de Barcelona,

CCIS – Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services de Sfax

Chambre de Commerce et d'Industrie Région Fès-Meknès

CCIBML – Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de
Beyrouth et Mont-Liban

Des remerciements particuliers:

À toutes les institutions qui ont contribué à ce document par leur participation au webinaire du Comité de l'alliance sectorielle sur le tourisme durable, décembre 2020

La Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de Services et de Navigation de Barcelona

CCIBML – Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Beyrouth et Mont-Liban

GSTC – Conseil Mondiale du Tourisme Durable

JITOA – Jordan Inbound Tour Operators Association

IHRA – Association Internationale des Hôtels et Restaurants

WWF Méditerranée Afrique du Nord

CRPM – Conférence des Régions Périphériques Maritimes

CCI – Chambre de Commerce et d'Industrie d'Oran

Dans le cadre du projet EBSOMED

Sector Strategic Paper

Industry outlook :

Plan d'action sur le tourisme durable
en Méditerranée, dans le contexte post COVID-19

Ce document est produit par



ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط



avec l'implication de:



Cambra Barcelona
"doing business"



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE SFAX



غرفة التجارة والصناعة والخدمات
بفاس مكناس
CHAMBRE DE COMMERCE
D'INDUSTRIE ET DE SERVICES
RÉGION FÈS - MEKRÈS



غرفة التجارة والصناعة والزراعة
Chamber of Commerce Industry
and Agriculture
في بيروت وجبل لبنان

dans le cadre du projet EBSOMED



Project funded by the
EUROPEAN UNION

The EBSOMED project is led by BUSINESSMED within a consortium of six partners.

BUSINESSMED

Union of Mediterranean Confederations of Enterprises



ANIMA
INVESTMENT NETWORK



EUROCHAMBRES



ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط



AHK
Deutsch-Arabische
Industrie- und Handelskammer
German-Arab
Chamber of Industry and Commerce
الغرفة الألمانية العربية للصناعة والتجارة