

53177

NATIONS UNIES  
CONSEIL  
ECONOMIQUE  
ET SOCIAL



Distr.  
LIMITÉE

E/CN.14/TRANS/32  
5 mars 1968

FRANCAIS  
Original : ANGLAIS

COMMISSION ECONOMIQUE POUR L'AFRIQUE  
Division des ressources naturelles  
et des transports

LE TOURISME DANS LES PAYS DE L'AFRIQUE DU NORD

NOTE

Dans la recommandation No. 2 de la Conférence des transports aériens africains, qui a eu lieu en novembre 1964 (E/CN.14/TRANS/26), les participants ont recommandé que la CEA entreprenne des études approfondies sur les possibilités offertes au développement du tourisme en Afrique. Des études ont été prévues dans le Programme de travail et ordre de priorités pour 1965-1967 de la CEA (Rapport annuel 3.3.64 - 23.2.65 E/4044 - E/CN.14/343/Rev.1; liste annotée des projets pour 1965-1967, No.34) pour aider les gouvernements africains à développer le tourisme en se fondant sur les opinions exprimées à la Conférence des transports aériens africains.

A la réunion sous-régionale sur la coopération économique en Afrique du nord qui a eu lieu le 24 juin 1966 (E/CN.14/354) on a demandé qu'une étude économique soit entreprise sur la nature et l'ampleur de la demande dans le domaine du tourisme au niveau sous-régional, pour permettre de déterminer les possibilités de collaboration et de coordination.

La présente étude a été entreprise pour répondre à cette demande.

## TABLE DES MATIERES

	<u>Paragraphes</u>
INTRODUCTION. . . . .	1 - 11
CHAPITRE PREMIER - MAROC. . . . .	12 - 37
Attractions, climat, régions touristiques et saisons .	12 - 17
Historique du tourisme au Maroc . . . . .	18 - 22
La recherche comme base du programme de développement du tourisme . . . . .	23 - 26
Le programme de développement du tourisme et sa mise en oeuvre . . . . .	27 - 28
Code des investissements libéral et financement de la construction hôtelière . . . . .	29 - 30
Rentabilité des investissements . . . . .	31 - 37
CHAPITRE II - ALGERIE . . . . .	38 - 56
Attractions touristiques, zones, climat et saisons . . . . .	38 - 39
Historique . . . . .	40 - 43
Occupation et rentabilité des hôtels . . . . .	44 - 47
Plans de développement à venir . . . . .	48 - 51
Code d'investissement libéral . . . . .	52 - 56
CHAPITRE III - TUNISIE . . . . .	57 - 72
Attractions et lieux touristiques, climat et saisons . . . . .	57 - 59
Historique de l'industrie du tourisme . . . . .	60 - 61
Politique officielle visant au développement du tourisme . . . . .	62 - 63
Mesures propres à encourager les investissements privés . . . . .	64 - 67
Plans tunisiens de développement touristique . . . . .	68 - 72
CHAPITRE IV - LIBYE . . . . .	73 - 82
Attractions et lieux touristiques, climat et saisons .	73 - 75
Historique . . . . .	76 - 78
Perspectives de développement touristique . . . . .	79 - 82

## TABLE DES MATIERES (suite)

	<u>Paragrapbes</u>
CHAPITRE V - REPUBLIQUE ARABE UNIE . . . . .	83 - 92
Attractions touristiques . . . . .	83 - 85
Historique . . . . .	86 - 87
Capacité hôtelière et taux d'occupation des hôtels . .	88 - 92
CHAPITRE VI - SOUDAN . . . . .	93 - 102
Attractions et régions touristiques, climat . . . . .	93 - 97
Arrivées de touristes au Soudan et recettes en devises étrangères . . . . .	98 - 99
Les hôtels et leurs tarifs . . . . .	100 - 102
CHAPITRE VII - LA DEMANDE DE VOYAGES TOURISTIQUES VERS L'AFRIQUE DU NORD . . . . .	103 - 128
Le marché touristique de l'Europe occidentale . . . . .	107 - 118
Le marché touristique en Amérique du Nord . . . . .	119 - 124
Pays arabes et autres marchés . . . . .	125 - 128
CHAPITRE VIII - TRANSPORTS . . . . .	129 - 167
A. Transports aériens . . . . .	132 - 148
B. Transports de surface . . . . .	149 - 161
C. Hébergement et moyens de transport . . . . .	162 - 167
CHAPITRE IX - LA PROPAGANDE TOURISTIQUE . . . . .	168 - 179
Etalement de la saison touristique . . . . .	168 - 172
Informations destinées aux automobilistes . . . . .	173
Coopération dans les autres secteurs du développement du tourisme . . . . .	174 - 179
CHAPITRE X - AUTRES ASPECTS DE LA COOPERATION DES PAYS D'AFRIQUE DU NORD DANS LE DOMAINE DU TOURISME .	180 - 204
Mesures de coopération décidées par les pays d'Afrique du nord . . . . .	180 - 185
Recherche . . . . .	186 - 189
Normalisation des réglementations . . . . .	190 - 192
Tourisme régional . . . . .	193
Formalités aux frontières . . . . .	194 - 196

TABLE DES MATIERES (suite)

	<u>Paragraphe</u> s
<u>Chapitre X</u> (suite)	
Coopération dans l'activité commerciale . . . . .	197 - 198
Formation professionnelle . . . . .	199 - 201
Réunions internationales . . . . .	202 - 204
CONCLUSION . . . . .	205 - 209
ANNEXE I - RECOMMANDATIONS GENERALES	
ANNEXE II - SUGGESTIONS INCIDENTES RELATIVES AU TOURISME DANS CHAQUE PAYS	
ANNEXE III - LA PROJECTION DU TOURISME EN AFRIQUE DU NORD DE 1965 A 1980	



## LISTE DES TABLEAUX

<u>No. du tableau</u>		<u>Page</u>
1	Capacité d'hébergement des hôtels au Maroc au 31 décembre 1956 . . . . .	10
2	Capacité d'hébergement des hôtels au Maroc au 31 décembre 1965 . . . . .	11
3	Visiteurs étrangers au Maroc . . . . .	12
4	Tarifs des chambres à deux lits et de la pension complète par personne dans les chambres à deux personnes de certains hôtels du Maroc et d'Espagne en 1967 . . . . .	20
5	Hôtels de tourisme en Algérie à la fin de 1964. .	26
6	Capacité d'hébergement des touristes en Tunisie .	38
7	Nombre des entrées en Tunisie d'étrangers classés par nationalité . . . . .	39
8	Nombre des nuitées des touristes étrangers (en Tunisie) . . . . .	40
9	Nombre des nuitées des résidents de quelques importants pays fournisseurs de touristes (en Tunisie) . . . . .	40
10	Tarifs hôteliers applicables en Tunisie en 1967 .	42
11	Production libyenne de pétrole brut . . . . .	45
12	Répartition géographique de la capacité hôtelière en Libye à la fin de 1966 . . . . .	46
13	Arrivées de touristes étrangers dans les hôtels libyens et nuitées . . . . .	47
14	Tarifs des hôtels en Libye et au Liban . . . . .	50
15	Températures mensuelles minimales et maximales dans les diverses régions touristiques de la RAU. . . . .	54
16	Volume du tourisme en RAU, de 1956 à 1965 . . . .	55
17	Arrivées de touristes étrangers en RAU en 1965 et nombre de nuitées . . . . .	55
18	Arrivées de touristes étrangers en RAU en 1965 et nombre de nuitées . . . . .	56
19	Nombre de lits dans les hôtels de la RAU, au 31 décembre 1965 . . . . .	57
20	Tarifs des hôtels d'Egypte comparés à ceux des hôtels d'Espagne . . . . .	59 - 60

## LISTE DES TABLEAUX (suite)

<u>No. du tableau</u>		<u>Page</u>
21	Arrivées, classées selon les nationalités et l'objet de la visite . . . . .	67
22	Hôtels du Soudan (à la fin de 1966) . . . . .	67
23	Tarifs des hôtels en Egypte et au Soudan . . .	68
24	Accroissement du nombre de personnes qui ont des revenus supérieurs et du produit inté- rieur brut par habitant, dans quelques pays européens . . . . .	84
25	Estimation du nombre des revenus plus élevés dans quelques pays européens en 1965 . . . .	85
26	Nombre d'arrivées de touristes en Europe méridionale . . . . .	85
27	Tendances du tourisme international dans les pays de l'Europe occidentale à l'exclusion des pays méditerranéens et du Portugal . . .	86
28	Arrivées de touristes dans les pays de l'Afrique du nord . . . . .	87
29	Arrivées de touristes dans les pays du Moyen-Orient . . . . .	87
30	Déclarations d'impôt sur le revenu global des personnes physiques aux Etats-Unis . . . . .	88
31	Répartition, en pourcentage, des familles selon le niveau des revenus aux Etats-Unis .	88
32	Moyens de transport utilisés par les touristes étrangers qui ont visité l'Afrique du nord en 1965 . . . . .	89
33	Prix des voyages tout compris à destination de l'Afrique du nord . . . . .	94
34	Frais d'exploitation des lignes aériennes mondiales régulières en 1964 . . . . .	101
35	Tarifs des bateaux transbordeurs en 1967 . . .	103 - 105
36	Transport des véhicules automobiles par le port de Tanger . . . . .	106

## INTRODUCTION

1. L'histoire prouve que depuis les temps les plus reculés le nord du continent africain a été le berceau de nombreuses civilisations qui ont eu une profonde influence sur la pensée et l'action de nombreux peuples tant de l'Occident que du monde entier; ces civilisations auraient été inconcevables dans un milieu hostile. Les côtes d'Afrique du nord sont émaillées de vestiges de villes prospères fondées par les Phéniciens, les Grecs et les Romains, et les colons ont été attirés vers ces régions non seulement par la fertilité du sol et les possibilités de gains mais aussi par l'agrément du climat doux et sain, la beauté des paysages et la valeur matérielle et culturelle des vieilles civilisations qu'ils y ont trouvées.
2. A la suite des conquêtes arabes, la langue arabe a été l'instrument de transmission (aux populations des pays de la Méditerranée et de l'Europe de l'ouest) de la sagesse et du savoir hérités des civilisations anciennes ainsi que des arts et des sciences arabes. Les merveilles de l'architecture et de l'artisanat qui nous sont parvenues presque intactes et le charme qui se dégage du mélange des civilisations orientale et occidentale ont fortement frappé l'imagination des occidentaux, ce qui les a psychologiquement préparés au tourisme dans les pays d'Afrique du nord.
3. Pour les pays d'Europe fortement industrialisés, l'Afrique du nord présente des attraits supplémentaires qui auront une influence de premier ordre sur l'expansion du tourisme de masse. Au nombre de ces attraits se trouve la magnifique région côtière qui s'étale de l'océan Atlantique à la mer Rouge, en longeant la Méditerranée. Ce sont de grands espaces où la nature a été préservée et où l'on peut jouir d'un climat chaud et ensoleillé; les plages de sables fins bordées d'une eau limpide y sont nombreuses et étendues, elles sont séparées par des falaises et des éperons rocheux et l'arrière-pays est vallonné ou montagneux. Il y a des régions fertiles plantées d'orangers, de figuiers, de palmiers, de vignes, de cultures diverses, qui s'intercalent entre des forêts de chênes ou de pins. Plus au sud il y a l'immensité du désert avec ses oasis isolées à la végétation luxuriante qui abritent une architecture et un folklore originaux.

Les splendeurs - dont rêvaient jusqu'alors les habitants des villes industrielles froides, humides et enfumées d'Europe - sont maintenant à la portée d'un grand nombre de personnes grâce à l'essor économique, à l'accroissement rapide des niveaux de vie et aux progrès dans le domaine des transports qui ont réduit la durée et le prix des voyages.

4. Il n'en reste pas moins vrai que pour encore beaucoup de personnes l'Afrique du nord est restée une région de rêve parce que la plupart d'entre elles ne connaissent pas les possibilités qui leur sont offertes sur le plan touristique et que les autres n'ont ni le temps ni les moyens de faire un tel voyage. Il ne fait aucun doute que cet état de choses sera modifié dans l'avenir, mais pour les pays en voie de développement il n'est pas indifférent de savoir s'il s'agira ici d'un processus à long terme résultant purement de l'initiative privée ou si les gouvernements interviendront spontanément pour l'accélérer par une politique appropriée. Il n'est plus besoin d'expliquer les mérites du tourisme étranger pour un pays quel qu'il soit, et encore moins pour les pays en voie de développement : dans les conditions favorables, le tourisme peut accélérer le développement économique général et, par ce développement et par ses propres vertus, élever le niveau de vie des populations.

5. Pour instaurer ou stimuler le tourisme étranger, il faut en premier lieu une action organisée par chacun des pays intéressés. On verra dans les pages suivantes que certains pays d'Afrique du nord ont agi de cette sorte après avoir entrepris des études minutieuses et détaillées mais qu'une fois leurs décisions prises ils ont agi vite et efficacement et les résultats obtenus ont largement dépassé leur attente. Dans certains autres pays, le tourisme n'en est qu'à ces débuts. Dans un domaine comme le tourisme, nombre de choses qui semblent aller de soi sont en fait plus complexes qu'il n'y paraît et il y a des personnes influentes qui pensent qu'il suffit d'être intelligent et avoir une culture générale et une certaine expérience pratique pour prendre des décisions pertinentes en la matière. Ce raisonnement est valable si ces décisions sont basées sur les conseils techniques des experts. On sait par expérience que dans ce domaine comme dans bien d'autres secteurs de l'activité économique, faute de

consulter des experts on a abouti à des placements erronés et une production non économique, maux qui n'épargnent pas le tourisme. Il est encourageant de constater que la plupart des pays d'Afrique du nord ont sollicité l'assistance d'experts étrangers par l'intermédiaire d'organisations internationales ou d'arrangements bilatéraux et que des études détaillées ont été entreprises par de petites équipes de bureaux d'études. Dans certains pays, les études entreprises n'ont pas été suffisamment approfondies pour être suivies d'une action délibérée et énergique, dans certains autres le climat politique général et les conditions économiques de l'heure ne contribuent pas à encourager les efforts en faveur du développement du tourisme.

6. En grande partie grâce aux progrès réalisés dans le domaine des transports, le tourisme a changé dans plusieurs de ses aspects et il est devenu plus diversifié. Le tourisme international ne comprend pas seulement les voyageurs qui se rendent d'un pays à un autre et y passent leurs vacances, il y a aussi, et de plus en plus, les voyageurs qui se rendent dans plusieurs pays au cours d'un même voyage, que ce soit en voiture, en avion ou en bateau. Les voyages en automobile en particulier, ont profondément modifié la physionomie du tourisme, mais on est loin encore d'en saisir toutes les conséquences. Entre autres, le tourisme automobile a un caractère régional qui implique une collaboration accrue entre les pays d'une même région. Ces pays ne sont plus de simples concurrents : ils sont plutôt engagés dans une même entreprise et le succès de chacun dépend plus ou moins d'une collaboration efficace.

7. Plus encore que dans d'autres régions, une telle collaboration apparaît indispensable entre les pays de la sous-région de l'Afrique du nord. Les responsables des pays de l'Afrique du nord sont conscients de la nécessité d'une telle collaboration mais sa mise en application s'est heurtée à un manque de compréhension réelle de son utilité et de sa portée ainsi qu'aux divergences politiques dans certains domaines qui n'ont pourtant aucun rapport avec le tourisme. Pour l'Europe, dévastée par la seconde guerre mondiale, le tourisme avait été envisagé comme l'un des moyens d'accélérer la reconstruction économique et le développement, et pour attirer les touristes américains une collaboration efficace avait été

établie entre les pays de l'Europe occidentale. Il s'agissait de convaincre les touristes américains que l'Europe était une région attrayante, agréable à visiter et que les voyages vers l'Europe étaient faciles, abordables et confortables. Cette collaboration n'était pas limitée aux pays dont l'organisation sociale ou la politique générale étaient analogues. La Yougoslavie, par exemple, a aussi bénéficié de sa participation à la Commission européenne du tourisme qui était le principal instigateur et agent de la collaboration destinée à attirer les touristes américains vers l'Europe.

8. Pour imposer la notion que l'Afrique du nord est une région à être visitée par des touristes européens et américains, il faut non seulement convaincre l'énorme masse des touristes mais aussi les agences de voyages des principaux marchés touristiques. D'autre part, il faut faire en sorte que les visites en Afrique du nord soient moins coûteuses, afin d'attirer un volume suffisant de voyageurs pour accroître le taux d'occupation des hôtels, ce qui justifiera de nouveaux investissements. Si l'on veut atteindre ces objectifs, une collaboration régionale efficace s'impose. Certaines activités et organisations pourraient s'inscrire dans le cadre de toute la sous-région, tandis que certaines autres gagneraient à être limitées aux seuls pays du Maghreb, ou même, dans certains cas, à des pays voisins sur une base bilatérale.

9. Il convient de ne pas perdre de vue les sérieuses difficultés que les pays en voie de développement doivent surmonter pour atteindre les objectifs particuliers prévus dans leurs programmes de développement. Il est très encourageant de constater que lors de réunions d'organismes aussi importants que le Conseil du commerce et du développement des Nations Unies l'on s'accorde à reconnaître que la recherche d'une paix universelle aussi bien que la prospérité continue des pays développés sont liées à la croissance économique des pays en voie de développement et que le développement économique a été accepté comme une préoccupation et une responsabilité collectives de l'ensemble de la communauté internationale<sup>1/</sup>. De même on a unanimement

<sup>1/</sup> Voir Rapport du Conseil du commerce et du développement -  
1er janvier - 29 octobre 1965, p. 5.

reconnu le rôle du tourisme international dans les efforts des pays en voie de développement et admis en particulier que le tourisme international, en tant qu'importante exportation invisible, peut apporter et apporte effectivement une contribution vitale à la croissance économique des pays en voie de développement<sup>2/</sup>. Les débats et les résolutions des importantes réunions internationales, dont celle de la Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux, ont abouti à la résolution 2148(XXI) de l'Assemblée générale proclamant l'année 1967 comme Année internationale du tourisme et invitant les pays membres et les organisations internationales à déployer tous leurs efforts pour le succès de l'Année internationale du tourisme, en insistant particulièrement sur la nécessité de favoriser le tourisme à destination des pays en voie de développement.

10. Eu égard à des auspices aussi favorables, la collaboration régionale pourrait être élargie pour inclure la collaboration entre les pays de tourisme très développés et les pays où le développement est moins avancé; entre les pays qui jouissent d'une situation géographique privilégiée en matière de tourisme et ceux qui sont moins accessibles; entre les pays qui fournissent des touristes et ceux qui les reçoivent. Une telle collaboration serait aussi favorable aux pays de la sous-région de l'Afrique du nord qu'aux pays dont l'assistance est requise. Les mesures à prendre impliquent une assistance technique et économique, mais ne sont pas limitées à ce domaine; elles doivent porter sur la politique des transports, la formation professionnelle, la recherche et la publicité. Il sera question également dans le présent rapport de ces dernières mesures, qui sont moins fréquemment mentionnées.

11. Dans l'immédiat, le présent rapport a pour but: a) de présenter une étude économique sur la nature et l'ampleur de la demande dans le domaine du tourisme au niveau sous-régional et b) d'indiquer les possibilités de collaboration qui se dégagent de cette étude. En termes économiques,

<sup>2/</sup> Voir les Actes de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Vol. 1, Acte final et Rapport, p. 55.

toute demande s'adresse à des produits ou à des services d'une qualité donnée à un prix donné. En conséquence, il a été nécessaire de définir avec précision quelle est l'offre en matière de tourisme pour chacun des pays membres sur lequel porte l'étude. On a donc consacré un chapitre à la présentation des attractions touristiques et des installations de chaque pays ainsi qu'aux prix de leurs services touristiques de base. Cette présentation concise des principales caractéristiques des possibilités touristiques de chacun des pays intéressés permettra une meilleure compréhension des suggestions de collaboration et de coordination qui seront expliquées dans les autres chapitres. Malheureusement, les pays visités n'ont pas pu tous fournir les renseignements nécessaires à une présentation d'ensemble des conditions de base en matière de tourisme. D'autre part, les principales caractéristiques et les problèmes fondamentaux ne sont pas nécessairement identiques dans tous les pays. Il en résulte que la présentation n'est ni uniforme ni complète pour tous les pays intéressés. Cependant, elle donne une image suffisamment fidèle pour servir de base à l'analyse de la demande touristique et pour la justification des mesures suggérées. Les mesures concernant les actions coordonnées des pays de l'Afrique du nord sont résumées dans l'annexe I; quelques suggestions concernant les pays individuels sont données dans l'annexe II, tandis que l'annexe III donne une projection du développement du tourisme en Afrique du nord jusqu'en 1980.



## CHAPITRE PREMIER

### MAROC

(Superficie : 480.000 km<sup>2</sup> - population : 13 millions d'habitants)

#### Attractions, climat, régions touristiques et saisons

12. Le Maroc possède plusieurs régions touristiques dont les pôles d'attractions, le climat et la saison touristique diffèrent.

13. Les régions côtières (1.700 km de côtes) disposent de belles plages de sable. Les plages de la région de Tanger et celles de la Méditerranée s'ouvrent sur un arrière-plan pittoresque. Toutefois, un reboisement intensif, en particulier à l'aide de pins maritimes ou de pins d'Alep, permettra d'accroître largement l'attraction exercée par cette région sur les touristes européens. La proximité de grandes villes constitue une source de distractions supplémentaire. Les températures moyennes minimales et maximales de la région méditerranéenne et de Gibraltar atteignent leur niveau le plus bas en décembre, où l'on relève des températures de 8,1 et de 15,9°C à Al Hoceima et de 9,9 et 14,8°C à Tanger. Le mois le plus chaud est le mois d'août, où l'on enregistre des températures de 20,5 et de 29,4°C à Al Hoceima et de 20 et 26,1°C à Tanger. La région de Gibraltar a plus de précipitations que la région méditerranéenne, puisque l'on enregistre 887 mm de pluie par an à Tanger contre 335 mm seulement à Al Hoceima. Dans les régions méditerranéennes, les pluies tombent surtout de décembre à la fin mars, tandis qu'aux environs de Tanger, la plus grande partie des pluies (720 mm) tombe d'octobre à la fin mars. Si l'on se fonde sur ces données, les zones méditerranéennes peuvent compter sur une plus longue saison balnéaire, de l'ordre de 8 mois, contre 6 mois aux environs de Tanger. Toutefois, en raison du climat doux, la saison touristique pourrait y être considérablement plus longue que la meilleure saison balnéaire. La zone nord de la côte Atlantique jouit d'un climat semblable à celui de Tanger. Mais vers le sud, les pluies diminuent de plus en plus et sont réparties sur une période bien plus courte. En même temps, les températures augmentent.

14. Le Sud. Agadir sur la côte et Marrakech à l'intérieur du pays ainsi que le Grand Sud ont peu de précipitations (250 mm au maximum par an) et les mois les plus chauds y sont juillet, août et septembre. Les températures moyennes mensuelles les plus basses sont enregistrées en janvier, où les minimums et les maximums sont respectivement de 7,2°C et de 20,3°C à Agadir, de 4,5°C et de 18,3°C à Marrakech et de 5,1 et de 21,7°C à Taroundant. Les moyennes mensuelles les plus élevées sont enregistrées en août, où les températures sont respectivement de 18,1 et de 27,1°C à Agadir, de 19,4 et de 38,3°C à Marrakech et de 16,7 et de 36,3°C à Taroundant (Sud). Tandis qu'Agadir peut étaler sa saison touristique sur toute l'année, Marrakech et le Grand Sud sont moins agréables de juin à octobre. Si l'on veut peser les avantages et les désavantages climatiques d'une région particulière, il convient de tenir compte d'autres éléments pour lesquels on ne dispose toutefois pas de données quantitatives. Il s'agit de la fréquence, de la direction et de la vitesse des vents et des phénomènes qu'ils amènent dans leur sillage (sable, poussière, humidité, pluie, etc.). Selon les observations de certains résidents étrangers, l'existence de vents forts dans certaines régions, comme par exemple aux environs de Tanger, peut compromettre largement l'agrément qu'offrent les plages et la mer. Il faut considérer aussi un autre élément intéressant les stations balnéaires, à savoir les courants marins et leurs conséquences sur la sécurité des plages.

15. Les montagnes sont également susceptibles de présenter un intérêt pour le tourisme local (pour le ski et les vacances d'été des résidents). Quant aux visiteurs venus d'outre-mer, les montagnes enrichissent pour eux la variété des paysages et augmentent l'agrément du pays, mais il ne faut toutefois pas s'attendre que des non résidents viennent au Maroc pour y prendre leurs vacances en montagne.

16. Les grandes villes. Dans l'ensemble, le Maroc jouit d'un climat plaisant tout au long de l'année (exception faite des régions du sud à l'intérieur du pays pendant les mois d'été). C'est pourquoi les villes impériales constituent toute l'année durant un pôle d'attraction; il serait donc possible de combiner le séjour dans ces villes avec un séjour dans une station

balnéaire pendant la saison d'été, et avec un circuit dans le sud pendant l'hiver et le printemps.

17. De tous les facteurs qui contribuent à attirer les touristes, le soleil, le climat chaud et clément et la mer sont, de loin, ceux qui influencent le plus grand nombre de vacanciers étrangers. Mais les splendeurs des monuments de la culture islamique : mosquées, palais, fontaines, murs d'enceinte, grilles ouvragées, souks, médinas, ainsi que le folklore toujours vivant, les costumes nationaux, les danses et l'artisanat marocain, créent cette atmosphère unique et colorée que l'on ne peut trouver au nord de la Méditerranée et incitent les touristes d'outre-mer à accepter une dépense supplémentaire pour voyager plus loin que de coutume.

#### Historique du tourisme au Maroc

18. Avant d'avoir accédé à l'indépendance, le Maroc disposait d'installations hôtelières qui répondaient aux besoins des résidents fortunés, principalement d'origine étrangère, pour leurs voyages d'affaires, leurs vacances de fin de semaine, leurs voyages touristiques et leurs vacances annuelles. En outre, le tourisme international se développa très tôt dans les grandes villes et dans le sud, en particulier à Marrakech et à Agadir. Il est difficile de comparer la capacité d'hébergement des hôtels au Maroc avant et après l'indépendance, étant donné que les statistiques se rapportent à des zones territoriales différentes, il convient donc de procéder à certains ajustements qui exigent une connaissance précise de la manière dont ces statistiques ont été établies. Ces réserves faites, il est possible d'établir une comparaison en se fondant sur les chiffres publiés dans les annuaires statistiques officiels. Ainsi qu'il ressort des tableaux 1 et 2, entre décembre 1956 et décembre 1965, le nombre des hôtels de tourisme de l'ancien Maroc français a diminué pour passer de 254 à 179 et le nombre de chambres est passé de 7.957 à 6.519. Cela est dû largement à l'introduction de critères plus rigoureux dans la nouvelle classification des hôtels. Toutefois, en raison de l'incorporation de l'ancienne zone espagnole, le nombre total d'hôtels pour l'ensemble du pays est de 231, ce qui représente 9.490 chambres.

TABLEAU 1

Capacité d'hébergement des hôtels au Maroc (ancien secteur français)  
au 31 décembre 1956

	Chambres						
	Hôtels	Total	De luxe	****	***	**	*
Grandes villes (Casablanca, Rabat, Fès, Meknès et Marrakech)	122	5.042	662	938	1.052	1.105	835
Régions côtières (à l'exception de Casablanca et de Rabat)	76	1.686	99	429	234	259	665
Montagnes (à l'exception de Fès et de Meknès)	48	1.106	—	40	394	301	371
Le sud (à l'excep- tion de Marrakech)	8	123	—	—	20	32	71
Total	254	7.957	761	1.407	2.150	1.697	1.942

TABLEAU 2

Capacité d'hébergement des hôtels au Maroc, au 31 décembre 1965  
(les auberges de jeunesse n'y étant pas incluses)

	Hôtels	Total	De luxe	Chambres				Stations balné- aires	Non clas- sés
				****	***	**	*		
Grandes villes (à l'exception de Tanger)	102	4.550	907	709	1.116	1.065	671	-	82
Régions côtières (sans Casablanca, Rabat et Tétouan)	75	3.407	254	725	320	356	589	1.028	135
Montagnes (sans Fès et Meknès)	39	905	-	27	241	397	240	-	-
Sud	15	528	-	269	67	62	102	-	28
Total	231	9.390	1.161	1.730	1.744	1.880	1.602	1.028	245
Ancien secteur espagnol	52	2.871	254	538	433	293	398	878	77
A l'exception de l'ancien secteur espagnol	179	6.519	907	1.192	1.311	1.587	1.204	150	168

19. On a déjà indiqué qu'après l'indépendance, l'incertitude qui régnait quant à l'avenir du pays a provoqué une fuite de capitaux et de résidents européens, ce qui avait amené un fléchissement des voyages à l'intérieur du pays, des ventes au détail ainsi qu'une spirale descendante dans les prix des biens immobiliers, et autres facteurs de détérioration économique<sup>1/</sup>. De même, le nombre des visiteurs étrangers est tombé de 351.476 en 1956 à 151.000 en 1961. On pourrait dire également que d'autres facteurs ont peut-être contribué à compromettre la marche des affaires dans de nombreux hôtels; ainsi, l'utilisation accrue de l'automobile pour les voyages d'affaires permet de gagner du temps et réduit la nécessité de passer la nuit à l'hôtel dans les villes visitées. Mais du fait que le commerce intérieur et les voyages d'agrément ont connu une baisse, du fait également que le tourisme étranger

a temporairement diminué, de sorte que certains hôtels ont dû fermer leurs portes, il n'en résulte nullement que le tourisme étranger ne pourra pas se développer dans de très fortes proportions à l'avenir. Le changement des courants des voyages a causé du tort à certains hôtels, mais en même temps des conditions favorables se trouvaient créées pour d'autres hôtels adaptés aux circonstances nouvelles. Il existe un grand nombre d'hôtels dont le taux d'occupation a considérablement augmenté au cours des dernières années et est considéré comme très satisfaisant.

20. L'essor de l'activité économique et une confiance accrue ont permis très tôt de créer des conditions favorables au tourisme étranger. En 1959, le réseau routier du secteur espagnol du Maroc a été modernisé et relié au réseau de bonnes routes de l'ancien Maroc français.

21. Le développement récent du tourisme peut être suivi à partir de 1961, année où les premières statistiques du tourisme ont été disponibles. La fin de la guerre d'Algérie a donné au tourisme une forte impulsion (voir tableau 3). En même temps, des efforts ont été entrepris pour rénover et moderniser les installations hôtelières existantes<sup>2/</sup>. Au tableau 3, est indiqué le nombre de visiteurs étrangers au Maroc; les chiffres ont été établis par le contrôle aux frontières. Les chiffres des passagers en croisières, également importants au point de vue tourisme, et qui augmentent aussi d'une année à l'autre ne sont pas inclus dans le tableau ci-dessous.

TABLEAU 3

Visiteurs étrangers au Maroc (statistiques recueillies aux frontières)  
(les nationaux marocains résidant à l'étranger sont compris dans les chiffres ci-dessous)

1956	351.476
1961	151.000
1962	200.356
1963	287.190
1964	383.767
1965	378.745
1966	424.031

22. Les changements intervenus au Maroc n'ont pas seulement influé sur le tourisme intérieur mais également sur la physionomie du tourisme étranger. Des 351.476 visiteurs étrangers qui sont venus au Maroc en 1956, 278.621, soit près de 80 pour 100, étaient des nationaux français. En 1966, sur 424.031 visiteurs étrangers, seulement 98.341, soit près de 23 pour 100, étaient des nationaux français. Et si le marché touristique français est resté très important, d'autres ont crû en importance. On a estimé que les touristes étrangers restant en moyenne de 9 à 10 jours au Maroc et dépensant 14 dollars des Etats-Unis par jour environ, les gains en devises étrangères dus au tourisme (à l'exclusion des transports hors du pays) ont été, en 1965, de l'ordre de 43 millions de dollars américains. Ce chiffre représente 10,75 pour 100 de la valeur totale des exportations marocaines. Les gains en devises étrangères provenant du tourisme ont pris la troisième place au sein des activités d'exportation, juste après les exportations de produits alimentaires (tabac inclus) et les exportations de produits minéraux.

La recherche comme base du programme de développement du tourisme

23. Dans le cadre du programme d'ensemble destiné à encourager et à développer le tourisme au Maroc, le Gouvernement a fait entreprendre une étude par la Banque nationale pour le développement économique (BNDE). La plupart des données contenues dans cette étude étaient le fruit d'un sondage effectué parmi 700 touristes qui ont visité le Maroc, en juillet 1962. Depuis cette époque, de nombreuses autres études ont été entreprises par des organismes gouvernementaux et divers organismes d'aide étrangers, parmi lesquels la BIRD<sup>3/</sup>; le Gouvernement a également obtenu le concours de conseillers étrangers. Ces mesures ont permis de déblayer le terrain, à l'avantage à la fois de la politique de l'Etat en matière de tourisme et des études de pré-investissement concernant des établissements touristiques entreprises par divers groupes.

24. Toutefois, une source fondamentale d'informations nécessaires à la recherche et aux études d'investissement a manqué jusqu'à tout récemment. Il s'agissait des statistiques des arrivées et des nuitées des touristes dans les hôtels et autres établissements d'hébergement qu'on a décidé d'introduire à partir du 1er janvier 1967. Dûment analytiques, ces statistiques fourniront des informations sûres au sujet du taux d'occupation des hôtels des divers types et catégories de différents emplacements géographiques, sur les diverses saisons et la physionomie des voyages des touristes étrangers; ces informations serviraient ainsi à orienter les investissements et la politique touristique<sup>4/</sup>.

25. En l'absence de données statistiques, on a estimé le taux moyen d'occupation des hôtels, ou bien on a cité tels hôtels particuliers. Toutefois, il paraît évident que le taux d'occupation de 50 pour 100, indiqué dans l'étude de la BNDE, ne donne pas une image suffisamment exacte. Nous avons déjà mentionné qu'en raison des changements intervenus après l'indépendance, certains hôtels avaient perdu le gros de leur clientèle et parfois même avaient dû fermer. En même temps, d'autres hôtels, en particulier ceux qui travaillent essentiellement avec des touristes étrangers, après un recul temporaire, ont récupéré et leurs affaires marchent de façon très satisfaisante. Quant aux nouveaux investissements, il est important de noter que des hôtels modernes des catégories qui conviennent, construits comme il faut aux endroits propices, peuvent faire d'excellentes affaires, même si d'autres hôtels placés dans des circonstances défavorables n'ont pas pu survivre. Aux Etats-Unis, lorsqu'une nouvelle autoroute est terminée, elle attire la circulation et le fait que les motels établis en bordure des routes que la circulation a abandonné doivent végéter ou fermer leurs portes n'empêche pas les investisseurs de construire de nouveaux motels sur le nouvel axe routier et de faire d'excellentes affaires.

26. Toutefois, étant donné que le Gouvernement marocain contrôle certaines sociétés hôtelières (qui comptent un total de 3.813 lits), les planificateurs de l'Etat ont pu connaître les taux d'occupation d'un assez grand



nombre d'hôtels répondant à diverses conditions, ce qui leur aura permis d'élaborer un plan d'investissements réaliste, fondé sur une politique énergétique de développement du tourisme.

Le programme de développement du tourisme et sa mise en oeuvre

27. Le Plan triennal de développement du Maroc 1965-1967 a établi des zones prioritaires de développement du tourisme : deux zones aux environs de Tanger, deux zones méditerranéennes, une zone sur la côte sud de l'Atlantique, une zone dans le Grand Sud et le circuit des 5 villes impériales (Rabat, Marrakech, Fès, Meknès et Tétouan). On a estimé que la tâche essentielle du Gouvernement serait de faire entreprendre des travaux de drainage, de reboisement, de construction routière, d'adduction d'eau, de distribution d'électricité, d'amélioration des lignes téléphoniques, de construction portuaire, d'adaptation des plages et autres travaux d'infrastructure. Mais aussi le Gouvernement participe plus ou moins à la construction des établissements d'hébergement touristique (hôtels, motels, habitations balnéaires et camps), bien que l'on mette l'accent sur l'initiative privée. Outre qu'il encourage les investissements de capitaux privés, le Gouvernement participe à quelques sociétés hôtelières, il assure la formation professionnelle d'une partie du personnel requis pour les nouveaux établissements hôteliers, prend à sa charge la publicité dans les pays étrangers et encourage le tourisme par diverses autres mesures de politique touristique. Récemment, un nouveau plan quinquennal a été élaboré, mais ses chiffres ne sont pas encore disponibles.

28. En vue d'encourager les investissements, une série de mesures gouvernementales très étendues ont été prises; on peut ranger ces mesures sous les rubriques suivantes :

Code des investissements libéral et financement de la construction hôtelière

- 29. - Remboursement des droits de douane sur les biens d'équipement importés;
- Réduction du droit d'enregistrement à 0,5 pour 100 sur les apports à la société hôtelière;

- Amortissement accéléré pouvant atteindre jusqu'au double du taux normal;
- Prime d'équipement accordée par l'Etat (aide en capital) allant jusqu'à 20 pour 100 de l'investissement envisagé;
- Exemption des impôts sur les réserves destinées à l'achat de nouveaux biens d'équipement, à condition que le Gouvernement approuve ces achats;
- Garantie de stabilité fiscale pendant une durée de 10 ans (impôt sur les bénéfices professionnels, impôt des patentes, taxe urbaine et taxe d'édilité);
- Exemption partielle de la taxe d'édilité qui est fondée sur la valeur locative des terres utilisées et sur la main-d'oeuvre employée;
- Garantie pour les résidents étrangers de pouvoir retransférer le capital investi ainsi que les bénéfices annuels;
- Financement libéral par le secteur public (jusqu'à 60 pour 100 de la valeur des constructions nouvelles); les prêts sont généralement consentis pour une période de 15 ans à un taux d'intérêt de 3,25 pour 100 pendant les 5 premières années, de 4,5 pour 100 pendant les 5 années suivantes et de 6 pour 100 pendant les 5 dernières années.

Dans certains cas, la durée du prêt peut être portée à 20 ans; dans ce cas, l'investisseur bénéficie d'un ajournement du paiement d'intérêt durant 5 ans. Ces mesures ne sont possibles que parce que le Gouvernement fournit une subvention de 3 pour 100 à la banque qui consent le prêt;

- Des prêts peuvent également être consentis pour l'achat d'équipement, pour une durée pouvant aller jusqu'à 7 ans et à un taux d'intérêt de 5 pour 100.

30. Le Maroc a également signé des accords de garantie des investissements avec plusieurs pays. En vertu de ces accords, les gouvernements étrangers garantissent la convertibilité des capitaux dans la monnaie où s'effectuent les investissements de leurs citoyens au Maroc ainsi que celle des revenus tirés de ces investissements. Les gouvernements étrangers garantissent également les pertes dues à des expropriations ou à des dommages de guerre.

#### Rentabilité des investissements

31. En théorie, la réponse à la question concernant la rentabilité des investissements est simple. Si le chiffre d'affaires d'un hôtel aux prix de vente donnés compense les frais de production des services hôteliers (y compris la rémunération des capitaux) ainsi que les frais de commercialisation et laisse néanmoins une marge bénéficiaire, l'exploitation de cet hôtel est rentable.

32. Le chiffre d'affaires dépend des prix par rapport aux services offerts par l'hôtel et à l'attraction exercée par la zone où cet hôtel est situé, de l'"agressivité" de la commercialisation, y compris la publicité en faveur non seulement de l'hôtel mais aussi du Maroc comme destination touristique.

33. Pour les touristes étrangers, le prix signifie le prix sur les marchés étrangers auquel se vendent les voyages touristiques au Maroc, tous frais compris. Il dépend des prix pratiqués dans le pays de destination, des frais de transport à partir du pays de départ et des frais de commercialisation sur le marché étranger (à savoir frais d'organisation de l'agence de voyages, ses risques commerciaux, ses dépenses de publicité, etc.).

34. Pour les touristes individuels, les frais de transport jusqu'au Maroc, les frais de logement et de nourriture au Maroc sont d'une influence décisive. S'ils peuvent acheter des souvenirs et autres biens à des prix favorables, si les distractions sont bon marché, leur intention de se rendre au Maroc s'en trouvera renforcée, mais les éléments décisifs sont le prix de l'hôtel et celui des transports. Le prix des transports fera l'objet d'un chapitre distinct pour l'ensemble de la sous-région, mais les tarifs des hôtels ont un caractère surtout national et ils seront discutés ici.

35. Comment les tarifs des hôtels marocains se situent-ils par rapport aux tarifs correspondants des pays dans une situation géographique similaire ? Il est très difficile de comparer avec précision les prix de différents hôtels. Dans les divers pays, les catégories des hôtels sont établies selon des critères différents, mais même dans un pays les caractéristiques individuelles des hôtels appartenant à la même catégorie montrent des différences considérables. La difficulté est encore plus grande au Maroc où les listes de tarifs hôteliers pour 1967 (guide des hôtels) n'ont pas été disponibles à temps (à la fin de mars). C'est pourquoi on ne peut procéder qu'à des comparaisons fragmentaires; mais une comparaison de ce genre, pour incomplète qu'elle soit, permet néanmoins de découvrir pas mal de choses. Au tableau 4, les tarifs des hôtels, en dollars des Etats-Unis, sont donnés pour certains hôtels balnéaires, au Maroc et en Espagne, que l'on peut plus ou moins comparer entre eux. De ces chiffres, il ressort que les prix de la pension complète ont été plus élevés dans les hôtels du Maroc que dans les hôtels des stations balnéaires similaires (bien que plus développées) d'Espagne. Cette différence a été particulièrement frappante dans le cas des hôtels des catégories inférieures (fréquentés par les touristes étrangers en Europe, mais beaucoup moins au Maroc).

36. Dans les hôtels des autres régions touristiques et des grandes villes, les prix ont dû être encore moins favorables par rapport aux prix pratiqués par les pays concurrents (ce point a attiré l'attention des fonctionnaires responsables du Gouvernement), dans un discours prononcé devant les membres du Comité marocain de la Chambre internationale au mois de janvier 1966, le Ministre marocain du tourisme a clairement souligné les avantages pour le développement du tourisme au Maroc d'une politique de gestion hôtelière se basant sur des prix bas et un taux d'occupation élevé. Il est vrai que les hôtels peuvent consentir un rabais aux organisateurs de vacances collectives, mais les tarifs d'hôtels élevés figurant dans les brochures publiées sont susceptibles d'effrayer les touristes. La situation est encore pire lorsque les tarifs hôteliers ne figurent pas dans les publications touristiques. Cependant, tout récemment, les prix maxima d'hôtels au Maroc ont été fixés par le Gouvernement, mais les nouveaux prix ne nous sont pas encore parvenus.

37. Dans l'industrie hôtelière, les frais fixes sont plutôt élevés comparés aux frais variables. Il est donc particulièrement important de répartir les frais fixes annuels sur un chiffre d'affaires aussi grand que possible, ce qui, dans l'industrie hôtelière, signifie qu'il faut atteindre un taux d'occupation élevé sur une période très étendue. Une étude entreprise par des spécialistes a établi que des investissements effectués dans un type déterminé d'hôtel dans des conditions de crédit favorables permettraient d'obtenir un rendement de 7,3 pour 100 pour le capital-actions à un taux d'occupation de 50 pour 100, et un rendement de 27 pour 100 si le taux d'occupation est de 70 pour 100. De façon assez optimiste, certains promoteurs croient que la réalisation d'un taux d'occupation élevé dépend exclusivement de la gestion de l'hôtel et l'on a cité le cas de certains hôtels de stations balnéaires qui sont parvenus à un taux annuel d'occupation dépassant 70 pour 100. S'il est vrai que, toutes choses égales d'ailleurs, une bonne gestion peut, grâce à des économies sur les prix de revient, offrir le vivre et le couvert à des prix inférieurs à ceux d'un hôtel concurrent et, grâce à des efforts énergiques de commercialisation, attirer les agences de voyages à l'étranger ainsi que les touristes nationaux et étrangers, cette possibilité n'est valable que dans une certaine mesure. Etendre la saison touristique et, par là même, le volume des affaires exige des moyens bien plus importants que ceux dont disposent un hôtel ou même une chaîne d'hôtels. Il est indispensable que la publicité soit entreprise par des organismes gouvernementaux, mais pour créer un climat vraiment favorable à une augmentation du volume de travail dans les hôtels existants comme dans les nouveaux, même le gouvernement ne peut faire grand-chose et une coopération est nécessaire sur le plan régional.

TABLEAU 4  
Tarifs des chambres à deux lits et de la pension complète par personne  
dans les chambres à deux personnes de certains hôtels du Maroc et d'Espagne en 1967  
(en dollars des Etats-Unis)

Pays	De luxe		****		***		**	
	Chambres à 2 lits	Pension complète	Chambres à 2 lits	Pension complète	Chambres à 2 lits	Pension complète	Chambres à 2 lits	Pension complète
MAROC								
<u>Restinga - Smir</u>								
Grand Hôtel	8,91	12,87						
Hôtel el Manar			7,92	11,88				
Hôtel Karabo			5,94	8,91				
<u>Al Hoceima</u>								
Hôtel Mohammed			5,94	8,91				
<u>Agadir</u>								
Village de vacances de luxe				10,00				
<u>Tanger</u>								
Simple village de vacances							6	
ESPAGNE								
<u>Benalmodena</u>								
Hôtel Riviera	10,00-12,5	12-13,33						
Hôtel Costa del Sol			3,25-6,25	5,30-7,30				
Hôtel Costa Azul					2,00-2,85	3,67-4,10		
<u>Torremolinos</u>								
Hôtel El Andalous	7,85	10,17						
Hôtel Torremare			4,17-6,25	6,35-7,35				
Hôtel Don Juan					2,65-3,35	3,25-3,60		
<u>El Arenal</u>								
Hôtel Garonda Palace	7,35-11,70	10-12,15						
Hôtel Acapulco			3,85-5,60	6,15-7,00				
Hôtel Biarritz					3,00-4,50	4,00-4,75		
Hôtel Ondina							2,00-3,00	3,55-3,95

Notes du chapitre premier

- 1/ Propositions concernant la création d'une chaîne d'hôtels au Maroc, par la Porter International Company, 1964, p. 5.
- 2/ Comparer avec : Le tourisme au Maroc en 1966 "Les investissements", communication du Ministère du tourisme, Rabat, p. 3.
- 3/ Le développement économique du Maroc, publié pour le compte de la BIRD par la John Hopkins Press, Baltimore, 1966.
- 4/ Les enquêtes telles celle qui a été entreprise en juillet-août 1966 par le Ministère du développement ne peuvent remplacer des données statistiques dignes de foi mais seulement les compléter.

## CHAPITRE II

### ALGERIE

(Superficie : 341.000 km<sup>2</sup> - population : 10.670.000 habitants)

#### Attractions touristiques, zones, climat et saisons

38. La principale attraction appelée à attirer le plus grand nombre de touristes en Algérie est la côte et la mer. Grâce à l'abondance des plages de sable fin entourées d'un paysage pittoresque, il est possible d'installer des centres de villégiature dans des sites qui présentent le double avantage d'avoir conservé leur caractère naturel tout en se trouvant à proximité d'une grande ville. Les régions montagneuses et boisées de l'arrière-pays, les vestiges romains et les pittoresques villes musulmanes offrent de nombreuses possibilités d'excursions de plus ou moins longue durée. D'autres possibilités s'offrent dans la région du désert majestueux aux oasis enchanteresses pour des voyages circulaires plus ou moins longs, combinés avec un séjour dans une station balnéaire de la côte. La saison balnéaire dure d'avril à octobre, mais dans des endroits plus ensoleillés et grâce à des piscines situées à l'abri et avec de l'eau chauffée, la saison pourrait commencer en mars pour finir à la mi-novembre. Les moyennes mensuelles des températures journalières, maximales et minimales, ne sont pas indiquées dans les annuaires statistiques mais elles se situent vraisemblablement entre les chiffres d'El Hoceima sur la Méditerranée, au Maroc, et Tabarka sur la côte nord de la Tunisie. Les précipitations sont de 364 mm par an à Oran avec une pluviosité maximum entre octobre et février (170 mm), 708 mm à Alger avec une pluviosité maximum entre octobre et février (518 mm), 750 mm à Annaba, avec une pluviosité maximum entre octobre et mars (597 mm) (chiffres moyens pour une période d'étude de 15 années). Un vent désagréable appelé sirocco est de courte durée et souffle de 1 à 2 jours à Oran à environ 12 jours par an à Alger.

39. L'ensemble du pays offre une riche gamme d'attractions touristiques et se prête aux excursions en automobile ou aux voyages organisés en autocar la plus grande partie de l'année. On peut visiter les oasis ou y faire de brefs séjours d'octobre à mai. Alger, avec ses environs, est



un pôle d'attraction touristique de premier ordre qui pourrait devenir une ville-vedette de croisières méditerranéennes ou de voyages d'excursion pour touristes américains, pourvu qu'elle fasse l'objet d'une publicité efficace. Elle pourrait également devenir un lieu d'excursion par excellence pour les touristes résidant dans les stations balnéaires de la côte algérienne et de l'île de Majorque et naturellement un point de départ pour les circuits à travers l'Algérie. Les costumes nationaux, le folklore, l'artisanat et la population affable créent une ambiance colorée et animée à bien des égards différente de ce qu'on trouve en Europe et dont émane un charme tout particulier. Tous ces agréments ne manqueraient pas d'attirer de plus en plus de touristes si une publicité efficace leur était faite dans les principaux marchés touristiques.

#### Historique

40. Il est compliqué d'évaluer le nombre des touristes étrangers qui ont visité l'Algérie avant l'indépendance et de comparer les chiffres obtenus à ceux plus récents d'après l'indépendance parce que des critères différents ont été appliqués et les visiteurs français n'étaient pas considérés comme des touristes étrangers. Le nombre des touristes étrangers, autres que les français, est passé de 29.000 en 1960 à 53.657 en 1965 et 69.123 en 1966. Si l'on inclut les Français, le nombre total des touristes étrangers était de 109.332 en 1965 et 127.564 en 1966. Mais aux termes de la définition dernièrement appliquée de l'Union internationale des organes officiels du tourisme (UIOOT), les hommes d'affaires comptent au nombre des touristes et il est évident que le nombre des hommes d'affaires étrangers qui ont visité l'Algérie depuis l'indépendance a augmenté de façon importante. En conséquence, on ne peut pas encore dire que le nombre des touristes venus en Algérie pour plaisir et vacances a considérablement augmenté. Selon les estimations, les entrées en devises étrangères dues au tourisme (à l'exclusion du transport en dehors du pays) s'élevaient à 15,3 millions de dollars des Etats-Unis en 1965 et 17.859.000 en 1966.

41. Avant la guerre, il y avait en Algérie un important tourisme local pratiqué principalement par des résidents d'origine européenne qui effectuaient des voyages d'affaires, des excursions, du tourisme et qui passaient des vacances de courte durée dans des hôtels de la côte ou des oasis. En 1952, il y avait en Algérie 132 hôtels de tourisme offrant 5.123 chambres. Après l'indépendance, à la suite du départ de 850.000 citoyens français aisés, le tourisme local a presque complètement disparu sauf pour les zones où l'on peut facilement se rendre en voiture d'Alger pendant les fins de semaines. Les voyages d'affaires à l'intérieur du pays ont également diminué et la plupart des hôtels ont ainsi perdu une grande partie de leur clientèle. Les hôtels qui en ont le plus souffert sont ceux qui étaient établis en dehors des grandes villes et qui n'étaient pas équipés pour le tourisme international moderne.

42. Le tableau 5 indique le nombre des hôtels en service à la fin de 1964, soit 142 hôtels avec 5.628 chambres. Selon la nouvelle classification hôtelière, en 1967, il y avait 179 hôtels de tourisme disposant de 7.640 lits (6.192 chambres) dont 396 dans la catégorie de luxe, 820 dans 10 hôtels de première catégorie, 1.487 dans les 25 hôtels de deuxième catégorie, 2.041 dans 46 hôtels de troisième catégorie et 2.896 dans 86 hôtels de quatrième catégorie. Quelques-uns de ces hôtels ne sont pas en très bon état et devraient être réparés et modernisés. Le plus grand problème est que la plupart de ces hôtels sont de petits établissements dispersés dans tout le pays et aménagés pour les personnes qui effectuent des voyages d'affaires ou les touristes qui se déplacent en voiture (tourisme bon marché), mais pour l'instant, dans les deux cas, la clientèle est rare. De plus, seuls quelques hôtels des grandes villes côtières sont des hôtels de villégiature et les quelques autres hôtels établis dans de petites villes tout au long de la côte ne pourraient pas satisfaire même les moins exigeants des touristes à cause surtout du manque de divertissements et de vie sociale. Le complexe Moretti à 25 kilomètres du centre d'Alger fournit une exception remarquable. En grand nombre des villas adaptées, des bungalows, un bâtiment hôtelier et des restaurants offrent au total 1.200 lits;

le complexe est situé dans un grand parc bordé d'immenses plages de sable fin et entouré de forêts de pins. Il s'agit là du premier centre de villégiature important de l'Algérie. L'importance de ce complexe rend possible l'affrètement d'avions, ce qui permet de vendre des voyages sur les marchés étrangers à des prix compétitifs.

43. Même avec l'hôtellerie existante, il est possible d'ores et déjà d'organiser des circuits en autocars de 6 à 12 jours comprenant les principales villes, les petites villes pittoresques de la côte et de l'intérieur du pays et certaines oasis. L'Agence de tourisme algérienne ATA a commencé la commercialisation de ce genre de circuits pratiquement avec peu d'aide de la part du Ministère du tourisme et presque sans publicité. D'ailleurs, en raison des tarifs hôteliers trop élevés, il lui est difficile d'offrir des forfaits intéressants<sup>1/</sup>.

#### Occupation et rentabilité des hôtels

44. Il n'est pas étonnant que, dans ces conditions, le taux d'occupation des hôtels ne soit pas satisfaisant. En 1964, où seuls les hôtels d'Alger ont bénéficié d'un taux d'occupation élevé, partout ailleurs, sur la côte et dans l'arrière-pays, dans les petites et les grandes villes, le taux d'occupation se situait entre 10 et 30 pour 100. Les hôtels des oasis les plus proches d'Alger ont été les seuls à atteindre un taux d'occupation de 40 pour 100 au cours des mois d'affluence des touristes.

45. Cette situation s'est quelque peu améliorée en 1966. Dans la région d'Alger les hôtels à quatre étoiles ont réalisé un taux d'occupation de 90 pour 100 et les hôtels à trois étoiles 85 pour 100. Pour les hôtels de catégories inférieures le taux n'a atteint que 30 pour 100. Dans la région d'Oran, le taux d'occupation le plus élevé revenait aux hôtels à quatre étoiles, 56 pour 100, mais ceux des hôtels de catégories inférieures étaient nettement moins satisfaisants. Dans la région de Constantine, les hôtels à quatre étoiles ont réalisé un taux de 72 pour 100, les hôtels à trois étoiles, 60 pour 100. Dans le sud, où la saison touristique est bien moins longue, les hôtels à quatre étoiles ont réalisé un taux de 40 pour 100, les hôtels à trois étoiles seulement 33 pour 100 et les catégories

TABLEAU 5  
Hôtels de tourisme en Algérie à la fin de 1964

Emplacement	Première catégorie (****)		Deuxième catégorie (***)		Troisième catégorie (**)		Quatrième catégorie (*)		Total
	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	
Alger	2	282	6	377	13	586	11	370	32 1.715
Oran	2	215	8	415	5	198	6	214	21 1.042
Constantine	2	125	2	199	2	106	5	114	11 544
Annaba			2	115	2	48	1	23	5 191
Skikda					3	78	1	60	4 138
Total pour les grandes villes	6	622	18	1.106	25	1.116	24	765	73 3.630
Région côtière en dehors des grandes villes									
Oasis	4	167	5	5	10	269	8	179	18 448
Autres villos			4	216	4	67	5	174	18 613
					12	340	17	41	33 937
TOTAL	10	789	27	1.557	51	1.792	54	1.540	142 5.628

inférieures des taux très bas. Dans les petites villes de la côte et de l'arrière-pays les taux d'occupation sont bien moins satisfaisants. Il en est de même avec la fréquentation des restaurants dans tout le pays.

46. Au Maroc, une situation similaire - bien que moins accusée - n'a pas empêché le développement du tourisme; des nouveaux investissements ont été dirigés vers des régions et des types et catégories d'hôtels susceptibles d'attirer les touristes étrangers (principalement la région côtière et les villes impériales), tandis que les hôtels mal situés ou dans d'autres conditions défavorables étaient abandonnés à leur sort. Les conditions particulières à l'Algérie n'ont pas permis la même sélection économique. Le capital privé n'a pas estimé les conditions suffisamment favorables, que ce soit pour des nouveaux investissements ou pour la réparation et la modernisation des hôtels existants, et l'on se plaît à dire en Algérie que la plus grande chaîne d'hôtels privée s'efforce non pas de moderniser ses installations et d'attirer les touristes mais de les faire nationaliser. Les hôtels de tourisme des oasis et de certaines grandes villes appartenant à ce genre d'entreprises sont bien gérés, mais ils se contentent de la clientèle des fins de semaine et n'essaient pas réellement d'attirer les touristes étrangers qui rempliraient également les hôtels les jours ouvrables. La libération des prix récemment appliquée pour les tarifs des hôtels des catégories supérieures, permettra à ceux-ci d'adopter une politique des prix dynamique qui pourrait intéresser les agences de voyages étrangères. Cependant, il n'est pas exclu que le mode de rémunération et de répartition des frais entre la compagnie et les gérants des hôtels soit à la base du peu d'empressement manifesté pour l'expansion des affaires tant par la compagnie propriétaire que par les gérants. D'autre part, en ce qui concerne les hôtels d'Etat, quels qu'en soit la catégorie et l'emplacement, ils sont gérés par la même organisation du gouvernement (l'Office national algérien du tourisme - ONAT) et les bénéfices provenant des hôtels rentables servent à compenser les pertes de ceux qui ne le sont pas et à entretenir une organisation coûteuse (l'ONAT gère un complexe géant comprenant les entreprises les plus diverses dans toutes les parties du pays, allant de l'hôtel de luxe au petit hôtel à une étoile et du luxueux restaurant-club-boîte de nuit au modeste milk bar). Sur le plan économique,

On ne peut guère justifier l'exploitation des hôtels déficitaires aux dépens des hôtels rentables ou le mélange d'entreprises aussi disparates au sein d'une même compagnie. La conséquence en est que des revenus des hôtels gérés par l'Etat il ne reste presque rien à investir dans de nouveaux projets hôteliers qui seraient rentables. Cette situation anormale compromet l'ensemble de l'industrie hôtelière et retarde l'acceptation du plan de développement du tourisme préparé par le Ministère du tourisme.

47. Il est vrai que les frais d'exploitation des hôtels sont plus élevés en Algérie que dans les pays voisins, bien que les écarts se soient amenuisés au cours des dernières années. Avec l'instauration de mesures d'encouragement appropriées pour les hôtels de tourisme international, de nouveaux hôtels de villégiature, bien construits, convenablement situés et efficacement gérés seraient rentables avec un taux d'occupation de 50 pour 100, très rentables avec un taux supérieur à 55 pour 100 et plus, que l'on pourrait atteindre grâce à une bonne publicité et une commercialisation efficace.

#### Plans de développement à venir

48. Grâce aux études entreprises par des bureaux d'études et des experts en tourisme étrangers, le Ministère du tourisme a pu préparer un plan de développement du tourisme réaliste mais celui-ci n'a pas encore reçu l'agrément du Gouvernement. Le plan insiste sur la nécessité de construire sur la côte des stations balnéaires suffisamment importantes pour attirer les voyages par avions affrétés et de construire des hôtels confortables dans certaines oasis du Sahara servant d'escalas aux circuits par autocars.

49. L'Office national algérien du tourisme (qui gère les hôtels d'Etat et d'autres établissements de tourisme) a entrepris la construction d'un hôtel de 200 lits dans le complexe Moretti, déjà mentionné, avec l'aide du Fonds algérien de développement, sans attendre l'adoption du plan par le Gouvernement. Si ce complexe est efficacement géré, il donnera certainement la preuve de la viabilité et de la rentabilité des entreprises hôtelières orientées vers le tourisme étranger. D'autre part, le même office a entrepris la construction de nouveaux hôtels qui, outre ceux qui existent

déjà, fourniront un hébergement confortable dans toutes les escales des circuits par autocar qui incluent le sud des excursions algériennes (désert du Sahara). Si ces investissements sont soutenus par une publicité touristique efficace en faveur de l'Algérie sur les principaux marchés étrangers et par une commercialisation habile, ils peuvent, bien que peu importants, jouer un rôle de catalyseur et provoquer le renversement de la mentalité défavorable qui prévaut à l'heure actuelle en matière d'investissements dans le tourisme aussi bien auprès des milieux gouvernementaux que des investisseurs privés.

50. L'adoption du premier plan d'investissement préparé par le Ministère du tourisme pour 1967-1969 impliquerait la construction de nouvelles installations touristiques d'une valeur de 60 millions de dollars américains. Les moyens d'hébergement des touristes seraient construits dans les conditions suivantes : sur les fonds du Gouvernement 1.000 lits en 1967, 2.000 lits en 1968 et 7.000 lits en 1969; au cours des trois années suivantes, construction annuelle de 5.000 lits, ce qui porterait le chiffre total à 33.500 lits pour la saison de 1974. Si l'initiative privée s'y joint, ce programme pourra être largement dépassé. De même, si une partie des fonds mis à la disposition de l'Organisme de coopération industrielle (franco-algérien) était réservée aux projets de développement du tourisme, il pourrait en résulter une accélération considérable du développement du tourisme et la possibilité de profiter de l'expérience française en matière de construction et de gestion hôtelières.

51. Il y a lieu de signaler que les investissements affectés à la construction de nouveaux hôtels de séjour appelés à attirer les touristes étrangers, amélioreront la situation des petits hôtels éparpillés dans tout le pays, grâce aux excursions qui seront organisées pour les touristes internationaux qui peuvent voyager au cours de la semaine à l'inverse des résidents algériens qui ne peuvent le faire que pendant les fins de semaine et les jours fériés. Ainsi, des hôtels qui par eux-mêmes ne peuvent attirer les touristes étrangers, profiteront de ceux que les nouveaux hôtels modernes auront attirés.

Code d'investissement libéral

52. Une fois que les investissements effectués sous les auspices du Gouvernement se seront révélés rentables, un code d'investissement libéral en faveur des capitaux nationaux et étrangers permettrait un développement aussi dynamique que celui qu'on a pu observer dans les deux pays voisins de l'Algérie. Par Ordonnance du 15 septembre 1966 du Président de la République, un nouveau code d'investissement a été institué qui accorde au tourisme une situation privilégiée semblable à celle dont bénéficie l'industrie, ce qui concerne aussi bien les garanties de transfert que les privilèges fiscaux et financiers.

53. Aux termes du nouveau règlement, les investisseurs étrangers jouissent de la garantie de transfert à l'étranger des revenus des capitaux investis et du retransfert du produit de la vente de leur entreprise ou de leurs parts à des résidents algériens. Les avantages fiscaux comprennent : réduction ou exemption de l'impôt de l'enregistrement ou, s'il s'agit de l'acquisition des biens immobiliers nécessaires à l'entreprise envisagée, exemption temporaire pouvant aller jusqu'à dix années de l'impôt foncier; réduction des taux de la taxe à la production et remise du paiement des droits de douane sur les biens d'équipement importés; réduction ou exemption de la taxe sur les bénéfices commerciaux pour une période maximum de cinq années et, dans certains cas, garantie d'une stabilité fiscale sur une base conventionnelle. Les privilèges financiers comprennent une subvention pouvant aller jusqu'à 3 pour 100 du coût de l'intérêt sur les emprunts pour la construction d'hôtels et dans certains cas une garantie de l'Etat pour les emprunts contractés pour les biens d'équipement.

54. Si ces mesures reçoivent la publicité qu'elles méritent, elles permettront d'attirer les capitaux privés vers l'industrie hôtelière algérienne parce qu'elles sont aussi favorables que celles prises dans les deux pays côtiers voisins pour encourager les investissements. Cependant, l'une des clauses peut atténuer l'effet des nouvelles mesures tendant à encourager les investissements privés; il s'agit de l'Article 8 de l'Ordonnance qui prévoit la possibilité de nationaliser des investissements aux termes du



nouveau code d'investissement. Bien qu'on souligne le caractère plutôt exceptionnel de cette mesure et qu'on ait élaboré un système équitable d'indemnité transférable, le seul fait que la clause de nationalisation des investissements n'ait pas été omise dans le code d'investissement risque de faire hésiter les futurs investisseurs. Comme les nouveaux investissements doivent s'adapter au plan de développement économique du pays, il semblerait naturel que le Gouvernement ait décidé définitivement dans quels secteurs la participation des capitaux privés est utile pour le pays et par conséquent autorisée sans réserve. L'incertitude dans ce domaine peut en partie annuler les effets des privilèges et garanties prévus par le code.

55. Il est vrai que les conventions bilatérales signées avec certains pays en ce qui concerne les investissements en Algérie de leurs ressortissants sont reconnues comme des instruments valables de la politique économique et qu'elles pourraient introduire des garanties complémentaires de nature à rassurer les investisseurs privés, mais il n'en reste pas moins vrai que mentionner la nationalisation dans un code d'investissement a un effet psychologique défavorable sur les investisseurs privés, et si l'on ne peut l'éviter, peut-être serait-il bon de donner la garantie qu'elle n'interviendra en aucun cas avant une période déterminée de 15 ou 20 ans.

56. Le tourisme international ne peut pas s'organiser en un jour, mais d'ores et déjà les premiers pas ont été faits dans la bonne direction et l'Algérie est certainement un pays qui peut envisager un bel avenir touristique. Pour tirer le maximum de ces mesures, il convient de créer les conditions favorables à la fois dans le pays même et sur les marchés extérieurs. Certaines de ces conditions seront la responsabilité du seul Gouvernement algérien alors que d'autres ne pourront être remplies que grâce à une collaboration efficace entre plusieurs pays. Les premières dépassent le cadre de cette étude, mais les secondes sont traitées dans les chapitres relatifs à l'action concertée que les pays du Maghreb ou tous les pays d'Afrique du nord devront entreprendre.

Note du chapitre II

- 1/ Les tarifs des deux premières catégories d'hôtels (de luxe et de première catégorie) (\*\*\*\*) ne sont pas limités de même que ceux des chambres avec salle de bain et toilettes particulières dans les catégories inférieures. On n'a pas encore établi la liste de ces prix libres exigés par les divers hôtels et l'incertitude qui en résulte n'encourage pas le tourisme étranger. L'Agence de tourisme algérienne (propriété de l'Etat) offre des chambres à deux lits dans des hôtels de luxe, à partir de 20 dollars, et la pension complète à partir de 15 dollars par personne; les prix des chambres à deux lits avec salle de bain et toilettes particulières dans des hôtels de deuxième catégorie (\*\*\*) sont à partir de 12 dollars et la pension complète est à partir de 12 dollars par personne.

Pour les chambres moins confortables, des tarifs maximums ont été institués : les chambres pour deux personnes dans des hôtels de deuxième catégorie (\*\*\*) coûtent entre 5,20 et 6,36 dollars; dans les hôtels de troisième catégorie (\*\*) entre 3,84 et 4,60. Les tarifs de pension complète n'ont pas été publiés.

### CHAPITRE III

#### TUNISIE

(Superficie : 164.150 km<sup>2</sup> - population : 4.457.862 habitants)

#### Attractions et lieux touristiques, climat et saisons

57. De Tabarka, près de la frontière algérienne, jusqu'à Djerba, à la frontière libyenne, s'étend sur une distance de 1.200 km le littoral de Tunisie, où des promontoirs convenant à la pêche sous-marine découpent un grand nombre de vastes plages de sable fin. Le climat chaud et ensoleillé de la Tunisie permet une longue saison balnéaire, qui peut durer de 10 à 12 mois sur des plages du sud. Sur la côte, on enregistre les températures les plus basses en janvier, les moyennes mensuelles, minimale et maximale, étant de 7,2 et 15,1°C à Tabarka, 8,2 et 14,6°C à Kelibia (Cap Bon) et 8,3 et 15,9°C dans l'île de Djerba. En juillet, les moyennes correspondantes atteignent 19,5 et 30,9°C à Tabarka, 20,6 et 31,9°C à Kelibia, 21,7 et 31,4°C à Djerba. Au mois de janvier, l'ensoleillement varie de 175 heures à Tunis à 234,6 à Gabès, atteignant en juillet 373,9 et 325,7 respectivement. En été, des vents légers ou modérés rafraîchissent les régions côtières.

58. Les plages, favorisées par ce climat doux et ensoleillé, constituent la principale attraction touristique du pays. Le désert et les oasis, les villes et leur intéressante architecture mauresque, ainsi que les vestiges d'une antique civilisation ajoutent à l'agrément d'un voyage en Tunisie, composant une ambiance pittoresque qui contraste avec celle des rives septentrionales de la Méditerranée. Tous ces facteurs se concentrent dans une région relativement petite et d'accès facile, qui constitue pour les touristes séjournant dans les stations balnéaires de la côte ou les grandes villes, un attrait supplémentaire.

59. L'artisanat, le folklore et les costumes nationaux accentuent le charme particulier à la Tunisie. Il faut aussi noter l'importance de l'élément humain, souvent négligé dans les études relatives au tourisme. Le paysage calme et pittoresque en bordure de la mer bleue, de même que la gracieuse architecture des villes, sont animés par une population sympathique et attrayante. Tout le monde est bienveillant et prêt à aider<sup>1/</sup>,

depuis les fonctionnaires à l'aéroport, les conducteurs de taxis et le personnel hôtelier jusqu'aux gens rencontrés par hasard en ville ou à la campagne. Il n'est donc pas étonnant que nombre de touristes ayant déjà visité la Tunisie reviennent dans ce pays. C'est ce qui explique aussi que Tunis, beaucoup moins spectaculaire que bien d'autres villes rivales du bassin méditerranéen, reçoit chaque année un nombre croissant de touristes en croisière (5.893 en 1961 et 30.595 en 1966). C'est aussi pour cette raison que les centres de villégiature assez proches des grandes villes ont l'avantage sur les stations éloignées. Le développement du tourisme individuel en Tunisie fera ressortir encore plus l'avantage des lieux touristiques à proximité de Tunis.

#### Historique de l'industrie du tourisme

60. En 1958, la Tunisie ne possédait qu'un nombre limité d'hôtels, construits pour la plupart à Tunis et dans certains chefs-lieux de districts. Après un bref délai dû à la guerre en Algérie, le Gouvernement a décidé d'encourager le développement de l'industrie touristique. Cette décision a été prise après consultation d'experts éminents du tourisme international et sur la base d'études effectuées au titre du programme d'assistance technique des Nations Unies. D'autres études portant sur divers aspects de l'expansion du tourisme et les zones à aménager à cette fin ont été entreprises par certains experts et organisations, dont les services ont été retenus soit aux termes d'un arrangement bilatéral, soit directement par le Gouvernement tunisien. Par la suite, des travaux analogues ont été effectués par les organes de l'Etat tunisien. A l'heure actuelle, les études relatives au tourisme se poursuivent en Tunisie avec le concours d'organisations internationales ou sur une base bilatérale.

61. Pour assurer l'analyse judicieuse des faits qui présentent de l'importance pour le développement du tourisme, on utilise également des statistiques exactes et à jour publiées en Tunisie. Celles-ci portent sur la capacité d'hébergement; les entrées de visiteurs étrangers en Tunisie (répartition par pays de résidence, mois, modes de transport, etc.); les nuits passées dans les établissements touristiques de toutes sortes

(classement par nationalité, type d'hébergement, catégories d'hôtels, régions, mois); le taux d'occupation par type d'hébergement et par région; les recettes en devises et les conditions climatiques.

Politique officielle visant au développement du tourisme

62. Des études entreprises dans ce domaine, il ressort que le tourisme international peut se développer dans d'excellentes conditions en Tunisie, grâce à la situation géographique du pays, qui se trouve à une distance relativement faible des principales sources de clientèle touristique et qui offre maintes attractions, notamment du point de vue du climat, des paysages et des plages. Les conditions climatiques favorables qui règnent en Tunisie pendant une grande partie de l'année permettent de compter sur une longue saison touristique et un taux élevé d'occupation des hôtels. Par ailleurs, on estime que certains autres facteurs en jeu sont de nature à rendre rentables les investissements consacrés à l'hôtellerie.

63. La politique gouvernementale tendant à développer le tourisme tient compte de ces conditions propices et spécifie diverses mesures, dont les principales figurent ci-après :

- Détermination des zones propices à l'expansion touristique, qui jouissent d'une priorité en matière d'investissements publics.
- Allocation, dans le cadre du plan triennal et des perspectives décennales de développement, de crédits suffisants au budget concernant le tourisme et les stations thermales.
- Parallèlement au programme de construction d'hôtels, on a assuré la formation professionnelle hôtelière aux 314 Tunisiens non diplômés, qui suivent des cours dans les écoles hôtelières des pays suivants : France, Suisse, Etats-Unis, Pays-Bas, Italie et Royaume-Uni. Pour la formation du personnel subalterne aux emplois moyens, des écoles hôtelières ont été fondées dans les principaux centres touristiques de Tunisie.

- L'Etat se charge de l'infrastructure dans les zones de développement touristique, il a entrepris le reboisement de celles-ci, et il assure la protection et la restauration des sites historiques. D'autre part, une société de transports intérieurs a été constituée par l'Etat.
- Particulièrement importantes sont les mesures gouvernementales visant à encourager les investissements privés dans l'industrie touristique. Ces dispositions sont récapitulées ci-après<sup>2/</sup>.

Mesures propres à encourager les investissements privés

64. La loi du 2 septembre 1966 prévoit les encouragements suivants à l'investissement dans le domaine du tourisme :

- L'octroi de subventions pour couvrir les dépenses afférentes aux études d'architecte, aux projets de construction en béton armé, ainsi qu'aux études de l'infrastructure.
- Le remboursement total ou partiel des droits de douane prélevés sur les importations d'équipement hôtelier nécessaire.
- Une bonification de l'intérêt au taux de 3 pour 100 par an pour les emprunts contractés à moyen terme et à long terme.
- Les bailleurs de fonds investisseurs peuvent obtenir gratuitement du Gouvernement pour une période ne dépassant pas 35 ans, des terrains pour la construction d'établissements hôteliers. Au terme de la concession, le terrain et l'hôtel font gratuitement retour à l'Etat.

65. Les bailleurs de fonds peuvent également obtenir, conformément au décret du 19 septembre 1946, délivrance d'une lettre d'établissement spécifiant les privilèges suivants :

- a) Avantage financier : garantie par le Trésor tunisien des prêts destinés à financer la construction et l'équipement d'établissements hôteliers.

b) Avantages fiscaux :

- L'enregistrement à droit fixe des actes qui constituent ou qui transforment l'entreprise;
- L'exonération, jusqu'à concurrence de cinq ans, de l'impôt de patente sur les bénéfices de l'entreprise;
- Le report, pendant cinq années consécutives, du solde déficitaire;
- L'exonération de l'impôt sur le revenu des actions et obligations émises pour la création ou l'extension de l'entreprise;
- La réduction des taxes municipales;
- L'octroi d'autres privilèges pour favoriser l'exécution de certains projets particulièrement intéressants;
- Pour les investissements supérieurs à 100.000 dollars, une garantie de stabilité du régime fiscal peut être accordée pour une période maximum de 15 ans;
- La déduction des bénéfices imposables des sommes nécessaires au financement de la construction ou de l'expansion d'équipements hôteliers.

66. Le transfert à l'étranger des capitaux investis en Tunisie par des résidents de nationalité étrangère, ainsi que des revenus y afférents, est garanti par le décret du 4 juin 1957. En outre, la Tunisie a conclu avec la Belgique, la République fédérale d'Allemagne, la France, les Pays-Bas, la Suisse et les Etats-Unis, des accords bilatéraux par lesquels ces derniers pays se sont engagés à verser, aux résidents de leur territoire ayant placé des fonds en Tunisie, une compensation en cas de perte de capital par suite de nationalisation et d'expropriation ou de tout autre événement pouvant causer la perte de l'investissement.

67. Outre les garanties et avantages destinés à encourager les investissements privés dans l'industrie touristique, il faut noter les renseignements exacts et complets, d'une grande utilité pratique pour les investisseurs éventuels, que le Commissariat général au tourisme fournit sur la législation et le régime fiscal applicables à l'hôtellerie, ainsi que sur les coûts relatifs aux éléments suivants : construction, équipement importé, matériel, main-d'oeuvre, sécurité sociale, assurances, terrains, etc. Non moins importants sont les chiffres détaillés concernant l'évolution du tourisme en Tunisie. Il y a des pays où les informations de cette nature sont considérées presque comme secrets d'Etat. En Tunisie, elles sont accessibles à toutes personnes ayant un intérêt raisonnable, ce qui a grandement contribué à créer un esprit de compréhension et de confiance réciproques, condition préalable de l'application efficace d'une politique d'investissement basée sur la collaboration avec le capital étranger.

TABLEAU 6

Capacité d'hébergement des touristes en Tunisie (nombre de lits)

Catégories	1961	1962	1963	1964	1965	Au 31 décembre 1966
Hôtels de luxe ou de première catégorie	1.130	1.257	1.606	2.473	3.657	8.064
Hôtels de deuxième catégorie	1.076	1.072	734	1.047	1.502	1.981
Hôtels de 3ème ou 4ème catégorie	1.743	1.748	2.203	2.153	2.269	2.522
Total	3.949	4.077	4.543	5.673	7.428	12.567
Villages de vacances et auberges de jeunesse	-	-	1.200	1.900	2.188	5.014
	3.949	4.077	5.743	7.573	9.616	17.581



TABLEAU 7

Nombre des entrées en Tunisie d'étrangers classés par nationalité

Nationalités	1961	1962	1963	1964	1965	1966
<u>Maghreb arabe</u>						
Algériens	a/	a/	25.638	39.243	34.889	28.346
Libyens	2.401	2.787	5.187	6.326	8.026	14.681
Marocains	344	1.186	1.160	2.101	2.119	5.315
Total A	2.745	3.973	31.985	46.670	45.034	48.342
Africains	a/	a/	460	648	696	785
Allemands	6.241	7.652	11.682	13.953	22.288	33.640
Américains (Etats-Unis)	2.747	3.333	4.058	5.066	6.125	7.555
Anglais	3.068	3.364	4.936	5.870	11.865	20.325
Autrichiens	959	973	1.302	1.471	2.612	3.007
Belges	858	1.054	1.609	2.460	4.502	6.145
Danois	181	159	386	481	492	1.410
Français	18.293	18.333	27.836	34.402	34.500	48.426
Néerlandais	1.187	766	1.132	1.291	3.065	3.104
Italiens	3.748	4.535	6.934	9.111	8.847	11.565
Moyen-Orient <sup>b/</sup>	a/	a/	2.117	3.004	1.995	1.993
Russes	180	410	386	412	626	584
Suédois	227	526	1.107	1.912	3.027	4.499
Suisses	2.220	2.805	4.795	7.051	12.576	18.139
Autres	3.456	4.869	4.006	5.433	7.590	9.299
Total B	43.365	48.779	72.746	90.565	120.806	170.475
Total A + B	46.110	52.752	104.731	138.235	165.840	218.817
AUGMENTATION ANNUELLE	+ 14,4% + 98,5%		+ 32%	+ 20%	+ 32%	

Source : Sûreté nationale.

a/ Chiffres compris dans "autres".

b/ RAU, Liban, Jordanie, Syrie et Arabie saoudite.

TABLEAU 8

Tunisie

Nombre des nuitées des touristes étrangers

1961	1962	1963	1964	1965	1966
320.485	395.777	540.759	694.374	1.129.416	1.636.881

TABLEAU 9

Tunisie

Nombre des nuitées des résidents de quelques importants pays  
fournisseurs de touristes

	1961	1962	1963	1964	1965	1966
Français	68.977	76.105	134.120	173.208	216.956	356.226
Allemands	77.918	94.155	137.682	164.944	308.331	463.457
Britanniques	22.650	26.920	32.076	41.493	116.075	206.286
Suisses	28.408	39.155	54.306	75.116	156.622	206.288
Scandinaves	4.998	6.914	13.092	27.764	40.414	70.708
Belges	6.689	8.730	16.805	25.193	56.168	67.521
Américains (Etats-Unis)	14.537	18.603	18.913	22.940	33.645	41.892
Total	224.177	270.582	406.994	530.658	928.211	1.412.378

Plans tunisiens de développement touristique

68. Le plan triennal 1964-1967 donne priorité aux études sur les possibilités de réalisation et à la mise en place de l'infrastructure nécessaire, mais prévoit néanmoins la construction d'un certain nombre d'hôtels de luxe ou de première catégorie. Au titre du même plan, des établissements du tourisme populaire ont également été établis, grâce à la création de villages de vacances. Ensuite, le plan quadriennal 1965-1968 se caractérise par une plus grande diversification de l'équipement hôtelier et par des investissements considérables de capitaux privés dans l'industrie hôtelière. Bien que ce dernier plan

ne prévoie que la construction de 4.000 lits d'hôtel, le nombre de ceux-ci s'est effectivement accru de 10.000, étant passé de 7.573 à la fin de 1964 à 17.581 à la fin de 1966. Ainsi, pendant la moitié seulement de la période du plan quadriennal, la nouvelle capacité hôtelière a atteint un chiffre deux fois et demie supérieur à celui qui avait été initialement fixé pour toutes les quatre années (voir tableau 6). Il a été décidé en outre de construire avant 1968 d'autres hôtels pouvant offrir 14.900 lits, ce qui portera la capacité globale des établissements touristiques modernes à près de 32.500 lits.

69. Sur les 14.900 lits prévus, on compte 8.200 lits pour les hôtels de première catégorie ou de luxe et 5.400 pour les villages de vacances et les villas. Autre fait intéressant à noter : certains des nouveaux hôtels s'établiront sur la côte nord-ouest, dont on ne s'est pas beaucoup occupé jusqu'à maintenant.

70. Comme l'indique le tableau 7, le nombre des visiteurs étrangers enregistrés à la frontière a augmenté, passant de 46.110 en 1961 à 218.817 en 1966. Le nombre des nuits passées en Tunisie par les touristes étrangers a augmenté de façon encore plus spectaculaire : 1.636.881 en 1966 contre 320.485 en 1961, ainsi qu'il ressort du tableau 8. On trouvera au tableau 9 la répartition des nuitées des visiteurs étrangers en provenance des principaux marchés touristiques.

71. En raison de cette expansion, les entrées des devises provenant du tourisme se sont élevées de 2.800.000 dollars en 1961 à 18.118.000 dollars en 1965 pour atteindre 26.190.000 dollars en 1966. Il est aussi très encourageant de constater que la moyenne des dépenses touristiques par nuitée est passée de 9,5 à 16 dollars pendant cette même période. En 1965, le tourisme se plaçait au deuxième rang des sources de recettes en devises relevant des exportations; grâce à sa croissance rapide, cette industrie a enregistré en 1967 les plus fortes rentrées de devises étrangères en Tunisie.

TABLEAU 10  
Tarifs hôteliers applicables en Tunisie en 1967  
 (en dollars des Etats-Unis)

	<u>Hôtels de première catégorie</u>		<u>Hôtels de 2ème catégorie</u>		<u>Hôtels de 3ème catégorie</u>		<u>Hôtels de 4ème catégorie</u>
	Chambre pour 2 personnes	Pension complète	Chambre pour 2 personnes	Pension complète	Chambre pour 2 personnes	Pension complète	Chambre pour 2 personnes
Tunis	7,20-17,50		4,20-11,40		1,90-6,10		1,15-2,30
Stations touristiques	7,60-9,50	6,65-9,5	5,70-7,60	5,7-6,65	3,00	3,80-5,70	2,30

72. Les tarifs hôteliers actuellement pratiqués en Tunisie (1967) figurent au tableau 10. Ces prix se comparent favorablement à ceux qui sont appliqués en Espagne, au Maroc et dans les autres pays d'Afrique du nord. Comme la plupart des touristes font partie de groupes organisés par les bureaux de voyage, les prix effectivement pratiqués sont encore plus bas que ceux qui sont indiqués dans les publications officielles. La Tunisie aurait intérêt à attirer des touristes qui ont les moyens de voyager indépendamment et de dépenser plus d'argent. Dans cette dernière catégorie, les touristes qui voyagent en automobile présentent un intérêt tout particulier. L'organisation récente d'un service de transport des automobiles entre Marseille et Tunis contribuera certainement à amener en Tunisie des touristes aisés voyageant en automobile. Mais il restera encore à toucher le grand nombre des touristes qui voudraient bien se rendre en Tunisie et en d'autres pays d'Afrique du nord, mais qui, en raison du coût encore élevé de tels voyages, visent plutôt l'Espagne, l'Italie, la Yougoslavie, la Grèce, etc. Il y aurait néanmoins possibilité d'orienter ces touristes vers l'Afrique du nord, question dont il sera traité dans un autre chapitre.

Notes du chapitre III

- 1/ Sur les 90 pour 100 de gens qui ont fait spontanément des observations favorables sur les conditions touristiques en Tunisie, 70 pour 100 ont souligné avant tout le caractère sympathique de la population du pays. Vient ensuite le climat, qui a été apprécié par 20 pour 100 des intéressés. Enquête touristique, Tunisie 1966, page 33.
- 2/ A ce sujet, on trouvera des renseignements plus détaillés dans Les investissements touristiques en Tunisie, Tunis, 1966, et Tunisian Tourism, décembre 1965.

## CHAPITRE IV

## LIBYE

(Superficie : 1.769.000 km<sup>2</sup> - population : 1.621.000 habitants)

Attractions et lieux touristiques, climat et saisons

73. Le littoral de la Libye, long de plus de 1.800 km, peut se partager entre la Tripolitaine à l'ouest et la Cyrénaïque à l'est. On signale que la région côtière de Cyrénaïque, bordée de montagnes et de forêts (pins et chênes), est plus pittoresque et pourvue de meilleures plages que l'autre secteur.

74. Le nord du pays jouit d'un climat tempéré, que la brise rafraîchit en été. Faute de moyennes mensuelles quant aux températures maximales et minimales, il faut se contenter des chiffres des maxima et minima absolus. Ceux-ci ne donnent pas, toutefois, une idée exacte du climat car, en général, les températures absolues maxima et minima sont de beaucoup supérieures ou inférieures aux moyennes mensuelles des maxima et minima. Dans ce cas, une journée exceptionnellement chaude ou froide pourrait donner une fausse impression du climat. On peut estimer cependant que les moyennes mensuelles, minimales et maximales, s'établissent pour les mois d'hiver à quelque 10 et 15°C à Derna et entre 10 et 20°C à Tripoli. Pour les mois d'été, les chiffres correspondants atteignent environ 20 et 30°C à Derna et entre 20 et 35°C à Tripoli. En 1964, la précipitation annuelle était de 248,8 mm à Derna, les pluies étant tombées principalement de novembre à février (228 mm). A Tripoli, la chute de pluie a atteint cette même année 268,2 mm, avec un maximum de 224,3 mm entre novembre et janvier<sup>1/</sup>. Grâce à ces conditions atmosphériques, la saison balnéaire peut durer de 8 à 9 mois et l'on enregistre, sur la côte et les collines environnantes (Cyrène), une température agréable tout au long de l'année. En été, la brise fraîche qui souffle de la mer rend le climat encore plus tempéré, particulièrement en Cyrénaïque.

75. Les sites antiques bien conservés, phéniciens-romains à l'ouest - Sabratha (à 65 km à l'ouest de Tripoli) et Leptis Magna (à 120 km à l'est de Tripoli) - et gréco-romains à l'est - Cyrène, Tolmeitha et Apollonia - rehaussent l'importance touristique de toute la région. Ces sites d'intérêt historique et artistique témoignent en outre des excellentes conditions de vie et de climat qui ont permis aux villes précitées de prospérer dans l'antiquité. Tripoli et Benghazi, villes agréables où se combinent caractéristiques modernes et orientales, pourraient convenablement appuyer des stations touristiques côtières, qu'il y aurait lieu d'établir en bordure de plages situées à proximité de ces agglomérations. Par ailleurs, il convient de noter l'intérêt touristique que présentent, pendant la saison fraîche, la province de Fezzan, avec sa capitale, Sebha, et certaines autres oasis de la Libye.

#### Historique

76. Un tournant de l'histoire économique de la Libye a été marqué par la découverte et l'exploitation intensive d'importants gisements de pétrole. Le pétrole a permis de modifier le mode de vie traditionnel et d'instaurer des conditions propices à un rapide développement du pays en général et notamment de son industrie touristique. Le tableau 11 montre l'expansion de la production de pétrole brut entre 1961 et 1965. Par suite, le produit intérieur brut de la Libye a augmenté, passant de 146 millions de dollars en 1958 à 1.143 millions de dollars en 1965. Cette même année, les exportations de pétrole brut atteignaient en valeur 784 millions de dollars, soit un chiffre 5,4 fois supérieur à celui enregistré pour le produit national brut de 1958.

TABLERAU 11

#### Production libyenne de pétrole brut (en millions de barils)

1961	6.642
1962	66.643
1963	166.272
1965	434.880

TABEAU 12

Répartition géographique de la capacité hôtelière en Libye à la fin de 1966

Localités	Hôtels de luxo		Hôtels de première catégorie		Hôtels touristiques		Hôtels de 2ème catégorie		Hôtels de 3ème ou 4ème catégorie		Hôtels non classés		Total	
	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits
<u>Tripolitaino</u>														
Tripoli	2	684	5	438	15	536	9	541	9	207	1	84	31	2.490
<u>Cyrénaïque</u>														
Benghazi	2	275	3	285			4	257	15	605			24	1.422
Godabia											3	40	3	40
Shahaat	1	44											1	44
Boïda	1	124					1	23					2	147
Sousa			1	8									1	8
Marj									1	15			1	15
Tobrouk			1	41					1	28	1	36	3	105
Derna									3	113	1	44	4	157
Emsa'ad							1	28					1	28
<u>Fozzan</u>														
Sobha											2	38	2	38
	6	1.127	10	722	15	536	15	849	29	968	8	242	72	4.494



77. Cette vague de prospérité a favorisé la construction de nouveaux hôtels pour satisfaire la demande d'hébergement en hausse rapide. Les clients de ces établissements se composent principalement d'hommes d'affaires de passage ou qui descendent à l'hôtel pour une quinzaine de jours en attendant de pouvoir s'installer dans un appartement pour un plus long séjour. Le tableau 12 indique la capacité hôtelière de la Libye à la fin de 1966, ainsi que la répartition géographique de celle-ci. La majorité des hôtels se trouvent dans les deux principales villes, qui possèdent 3.912 lits sur un total de 4.494 pour l'ensemble du pays.

TABLEAU 13  
Arrivées de touristes étrangers dans les hôtels  
libyens et nuitées

Années	Arrivées	Nuitées
1963	60.750	346.296
1964	66.990	309.308
1965	65.340	366.200

78. La répartition uniforme du nombre des nuits passées à l'hôtel par les touristes sur tous les mois de l'année, y compris ceux de température moins favorable, démontre que la grande majorité des visiteurs se compose d'hommes d'affaires. En se fondant sur une dépense moyenne de 18 dollars par jour pour chaque touriste, on peut estimer à 6.591.600 dollars les recettes en devises provenant du tourisme. En l'absence de chiffres sur l'occupation des hôtels, il est permis de penser que le taux d'occupation atteint un niveau élevé dans les hôtels de catégorie supérieure, en raison de l'afflux en Libye d'hommes d'affaires et de techniciens étrangers intéressés par l'expansion de l'industrie pétrolière, tandis que les hôtels de catégories inférieures n'atteindraient qu'un taux d'occupation bas.

Perspectives de développement touristique

79. Etant donné les tarifs élevés des hôtels et la hausse rapide du coût des denrées alimentaires (viande, poisson, oeufs, produits laitiers, fruits et légumes frais) et de la main-d'oeuvre, on a exprimé des doutes quant à l'avenir du tourisme en Libye, mais il s'agit d'une opinion qui n'envisage pas l'avenir. Il est vrai que le coût de la main-d'oeuvre en Libye continuera à être supérieur à celui des pays voisins, ce qui influera sur les coûts de l'hôtellerie libyenne et affaiblira son aptitude à soutenir la concurrence internationale. Cependant, le tarif actuellement élevé des hôtels et la hausse des prix de certains produits sont, à notre avis, de caractère essentiellement spéculatif, traduisant une rapide augmentation de la demande, accompagnée de la pénurie des biens et services offerts. Etant donné que la Libye ne manque pas de capitaux et qu'elle peut attirer de l'étranger des entrepreneurs en bâtiment et travailleurs, il en résultera un régime de concurrence qui ne tardera pas à comprimer les prix. Le fait que certaines denrées alimentaires et autres articles doivent être importés ne signifie pas nécessairement que le niveau des prix restera élevé. Cette tendance à la hausse tient à une organisation insuffisante du commerce d'importation, de gros et de détail, plutôt qu'à des causes permanentes. La libération des importations et l'établissement d'une véritable concurrence entre importateurs ramèneraient bientôt les prix des marchandises importées à un niveau raisonnable, du fait en particulier que les droits d'importation perçus en Libye n'excèdent pas 10 ou 15 pour 100 et que les frais de transport maritime sont peu élevés. Par ailleurs, la construction de routes modernes, déjà entreprise, permettra de réduire le coût des approvisionnements en provenance des pays voisins. Pour une structure favorable des prix de revient dans l'industrie hôtelière, il importe qu'en Libye les impôts soient très légers et que l'électricité puisse être obtenue bon marché dès qu'on commencera à utiliser les sources locales d'énergie.

80. D'autre part, la Libye connaît déjà une forte demande intérieure de services touristiques. A la fin de 1966, il devait y avoir dans le pays près de 90.000 résidents de nationalité étrangère. Cela signifie qu'il existe des familles entières constituant actuellement une clientèle pour les hôtels et bungalows des stations touristiques, non seulement durant les vacances d'été, mais encore pendant les week-ends, les congés scolaires de brève durée, etc. Grâce au développement économique rapide et au progrès de l'éducation, un nombre croissant de libyens s'enrichissent actuellement, et l'on prévoit qu'ils auront besoin des établissements touristiques dans leur propre pays. Un grand nombre d'entre eux seront sans doute attirés par l'île de Djerba en Tunisie, située à 370 km seulement de Tripoli. Mais il faut tenir compte que les trois quarts de la production libyenne de pétrole s'effectuent au nord du 28ème parallèle, en Cyrénaïque, région assez éloignée de la Tunisie, et que les stations touristiques à proximité de Benghazi jouiraient d'un meilleur emplacement vis-à-vis du personnel de l'industrie pétrolière.

81. Il existe une certaine analogie entre le développement touristique qu'on peut envisager en Libye et l'expansion beaucoup plus importante réalisée au Moyen-Orient. Au Liban, sur un million et demi de touristes étrangers, les trois quarts viennent des pays arabes. Ces derniers se rendent au Liban pour jouir des agréments qu'offre une ville moderne et prospère au climat agréable, ainsi que de l'air frais des montagnes et de la mer. Le Liban reçoit en outre 370.000 touristes originaires d'autres pays. Bien qu'un grand nombre d'entre eux ne fassent qu'une brève escale à Beyrouth en se rendant dans des pays plus éloignés ou au cours d'une tournée au Moyen-Orient, 43,7 pour 100 viennent de l'étranger uniquement pour visiter le Liban. En Libye, le public du pays pourrait déjà soutenir une ou deux stations balnéaires, qu'il faudrait établir de préférence à proximité des grandes villes. De cette façon, les centres de villégiature envisagés pourraient attirer les excursionnistes et les citoyens qui voyagent en fin de semaine, ainsi que les vacanciers venant des villes avoisinantes ou de l'intérieur du pays. De tels centres touristiques, bien équipés, possédant casinos et pistes de danse et offrant d'autres

TABLEAU 14  
Tarifs des hôtels en Libye et au Liban  
(en dollars des Etats-Unis)

	Hôtels de luxe		Hôtels de 1ère catégorie		Hôtels touristiques	
	Chambres pour 2 personnes	Pension complète par personne	Chambres pour 2 personnes	Pension complète par personne	Chambres pour 2 personnes	Pension complète par personne
<u>LIBYE</u>						
<u>Benghazi</u>						
Hôtel Bernice	13,44	14,28				
Hôtel Lux			9,80			
Grand Hôtel					6,75	9,50
<u>Shahaat</u>						
Hôtel Shahaat	8,40	10,40				
<u>Beida</u>						
Palace Hôtel	12,75	15,28				
<u>Tripoli</u>						
Libya Palace	15,12	16,40				
Grand Hôtel			9,25	15,20		
Hôtel Capitol			7,75	9,75		
Hôtel Continental					5,50	8,70
<u>LIBAN</u>						
Beyrouth	11,70- -27,36	13,00- 24,50		9,50- 12,00		7,15- 8,75
Stations balnéaires		9,75- 16,25		8,15- 9,75		

divertissements et notamment des activités mondaines, pourraient, grâce à une publicité suffisante, bientôt intéresser les touristes étrangers aussi bien que nationaux. Le Liban fait actuellement un sérieux effort pour encourager les vacanciers européens à fréquenter les nouvelles stations touristiques de la côte. A la lumière d'une comparaison entre les tarifs hôteliers en vigueur au Liban et ceux de la Libye (voir tableau 14), les prix des hôtels libyens n'apparaissent pas sous un jour défavorable. Au surplus, comme on l'a déjà indiqué, ces derniers sont susceptibles de s'abaisser à l'avenir. D'autre part, comme, par rapport à Beyrouth, Benghazi et Tripoli sont de 1.000 à 1.300 km plus rapprochés des principales sources européennes de clientèle touristique, on peut compter aussi sur des frais de transports moins élevés.

82. L'industrie touristique a de bonnes chances de se développer avec succès en Libye grâce à l'augmentation de la demande intérieure, mais toujours en visant en même temps à attirer la clientèle étrangère. A cette fin, il faudrait déterminer, avec un soin tout particulier, les types d'installations touristiques à implanter ainsi que l'emplacement de celles-ci. On pourrait être fortement tenté de construire, ici et là, sur la côte, d'agréables petits hôtels qui attireraient des touristes en provenance des villes et où un certain nombre de familles viendraient passer leurs vacances. Un autre hôtel similaire aurait été bientôt construit quelque part ailleurs et le tourisme local aurait bientôt commencé. Mais en procédant de cette façon, l'industrie touristique libyenne n'atteindra jamais un niveau de développement permettant d'attirer les voyageurs étrangers<sup>2/</sup>. Si l'effort touristique de la Libye ne devait porter que sur le plan local, on pourrait peut-être se contenter de petits hôtels. Mais la situation serait tout autre si l'on créait sur la côte des centres touristiques englobant de grands hôtels et autres établissements d'hébergement, centres où l'on pourrait facilement et à peu de frais, organiser des divertissements et des activités mondaines, où les services municipaux et l'aménagement des parcs coûtent moins cher, de même qu'une publicité efficace et on peut organiser des voyages par avions affrétés. Par conséquent, il faut éviter de disperser les capitaux

destinés à l'industrie touristique, qui devraient être consacrés à la création de quelques stations seulement, quitte à commencer par établir un seul centre capable de recevoir des visiteurs étrangers aussi bien que nationaux. En ce qui concerne les services touristiques destinés à la population locale, il y aurait lieu de construire, en plus des hôtels, des bungalows pourvus de petites cuisines à l'usage des familles qui prennent des vacances. Après un premier effort fructueux, on pourrait bientôt envisager l'expansion du centre nouvellement créé ou la création d'autres centres.

Notes du chapitre IV

- 1/ Statistical Abstract of the Kingdom of Libya, 1965.
- 2/ Tandis que la demande intérieure de services touristiques augmente actuellement en Libye, on constate qu'elle a diminué temporairement, mais notablement, dans un autre pays d'Afrique du nord, où tous les petits hôtels dispersés le long de la côte ne font plus d'affaires. Il s'est révélé impossible à ces hôtels d'héberger les touristes étrangers et de remplacer leur ancienne clientèle par ces derniers.

## CHAPITRE V

### REPUBLIQUE ARABE UNIE

(Superficie : 1.002.000 km<sup>2</sup> - population : 30 millions d'habitants)

#### Attractions touristiques

83. Les attractions touristiques de l'Egypte sont uniques au monde et bien connues des gens cultivés de tous les pays. Outre l'héritage culturel de la plus haute antiquité, les beaux monuments de la culture islamique servent de trait d'union entre le passé et le présent. Les réalisations de la civilisation moderne, le canal de Suez et le barrage d'Assouan sont presque aussi célèbres et prouvent que le génie créateur et les habitudes de travail intensif du peuple de la vallée du Nil ont persisté à travers les âges, bien que ces nouvelles constructions gigantesques n'aient pas été élevées à la gloire des morts mais pour le plus grand bien-être des vivants. Le climat ensoleillé et tempéré, le panorama grandiose qu'offre le Nil et les 2.900 kilomètres de côtes ajoutent encore au nombre des attractions touristiques traditionnelles de la RAU, de même que les oasis, la péninsule du Sinaï et les villes, qui peuvent s'enorgueillir d'un artisanat de haute qualité et d'une population courtoise et accueillante.

84. On peut distinguer quatre régions touristiques en Egypte : le delta du Nil, avec Le Caire et ses environs, la vallée supérieure du Nil; la côte méditerranéenne et la région de Suez avec les côtes de la mer Rouge et la péninsule du Sinaï.

85. Les températures mensuelles moyennes minimales et maximales qui figurent au tableau 15 indiquent un aspect important des différences de climat dans les quatre régions. Les précipitations annuelles sont insignifiantes et vont de 1 mm à Louxor à 184 mm à Alexandrie. Le degré hydrométrique de l'air est peu élevé dans la région du Haut Nil et les côtes de la mer Rouge, modéré au Caire (74 en janvier et 61 en juillet) et à Alexandrie (69 en janvier et 77 en juillet). La côte méditerranéenne, qui dispose de belles plages, pourrait étendre sa

sa saison balnéaire de mars à novembre, bien que la grande saison touristique soit, en fait, plus courte en raison de la prédominance du tourisme local dans cette région. Dans la région du Haut Nil, les mois d'été ne conviennent guère au tourisme stationnaire; par contre le tourisme "mobile" est possible toute l'année durant en Egypte. Au cours des mois qui se prêtent aux bains de mer, l'offre la plus attractive pour le public européen comprendrait une visite de la Haute Egypte, un séjour au Caire et un séjour de plusieurs jours dans l'une des stations balnéaires. La saison touristique très étendue de chacune des régions touristiques de la RAU permet un taux d'occupation élevé des hôtels, tandis que la possibilité de recevoir des touristes toute l'année durant en Egypte permet l'utilisation des avions affrétés dans des conditions très favorables.

TABLEAU 15

Températures mensuelles minimales et maximales dans les diverses régions touristiques de la RAU (en degrés centigrades)<sup>a/</sup>

Ville	Jan.	Fév.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Alexandrie												
Min.	9,3	9,7	11,2	13,5	16,7	20,2	22,7	22,9	21,3	17,8	14,8	11,2
Max.	18,3	19,2	21,0	23,6	26,5	28,2	29,6	30,4	29,4	27,7	25,3	20,4
Le Caire												
Min.	8,6	9,3	11,3	13,9	17,4	19,9	21,5	21,6	19,9	17,8	13,9	10,4
Max.	19,1	20,7	23,7	28,2	32,4	34,5	35,4	34,8	32,3	29,8	25,1	20,7
Louxor												
Min.	5,4	6,8	10,7	15,6	20,7	22,5	23,7	23,5	21,5	17,7	12,3	7,9
Max.	22,9	25,5	29,0	34,8	39,4	40,7	40,8	41,0	38,9	35,1	28,9	25,0
Hourghada												
Min.	9,7	10,1	12,4	15,9	20,8	23,5	24,8	25,0	23,2	20,0	15,0	11,4
Max.	20,4	20,8	22,8	25,8	29,4	31,2	32,5	32,9	30,4	28,2	25,3	21,7

<sup>a/</sup> Données publiées par l'Office national du tourisme, en 1966.



TABLEAU 16  
Volume du tourisme en RAU, de 1956 à 1965

Années	Nombre de touristes	Nuitées	Recettes provenant du tourisme (en millions de dollars EU)
1956	170.246	5.320.841	46,5
1957	127.528	5.896.921	52,9
1958	162.812	3.653.052	35,6
1959	240.263	4.923.961	53,8
1960	285.450	4.560.279	53,6
1961	283.957	4.645.067	53,1
1962	291.180	4.166.477	40,6
1963	404.109	4.223.375	61,1
1964	497.382	7.024.264	85,5
1965	542.100	10.400.731	

TABLEAU 17  
Arrivées de touristes étrangers en RAU en 1965 et nombre de nuitées

	Nombre de nuitées	Dépenses quotidiennes (en \$ EU)	Recettes en devises étrangères (en \$ EU)
Touristes arabes	7.066.945	9,12	64.450.538
Touristes européens	2.268.002	13,70	31.071.627
Touristes américains	385.557	18,25	7.036.415
Autres	589.342	11,40	6.718.499
Touristes effectuant un très court séjour	90.885	15,60	1.417.806
Total	10.400.731	10,60	110.694.885

Source : Office national du tourisme de la RAU, Rapport statistique pour 1965. En 1965, les recettes en devises étrangères provenant du tourisme ont représenté 1/5ème environ des exportations de produits visibles.

TABLEAU 18

Arrivées de touristes étrangers en RAU en 1965 et nombre de nuitées

Pays	Arrivées	Nuitées
I. <u>Arabes</u>	<u>246.027</u> 45,5 %	<u>7.067.489</u> 68 %
Jordanie	20.708	1.091.714
Liban	19.014	415.420
Soudan	18.330	679.208
Arabie saoudite	10.564	518.439
Syrie	9.862	363.899
Irak	9.589	247.978
Koweït	8.288	338.848
Autres	149.622	3.411.983
II. <u>Européens</u>	<u>179.299</u> 33 %	<u>2.327.739</u> 22,5 %
Royaume-Uni	41.665	266.068
Allemagne	27.695	405.667
Grèce	24.661	278.847
France	18.745	200.779
Italie	16.232	384.676
Pays scandinaves	11.480	115.751
Pays-Bas	6.700	72.879
Suisse	5.044	86.745
Belgique	4.933	55.640
Espagne	4.535	53.093
Autriche	4.145	107.892
Yougoslavie	3.590	66.192
Autres	9.814	233.510
III. <u>Américains</u>	<u>62.723</u> 11,5 %	<u>394.927</u>
Etats-Unis	53.118	334.752
Canada	4.309	29.057
Autres	5.296	31.118
IV. <u>Autres</u>	<u>54.051</u>	<u>610.576</u> 3,5 %
Asie	25.963	380.355
Australie et Nouvelle-Zélande	18.463	33.645
Afrique	6.899	126.174
Autres	2.726 10 %	70.406 6 %
<u>TOTAL</u>	<u>542.100</u> 100 %	<u>10.400.731</u> 100 %

TABLEAU 19  
Nombre de lits dans les hôtels de la RAU, au 31 décembre 1965

	De luxe	Première classe	Seconde classe	Classe touristique	Troisième classe	Total
Le Caire et la Basse Egypte	1.399	3.431	3.006	2.358	3.129	13.323
Côte méditerranéenne	174	1.188	627	1.506	999	4.494
Suez et la mer Rouge		394	201	449	234	1.279
Haute Egypte	858	1.212	1.042		417	3.529
Total	2.431	6.225	4.876	4.313	4.780	22.625

#### Historique

86. Le tableau 16 indique la progression du volume des touristes en RAU, le nombre de nuitées ainsi que les recettes en devises étrangères tirées du tourisme. Cette progression a connu des fluctuations dues aux événements internationaux qui ont touché la RAU et le Moyen-Orient, mais la progression reste sensible, en particulier en ce qui concerne les arrivées de touristes étrangers dans le pays. Les recettes tirées du tourisme étranger ont crû parallèlement au volume du trafic touristique pour passer de 46,5 millions de dollars des Etats-Unis en 1956, à 85 millions de dollars des Etats-Unis en 1964, et à 110,7 millions de dollars des Etats-Unis, en 1965. Les dépenses moyennes des devises étrangères pour chaque nuitée de touriste ont également crû, pour passer de 8,9 dollars en 1956 à 12,2 dollars en 1964; mais en 1965, ce chiffre est tombé à 10,6 dollars. Ce phénomène est dû, sans aucune doute, au pourcentage accru de touristes provenant des pays arabes (voir tableau 17). D'après les estimations de l'Office national égyptien du tourisme, les dépenses quotidiennes moyennes des touristes arabes sont de 9,12 dollars, celles des touristes européens de 13,70 dollars, celles des touristes américains de 18,15 dollars et celles des touristes des autres nationalités de 11,40 dollars; les dépenses moyennes des touristes qui restent moins de 3 jours dans le pays sont estimées à 15,60 dollars par jour, quelle que soit la nationalité de ces touristes<sup>1/</sup>.

87. Le tableau 18 indique le nombre de touristes arrivés en Egypte et le nombre de nuitées en 1965; ces touristes ont été classés en fonction de leur pays de résidence.

#### Capacité hôtelière et taux d'occupation des hôtels

88. De décembre 1964 à décembre 1965, le nombre des lits disponibles dans les hôtels de la RAU a augmenté, pour passer de 21.840 à 22.625. La répartition des lits par catégorie d'hôtels et par région figure au tableau 19. A l'exclusion de Port-Saïd, d'Ismaïlia et de Suez, il n'y avait que 250 lits dans les hôtels des stations balnéaires de la mer Rouge vers la fin de 1965. Ce nombre a augmenté depuis de 192 lits, à la suite de la construction d'un hôtel à Ein Sukha.

89. Le taux d'occupation a augmenté en 1965 dans certains hôtels du Caire jusqu'à atteindre 95 pour 100, et ailleurs le taux est généralement assez élevé, bien que l'on ne dispose pas des chiffres moyens par catégories d'hôtels. A Alexandrie et à Port-Saïd, le taux d'occupation est quelque peu inférieur mais toujours assez élevé, puisqu'il est de 78 pour 100 à Alexandrie et de 82 pour 100 à Port-Saïd dans les hôtels les plus fréquentés. En Haute Egypte, les hôtels qui restent ouverts toute l'année atteignent un taux d'occupation de 62 pour 100. Ces chiffres présentent un grand intérêt pour les nouveaux investisseurs. Toutefois, on ne peut inférer des chiffres publiés par les statistiques officielles, quels sont parmi les hôtels particuliers choisis comme exemples, ceux qui sont situés dans des villes et ceux qui sont situés dans des stations balnéaires. Ce renseignement présente un intérêt particulier pour les côtes de la Méditerranée et pour celles de Suez et de la mer Rouge où les hôtels cités comme ayant un taux d'occupation élevé sont probablement situés en ville, et l'indication manque quant au taux d'occupation des hôtels situés dans les petites stations balnéaires. Le taux réel d'occupation des hôtels des stations balnéaires est toutefois d'une importance capitale pour l'établissement de tout programme de développement balnéaire dans les régions de la Méditerranée ou de la mer Rouge.

TABLEAU 20  
Tarifs des hôtels d'Egypte comparés à ceux des hôtels d'Espagne  
(en dollars des Etats-Unis)

Ville et hôtel	Nombre de lits	Hôtels de luxe		****		***		**	
		Chambre à 2 lits	Pension complète par per-sonne	Chambre à 2 lits	Pension complète par per-sonne	Chambre à 2 lits	Pension complète par per-sonne	Chambre à 2 lits	Pension complète par per-sonne
RAU									
Le Caire									
Shepherds	535	9,70-14,25	8,85-11,10						
Sheherozade	160			6,85-8,55	7,30-8,10	5,70	5,40		
Kasr el Nil									
Alexandrie									
Palestine	174	9,12-13,70	8,45-10,75						
(hôtel de villégiature)									
Hôtel Cecil	123			6,40	6,95				
Sidi Abderahman									
Alamein (hôtel de vil-légiature)	118			8	7,50				
Marsa Matruh									
Rim	96			6,15-6,85	6,15-6,50				
Riviera	84					4,10-5	4,60-5,00		
Hourghada									
Hourghada	702			9,10	8,15				
Rest Home (sans salle de bain)	150					4,60	4,80		
Louxor									
New Winter Palace	188	10,80-13,10	10,30-11,50						
Winter Palace	332								
Louxor	174				7,15-8,60	5,60-6,70	5,70-6,80		

TABLEAU 20 (suite)  
Tarifs des hôtels d'Egypte comparés à ceux des hôtels d'Espagne

Ville et hôtel	Nombre de lits	Hôtels de luxe		****		***		**	
		Chambre à 2 lits	Pension complète par personne	Chambre à 2 lits	Pension complète par personne	Chambre à 2 lits	Pension complète par personne	Chambre à 2 lits	Pension complète par personne
ESPAGNE									
Madrid									
Hôtel Plaza	630	9,60-14	12,10-13,85						
Ritz	798	10,50-18,70	14,60-18,90						
Hôtel Avenida	783			5,00-6,25	6,60-7,30	2,50-3,85	4,00-4,70		
Hôtel Barazal									
Barcelone									
Hôtel Manila	358	9,16-12	12,00-13,35						
Hôtel Cristal	760			6,70-8,75	9,00-10,00				
Arenal									
Garonda Palace	706	7,35-11,70	10,00-12,15						
Biarritz	147					3,00-4,50	4,00-4,75		
Acapulco	191			3,85-5,60	6,15-7,00				
Ondina	162							2,00-3,00	3,55-3,95

90. Au tableau 20, on compare les tarifs des hôtels en Egypte et en Espagne, l'un des pays touristiques les moins chers d'Europe. D'après les chiffres indiqués, il semble que pour les hôtels de la catégorie de luxe et les hôtels de première classe, dans les villes aussi bien que dans les stations balnéaires d'Egypte, les tarifs concernant la chambre seule et la pension complète puissent être comparés favorablement avec les tarifs pratiqués en Espagne. Pour ce qui concerne les hôtels de seconde et de troisième catégories, toutefois, les tarifs pratiqués par les hôtels espagnols semblent être inférieurs bien qu'il soit très difficile de procéder à des comparaisons puisque l'équipement et le service diffèrent considérablement selon les hôtels, surtout quand il s'agit d'hôtels des catégories inférieures. Toutefois, les différences entre les tarifs sont peu importantes et c'est à juste titre que l'on peut conclure que les tarifs des hôtels égyptiens sont compétitifs.

91. On n'a pas pu obtenir de renseignements sur la rentabilité des hôtels existant en Egypte. Toutefois, si l'on tient compte du fait que le taux d'occupation de ces hôtels est élevé, plus élevé qu'au Liban et qu'en Tunisie, il semble que les hôtels bien gérés de la RAU puissent être très rentables. Il convient de se souvenir qu'en Tunisie les nouveaux investissements privés dans l'industrie hôtelière ont dépassé de très loin toutes les prévisions et tous les plans du Gouvernement, et que la construction de nouveaux hôtels au Liban doit être freinée plutôt qu'encouragée<sup>2/</sup>. On n'a pas recueilli de données particulières quant aux salaires, aux charges fiscales et aux dépenses afférentes à la sécurité sociale en Egypte, mais dans un pays où la population annuelle augmente de près de 2,5 pour 100 par an, les salaires des travailleurs manuels ne doivent pas être très élevés; d'autre part, la formation professionnelle hôtelière des cadres moyens ou supérieurs, tant à l'école qu'en cours d'emploi, peut fournir de façon assez rapide un nombre suffisant de nationaux dûment formés et disposés à accepter des salaires inférieurs à ceux pratiqués dans la plupart des pays européens concurrents. Les gains annuels moyens par personne dans l'industrie hôtelière de la RAU ont été estimés à 532 dollars des Etats-Unis

pour l'année 1964-1965<sup>3/</sup>. Les charges fiscales peuvent toujours être modifiées de manière à encourager l'industrie hôtelière et ne constituent pas un problème grave.

92. La question de savoir quel est le volume d'investissement des capitaux privés étrangers et nationaux qu'il convient d'encourager dans l'industrie hôtelière est une question de politique économique d'ensemble. Si l'on adopte à cet égard une attitude positive, les exemples du Maroc et de la Tunisie montrent qu'un code des investissements approprié ainsi que des encouragements fiscaux et financiers, si on leur donne une publicité suffisante, peuvent être d'une importance vitale. La compétence et les liaisons sur les marchés touristiques que possèdent les investisseurs étrangers, peuvent accélérer le développement du tourisme et aider à créer une attitude favorable dans les milieux de l'industrie touristique, sur des marchés fournissant le plus grand nombre de touristes qui voyagent dans des pays lointains.

#### Notes du chapitre V

- 1/ Les dépenses quotidiennes moyennes en Tunisie, pour l'année 1964, étaient de 12,92 dollars des Etats-Unis, ce qui est à peine plus que pour l'Egypte (12,20 dollars des Etats-Unis). Cela peut s'expliquer par un pourcentage de tourisme régional inférieur en Tunisie qu'en RAU.
- 2/ Comparer avec : Les hôtels de Beyrouth, par Pierre Gorra, Documents and Studies, Office central d'information du Liban.
- 3/ Grandes lignes du Plan quinquennal de développement économique et social 1960-1965, Comité de la planification nationale, p. 121.



## CHAPITRE VI

### SOUDAN

(Superficie : 2.505.805 km<sup>2</sup> - population : 13.576.000 habitants)

#### Attractions et régions touristiques, climat

93. Il existe au Soudan des attraits touristiques qui, dans les circonstances actuelles, peuvent attirer des touristes, et des attraits touristiques qui pourraient bien intéresser les touristes, à condition d'avoir les moyens de transport et les logements nécessaires.

94. Au premier rang des attractions touristiques, il faut citer la région de Khartoum, qui comprend la ville de Khartoum (population : 132.000 habitants) et la vieille ville d'Omdurman (113.500 habitants). L'emplacement de Khartoum sur les bords du Nil et son mélange coloré de vie moderne et de traditions séculaires, avec les costumes originaux, les coutumes, les événements sportifs traditionnels (courses de chevaux), les beaux objets sculptés d'ivoire et d'ébène, les articles en cuir de crocodile et en peau de serpent, les bijoux en filigrane d'argent et autres merveilles de l'artisanat local, ne manqueront pas d'enchanter les touristes. Lieu de rencontre de gens venus des quatre points de ce grand pays, Khartoum est une ville pleine de vie et de couleurs. "Dans le tourisme moderne, on estime que la population constitue l'un des pôles d'attraction majeurs, et les gens du Soudan possèdent des qualités de cordialité et d'amabilité qu'il est difficile de rencontrer ailleurs". Nombre de touristes étrangers souscriront à cette opinion de M. Stephen Stroeter, de l'American Tourist Association<sup>1/</sup>. Deux grands hôtels attractivement situés sur les rives du Nil bleu, plusieurs hôtels moins importants, quatre musées, une bonne accessibilité par air en raison des lignes directes avec plusieurs grandes villes européennes et capitales africaines, offrent aux touristes européens des conditions de voyage et de séjour satisfaisantes. Il en va de même pour ceux des touristes américains qui ne s'attendent pas à trouver tout à fait le même confort que chez eux.

95. Il est certainement des touristes qui seraient heureux de séjourner à Khartoum pour une semaine ou davantage, mais il semble que pour le gros des touristes internationaux deux ou trois jours suffisent, à moins que l'on n'inclue dans ce séjour quelques attractions intéressantes dans les environs de la ville. Les sites anciens du district de Shendi associés à une visite du secteur artisanal de Shendi peuvent constituer une attraction supplémentaire de ce genre, de même que les pyramides, les temples et les tombes du district de Mérové, à condition bien entendu, que l'on organise des transports et que l'on prévoie des logements convenables. La route moderne Khartoum-Port Soudan permettra également d'inclure Port Soudan parmi les attractions touristiques actuelles du Soudan. Avec une population de 52.000 habitants, des établissements hôteliers suffisants, des restaurants ainsi qu'un club international, une grande piscine, des plages, des jardins maritimes, des possibilités de pêche, de pêche sous-marine, etc., Port Soudan pourrait être avantageusement inclus dans un circuit touristique. Cependant, le site touristique montagneux d'Erkowit (au-dessus de 1.000 m) pourrait se révéler séduisant pour des touristes du pays ou de la région, y compris ceux venant d'Arabie saoudite ou de Koweït, mais pour les touristes européens, Erkowit ne peut être qu'un arrêt agréable au cours d'un voyage à travers le pays. Il faut y ajouter la chasse au gros gibier pour un public spécial disposant de ressources financières suffisantes. Il est toutefois difficile d'estimer leur nombre dans les circonstances actuelles. Parmi les pôles d'attraction qui pourraient séduire, non seulement les amateurs de gros gibier mais aussi les touristes ordinaires, figurent le parc national de Dinder, le Mont Marra et les districts du sud. Ces régions offrent la possibilité de faire des photo-safaris et de visiter les villages les jours de festivités tribales, que d'aucuns considèrent<sup>2/</sup> comme l'une des attractions les plus intéressantes du Soudan.

96. Un programme de modernisation systématique des maisons d'accueil du Gouvernement et la création d'un camp de tourisme suffisamment vaste et confortable dans le parc national de Dinder, assortie d'une publicité

convenable et d'une bonne organisation de commercialisation permettront aux agences touristiques d'organiser des voyages touristiques par avions affrétés au départ de l'Europe. Khartoum est moins éloignée de quelque 2.000 km des grandes villes européennes que ses principaux concurrents pour la chasse au gros gibier, ce qui est un avantage certain pour l'organisation de safaris; quant aux amateurs de photo-safaris, une moindre distance peut constituer pour eux un avantage décisif. Dès que les provinces du sud seront ouvertes au tourisme, des mesures similaires pourraient également attirer les touristes. D'autre part, ainsi que l'ont déclaré certains touristes qui ont effectué ce voyage, un parcours sur le Nil offrant la possibilité de contempler la vie tribale non loin des berges, pourrait constituer une attraction supplémentaire pour les touristes d'outre-mer. Toutefois, dans les circonstances actuelles, le voyage long de 1.430 km par paquebot fluvial de Kosti à Juba prend dix jours à contre-courant et 7 jours dans l'autre sens<sup>3/</sup>. Il n'existe pas de touristes disposés à passer tant de jours sur un petit paquebot fluvial. Par contre, un hydro-glisseur, du genre de ceux qui parcourent la Moskwa, la Volga et le Danube<sup>4/</sup> à une vitesse de croisière de 35 noeuds à l'heure, pourrait couvrir cette même distance en 24 heures à contre-courant ou en 3 à 4 jours depuis Khartoum, avec des arrêts pour passer la nuit à Kosti et à Malakal, et en un temps bien moindre encore dans l'autre sens. Combinés à un voyage de retour par avion ou bien à une continuation vers l'Ouganda et le Kenya, ces voyages pourraient faire l'objet d'une publicité appropriée grâce aux agences d'outre-mer et permettre l'organisation de circuits touristiques à prix forfaitaire comprenant un séjour à Khartoum et peut-être même un détour par Port Soudan.

97. Dans toutes les publications sur le tourisme au Soudan, préparées soit par les autorités soudanaises, soit par des experts étrangers, aucune référence directe n'a été faite à la saison touristique la plus favorable dans les diverses régions du pays. Pour la région de Khartoum, un examen des températures moyennes aux différentes époques de l'année montre que le mois le plus froid est janvier, qui connaît une moyenne mensuelle des températures minima de 15,5°C et des températures maxima de 32,20°C. Le mois le plus chaud est le mois de juin, où les moyennes

mensuelles des températures minima et maxima sont de 26,5°C et de 41,5°C. Compte tenu des températures mensuelles moyennes, la saison touristique la plus appropriée irait de novembre à mai. Cette appréciation se trouve confirmée par les statistiques intéressant l'arrivée de touristes étrangers au Soudan, qui indiquent des arrivées nettement plus élevées entre novembre et la fin mai, avec une période de pointe en mars, que dans la période de juin à la fin octobre. A Port Soudan, le mois le plus froid est le mois de janvier, où les moyennes sont de 20°C et de 27°C; le mois le plus chaud y est le mois d'août, où l'on enregistre des moyennes de 29,5 et de 41°C. A Port Soudan, la saison touristique pourrait être à peu près semblable à celle de Khartoum, mais toutefois plus longue de deux mois. Dans les provinces du sud, les températures ne varient pas beaucoup selon les saisons. A Juba, le mois le plus chaud est le mois de mars, où les températures moyennes minimales et maximales sont respectivement de 23 et de 37°C, tandis que le mois le plus froid est le mois de juillet, où les températures moyennes sont de 20 et de 30°C. Dans cette région, ce sont plutôt les pluies qu'il convient de prendre en considération, et la saison sèche va de novembre à avril, à l'extrême sud, et augmente en allant vers le nord. La saison sèche constitue la meilleure époque pour le tourisme dans cette région.

#### Arrivées de touristes au Soudan et recettes en devises étrangères

98. En 1964, 9.995 touristes étrangers sont venus au Soudan et le nombre des visiteurs en transit s'est élevé à 14.023. Les visiteurs en transit sont ceux qui possèdent un visa touristique valable jusqu'à 7 jours. Selon les informations des agences de voyages et des hôtels, leur séjour à Khartoum dure de un à deux jours<sup>5/</sup>. Le nombre des touristes a augmenté, entre 1961 et 1964, de 10 à 12 pour 100 par an et, de 1964 à 1965, de 15 pour 100. Au tableau 21, le nombre total de touristes a été décomposé en fonction des nationalités et de l'objet du séjour; 80 pour 100 des voyageurs enregistrés comme touristes s'étaient rendus au Soudan pour y passer des vacances ou pour raisons de santé, tandis que les voyageurs venus pour affaires n'ont représenté que 20 pour 100. Nombre de ceux qui vinrent au Soudan pour des vacances, toutefois, y étaient venus pour rendre visite à des parents habitant le pays.

TABLEAU 21

Soudan

Arrivées, classées selon les nationalités et l'objet de la visite

1965

Nationalité	Pour va- cances	Pour affaires	Pour raisons de santé	Missions ou délégations officielles	Pélori- nage	Total
Allemagne	2.155	529	137	39	5	2.820
Suisse	864	216	54	18		1.152
Grande-Bretagne	975	243	61	15	5	1.299
Amérique	1.680	420	105	26	8	2.239
Pays arabes	1.041	259	65	16	7	1.388
Autres	1.882	471	117	39		2.509
Total	8.557	2.138	559	153	20	11.407

TABLEAU 22

Hôtels du Soudan (à la fin de 1966)

Province	Nombre d'hôtels	Nombre de lits
Khartoum	25	750
Kordofan	7	140
Kassala (port du Soudan)	6	120
Nord (Shendi)	5	100
Nil Bleu (Kosti)	5	100
Haut Nil (Malakal)	1	20
Région équatoriale (Juba)	1	40
Darfur	1	20
	51	1.290

TABLEAU 23

Tarifs des hôtels en Egypte et au Soudan (en dollars des Etats-Unis)

		Prix des chambres à deux lits	Pension complète par personne (pour les chambres à deux lits)
<u>Assouan</u>			
New Cataract	****	de \$10,85 à 14,25	de \$10,30 à 12
Cataract	****		7,70
Edfu	****	10	8,55
<u>Le Caire</u>			
Shepherd	****	de 9,70 à 14,25	de 9,40 à 11,70
Sheherazade	****	de 6,85 à 8,60	de 6,95 à 7,80
Cleopatra	****	de 9,12 à 14,25	de 8,10 à 10,65
<u>Khartoum</u>			
Hôtels de la Compagnie des chemins de fer			de 13,50 à 27
Hôtels privés			de 12 à 22,50
Hôtels situés hors de Khartoum			7,50

99. On a estimé que les touristes restaient en moyenne 15 jours environ au Soudan et y dépensaient environ 20 dollars par jour. Si l'on compte que les visiteurs en transit restent un jour et demi en moyenne, les gains moyens en devises étrangères tirés du tourisme au Soudan ont été d'environ 3.276.000 dollars en 1964. Pour 1965, on a estimé qu'en plus des 11.407 touristes qui étaient restés au Soudan 15 jours en moyenne, il y avait eu 16.300 touristes en transit qui étaient restés en moyenne deux jours dans le pays, ce qui fait qu'au total on peut compter sur un séjour moyen de 7 jours, et les recettes en devises étrangères d'un montant de 4.092.000 dollars des Etats-Unis représentent 2 pour 100 seulement des recettes en devises étrangères dues aux exportations.

### Les hôtels et leurs tarifs

100. Le tableau 22 donne le nombre d'hôtels et de lits par province. Toutefois, on ne dispose pas des chiffres des nuitées et des taux d'occupation des hôtels.

101. Le tableau 23 établit une comparaison entre les prix de pension complète par personne, dans une chambre à deux lits climatisés avec salle de bain particulière, en Egypte et au Soudan. Les prix pratiqués à Khartoum sont sensiblement plus élevés que les prix en Egypte. Il se peut que certains frais soient plus élevés au Soudan, en raison surtout d'une saison touristique plus courte qui fait que les frais en capital sont répartis sur un chiffre d'affaires moindre, ensuite en raison des prix de l'électricité et, par conséquent, des frais de climatisation, en raison enfin des prix des produits alimentaires et autres matériaux importés. Mais une telle différence de prix peut également s'expliquer, dans une certaine mesure, par la politique des prix pratiquée dans les hôtels gérés par les chemins de fer, dont l'exemple est suivi par les hôtels privés. Dans la mesure où ces prix élevés sont imposés à des clients qui se rendent au Soudan en voyage d'affaires et n'ont par conséquent pas le choix d'aller ailleurs, ils peuvent se révéler rentables. Mais s'il s'agit d'attirer des touristes étrangers et de construire de nouveaux hôtels afin de les y recevoir, la question des frais d'exploitation et des prix exigés de la clientèle est d'une importance primordiale et tout devrait être fait pour maintenir ces prix dans des limites raisonnables. Une politique des prix dynamique, qui encouragera les agences de voyages étrangères à envoyer des touristes au Soudan, sera indispensable à cet égard.

102. Un assortiment de mesures rationnelles destinées à encourager le tourisme a été proposé par un consultant en questions touristiques, M. Streeter, en particulier au sujet de la simplification des formalités aux frontières. On sait que les idées et opinions exprimées par M. Streeter ont été reprises par d'autres consultants, qui les développeront dans l'intention de les faire appliquer sur le plan pratique.

Notes du chapitre VI

- 1/ Tourist Development Plan in the Republic of Sudan, juin 1966, p. 8.
- 2/ Stroeter, *ibid.*, p. 20.
- 3/ Guide touristique du Soudan, édition de 1967.
- 4/ Voir : Shipping and Shipbuilder Annual Review, 1967, Londres, p. 224 et 225.
- 5/ *Ibid.*, p. 10.



## CHAPITRE VII

### LA DEMANDE DE VOYAGES TOURISTIQUES VERS L'AFRIQUE DU NORD

103. A cause de la rapidité de son expansion et du volume énorme qu'il a atteint au cours des dernières années, le tourisme international est devenu un facteur économique de toute première importance. La persistance de cette expansion au cours des années passées et les causes qui l'ont déterminée, permettent d'affirmer que le tourisme maintiendra sa courbe ascendante. Selon les estimations établies pour l'ensemble du monde, environ 113 millions d'arrivées de touristes étrangers ont eu lieu en 1965, et leur nombre s'est accru en 1966 de 12 pour 100. Les dépenses de voyages à l'étranger se sont élevées à 13 milliards de dollars en 1966, soit 12 pour 100 de plus qu'en 1965. En 1966, l'Europe a absorbé plus de 60 pour 100 de ce volume, mais l'Afrique 2,5 pour 100 seulement. Les pays en voie de développement, hormis ceux, peu nombreux, qui, du point de vue géographique, sont proches des pays industrialisés de l'Europe et de l'Amérique du Nord, n'ont d'ailleurs pas profité de cette énorme expansion. C'est seulement depuis les dernières années que, parallèlement à l'élévation des revenus dans les pays européens industrialisés et à la baisse des prix des transports, aériens et autres, qui a facilité l'accès à des contrées plus lointaines, certains des pays en voie de développement ont pu commencer à exploiter leur potentiel touristique. Dans l'ensemble, les pays les plus favorisés ont été les pays proches des principaux marchés industriels de l'Europe - par exemple, les pays de la région méditerranéenne - ou voisins de l'Amérique du Nord, comme le Mexique et les Antilles<sup>1/</sup>.

104. Le développement du tourisme international n'est qu'un aspect du développement du tourisme en général, qui couvre également le tourisme national. Les causes de l'expansion du tourisme sont bien connues :

- a) Augmentation des revenus des personnes physiques dans les pays développés et dans certains pays en voie de développement;

- b) Croissance démographique;
- c) Allongement de plus en plus répandu de la durée des vacances annuelles;
- d) Augmentation du nombre des retraités disposant de revenus importants (propriété, assurance-vie et retraites);
- e) Tension imposée par les sociétés industrielles modernes qui crée, chez la population active, un besoin vital de repos et de détente pendant les vacances annuelles;
- f) Fait que les déplacements en voiture et en avion sont commodes et ne coûtent pas cher, ceux-là permettant à des familles entières de voyager à peu de frais pendant leurs vacances et ceux-ci de gagner du temps et d'économiser de l'argent sur des voyages touristiques vers des destinations plus lointaines;
- g) Possibilité d'obtenir plus facilement des devises pour voyager à l'étranger et simplification, ou même suppression, des formalités aux frontières.

105. Selon une estimation de l'UIOOT, les dépenses mondiales consacrées aux voyages - à l'intérieur des pays et internationaux - se sont élevées en 1965 à 57,3 milliards de dollars, dépenses de transport de touristes entre les pays non comprises, dont 46 milliards de dollars pour le tourisme intérieur. Des études effectuées dans certains pays de l'Europe de l'ouest ont montré que la proportion de la population prenant des vacances à l'étranger était relativement faible : 16 pour 100 aux Pays-Bas 13 pour 100 en Suède, 8 pour 100 en France et au Royaume-Uni et 6 pour 100 en Italie. Cette proportion augmentera probablement à cause de l'élévation du revenu national par habitant et aussi pour les raisons qui seront examinées ci-après.

106. On a remarqué que le nombre des touristes qui voyagent à l'étranger augmentait à un taux plus rapide que le produit intérieur brut par habitant. Alors que de 1958 à 1964, le produit intérieur brut par habitant des pays de la Communauté économique européenne et de l'Association

européenne de libre échange, considérés ensemble, a augmenté à une moyenne annuelle de 6,5 pour 100, le volume du tourisme international dans les pays européens de l'OCDE s'est accru de 10 pour 100 chaque année. Le Département du commerce des Etats-Unis a fait observer que, depuis 1957, les dépenses consacrées, dans ce pays, aux voyages d'outre-mer, y compris le prix du transport, augmenteraient à peu près deux fois plus vite que les revenus disponibles<sup>2/</sup>. Il faut attribuer cette différence de cadence au fait que les dépenses de voyages augmentent proportionnellement plus vite que le revenu des personnes physiques. Etant relativement élastique, la demande de voyages est très sensible et réagit positivement à l'abaissement du prix des services touristiques sur le marché et à l'élévation du revenu des personnes physiques. Mais il ne s'agit là que de l'un des aspects du problème. L'autre c'est que l'augmentation générale du revenu des personnes physiques s'accompagne d'un accroissement plus que proportionnel du nombre de personnes ayant des revenus plus élevés. Autrement dit, à la croissance globale des revenus s'ajoute une évolution de leur distribution au profit des catégories de revenus plus élevés. Or, c'est justement dans ces catégories que l'on trouve le plus grand nombre de touristes à l'étranger.

#### Le marché touristique de l'Europe occidentale

107. Le tableau 24 fait apparaître le nombre de ceux qui ont un revenu annuel de plus de 3.000 dollars (ou légèrement inférieur) dans les pays suivants, sur lesquels on dispose de statistiques intéressant la distribution des revenus : Royaume-Uni, France, République fédérale d'Allemagne, Suède, Danemark et Pays-Bas. De ce tableau, il ressort que sur une période assez longue, le nombre des revenus des tranches supérieures a augmenté à une cadence annuelle beaucoup plus rapide que le produit intérieur brut par habitant. Au Royaume-Uni, le PIB par habitant a augmenté à un taux annuel de 5,3 pour 100 tandis que le nombre de ceux dont le revenu est supérieur à 3.000 dollars s'est accru de 19 pour 100 par an. Les chiffres correspondants ont été en France: 5 et 26,6 pour 100, en République fédérale d'Allemagne: 8,8 et 25 pour 100, en Suède: 5,4 et 18 pour 100, au Danemark: 9 et 35,4 pour 100, enfin aux Pays-Bas : 7,6 et 16,2 pour 100 (dans ce cas, pour un revenu supérieur à 2.762 dollars).

108. Ces chiffres indiquent que le nombre de ceux qui peuvent s'offrir un voyage à l'étranger (en Afrique du nord) augmente beaucoup plus vite que le produit intérieur brut par habitant ou que le revenu national par habitant. On peut s'attendre que cette tendance se maintiendra même si le taux annuel d'accroissement du PIB par habitant en Europe de l'ouest descend au niveau de celui des Etats-Unis qui est d'environ 3,5 pour 100. Dans ce cas, le rythme d'accroissement du nombre de ceux qui peuvent s'offrir un voyage en Afrique du nord se ralentira aussi, tout en restant de l'ordre de 10,5 à 14 pour 100 par an. Ainsi, il existe une base économique solide pour l'expansion continue de la demande de services touristiques outre-mer.

109. On estime qu'en Europe une famille moyenne consacre de 5,2 à 7,5 pour 100 environ de son revenu aux voyages et au tourisme<sup>3/</sup>. Les célibataires qui ont un revenu voisin de 3.000 dollars par an pourraient donc s'offrir deux ou trois semaines de vacances en Afrique du nord<sup>4/</sup>. Les personnes dont les revenus sont supérieurs pourraient normalement emmener avec eux femme et enfants. A titre de première approximation tendant à délimiter la demande potentielle de vacances en Afrique du nord, on a donné au tableau 25 une estimation, pour 1965, du nombre de personnes dont le revenu dépasse 3.000 dollars par an dans six pays de l'Europe de l'ouest (Royaume-Uni, France, République fédérale d'Allemagne, Suède, Danemark et Pays-Bas). On arrive à un total de 17,6 millions pour les six pays étudiés. Si l'on ajoute à ce total le nombre, estimé à 5 millions, de personnes dont les revenus dépassent 3.000 dollars en Autriche, en Belgique, en Finlande, en Grèce, en Irlande, en Italie, en Norvège, au Portugal, en Espagne, en Suisse et éventuellement en Turquie, on obtient en 1965, pour tous les pays membres de l'OCDE, un total de 22 millions d'individus ayant un revenu annuel supérieur à 3.000 dollars.

110. La moitié d'entre eux environ ont un revenu se situant entre 3.000 et 4.000 dollars; dans cette tranche de revenus, les célibataires pourraient prendre des vacances en Afrique du nord, les personnes mariées beaucoup moins facilement et les pères de famille certainement pas. En revanche,

ceux dont les revenus sont supérieurs, pourraient bien prendre leur femme et leurs enfants pour des vacances outre-mer. En utilisant les chiffres sur le nombre des membres de la famille dans différentes tranches du revenu global, qui ont été publiés dans un pays qui peut être considéré comme typique<sup>5/</sup>, on a pu calculer que le nombre des personnes en Europe occidentale qui peuvent se permettre un voyage outre-mer (les titulaires des revenus et les membres de leur famille) est de 10 pour 100 moindre que le nombre des titulaires des revenus supérieurs à 3.000 dollars. On peut donc considérer (voir tableau 25) qu'en Europe de l'ouest quelque 20 millions d'individus avaient en 1965 les moyens de prendre des vacances en Afrique du nord. Evidemment, on compte, dans ce total, des nouveaux-nés, des enfants en bas âge, des malades, des personnes trop occupées et d'autres trop âgées pour voyager. Certains, nombreux d'ailleurs, qui s'obligent sérieusement à faire des économies, ont écarté pour un temps l'idée de faire les voyages dont ils ont envie, d'autres préfèrent s'offrir une deuxième résidence dans leur pays ou sur la côte septentrionale de la Méditerranée, quelques-uns n'ont guère envie de voyager ou de prendre l'avion, etc. Ils se borneront donc, pour la plupart, à passer des vacances dans leur pays ou quelque part ailleurs en Europe. On ne peut donc pas considérer que ces 20 millions de personnes étaient des touristes éventuels et il reste encore beaucoup à apprendre sur leur façon de passer les vacances. C'est en faisant des enquêtes parmi ceux qui ont des revenus supérieurs à 3.000 dollars que l'on obtiendra un tableau plus précis qui permettra d'évaluer le nombre des futurs touristes. Mais on peut dire dès maintenant que c'est dans les catégories de revenus plus élevés que se trouve le marché potentiel des voyages en Afrique du nord et qu'avec l'augmentation rapide du nombre de ces revenus, le marché du tourisme en Afrique du nord se développera vite.

111. Dans la pratique, pour évaluer immédiatement le nombre des futurs touristes, on doit prendre en considération le nombre de touristes de l'Europe de l'ouest qui ont réellement fait un voyage à l'étranger en 1965; il a été estimé à 25 millions<sup>6/</sup>. Plus de 1,4 million d'entre eux se sont rendus outre-mer [Etats-Unis, Afrique du nord (seulement 574.000) et Moyen-Orient]. Considérant qu'un sur six des touristes qui ont

réellement voyagé en Europe aurait pu s'offrir un voyage en Afrique du nord, il aurait pu y avoir, en plus des 1,4 million de touristes qui se sont effectivement rendus outre-mer, près de 4 millions de touristes qui auraient pu voyager en dehors de l'Europe. La notion de "touriste possible" manque de précision et, compte tenu du nombre de ceux qui auraient les moyens de s'offrir un voyage de ce genre, le nombre des touristes possibles en Afrique du nord pourrait être beaucoup plus important. Parmi les touristes qui se sont rendus dans un autre pays européen, un sur quatre ou cinq aurait pu, à la place, faire un voyage en Afrique du nord. Si l'on a choisi le plus petit nombre possible, c'est pour montrer que même si l'on fait les prévisions les plus pessimistes, la demande potentielle de voyages outre-mer à partir de l'Europe dépasse de beaucoup l'offre correspondante dans les pays d'Afrique du nord, qui pourrait raisonnablement se développer à l'avenir sur une très longue période.

112. Si l'on ne prend que ce noyau de touristes possibles vers l'Afrique du nord, dont le nombre atteint 5,4 millions, et si l'on estime que ce nombre augmentera de 14 pour 100 par an, l'Europe de l'ouest offrira aux pays d'Afrique du nord un marché potentiel de 10,6 millions de touristes en 1970, de 20,4 millions en 1975 et de 38,5 millions en 1980. La mesure dans laquelle cette demande potentielle se concrétisera, dépendra des conditions suivantes :

- a) Augmentation suffisante de la capacité d'hébergement hôtelier;
- b) Offre de services touristiques en Afrique du nord à des prix compétitifs;
- c) Relèvement de la qualité des services touristiques au niveau de celle des pays situés au nord de la Méditerranée;
- d) Création de moyens de transports supplémentaires entre l'Afrique du nord et l'Europe et application de tarifs aériens suffisamment bas;
- e) Publicité pour assurer sur le marché européen, une intensité et un volume suffisants de tourisme.

Tous les pays méditerranéens de l'Afrique du nord pouvant établir ces conditions, on supposera, dans la seconde partie de cette étude, qu'il est possible de les réunir.

113. Pour l'analyse du tourisme de l'Europe occidentale, on a fait la distinction entre les pays méditerranéens et le Portugal, d'une part, et les autres pays d'Europe occidentale, d'autre part. Les tableaux 26 et 27 montrent les augmentations respectives des arrivées de touristes étrangers pour chacun des groupes entre 1957 et 1965. Il ressort que pour les pays européens de l'OCDE, le nombre des touristes étrangers est passé de 42,4 à 83,3 millions en huit années, soit une augmentation de 41 millions. L'augmentation a été de 30,3 millions dans les pays de l'Europe méridionale et de seulement 10,5 millions dans les pays restants de l'Europe occidentale. L'augmentation moyenne annuelle a été de 11 pour 100 pour le premier groupe et seulement de 5,6 pour 100 pour le deuxième. En d'autres termes, l'augmentation du volume du tourisme étranger a été deux fois plus rapide dans les pays méditerranéens que dans les autres pays de l'Europe occidentale, ce qui indique clairement la préférence de la majorité du public pour les pays ensoleillés et chauds bordés par la mer.

114. Toutefois, il ne faut pas oublier la concurrence des autres régions : concurrence des régions méditerranéennes de l'Europe, des pays asiatiques du Moyen-Orient, de l'Europe de l'est et, dans une certaine mesure, des autres régions touristiques du monde.

115. Dans les pays qui bordent la côte nord de la Méditerranée, le tourisme national et international (à courtes et à moyennes distances) se développe et attire, en conséquence, de nouveaux investissements. Des capitaux importants sont investis dans la construction hôtelière et encore plus dans les moyens d'hébergement complémentaires. Mais cette tendance à de gros investissements va transformer l'aspect même des principales zones touristiques européennes qui ne répondront plus tout à fait aux goûts de leurs visiteurs traditionnels, lesquels se dirigeront vers de nouveaux horizons outre-mer. Certaines stations balnéaires à la

mode, autrefois très fréquentées par des personnalités ou par des gens riches, deviennent de plus en plus populaires et ont perdu leur attrait pour certaines catégories de touristes. Nombreux sont, parmi ces centres, ceux qui ont été développés et urbanisés au point qu'ils ressemblent de plus en plus aux grandes villes que les touristes veulent fuir pendant leurs vacances. Il n'est guère plaisant de conduire sur les routes congestionnées de trafic. La fumée des moteurs n'est qu'un piètre succédané du parfum des pins et de la brise de l'océan. Les routes sont parsemées de postes à essence, de zones de stationnement, de campings, de panneaux publicitaires, de "snack-bars" et de boutiques qui ont transformé le paysage et masqué des panoramas autrefois très renommés. Rien d'étonnant à ce que la marée énorme de tourisme qui a commencé par envahir l'Espagne, puis la Yougoslavie, la Grèce et le Portugal, atteigne aujourd'hui la Turquie et monte déjà sensiblement sur les côtes sud de la Méditerranée. On connaît donc la direction dans laquelle s'engage le grand tourisme et il est évident que l'Afrique du nord a de grandes possibilités d'en profiter pleinement.

116. Les prévisions les plus prudentes en matière d'expansion à venir sont généralement fondées sur les tendances relevées dans le passé. Il ressort du tableau 29 que les arrivées de touristes dans les quatre principaux pays touristiques de l'Afrique du nord sont passées de 384.200 en 1957 à 1.195.692 en 1965, soit une augmentation annuelle de 15,3 pour 100. Le tourisme régional (visiteurs arabes principalement) a augmenté à un taux encore bien plus rapide (24,6 pour 100 par an) pour passer de 67.855 en 1957 à 395.301 en 1965, mais le groupe le plus important est encore celui des touristes européens, avec 574.785 arrivées en 1965, bien que le taux d'augmentation annuel ne soit que de 10,5 pour 100. Cependant, il ne faut pas perdre de vue que, pendant la période considérée, le tourisme international africain n'en était qu'à ses débuts (abstraction faite du cas de l'Egypte) et que dans tous les pays de la sous-région il s'est heurté à des difficultés aussi grandes que variées. D'autres pays jouissant de conditions climatiques similaires, mais qui ont accédé plus tôt à l'indépendance, ont réalisé, bien que plus éloignés des principaux marchés



de tourisme européens, des progrès beaucoup plus rapides au cours de la même période. Le tableau 30 donne un aperçu de l'évolution du tourisme dans quelques pays du Moyen-Orient. Le nombre des touristes étrangers y est passé de 283.917 en 1957 à 1.353.474 en 1965, soit un taux annuel d'accroissement de 21,5 pour 100. Le tourisme régional (touristes arabes) constitue la plus grosse partie des mouvements de touristes (558.381 en 1965) suivi par les touristes européens (378.102), mais le taux d'augmentation annuel des touristes européens s'est révélé beaucoup plus fort (28,6 pour 100) que celui des touristes arabes (16,7 pour 100). Il est évident que les pays asiatiques du Moyen-Orient sont une source de forte concurrence. Leurs attractions touristiques sont uniques et la plupart d'entre eux ont un long littoral, ce qui est le cas en particulier de la Turquie d'Asie qui doit encore être développée pour les besoins du tourisme. Le Liban, la Jordanie, Israël et la Syrie prendront probablement de l'importance dans ce domaine. Toutefois, ces pays présentent, par rapport à ceux du Maghreb, l'inconvénient d'être plus éloignés des principaux marchés européens. Pour les riches touristes itinérants, les attraits du Moyen-Orient compenseront la distance plus longue mais la masse des vacanciers européens qui voyagent chaque année surtout pour profiter de la mer, du soleil, d'un climat agréable et d'une population accueillante, préférera passer des vacances moins chères, parce que le voyage est plus court, dans les pays du Maghreb.

117. La côte de la mer Noire vient d'être rapidement aménagée en zone touristique et la plupart des agences de voyage européennes organisent des séjours de vacances dans les stations balnéaires de la Bulgarie et de la Roumanie. En outre, on se déplace de plus en plus fréquemment en voiture de l'Europe de l'ouest vers la mer Noire. Dans cette région, on peut encore faire de nouveaux aménagements bien que, la côte étant rectiligne, les terrains face à la mer sont plutôt limités. Il faut également tenir compte de deux autres facteurs. A l'accroissement régulier du nombre de touristes de l'Europe de l'ouest s'ajoutera vraisemblablement celui des touristes de l'Europe de l'est. Par ailleurs, pour des raisons climatiques, la saison est beaucoup plus courte dans la région de la mer Noire que dans les pays de l'Afrique du nord, si bien que cette région absorbera essentiellement le tourisme de la pleine saison d'été.

118. D'autres régions touristiques du monde attireront certainement de plus en plus de touristes à l'avenir pour les raisons suivantes : augmentation du nombre de personnes ayant des revenus élevés dans les pays les plus industrialisés, baisse des prix du transport et développement du tourisme dans les pays d'accueil. Mais la concurrence de ces régions n'atteindra que les touristes à revenus élevés.

Le marché touristique en Amérique du Nord

119. On estime que les familles américaines consacrent 6 ou 7 pour 100 de leur budget aux voyages et au tourisme<sup>7/</sup>. Etant donné le prix du voyage en Afrique du nord, seuls ceux qui ont des revenus supérieurs à 10.000 dollars pourraient normalement s'offrir un voyage de vacances dans cette région. Le nombre de ceux dont les revenus dépassent cette somme, tout comme celui des bénéficiaires de revenus élevés en Europe de l'ouest, augmente chaque année beaucoup plus rapidement que le produit intérieur brut par habitant. Du tableau 30, il ressort qu'aux Etats-Unis, le produit intérieur brut par habitant est passé de 2.090 dollars en 1953 à 3.002 dollars en 1964, soit un taux annuel d'augmentation inférieur à 3,4 pour 100, tandis que le nombre de personnes ayant des revenus supérieurs à 10.000 dollars s'est élevé de 1.378.000 en 1950 à 9.455.000 en 1964, soit à un taux annuel de 14,8 pour 100. L'augmentation du nombre de personnes touchant des revenus de 10.000 à 15.000 dollars, a été particulièrement rapide, puisqu'elle a atteint un taux annuel de 17,7 pour 100. Autrement dit, le nombre de touristes qui pourraient s'offrir des vacances outre-Atlantique augmente rapidement, beaucoup plus rapidement que la richesse nationale globale des Etats-Unis.

120. De 1962 à 1965, le nombre des résidents aux Etats-Unis qui voyagent outre-mer est passé de 1.767.000 à 2.620.000, soit un taux annuel d'augmentation de 14 pour 100<sup>8/</sup>. Le nombre des touristes américains en Europe est passé de 710.000 à 1.221.000, soit un accroissement de 19,4 pour 100 par an.

121. On a estimé que, pour pouvoir s'offrir un tel voyage, à partir des Etats-Unis, il fallait disposer au minimum d'un revenu de 10.000 dollars. Mais, si avec la mise en service des nouveaux avions de grande capacité, les tarifs aériens baissaient encore, même ceux dont les revenus sont moindres pourraient s'offrir un voyage de vacances outre-Atlantique. Du tableau 31 qui indique la répartition (en pourcentage) des familles selon le niveau de leurs revenus, il ressort qu'en 1964, 45,7 pour 100 des familles avaient un revenu supérieur à 7.000 dollars par an. Les célibataires et les jeunes couples qui ont les moindres revenus de cette catégorie pourraient faire un voyage outre-Atlantique à condition que les tarifs aériens baissent encore. Il existe un vaste marché nouveau que de futures réductions des tarifs aériens transatlantiques permettront d'exploiter.

122. Etant donné qu'il ne faut pas s'attendre, dans l'avenir, à un ralentissement de la croissance du PIB aux Etats-Unis, il est probable que le nombre de ceux qui ont les moyens de voyager outre-mer et, par conséquent, celui des éventuels visiteurs des pays de l'Afrique du nord, augmentera à un rythme rapide. On peut supposer qu'en 1965, au moins 3.000.000 d'Américains pouvaient éventuellement s'offrir des vacances dans la région méditerranéenne et que ce chiffre augmente chaque année de 12 pour 100. Il sera donc de 5,3 millions en 1970, de 9,3 millions en 1975 et atteindra 16,4 millions en 1980. Il y a toutefois une différence sensible entre les touristes possibles de l'Europe de l'ouest et ceux des Etats-Unis et du Canada. Les premiers qui disposent d'un revenu de plus de 3.000 dollars peuvent voyager en Europe et étendre leur voyage à l'Afrique du nord et même au Moyen-Orient. Par conséquent, ceux qui sont saturés des régions touristiques européennes, pourraient facilement être attirés par l'Afrique du nord qui offre une atmosphère tout à fait différente, en même temps que la mer, les plages et le soleil. Les voyages vers d'autres destinations outre-mer seraient déjà beaucoup plus chers et par suite, peu accessibles à la masse des touristes européens voyageant outre-mer. Ainsi, les principaux concurrents des pays de l'Afrique du nord sur les marchés

européens sont d'abord les autres pays européens, puis les pays du Moyen-Orient. Les touristes américains qui disposent d'un revenu de 10.000 dollars et plus ont la possibilité de visiter, outre l'Afrique, l'Amérique, l'Europe, le Pacifique, etc. et la concurrence est beaucoup plus serrée. Pour attirer les touristes américains, les pays doivent offrir des centres d'intérêt de premier ordre et les aménager de manière qu'ils puissent rivaliser avec les lieux touristiques les plus renommés du monde entier. Il faut aussi fournir aux touristes des services et des moyens d'hébergement qui soient de première qualité : le nombre des touristes qui seront effectivement attirés par l'Afrique du nord, dépend dans une large mesure de l'efficacité des services touristiques.

123. Certains des charmes de l'Afrique du nord qui exercent le plus d'attrait sur les touristes européens ne touchent guère les Américains. Les belles plages, les hautes montagnes et les beautés naturelles ne manquent ni aux Etats-Unis ni au Canada. Les Etats-Unis possèdent aussi de vastes étendues désertiques. Par conséquent, ce sont les monuments des anciennes civilisations, les cités maures imprégnées d'une atmosphère orientale, les villes originales cachées dans les oasis et en particulier la population avec ses coutumes et son mode de vie, les achats de produits typiques et les possibilités de distraction qui pourraient attirer le touriste américain. Ceux-ci, lorsqu'ils traversent l'Atlantique, se bornent rarement à visiter un ou deux pays. Ils voyagent généralement dans plusieurs pays où ils ne passent que quelques jours, pendant lesquels ils n'ont évidemment le temps de voir que les principales curiosités de chaque pays. Il ne faut perdre de vue aucun de ces éléments lorsqu'on planifie les arrangements à l'intention des Américains (établissements et programmes touristiques), et que l'on organise la publicité des voyages sur le marché de l'Amérique du Nord.

124. Selon les estimations<sup>2/</sup>, le taux de croissance du volume du tourisme américain en Afrique sera d'environ 15 pour 100 par an. Toutefois, étant donné le point de départ très bas de l'estimation (90.000 touristes nord-américains en Afrique du nord en 1965), le nombre de ces touristes pourrait,

au cours des dix prochaines années, augmenter plus rapidement, à condition que l'opinion publique aux Etats-Unis devienne plus favorable à l'idée de faire du tourisme dans les pays de l'Afrique du nord et que la commercialisation des voyages touristiques dans cette partie du monde soit soutenue par une publicité vigoureuse et efficace.

#### Pays arabes et autres marchés

125. Bien que, dans la présente étude, on ait surtout étudié les marchés de l'Europe de l'ouest et de l'Amérique du Nord, les marchés des voyages régionaux, en particulier dans les pays arabes du Moyen-Orient, sont également très importants. En 1965, les touristes venant de ces pays représentaient un tiers des touristes étrangers en Afrique du nord. Ces touristes régionaux, tout comme les touristes nationaux, font augmenter les recettes des hôtels pour touristes. En outre, bon nombre de ces voyageurs font appel à d'autres moyens d'hébergement, dont les appartements, et bien d'autres aussi logent chez des amis et chez des parents.

126. La croissance du volume du tourisme tant national que régional dans les pays de l'Afrique du nord résultera essentiellement du développement économique global de la sous-région nord-africaine. Toutefois, la sous-région de l'Afrique du nord a subi des transformations importantes et rapides à la suite de l'accession à l'indépendance des divers pays nord-africains au cours des vingt dernières années; il ne suffirait donc pas de se fonder sur l'évolution passée pour prévoir le futur volume du tourisme régional.

127. Par ailleurs, la structure du tourisme local et régional varie beaucoup d'un pays à l'autre et les problèmes qui s'y rapportent doivent être examinés séparément pour chaque pays. Il y a lieu toutefois de faire remarquer, dans la présente étude que le marché régional se développera aussi d'une façon continue. Malgré le manque de précisions quantitatives dans ce domaine, on ne saurait douter de l'importance de ce marché pour l'expansion du tourisme en Afrique du nord.

128. A noter aussi que les pays de l'Afrique du nord profiteront certainement du volume supplémentaire de tourisme qui viendra des autres pays, dont ceux de l'Europe de l'est. Dans ces pays, toutefois, le nombre des touristes qui voyagent outre-mer ne justifie pas encore une publicité systématique pour attirer les touristes; l'expansion du tourisme international dans la sous-région de l'Afrique du nord dépendra donc essentiellement des marchés de l'Europe de l'ouest et des marchés régionaux et probablement, d'un appui important provenant du marché de l'Amérique du Nord.

TABLEAU 24

Accroissement du nombre de personnes qui ont des revenus supérieurs et du produit intérieur brut par habitant, dans quelques pays européens

Pays	Nombre de personnes		Taux annuel d'accroissement (pourcentage)	Taux annuel d'accroissement du PIB par habitant (pourcentage)
Tranche de revenu	Année	Année		
<u>Royaume-Uni</u>	<u>1954-55</u>	<u>1963-64</u>		5,3
Plus de 3.000 \$	1.047.000	5.016.900	19	
Plus de 5.600 \$	315.000	827.900	11,3	
<u>France</u>	<u>1956</u>	<u>1963</u>		5,0
Plus de 3.000 \$	323.339	1.687.316	26,6	
Plus de 6.000 \$	72.666	408.150	24,4	
<u>Allemagne (Rép. féd. <sup>a/</sup>)</u>	<u>1957</u>	<u>1961</u>		8,8
Plus de 3.000 \$	563.000	1.374.900	25	
Plus de 6.000 \$	195.267	576.400	31	
<u>Suède</u>	<u>1959</u>	<u>1964</u>		5,4
Plus de 3.000 \$	552.323	1.592.087	18	
Plus de 5.790 \$	78.173	262.357	27,4	
<u>Danemark</u>	<u>1959-60</u>	<u>1964-65</u>		8,0
Plus de 3.000 \$	71.598	325.592	35,4	
Plus de 5.600 \$	12.272	42.612	27,3	
<u>Pays-Bas</u>	<u>1950</u>	<u>1960</u>		7,6
Plus de 3.000 \$	90.400	406.900	16,2	
Plus de 5.524 \$	30.000	111.900	14,1	

<sup>a/</sup> Ces chiffres doivent être augmentés du nombre de salariés des tranches élevées qui ne paient pas l'impôt sur le revenu global.

TABLEAU 25

Estimation du nombre des revenus plus élevés dans quelques  
pays européens en 1965

Pays	Revenus supérieurs à 3.000 \$
Royaume-Uni	5.970.000
France	2.700.000
Allemagne <sup>a/</sup> (Rép. féd. d')	5.681.500
Suède	1.974.400
Danemark	440.000
Pays-Bas	862.000
Total	17.627.900

<sup>a/</sup> Y compris les revenus qui ne sont soumis qu'à l'impôt sur les salaires.

TABLEAU 26

Nombre d'arrivées de touristes en Europe méridionale (en milliers)  
(Contrôle aux frontières)

V = Touristes des pays voisins      A = Autres touristes  
E = Autres touristes européens      T = Total  
EU = Touristes américains et canadiens      \* = Arrivées dans les hôtels

Pays	1957					1965				
	V	E	EU	A	T	V	E	EU	A	T
Grèce	54	99	39	59	25	60	483	185	119	847
France	2.938	694	609	69	4.310	7.459	1.365	1.088	1.188	11.100
Italie	6.525	6.781	879	444	14.629	10.879	10.792	1.330	893	23.894
Portugal	70	116	39	26	251	592	601	202	114	1.509
Espagne	1.449	1.025	289	424	3.187	6.613	3.911	735	2.013	13.272
Turquie	26	43	20	11	100	2	173	59	67	301
Yougoslavie*	125	339	24	11	499	714	1.784	98	62	2.658
TOTAL	11.187	9.097	1.899	1.044	23.227	26.319	19.109	3.697	4.456	53.581

TABLEAU 27

Tendances du tourisme international dans les pays de l'Europe occidentale à l'exclusion des pays méditerranéens et du Portugal

Pays	Arrivées		Nuitées	
	1957	1965	1957	1965
Autriche	3.412.204 <sup>H</sup>	6.413.220 <sup>H</sup>	21.838.106 <sup>E</sup>	43.154.138
Belgique	1.633.200 <sup>E</sup>	2.890.000 <sup>E</sup>	3.429.727	6.087.000
Allemagne	4.403.463 <sup>E</sup>	6.409.667 <sup>H</sup>	9.247.272	13.326.869
Irlande	1.951.791 <sup>Fr</sup>	1.793.000 <sup>Fr</sup>	23.031.134 <sup>E</sup>	19.848.000
Luxembourg	253.909 <sup>E</sup>	378.938	507.818	808.817
Pays-Bas	1.166.532 <sup>H</sup>	1.819.745 <sup>H</sup>	2.916.330 <sup>E</sup>	4.646.675
Scandinavie	1.031.811* <sup>Fr</sup>	1.547.800* <sup>Fr</sup>	5.994.504 <sup>E</sup>	8.877.240 <sup>E</sup>
Suisse	4.146.194 <sup>H</sup>	5.687.952 <sup>H</sup>	13.461.453	17.885.874
Royaume-Uni	1.180.432 <sup>Fr</sup>	2.775.800 <sup>Fr</sup>	42.259.466 <sup>E</sup>	90.600.000
TOTAL	19.179.536	29.716.122	122.675.810	205.234.613

H - Arrivées dans les hôtels

E - Estimation

Fr - Contrôle aux frontières

\* Aux fins de neutraliser l'incidence du nombre des excursionnistes allemands qui ont été inclus dans les chiffres statistiques officiels pour 1965, le taux d'augmentation de 1957 à 1967 a été calculé en faisant exclusion des touristes allemands : le taux ainsi obtenu a été appliqué ensuite sur l'ensemble des touristes étrangers en 1957 - y compris les touristes allemands.



TABLEAU 28

## Arrivées de touristes dans les pays de l'Afrique du nord (contrôle aux frontières)

Pays	1957					1965				
	PA	PE	EU	A	T	PA	PE	EU	A	T
Algérie		11.678	804	7.518	20.000	33.076	68.910	1.976	5.370	109.332
Egypte	65.907	41.883	9.992	9.746	127.528	246.027	179.299	57.427	59.347	542.100
Maroc	1.274	175.163	19.135	5.121	200.693	69.170	222.175	25.278	61.797	378.420
Tunisie	674	30.586	1.396	3.331	35.987	47.029	104.400	6.125	8.286	165.840
TOTAL	67.855	259.310	31.327	25.716	384.208	395.302	574.784	90.806	134.800	1.195.692

PA = Pays arabes

PE = Pays européens

EU = Etats-Unis et Canada

A = Autres

T = Total

TABLEAU 29

## Arrivées de touristes dans les pays du Moyen-Orient (contrôle aux frontières)

Pays	1957					1965				
	PA	PE	EU	A	T	PA	PE	EU	A	T
Israël		23.835	12.809	7.918	44.562		117.720	77.553	56.351	251.624
Liban	97.990*	38.864	22.540	18.197	177.591*	271.389*	172.066	81.779	75.270	600.504*
Jordanie	41.682	6.672	4.651	8.759	61.764	286.992	88.316	47.739	78.299	501.346
TOTAL	139.672	69.371	40.000	34.874	283.917	558.381	378.102	207.071	209.920	1.353.474

PA = Pays arabes

PE = Pays européens

EU = Etats-Unis et Canada

T = Total

\* = A l'exclusion des touristes syriens

TABLEAU 30

Déclarations d'impôt sur le revenu global des personnes physiques  
aux Etats-Unis  
(avant l'imposition)

Catégorie de revenus bruts	Nombre de déclarations (milliers)				Accroissement annuel 1950 - 1964
	1950	1960	1963	1964	
5.000 \$ - 10.000 \$	6.115	20.266	22.074	22.516	9,1 %
10.000 - 15.000	679	3.642	5.670	6.620	17,7 %
15.000 - 20.000	256	786	1.231	2.643	11,0 %
20.000 - 50.000	359	765	1.043		
Plus de 50.000 \$	84	126	162	192	5,9 %
Revenus de plus de 10.000 \$	1.378	5.318	8.106	9.455	14,8 %

Source : Statistical Abstract of the US, 1965, P. 403.

TABLEAU 31

Répartition, en pourcentage, des familles selon le niveau des  
revenus aux Etats-Unis

Année	Niveau de revenus			
	7.000 - 10.000 \$	10.000 - 15.000 \$	Plus de 15.000 \$	Plus de 7.000 \$
1953	11,6 %	4,1 %	1,3 %	17 %
1963	22,5 %	14,5 %	5,4 %	42,4 %
1964	23,2 %	16,2 %	6,3 %	45,7 %

Source : Statistical Abstract of the US, 1965, P. 341.

TABLEAU 32

Moyens de transport utilisés par les touristes étrangers  
qui ont visité l'Afrique du nord en 1965

Pays d'origine	Air	Mer	Terre	Total
<u>Maroc</u>				
Des pays voisins	5.604	11.174*	86.013*	102.791
Autres touristes étrangers	110.410	65.817*	99.402*	275.629
<u>Algérie</u>				
Des pays voisins	1.620	566	29.696	31.882
Autres touristes étrangers	47.152	10.974	19.324	77.450
<u>Tunisie</u>				
Des pays voisins	3.385	647	38.883	42.915
Autres touristes étrangers	92.398	16.315	14.212	122.925
<u>RAU</u>				
Des pays voisins	36.722	9.398	3.481	49.601
Autres touristes étrangers	229.679	142.238	120.581	492.498
<u>Soudan</u>				
Des pays voisins	261	21	1.106	1.388
Autres touristes étrangers	1.878	156	7.985	10.019
<u>Total</u>				
Des pays voisins	47.592	21.806	159.179	228.577
Autres touristes étrangers	481.517	235.500	261.504	978.521
<b>TOTAL</b>	<b>529.109</b>	<b>257.306</b>	<b>420.683</b>	<b>1.207.098</b>
<u>Libye**</u>				
Des pays arabes	ND	ND	ND	17.705
Autres touristes étrangers	ND	ND	ND	47.635

Notes : \* Les automobilistes qui sont arrivés par ferry-boat à Tanger ont été compris dans le nombre de passagers terrestres.

\*\* Statistiques des arrivées dans les hôtels.

Notes du chapitre VII

- 1/ Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement : Etude des faits nouveaux relatifs aux invisibles, TD/B/C.3/39, Rect. 1, 3 mars 1967, p. 20.
- 2/ Rapport annuel du Directeur général de l'IATA (Bulletin de l'IATA, No. 33, p. 67).
- 3/ Transport and Tourism Technicians Ltd. : Pilot Survey of Africa's Tourism Prospects, Londres 1966, Annexe 5, p. 4.
- 4/ Si l'on considère que l'impôt sur le revenu et les impôts locaux directs absorbent 25 pour 100 des revenus de la tranche immédiatement supérieure à 3.000 dollars, et que le revenu disponible dans ce cas est d'environ 2.250 dollars, une somme de 168,7 dollars (7,5 pour 100 du revenu disponible) pourrait être réservée aux voyages de vacances. Comme un voyage de deux semaines en Afrique du nord, en avion affrété, coûte de 130 à 160 dollars selon le pays d'origine et de destination, un célibataire de cette tranche de revenus pourrait s'offrir un tel voyage.
- 5/ The German Federal Republic, Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland, 1961, p. 444.
- 6/ Transport and Tourism Technicians Ltd. : Pilot Survey of Africa's Tourism Prospects, Londres 1966, p. 44.
- 7/ Transport and Tourism Technicians Ltd. : Pilot Survey of Africa's Tourism Prospects, Londres 1966, p. 49.
- 8/ Le tourisme dans les pays de l'OCDE, p. 118.
- 9/ Pilot Survey of Africa's Prospects, p. 49

## CHAPITRE VIII TRANSPORTS

129. Les touristes étrangers qui se sont rendus dans les pays de l'Afrique du nord (à l'exclusion de la Libye) en 1965 ont été au nombre de 1,2 million, dont 529.000, ou 43,8 pour 100, sont venus par la voie aérienne, 421.000 ou 34,8 pour 100, par la voie terrestre et 257.000, ou 21,4 pour 100, par la voie maritime (tableau 32). On ne dispose d'aucune statistique concernant le mode de transport terrestre utilisé par les touristes (automobile, autocar ou train) et il serait utile d'apporter ces précisions dans les statistiques concernant les passages aux frontières. Si l'on considère uniquement les 229.000 touristes en provenance des pays voisins, 70 pour 100 d'entre eux sont venus par la voie terrestre, 21 pour 100 par la voie aérienne et 9 pour 100 par la voie maritime.

130. Quels que soient les moyens de transport utilisés, le coût du transport pour les touristes en provenance des pays voisins est relativement faible. Comparé aux prix du logement et de la nourriture, le coût du transport ne joue qu'un rôle secondaire. Il en est tout autrement pour les touristes en provenance des pays d'outre-mer. Dans ce cas, le coût du transport peut représenter la plus grande partie du prix global des vacances. L'offre touristique nord-africaine sur les marchés d'outre-mer se fait à des prix comprenant à la fois le logement et les repas dans le pays de destination, ainsi que les frais de transport à partir du pays d'outre-mer jusqu'au pays de destination. Ces prix globaux déterminent la position concurrentielle des pays nord-africains. Il faut donc, non seulement réduire le prix du logement et des repas dans les pays nord-africains et attirer les touristes pendant une saison prolongée, grâce à une politique dynamique en matière de prix, mais également prendre les mesures propres à abaisser le prix du transport vers les pays africains à partir des Etats-Unis et de l'Europe.

131. Ces mesures seraient particulièrement nécessaires dans le transport aérien, étant donné son rôle prédominant dans le tourisme d'outre-mer, mais, pour certains pays, il importe également que les frais de transport soient réduits pour les touristes qui voyagent en voiture. Ces frais comprennent surtout le carburant, les droits de péage, le prix du passage en car ferry et le fret pour l'automobile. Actuellement, le nombre de touristes qui arrivent d'Europe en voiture n'est pas très élevé. La plupart de ces touristes empruntent les car ferries qui traversent le détroit de Gibraltar. Nous estimons que les moyens de transport des voitures pour la traversée de la Méditerranée pourraient être considérablement accrus et que les voyages d'Europe vers l'Afrique et vice-versa constituent une forme de tourisme possible et intéressante, dont l'avenir est très prometteur. Nous examinerons ces problèmes dans deux sections distinctes, l'une sur les transports aériens et l'autre sur les transports de surface (principalement voitures et car ferries).

#### A. Transports aériens

##### Tarifs aériens réguliers et spéciaux pour les voyages à destination de l'Afrique du nord

132. Pour le transport aérien entre les principales villes européennes et les pays nord-africains, les distances varient entre 1.190 km (Zurich - Tunis) et 5.530 km (Stockholm - Khartoum). C'est entre Zurich et Tunis que le prix du voyage aller-retour normal est le moins élevé (119 dollars américains). Pour ce prix, on peut prendre trois semaines de vacances dans une station balnéaire sur la côte nord de la Méditerranée, y compris le transport, ou même quatre semaines de vacances dans les Alpes. Pour la même somme, on peut séjourner en Afrique du nord dans un hôtel confortable pendant deux à trois semaines (repas compris). Le coût du transport, loin d'être insignifiant, représente donc la différence du prix des vacances au sud de la Méditerranée et le prix des vacances en Europe. Cela est valable pour les voyages entre les grandes villes européennes et les pays nord-africains les plus rapprochés. Pour les voyages à partir de l'Europe septentrionale ou à destination des pays nord-africains du Moyen-Orient (selon les termes de l'IATA), le montant absolu des coûts de transport et leur part relative dans le coût global du voyage sont beaucoup plus élevés.

133. Il est utile de rappeler que les tarifs normaux en Europe et entre l'Europe et l'Afrique ont fixé les prix entre 9,7 et 12,2 cents par km aller-retour, alors que ces prix sont aux alentours de 7,5 cents par km aller-retour sur les lignes de l'Atlantique nord et aux alentours de 5,6 cents par km aller-retour pour les longues distances à l'intérieur des Etats-Unis. En d'autres termes, les prix normaux du transport aérien sont presque deux fois plus chers pour des longs voyages en Europe et en Afrique que pour les mêmes voyages aux Etats-Unis. Il importe donc que les touristes voyageant entre les villes européennes et les pays nord-africains bénéficient de prix réduits pour le transport aérien. Plus ces prix seront réduits, et plus le nombre de touristes européens se rendant dans les pays nord-africains sera élevé. A long terme, l'expansion du tourisme en Afrique du nord dépend également de l'abaissement des prix du transport entre l'Europe et l'Afrique du nord. Cela est vrai également dans une large mesure de l'expansion du tourisme à partir de l'Amérique du Nord à destination des pays nord-africains.

134. C'est pourquoi la sixième assemblée générale de l'Union internationale arabe pour le tourisme a décidé, en décembre 1966, de prendre des mesures énergiques concernant la réduction des prix du voyage à destination des pays arabes, appliqués par les compagnies aériennes internationales<sup>1/</sup>. Les tarifs spéciaux revêtent une grande importance pour les voyages touristiques. Parmi ceux-ci figurent les tarifs spéciaux "public" et divers tarifs réservés aux groupes, qui sont moins élevés que les tarifs normaux aller-retour; cependant, pour le développement du trafic touristique, les tarifs IT revêtent une importance toute particulière; ils sont accordés par les agences de voyage aux clients qui paient à la fois le transport et le prix de l'hôtel au lieu de destination. Un progrès sensible a été réalisé avec l'introduction de tarifs IT pour les voyages à partir de l'Europe et de l'Amérique du Nord et à destination des pays nord-africains. Grâce à ces tarifs spéciaux, un voyage aller-retour Zurich-Alger coûte 78,60 dollars au lieu de 129,60 dollars qui est le tarif normal; Zurich-Tunis : 85,20 dollars au lieu de 140,60 dollars; Zurich-Tripoli : 133,20 au lieu de 194,60 dollars; Zurich-Casablanca : 137,70 au lieu de 186,60

dollars; Zurich-Le Caire : 197,20 au lieu de 340,50 dollars et Zurich-Khartoum : 347,70 au lieu de 521,40 dollars. Le tableau 33 indique les tarifs IT entre plusieurs marchés touristiques importants et certains aéroports nord-africains.

TABLEAU 33

Prix des voyages tout compris à destination de l'Afrique du nord  
(en dollars des Etats-Unis)

A partir de	Alger	Casablanca	Le Caire	Khartoum	Tripoli	Tunis
Francfort	98,60	151,90	212,60	351,20	140,60	101,50
Londres	121,60	126,00	231,00	361,80	144,70	123,00
Paris	88,50	130,00	212,60	351,20	138,40	98,00
Stockholm	272,50	258,80	283,40	439,90	253,70	215,60
Zurich	78,60	137,70	197,20	347,70	133,20	85,20
New York	370,00	324,00	569,00	677,00	418,00	379,00

135. Entre l'Amérique du Nord et les pays nord-africains, l'application des tarifs IT a également réduit sensiblement le prix du voyage. C'est ainsi que les tarifs IT pour un voyage aller-retour à partir de New York sont les suivants : 324 dollars jusqu'à Casablanca; 370 dollars jusqu'à Alger; 379 dollars jusqu'à Tunis; 418 dollars jusqu'à Tripoli; 569 dollars jusqu'au Caire et 677 dollars jusqu'à Khartoum.

136. Bien que l'introduction des tarifs IT représente un progrès sensible, cette mesure est encore insuffisante vu la concurrence des pays situés au nord de la Méditerranée, quand il s'agit d'attirer les touristes européens et américains. Même avec les tarifs IT individuels, le coût du transport entre l'Europe et les pays nord-africains varie entre 6,17 et 8,34 cents par km aller-retour. C'est toujours plus coûteux que les tarifs normaux aller-retour pour les longues distances aux Etats-Unis et qui ne sont qu'à environ 5,62 cents par km aller-retour. Bien que les tarifs IT individuels à partir de l'Amérique du Nord et à destination de l'Afrique du nord soient moins élevés que les tarifs IT à partir de l'Europe et varient entre 5,35 et 6,55 cents par km aller-retour, ils n'ont fait qu'atteindre le niveau



des tarifs normaux pratiqués aux Etats-Unis. C'est pourquoi un progrès considérable a été accompli lorsque l'on a introduit cette année pour les lignes de l'Atlantique nord des tarifs IT pour des groupes d'au moins 15 personnes, ce qui a réduit considérablement le coût du transport à destination de l'Afrique du nord. C'est ainsi que le voyage aller-retour de New York à Casablanca s'élève à 265 dollars; New York-Alger : 312 dollars; New York-Tunis : 330 dollars; New York-Tripoli : 369 dollars et New York-Le Caire : 440 dollars. Le prix du km aller-retour a donc été ainsi réduit à 4,4 cents environ.

#### Coopération avec les agences de voyage étrangères

137. Les tarifs IT sont particulièrement importants pour l'expansion des voyages touristiques : 1) ils sont moins élevés que tous les autres tarifs individuels des services réguliers; 2) ils ne sont accordés qu'aux agences de voyage et pas directement au public. Il en résulte que ces tarifs amènent la clientèle aux agences de voyage, lesquelles reçoivent en outre une commission importante de la compagnie aérienne.

138. Pour garder leur clientèle, les agences de voyage doivent non seulement offrir des voyages à destination de régions touristiques bien connues, mais offrir également des voyages vers des pays nouveaux qui sont agréables et intéressants mais peu connus des touristes. Ainsi, les agences de voyage sont constamment en quête de nouveaux pays et régions d'intérêt touristique. Les agences de voyage sont donc les alliés naturels des pays nouveaux qui s'efforcent d'attirer les touristes étrangers. Des tarifs tout compris avantageux constituent un moyen efficace pour s'assurer la coopération des agences de voyage et pour intensifier les voyages des touristes d'outre-mer à destination de l'Afrique du nord. D'autres conditions sont également nécessaires pour encourager les agences de voyages étrangères à inclure les pays nord-africains dans leurs offres figurant dans leurs programmes imprimés en centaines de milliers d'exemplaires pour chacune des grandes compagnies de voyages. Les agences de voyages ont besoin de la coopération efficace des hôtels dans les pays où elles envoient leurs clients, la collaboration des agences de voyages locales ainsi que

celle des organisations touristiques officielles dans les divers pays et celle de leurs représentants à l'étranger (bureaux d'information touristique à l'étranger). Tout d'abord, les agences de voyages doivent obtenir des renseignements complets, précis et récents sur les attraits touristiques, les établissements d'hébergement, les services touristiques, les tarifs et les horaires, les formalités administratives concernant les voyages touristiques, etc. Les imprimés, y compris des dépliants avec des photos en couleur impressionnantes, doivent être fournis à temps aux agences de voyages étrangères, mais les contacts personnels revêtent également une grande importance. C'est pourquoi les représentants du tourisme des pays nord-africains et les responsables des agences de voyages nord-africaines doivent rendre visite aux agences étrangères. Ces entrevues doivent avoir lieu au bon moment, c'est-à-dire lorsque les agences prennent leurs décisions au sujet des voyages qu'elles se proposent d'inclure dans leurs programmes pour l'année à venir. Cette époque de préparation varie selon les pays. Dans certains pays, les programmes sont édités, imprimés et distribués aux sous-agences et aux clients beaucoup plus tôt que dans d'autres pays, et il convient de tenir compte des pratiques locales relatives à cette branche d'activité.

139. Les autres activités relatives aux relations publiques et à la publicité doivent précéder ou accompagner les visites effectuées aux agences de voyages étrangères; parmi ces activités figurent par exemple les invitations adressées aux organisateurs pour qu'ils visitent les pays nord-africains, les invitations adressées aux rédacteurs et aux journalistes chargés de la chronique des voyages dans les revues et les quotidiens, y compris les photographies de presse, etc. Des annonces doivent être placées dans les revues et les quotidiens en raison de leur influence sur les personnes qui ont l'habitude de voyager, et il faut en outre s'assurer une publicité gratuite.

140. Pour la confirmation des réservations et l'organisation des circuits et autres arrangements locaux, l'exactitude et la rapidité des réponses sont d'une grande importance, ainsi que l'octroi d'une commission ou d'un rabais intéressants aux agences étrangères. Il est également important d'assurer aux clients les chambres de qualité qui ont été promises.

141. Avec l'introduction des tarifs de groupes IT sur les lignes Amérique du Nord-Afrique du nord, qui ont réduit considérablement le coût du transport, le moment est venu de lancer des campagnes intensives de publicité et de commercialisation sur le marché des Etats-Unis et du Canada. Il faut pour cela que l'on dispose de personnes qualifiées et expérimentées, ainsi que de moyens financiers considérables. Ainsi qu'on l'expliquera au chapitre suivant, la collaboration entre les pays nord-africains permettra de réaliser des économies et, grâce à une plus grande efficacité, d'étendre la portée et de renforcer les effets des activités commerciales et publicitaires qui sont nécessaires pour influencer le vaste et prospère marché nord-américain. Cependant, sur les marchés européens également, la collaboration entre les pays nord-africains permettrait d'arriver à de meilleurs résultats à moindres frais. Bien que les tarifs IT à partir de l'Europe et à destination de l'Afrique du nord aient été limités aux tarifs individuels, sauf pour les voyages à destination de l'Egypte, ces tarifs, outre les services d'avions affrétés et le transport terrestre, justifient déjà un accroissement des activités de publicité et de commercialisation sur les marchés européens, d'autant plus que de nouveaux investissements augmentent considérablement la capacité hôtelière.

Nécessité d'étendre à l'ensemble de l'Afrique du nord les tarifs IT pour groupes

142. Il n'en découle nullement que la position concurrentielle des pays nord-africains sur les marchés européens ne pourrait pas être sensiblement améliorée par une utilisation accrue des tarifs IT de groupes. Parmi tous les pays nord-africains, seule la RAU a obtenu des réductions de 60 pour 100 pour les groupes de 40 personnes en provenance de tout pays européen et des réductions IT de 55 pour 100 pour les groupes de 25 personnes en provenance des pays scandinaves. Ces réductions ont ramené le prix du km aller-retour à 4,43 et 5,27 cents respectivement, et cette mesure stimulera considérablement les voyages touristiques à destination de l'Egypte. Il est regrettable que les autres pays nord-africains n'aient pas suivi l'exemple de l'Egypte et appliqué ces tarifs de groupes favorables

sur les lignes régulières d'Europe desservant leurs principaux aéroports. Il y a évidemment les services d'avions affrétés qui offrent un transport encore moins coûteux. Un avion affrété entièrement occupé coûte entre 1,9 et 3,8 cents des Etats-Unis par km aller-retour et les avions affrétés peuvent intensifier considérablement les voyages touristiques à longue distance. Ils ont fait la fortune de Majorque et d'autres zones touristiques méditerranéennes, et ils pourraient jouer un rôle important dans l'expansion du mouvement touristique d'outre-mer à destination de l'Afrique du nord. Cependant, on exagère souvent l'importance des vols d'affrètement. En 1965, le nombre de passagers ayant voyagé par avion affrété pour la traversée de l'Atlantique nord a été de 480.496 contre 3.611.277 pour les services réguliers. Ou, pour prendre un exemple concernant l'Afrique du nord, sur les 266.401 touristes étrangers qui sont arrivés par avion en Egypte en 1965, 11.443 seulement sont arrivés à bord d'avions affrétés.

143. L'utilisation rentable des avions affrétés est limitée. La capacité de ces appareils se situe entre 70 et 160 places. Si une agence de voyages entend exploiter des avions affrétés de façon rentable, elle doit assurer le chargement complet de l'appareil aussi bien à l'aller qu'au retour (sauf pour le premier vol). Si les vols sont hebdomadaires et si le séjour moyen du touriste au lieu de destination est de deux semaines, l'agence de voyages qui a affrété l'avion doit avoir à sa disposition de 140 à 320 lits dans les hôtels du lieu de destination. Seuls les lieux de villégiature disposant d'une forte capacité hôtelière conviennent pour l'organisation de vols affrétés à une grande échelle, et il est beaucoup plus difficile d'organiser ces vols à destination d'endroits moins importants.

144. Par ailleurs, les avions affrétés ne sont rentables que s'ils sont presque complets. Seules les agences importantes, dont les relations commerciales sont très étendues, peuvent organiser avec succès ce genre de vols, et dans certains pays ceux-ci ont provoqué une concentration de l'activité touristique. Il est vrai que les agences de voyages sont toujours à la recherche de nouveaux pays touristiques intéressants, mais

l'expérience montre que les agences de moindre envergure font preuve de plus d'initiative et offrent aux touristes des destinations qui ne sont pas encore bien connues, alors que dans les grandes compagnies l'imagination et l'initiative sont souvent sacrifiées au profit de la routine. Cependant, lorsque les petites agences offrent des voyages pour de nouvelles destinations, les grandes compagnies sont obligées de les imiter.

145. En ce qui concerne l'utilisation des avions affrétés, les risques sont moindres au cours de la principale saison touristique, lorsqu'il est plus facile de remplir l'avion, qu'en dehors de la saison principale, où on risque davantage de ne pas vendre toutes les places disponibles et ce risque tend à augmenter les prix du voyage tout compris, malgré les prix inférieurs des hôtels des pays de destination. Pour les voyages comprenant plusieurs pays africains dans chacun desquels les touristes passent quelques jours et utilisent les transports terrestres, les voyages par avion affrété ne peuvent être organisés à aussi bon compte que les voyages par les services réguliers, même si les tarifs IT de groupe y sont appliqués.

146. Il est donc dans l'intérêt des pays hôtes, de la grande majorité des agences de voyages et du public de bénéficier de tarifs IT de groupe. Les tarifs appliqués entre l'Europe et le Moyen-Orient et entre la Scandinavie et le Moyen-Orient devraient donc être étendus à tous les pays de l'Afrique du nord, y compris les pays du Maghreb et le Soudan. Bien qu'aux termes des règlements de l'IATA, l'Algérie, la Tunisie et le Maroc soient considérés comme pays européens, cette particularité ne devrait pas les empêcher d'obtenir pour les voyages en groupe les mêmes tarifs favorables qui ont été obtenus par l'Egypte. Ces tarifs revêtent une importance particulière pour l'Algérie et la Libye, où la capacité hôtelière n'est pas concentrée dans les villes balnéaires, comme c'est le cas en Tunisie et dans une certaine mesure au Maroc. Cependant, pour la Tunisie et le Maroc également, les tarifs de groupes IT seraient très avantageux, car ils permettraient d'organiser des voyages pour des groupes plus réduits qui visiteraient par exemple Djerba, Agadir et Marrakech, etc., en plus des villes plus importantes.

Les touristes aisés préfèrent souvent voyager avec des groupes plus restreints qu'avec des groupes importants transportés par avion affrété. Par ailleurs, il est plus facile d'organiser le transport à partir de l'aéroport pour les groupes plus restreints et c'est là un détail qu'il ne faut pas perdre de vue lorsqu'il s'agit de pays encore au stade du développement du tourisme. Nous avons déjà parlé des risques plus sérieux que courent les organisateurs qui offrent des voyages par avions affrétés en automne, en hiver et au printemps, lorsque la demande est moins forte. Ces risques sont beaucoup plus réduits avec de petits groupes empruntant les services réguliers, et des prix moins élevés peuvent être offerts pour inciter le public à voyager en dehors de la saison principale.

147. Toutefois, l'extension à tous les pays nord-africains des tarifs de groupes IT appliqués actuellement pour le Moyen-Orient n'est pas tout ce qu'on pourrait faire. Il ne faut pas oublier que l'Afrique vient seulement de commencer à attirer la grande masse des touristes et que des mesures énergiques sont nécessaires pour y réussir. Pour attirer les touristes d'outre-mer, les compagnies aériennes américaines offrent des conditions avantageuses qui permettent à un couple de touristes d'outre-mer d'effectuer un voyage circulaire d'une côte à l'autre, soit plus de 4.140 km aller-retour pour 112,5 dollars seulement par personne, ce qui représente moins de 2,70 cents par km aller-retour, c'est-à-dire un peu plus que le coût du transport par avion affrété complètement rempli. Certaines compagnies aériennes pourraient considérer qu'une réduction de 60 ou 55 pour 100 sur les tarifs aller et retour normaux pour groupes IT suffit amplement. L'application de ces tarifs de groupes constitue certainement un progrès considérable dans la bonne direction et elle devrait se généraliser de façon à inclure tous les pays nord-africains d'une part et tous les pays européens d'autre part. Cependant, cette mesure ne suffit pas. Hors saison, le nombre minimal de personnes voyageant en groupe devrait être réduit à 15 (comme pour les tarifs IT sur les lignes transatlantiques), et le tarif devrait être ramené à 3 ou 3,7 cents par km aller-retour. Cette mesure serait très favorable au tourisme dans les pays nord-africains. La saison touristique en serait

prolongée et le taux d'occupation des hôtels augmenterait sensiblement. Les investissements destinés à la construction de nouveaux hôtels se révéleraient plus profitables et rendraient inutiles les subventions imputées au budget. Par ailleurs, cette mesure se révélerait également profitable pour les compagnies d'aviation à services réguliers. Si l'on prend les précautions qui s'imposent, on ne risque pas de perdre la clientèle des passagers utilisant les services réguliers en même temps que cette mesure donnerait lieu à un volume additionnel du trafic qui ne saurait pas être réalisé autrement. Toutes les compagnies aériennes qui assurent des services à destination de l'Afrique du nord disposent d'un excédent de places. Leur coefficient d'occupation augmenterait et leur situation financière s'améliorerait. Il serait très utile pour l'expansion du tourisme en Afrique du nord que les organisations touristiques officielles des pays nord-africains présentent à leur gouvernement respectif des recommandations pour qu'une étude soit entreprise concernant l'étendue d'une application commerciale des mesures proposées, en vertu desquelles les compagnies aériennes nationales soumettent des propositions concrètes à la prochaine conférence tarifaire de l'IATA. La position de toutes les organisations touristiques nationales serait renforcée si des mesures concrètes de ce genre étaient prises lors d'une réunion des pays nord-africains intéressés, organisée sous les auspices du Comité permanent consultatif du Maghreb.

TABLEAU 34

Frais d'exploitation des lignes aériennes mondiales régulières en 1964

(En millions de dollars des Etats-Unis)

Opérations aériennes	1.935
Entretien et révision	1.333
Amortissement du matériel volant	700
Installations au sol	1.157
Services passagers	590
Vente des billets et frais de publicité	1.178
Frais généraux et administratifs	<u>607</u>
Total des frais d'exploitation	<u>7.500</u>
Résultats de l'exploitation	+ 612
Pourcentage des recettes totales	+ 7,5 %

Réduction des frais d'exploitation

143. Les mesures mentionnées augmenteraient les recettes des compagnies aériennes intéressées, mais d'autres mesures pourraient être prises pour réduire les frais d'exploitation. Le tableau 34 indique les frais d'exploitation des compagnies aériennes pour 1964. En comparant leurs propres frais d'exploitation avec les chiffres globaux pour l'ensemble de la branche, certaines compagnies aériennes nationales arriveront très probablement à la conclusion que certains de leurs frais fixes sont hors de proportion avec leurs recettes et que les frais des services au sol, les frais de vente des billets et de publicité ainsi que les frais généraux et administratifs pourraient être sensiblement réduits grâce à une fusion des petites compagnies nationales en une compagnie sous-régionale plus importante, ainsi que le recommande la Conférence des transports aériens africains, qui s'est tenue à Addis-Abéba en novembre 1964. Grâce à une réduction des catégories importantes de frais, cette compagnie aérienne pourrait facilement offrir des transports à bas prix propices au trafic touristique et en même temps son exploitation serait rentable. Tant que les compagnies nationales n'ont transporté que des passagers sur les lignes intérieures, et tant que sur les services internationaux elles n'ont transporté que des hommes d'affaires et des fonctionnaires de l'Etat qui n'hésitaient pas à payer des prix élevés, les petites compagnies aériennes pouvaient être maintenues. Cependant, l'expansion du tourisme moderne a modifié complètement cette situation. D'immenses possibilités de développement ont été créées, mais il faut vigueur et efficacité pour canaliser un volume important du trafic-touristique vers les pays nord-africains. Dans le domaine du tourisme où la concurrence est très vive, la réduction des frais revêt une importance primordiale et le tourisme ne doit pas être entraîné par le désir de certains pays d'avoir leur propre compagnie aérienne. De telles compagnies ne sont pas assez importantes pour faire face à la concurrence internationale et doivent être maintenues par des politiques restrictives en matière de transport et par des subventions de l'Etat. Il y a longtemps que les pays scandinaves s'en sont rendu compte et qu'ils ont agi en conséquence. La compagnie aérienne scandinave SAS a prouvé la valeur de cette collaboration. Il n'y a pas de raison que les pays nord-africains n'agissent pas de même dans les conditions encore plus favorables d'une expansion rapide du tourisme.



TABLEAU 35  
Tarifs des bateaux transbordeurs en 1967 (en dollars des Etats-Unis)

Compagnie et ligne	Durée de la traversée	Longueur de la traversée (en km)	Prix du transport de la voiture	Prix du passage	Remarques
<u>Transmediterranea</u>					
Algésiras - Ceuta	1,30-4 heures	28,5	Jusqu'à 4 m : 9,25	I. 1,95	Repas non compris
			" 5 m : 9,66	II. 1,25	" "
				III. 0,73	" "
<u>Danish R/R</u>					
Korsr - Nyborg	1,15 heure	30	Jusqu'à 4,25m: 4,75	1,75	Repas non compris
			3,80		
			3,75	2,75	" "
<u>Transmediterranea</u>					
Algésiras - Tanger	2,30 heures	51	Jusqu'à 4 m : 11,35	I. 4,80	" "
			" 5 m : 13	II. 3,53	" "
				III. 2,27	" "
<u>British Rail</u>					
Douvres - Calais	1,30 heure	42	Jusqu'à 3,81m: 11,20	6,20	
			" 4,27m: 16,80	Supplément pour cabine 5,60	" "
			" "	"	" "
Douvres - Boulogne		50	" "	8,00	" "
Douvres - Ostende	3,45-4 heures	120	" "	8,40	" "
Newhaven - Dieppe	3,45 heures	125	" "	Supplément pour cabine 5,60	" "
<u>Limadet</u>					
Malaga - Tanger	5 heures	160	Jusqu'à 3,99m: 17,00	6,40	" "
			" 4,99m: 21,80		" "
Southampton - Cherbourg	5 heures	150	Jusqu'à 3,81m: 15,40	8,55	" "
			" 4,26m: 21,00	Supplément pour cabine 3,50	" "

TABLEAU 35 (suite)

Tarifs des bateaux transbordeurs en 1967 (en dollars des Etats-Unis)

Compagnie et ligne	Durée de la traversée	Longueur de la traversée (en km)	Prix du transport de la voiture	Prix du passage. Remarques
Southampton - Le Havre	7,30-8 heures	180	Jusqu'à 4,26 m : 21,00	Supplément pour cabine 3,50 Repas non compris
<u>Jadrolinija</u>				
Ancône - Zadar	7,30 heures	170	Jusqu'à 750 kg : 15,00 " 1250 kg : 20,00	6,00 Supplément pour cabine 4,00
<u>Compagnie transatlantique</u>				
Nice - Calvi	5,30 heures	175	Jusqu'à 4 m : 20,40	I. 7,90 II. 5,50
<u>Marseille - Ajaccio</u>	10,30 heures	342	Jusqu'à 4 m : 20,40	I. 13,72 Repas non compris Supplément pour cabine 6,40 II. 9,25 Supplément pour cabine 4,00
<u>Transmediterranea</u>				
Malaga - Melilla	10 heures	200	Jusqu'à 5 m : 18,84	I. 6,57 II. 4,12 III. 1,95
Barcelone - Palma	10 heures	278	Jusqu'à 5 m : 17,22	I. 16,34 II. 9,17
			Pendant la morte saison : 15,90	

TABLEAU 35 (suite)  
Tarifs des bateaux transbordeurs en 1967 (en dollars des Etats-Unis)

Compagnie et ligne	Durée de la traversée	Longueur de la traversée (en km)	Prix du transport de la voiture	Prix du passage	Remarques
<u>Adriatica Line</u>					
Brindisi - Igoumenitza	10,30 heures	260	Jusqu'à 950 kg : 16,00	Cabine de luxe 30,00 Couchette 15,00 Transatlantique 11,00	Repas non compris
Brindisi - Patras	19 heures	500	Jusqu'à 950 kg : 21,00	Cabine de luxe 37,00 Couchette 21,00 Transatlantique 18,00	" " "
<u>T.T. Line</u>					
Trelleborg - Travemünde	8,30 heures	250	Jusqu'à 4,25 m : 8,75	9,25 cabine 35	
North Sea Ferries					
Hull - Rotterdam	14 heures	400	Jusqu'à 3,81 m : 16,80 " 4,27 m : 21,00	18,20	Couchette et repas compris
<u>Tirrenia</u>					
Palerme - Tunis	14 heures	342	Jusqu'à 4,3 m : 37,00 " 4,65 m : 41,00	I. 34,00 Classe touriste 19,75	Simple paquebot
<u>Compagnie transatlantique mixte</u>					
Palma - Alger	8 heures	300	Jusqu'à 1000 kg : 38,46	Classe cabine 21,26	" "
Marseille - Palma	15 heures	527	" : 38,46	Classe cabine 24,70	" "
<u>Tirrenia</u>					
Naples - Tunis	24,30 heures	655	Jusqu'à 4,3 m : 66,32 " 4,65 m : 71,00	I. 59 Touriste 32,50	" "
<u>Compagnie transatlantique mixte</u>					
Marseille - Alger	20 heures	770	Jusqu'à 1000 kg : 77,00	Classe cabine 42,60	" "
Marseille				classe cabine 41,50	
Marseille - Tunis	24 heures	912	Jusqu'à 1000 kg : 77,00	Classe économi. 33,50	

TABLEAU 36

Transport des véhicules automobiles par le port de Tanger

Mois	1965		1966	
	Entrées	Sorties	Entrées	Sorties
Janvier	921	800	1.105	783
Février	751	823	559	705
Mars	979	1.126	1.973	1.235
Avril	2.006	2.336	1.916	2.003
Mai	1.310	1.799	1.385	1.699
Juin	1.559	2.892	1.638	2.791
Juillet	3.651	7.987	4.781	7.948
Août	6.056	7.134	7.552	7.490
Septembre	7.623	3.355	4.765	3.583
Octobre	2.539	1.442	2.496	1.332
Novembre	862	1.023	1.154	854
Décembre	1.005	1.164	1.229	1.123
TOTAL	29.262	31.881	30.553	31.546

B. Transports de surface

Services de car ferries entre l'Europe et l'Afrique du nord

149. Le voyage en voiture de l'Europe vers l'Afrique est possible en théorie en passant par la Turquie, la Syrie et la Jordanie jusqu'en Egypte, et pratiquement en prenant le car ferry Algésiras - Ceuta (28,5 km), Algésiras - Tanger (51 km), Malaga - Tanger (160 km), Malaga - Melilla (200 km) et Marseille - Tunis (912 km). Il est également possible de transporter les voitures sur les paquebots des lignes régulières.

150. Le tableau 35 donne un aperçu des services de car ferries et de paquebots entre l'Europe et l'Afrique et certains autres services de car ferries en Europe. Il ressort de ce tableau que, si les tarifs des services de car ferries sur petite distance à travers le détroit de Gibraltar se comparent favorablement avec ceux de la traversée de la Manche, les services intérieurs danois sont environ 50 pour 100 moins chers en ce qui concerne le transport des voitures. Les tarifs des services de car ferries entre Malaga et Tanger et entre Malaga et Melilla sont proches des tarifs des autres car ferries sur des distances à peu près égales, c'est-à-dire la ligne Ancône - Zadar et Brindisi - Ygoumenitza. Toutefois, sur ce dernier, le prix du transport des voitures est presque le même que sur les lignes de Malaga alors que la distance est supérieure de 100 km. De même, le service de car ferry Trelleborg - Travemünde transporte les voitures de mêmes dimensions pour un prix de moitié inférieur à ceux de la ligne Malaga - Tanger, bien que la distance soit supérieure de 100 km.

151. Le tableau 36 relatif au transport des voitures par le port de Tanger (le nombre total des voitures transportées par les services de car ferries est beaucoup plus élevé si l'on y ajoute la ligne Algésiras - Ceuta, qui est la plus courte, et la ligne Almeria - Melilla) indique clairement que le trafic le plus intense vers l'Europe s'effectue en juillet et août et, vers l'Afrique, en août et septembre. Il est évident que, durant l'été, la majorité des passagers sont des personnes résidant au Maroc et qui vont passer leurs vacances en Europe au cours des mois les plus chauds.

152. Le service de paquebot-car ferry Tunis - Marseille (192 km) est destiné aux touristes aisés et il est possible que les prix ne revêtent pas une grande importance. Toutefois, si nous comparons ces tarifs avec ceux du service analogue Hull - Rotterdam, le prix du transport de la voiture pourrait être de 30 dollars inférieur, ce qui entraînerait certainement un accroissement du nombre de passagers. Pour les automobilistes, ce sont les lignes de paquebots régulières entre Marseille et Alger et entre Palerme ou Naples et Tunis qui offrent le moins d'intérêt. Les tarifs aussi bien pour les voitures que pour les passagers sont assez élevés et ils ne sont pas de nature à encourager le touriste à prendre sa voiture pour effectuer un voyage en Afrique du nord.

153. Pour l'expansion du tourisme d'Europe vers l'Afrique du nord, une liaison essentielle fait défaut, à savoir un service de car ferry entre la Sicile et la Tunisie ou, plus exactement, entre Marsalla et Kélibia. Une étude de rentabilité d'une telle entreprise et de son financement devrait être entreprise en prenant en considération, entre autres, les faits suivants : cette traversée, longue de 155 km, permettrait des voyages en voiture tout autour de la Méditerranée occidentale, y compris l'Italie, la Tunisie, l'Algérie, le Maroc et l'Espagne à condition que le service soit assuré par un grand car ferry moderne doté d'une cafétéria, de fauteuils confortables et d'un nombre très limité de couchettes, et offrant le transport des voitures à partir de 10 dollars et le prix de la traversée pour les voyageurs à 5 dollars. En 1965, il y avait en Europe occidentale 37 millions de voitures particulières pouvant transporter environ 100 millions de touristes. Si seulement 1 pour 1000 des propriétaires de ces voitures décidait d'entreprendre ce voyage passionnant, long de 7.000 km, à travers l'Italie, l'Afrique et la péninsule Ibérique, 100.000 automobilistes européens se rendraient en Tunisie, en Algérie et au Maroc. A la suite de l'achèvement de la Strada del Sole en Italie et de l'amélioration du réseau routier dans le sud de l'Espagne, des milliers de touristes choisiraient cet itinéraire. Une autre possibilité est de voyager en automobile avec sa famille à peu de frais et de prendre des vacances en Tunisie ou dans l'est de l'Algérie ou de combiner les voyages

en auto à travers l'Italie ou l'Espagne avec un retour par le paquebot-car ferry qui relie par exemple Tunis et Marseille. Toutefois, il est essentiel que les tarifs de la traversée Sicile - Tunisie soient aussi bas que possible afin d'attirer la grande masse des touristes. Ce service de car ferry serait utilisé non seulement par les touristes européens mais également par les touristes algériens, tunisiens et libyens se rendant en voiture en Europe, par les travailleurs algériens et autres travailleurs nord-africains<sup>2/</sup> occupés en Allemagne ou en Suisse et qui rentrent dans leurs pays définitivement ou pour y prendre leurs vacances et, enfin, par les étrangers résidant en Afrique du nord et par leurs familles qui désirent passer des vacances à bon compte ou qui arrivent en Afrique du nord ou quittent cette région au début ou à la fin de leur contrat. Il serait également possible d'utiliser le car ferry pour les camions transportant des marchandises périssables qui exigent un acheminement rapide et des soins particuliers en ce qui concerne le chargement et le déchargement.

154. Pour assurer le plein succès de ce service dès le début, il conviendrait de lancer une vaste campagne publicitaire par un effort commun des pays du Maghreb en plus de la publicité des pays directement intéressés, des automobile et touring clubs européens et de la compagnie qui exploitera le ferry service. Cependant, on pourrait également demander à d'autres organismes intéressés de collaborer afin d'encourager les voyages en voiture à destination de l'Afrique du nord; parmi ces organismes figureraient par exemple les compagnies qui distribuent l'essence en Italie, en Tunisie, en Algérie, au Maroc et en Espagne, les usines d'automobiles, de caravanes et de matériel de camping, etc.

155. Deux principes fondamentaux sont à la base de la politique relative au transport des passagers; l'un consiste à profiter du volume de trafic existant et considéré comme invariable en raison de la rigidité de la demande et à exiger des prix élevés. Ce système était possible sous le régime protectionniste appliqué au trafic entre les métropoles et leurs anciennes colonies et on en trouve encore des traces dans la politique

tarifaire des grandes compagnies de transport. L'autre principe, qui prévaut actuellement, consiste à augmenter le nombre des passagers et à réduire ainsi la part des frais fixes dans le prix du passage individuel. Cette politique permet de réaliser des bénéfices en appliquant des tarifs peu élevés, grâce à un coefficient d'occupation plus élevé. Etant donné l'élasticité de la demande dans le tourisme moderne, et la concurrence internationale très vive, la seule politique justifiée est celle qui permet de développer le trafic et tout particulièrement le trafic touristique, qui consiste à appliquer des tarifs peu élevés; plus précisément, il s'agit d'une politique tarifaire dynamique, offrant des réductions de nature à attirer les touristes qui, autrement, ne voyageraient pas du tout, ou ne seraient pas amenés à voyager pendant les périodes de faible fréquence. Pour appliquer et maintenir cette politique, il serait utile que le pays ayant intérêt à développer son tourisme gère ou contrôle efficacement la compagnie maritime exploitant le service de car ferries. Dans le cas d'un service de car ferries entre la Sicile et la Tunisie, ce serait le Gouvernement tunisien. Cependant, si le financement de ce service représentait une charge financière trop élevée, d'autres pays également intéressés, tels que tous les pays du Maghreb, pourraient être invités à y participer, et la Compagnie maritime du Maghreb serait tout indiquée pour exploiter ce service. Les connaissances professionnelles, l'assistance technique et les crédits nécessaires pour l'achat d'un car ferry moderne pourraient être fournis sur une base bilatérale analogue à celle qui a été adoptée pour l'organisation de la compagnie maritime soudanaise.

#### Prix de l'essence pour les touristes étrangers

156. Une autre mesure importante consiste à fournir de l'essence à bon compte aux touristes étrangers qui se rendent en Afrique du nord en voiture. Dans un pays où le prix de vente au détail de l'essence est modéré, la structure du prix par unité exprimé en pourcentage est la suivante :



Prix au détail	100 pour 100
Droits et taxes	51,5 pour 100
Marge bénéficiaire des compagnies pétrolières	7 pour 100
Marge bénéficiaire du détaillant	7,2 pour 100

le restant étant représenté par le prix de l'essence importée et par les frais de transport. Dans les autres pays qui vendent l'essence plus cher, le pourcentage des droits et des taxes est encore plus élevé.

157. Il serait très encourageant pour les automobilistes européens de bénéficier de réductions sur les prix de l'essence au détail (bons d'essence) non seulement dans un seul pays africain, comme c'est le cas actuellement, mais dans tous les pays du Maghreb plus l'Espagne, l'Italie et éventuellement la France. Tous ces pays auraient intérêt à s'abstenir de percevoir un pourcentage trop élevé de l'impôt sur l'essence vendue aux touristes étrangers et à attirer de cette façon de nouvelles masses de touristes voyageant en voiture, ce qui entraînerait des recettes beaucoup plus importantes dans d'autres domaines et augmenterait ainsi les recettes fiscales de l'Etat.

158. Le Maroc a déjà adopté le système des bons d'essence, grâce auxquels les touristes étrangers obtiennent une réduction de 30 pour 100 sur le prix du carburant. Les autres pays maghrébins pourraient profiter de l'expérience marocaine et appliquer des systèmes analogues ou, mieux encore, élaborer conjointement un système amélioré. La faiblesse du système appliqué au Maroc réside dans le fait que l'on accorde une commission trop réduite pour la vente des bons d'essence à l'étranger et que l'on ne fait pas appel à la collaboration des organismes appropriés. Ceux-ci peuvent bien être au Maroc les banques qui vendent des bons d'essence et qui se contentent d'une commission réduite, mais les ventes de bons d'essence et les voyages d'automobilistes à destination de l'Afrique augmenteraient de beaucoup si on les confiait aux automobile et touring clubs européens, en leur octroyant une commission substantielle. De cette manière, ils auraient réellement intérêt à encourager les voyages à destination de l'Afrique du nord et ils sont extrêmement bien

placés pour renseigner leurs nombreux membres sur les excellentes possibilités qu'offre le tourisme en Afrique du nord. En outre, les pays maghrébins pourraient demander à l'Espagne l'application du système des bons d'essence, comme une mesure de coopération économique qui contribuerait au développement du tourisme dans les pays nord-africains. On trouvera au chapitre suivant un exposé plus détaillé concernant ces bons d'essence.

### Croisières

159. Dans un domaine différent, les croisières méritent également l'attention. Le nombre de passagers en croisière augmente sans cesse. Les croisières organisées par les compagnies membres de l'Atlantic Passenger Steamship Conference ont transporté 173.184 passagers en 1965, en augmentation de 22 pour 100 par rapport à 1964 et de 35 pour 100 par rapport à 1963. Un grand nombre de paquebots sont actuellement en construction ou en voie de transformation en vue notamment de leur utilisation pour les croisières<sup>3/</sup>. Le nombre des touristes qui ont visité Israël au cours de croisières est passé de 22.037 en 1964 à 36.630 en 1965, soit un accroissement de 66,2 pour 100<sup>4/</sup>. Pendant la même période, le nombre des touristes arrivés au Pirée avec une croisière est passé de 83.893 à 129.178, soit une augmentation de 53,9 pour 100<sup>5/</sup>. A Tanger, le nombre des passagers en croisière est passé de 34.447 en 1964 à 42.416 en 1965, soit un accroissement de 23 pour 100 et, à Casablanca, de 44.699 en 1964 à 60.748 en 1965, soit un accroissement de 36 pour 100. A Tunis, le nombre de ces passagers a décliné en 1965, mais a augmenté considérablement en 1966.

160. L'intérêt qu'il y a à attirer les passagers en croisière réside dans le fait qu'ils n'exigent pas de chambres d'hôtel mais qu'ils utilisent largement les autres services touristiques et qu'ils dépensent de l'argent en excursions, distractions, boissons et tout particulièrement en achats dans les magasins. Une personne qui voyage par avion ne peut pas facilement prendre avec elle un beau tapis, mais les personnes en croisière peuvent le faire.

161. Il convient de déployer des efforts afin d'attirer les croisières. Il faudrait convaincre les organisateurs des croisières qu'aucune croisière en Méditerranée ne devrait être offerte sans au moins deux ou trois escales en Afrique du nord. De courtes excursions pourraient être organisées à l'intérieur du pays et même d'un port d'escale à l'autre par la route. L'essentiel est de faire connaître aux organisateurs des excursions terrestres et aux organisateurs de croisières non seulement les attraits particuliers à chaque port d'escale, mais également les possibilités (et les tarifs) d'amusement et de distraction, de visites de villes et d'excursions dont peuvent bénéficier les touristes en croisière. Une notice d'information, jointe à un dépliant aux photos en couleur impressionnantes, prises dans les principaux ports d'escale en Afrique du nord et les villes de l'intérieur qui n'en sont pas trop éloignées, ferait la moitié de la besogne. La publicité organisée (articles dans les revues, etc.) visant à atteindre le public des croisières ferait le reste. A cet égard, la collaboration entre tous les pays africains bordant la Méditerranée donnerait des résultats plus rapides à moindres frais.

#### C. Hébergement et moyens de transport

162. Les moyens de transport déterminent dans une large mesure les formes du trafic touristique, les itinéraires suivis par les touristes et leurs besoins en matière de logement, de repas, d'achats et de distractions. Il faut en tenir compte lorsque l'on décide de l'emplacement des nouveaux établissements d'hébergement des touristes.

163. Au cours des années à venir, la grande masse des touristes d'outre-mer viendra probablement en Afrique du nord par avion. S'ils voyagent pour affaires, la plupart d'entre eux seront intéressés par la capitale et les autres villes importantes et, s'ils voyagent pour leur plaisir, la plupart sont intéressés par un séjour d'environ deux semaines dans une station balnéaire ou par un séjour plus bref dans une grande ville. Ces stations balnéaires et ces villes pourraient également servir de points de départ pour des circuits touristiques et des excursions à l'intérieur du pays.

164. Etant donné le prix peu élevé du transport par avions affrétés, de nombreux touristes étrangers les utiliseront, mais il est probable que les tarifs IT de groupes permettront à l'avenir des voyages à bon compte à destination des pays nord-africains. Il ne faut pas non plus perdre de vue que la mise en service d'avions géants tels que le Boeing 747 et les nouveaux appareils Lockheed et Iliouchine, qui pourront transporter de 490 à 900 passagers, entraînera une réduction nouvelle des tarifs ainsi qu'une concentration des voyages touristiques.

165. Le logement de groupes importants de touristes et de nombreux passagers individuels exigera une capacité hôtelière concentrée aussi bien dans les grandes villes que dans les stations balnéaires. Cette concentration de la capacité hôtelière existe déjà dans la plupart des grandes villes et, si elle ne suffit pas, la construction de nouveaux hôtels modernes et confortables remédierait facilement à la situation. Cependant, pour les personnes désireuses de passer leurs vacances au bord de la mer, il faudrait créer des stations balnéaires dotées d'une capacité hôtelière suffisante pour accueillir des groupes importants de touristes, ainsi que de nombreux touristes voyageant individuellement. Il importe que, dans l'immédiat, les moyens disponibles pour les investissements hôteliers ne soient pas dispersés par la construction d'hôtels isolés le long de la côte, mais plutôt utilisés pour la création d'hôtels concentrés dans d'importantes stations touristiques, de préférence pas trop éloignées d'une grande ville. Ce système présenterait également de nombreux autres avantages. La mise en place de l'infrastructure et des services de municipalité coûte moins cher, ainsi que leur fonctionnement; l'aménagement des abords et le reboisement peuvent être effectués plus facilement et des places de distractions de premier ordre peuvent être établies (casinos, cinémas, boîtes de nuit, terrains de sport). Par ailleurs, la vie sociale s'y révélerait plus satisfaisante pour les vacanciers d'outre-mer<sup>6/</sup>.

166. D'autre part, un certain nombre de touristes effectueraient des voyages en autocar à travers un ou deux pays. Ces voyages comprennent la visite de grandes villes et de villes moins importantes mais riches en attractions touristiques. Lorsque l'on fait des investissements dans

le tourisme international, il serait utile de ne construire de nouveaux hôtels et motels qu'aux étapes les plus fréquemment utilisées sur les itinéraires passant par les lieux les plus intéressants du pays et qui peuvent être effectués facilement en 6 à 12 jours et d'organiser une publicité intensive pour ces circuits. Cependant, la plupart font du tourisme en automobile. La majorité des touristes nationaux et des touristes en provenance des pays voisins voyagent en Afrique du nord en voiture. Déjà, une forte proportion des touristes d'outre-mer vient au Maroc en voiture et, grâce à l'introduction de services de car ferries peu coûteux entre le sud de l'Italie et la Tunisie, les voyages des automobilistes étrangers s'étendront à tous les pays du Maghreb. Bien sûr, le tourisme manifeste une tendance à la décentralisation, étant donné qu'il amène les touristes dans les hôtels des petites villes, les auberges situées au bord de la route, les motels, les terrains de camping, etc. Cependant, les automobilistes préfèrent souvent passer la nuit dans les grandes villes ou les stations balnéaires bien équipées, et les résidents des pays voisins et les touristes nationaux y passent souvent toutes leurs vacances. Afin de fournir l'hébergement qui convient à ces touristes, les stations balnéaires devraient disposer de motels, d'hôtels avec bungalows et terrains de camping, outre les hôtels de type classique. Des bungalows dotés d'une cuisinette devraient aussi être prévus pour les familles passant leurs vacances ou les week-ends. Il faut laisser à l'initiative locale le soin d'assurer l'hébergement touristique à des endroits autres que les étapes importantes des circuits touristiques, tandis que dans les plans de développement touristique, la priorité doit être accordée à la construction d'hôtels dans les grandes villes et à l'aménagement de stations balnéaires suffisamment vastes, ainsi qu'aux étapes importantes des principaux circuits.

167. Il est très probable que le mode de voyages exposé dans cette section se développera dans les pays du Maghreb, alors que l'Egypte et le Soudan dépendront essentiellement du trafic aérien pour les voyages à destination du pays et de tous les types de transport de surface pour les voyages à l'intérieur du pays.

Notes du chapitre VIII

- 1/ Egypt Travel Magazine, janvier 1967, page 43.
- 2/ En 1963, dernière année pour laquelle nous avons disposé de données, 526.858 résidents d'Algérie se sont rendus à l'étranger, 323.126 comme touristes et 203.792 pour leur travail, dont 19.000 à destination de pays autres que la France. En 1966, 324.383 travailleurs de nationalité algérienne ou autres sont entrés en Algérie et 342.008 ont quitté ce pays.
- 3/ Le tourisme dans les pays de l'OCDE, 1966.
- 4/ Israel Ministry of Tourism Annual Report, 1965; annexe II.
- 5/ Office national du tourisme hellénique.
- 6/ Voir le document intitulé "The Economic Development of Morocco", publié pour la Banque internationale pour la reconstruction et le développement par la John Hopkins Press, Baltimore, 1966, page 41.

## CHAPITRE IX

### LA PROPAGANDE TOURISTIQUE

#### Étalement de la saison touristique

168. Une étude approfondie des statistiques intéressant les arrivées de touristes étrangers ou des nuitées passées dans chacun des pays de l'Afrique du nord a révélé que dans la plupart des pays la saison touristique actuelle est bien plus courte que les conditions climatiques ne le permettraient. Dans certains pays comme le Maroc et la RAU, qui jouissent de deux zones climatiques différentes, ce fait est peu apparent en raison du manque de statistiques relatives aux nuitées et aux arrivées des touristes selon les régions, ce qui fait que les statistiques globales pour l'ensemble du pays, bien que décomposées en mois, ne donnent pas un aperçu réel de la véritable durée de la saison touristique dans chaque région. Une visite de ces régions et des enquêtes sur le terrain ont toutefois permis de se renseigner suffisamment sur ce sujet. Les statistiques recueillies dans d'autres pays ont indiqué qu'il était parfaitement possible d'attirer des touristes européens durant une période étendue jusqu'à 8 ou 9 mois. D'autre part, les touristes provenant des pays scandinaves, les touristes des Etats-Unis et de nombreux touristes allemands voyagent pendant une période considérablement plus longue que ceux qui proviennent d'autres pays européens.

169. Dans l'industrie hôtelière et celle des transports où les frais fixes sont relativement élevés, la durée de la saison touristique est d'une importance primordiale, et tout ce qui peut permettre d'étaler cette saison, et par là même de réaliser un taux d'occupation plus élevé des hôtels, ainsi qu'un volume de transport plus élevé, doit être soigneusement examiné. Dans certains pays européens, des tentatives ont été faites pour allonger la saison touristique; c'est ce que l'on a appelé l'étalement des vacances. Ces tentatives n'ont connu qu'un succès très limité et les raisons en sont évidentes : si l'on entreprend cette action dans un pays où le climat est modérément froid et où la population a été persuadée de prendre

ses vacances sur la mer du Nord au mois de mai plutôt qu'au mois d'août, elle trouvera probablement un climat froid et pluvieux, peu de gens intéressants dans les hôtels et stations balnéaires et même un service inférieur. La situation est, certes, totalement différente lorsqu'il s'agit de persuader les gens de voyager en mars ou avril au Maroc, en Tunisie ou en Egypte. Car à cette époque, ils trouveront un climat réellement ensoleillé et chaud, des villes pleines de vie, les contacts avec la population locale sont plus faciles à établir et le service hôtelier est aussi bon qu'aux autres époques de l'année; par conséquent les vacances seront une réussite. En outre, ces touristes auront échappé pendant ce temps-là au mauvais temps dans leur propre pays, et à leur retour, ils pourront encore jouir du soleil de l'été pendant les fins de semaine. Donc, quand les pays d'Afrique du nord offrent des vacances en hiver, au printemps et en automne, ils offrent là une valeur réelle, bien qu'au début il vaudrait mieux l'offrir à un prix réduit. Avec l'attrait exercé par ces bas prix et une publicité efficace, ceux qui n'ont pas d'enfants d'âge scolaire et peuvent par conséquent voyager à n'importe quelle époque de l'année, finiront par se rendre compte des avantages réels des vacances hors saison. Mais il convient toutefois de se souvenir que les habitudes des gens concernant les vacances sont fortement enracinées et qu'il ne sera pas facile de les modifier, même si c'est dans leur propre intérêt. Un dépliant ou un placard publicitaire bien présenté pour un hôtel de villégiature ne les amèneront pas à changer leurs habitudes; même les efforts de publicité d'un seul pays ne parviendront pas non plus à modifier ces habitudes. Les efforts conjoints de tous les pays d'Afrique du nord, aidés par d'autres pays méditerranéens intéressés, pourraient amener les modifications souhaitées.

170. Pour obtenir un succès dans ce domaine, il faudra appliquer simultanément et énergiquement toute une série de mesures et notamment les suivantes :

- Réduction considérable des prix d'hôtels pendant la morte saison, même si ceux-ci ne peuvent couvrir que les frais proportionnels et une partie seulement des frais fixes;



- Réduction considérable des prix des transports locaux pour les touristes, y compris la vente de coupons d'essence à un prix encore plus bas que pendant la saison touristique;
- Bien que, à partir de 1967, des réductions importantes aient été consenties dans les tarifs d'hiver entre l'Europe et certains pays africains, elles ne sont pas appliquées sur toutes les lignes et certaines d'entre elles sont nettement insuffisantes. En particulier, les réductions du tarif de groupes IT doivent être bien plus importantes afin qu'elles puissent compenser l'avantage que fournit l'utilisation des avions affrétés pendant la principale saison touristique. Car pendant la saison principale, les vols par avions affrétés peuvent être organisés avec moins de risque, ce qui permet d'offrir des voyages forfaitaires à meilleur compte pendant la saison touristique que pendant la morte saison. Ces réductions substantielles des tarifs de groupes pourraient également permettre d'organiser des circuits touristiques forfaitaires dans des régions qui ne disposent pas encore d'établissements hôteliers suffisants pour recevoir des groupes venus à bord d'avions affrétés.
- Il faudra également abaisser les tarifs hors saison des car ferries et des services de paquebots entre l'Europe et l'Afrique du nord.

171. Il y aurait lieu de s'assurer la coopération de l'Espagne et de l'Italie en leur demandant de délivrer des bons d'essence avec une réduction plus forte pendant la morte saison. Cette mesure encouragerait également les voyages hors saison dans ces deux pays.

172. Toutes ces mesures devront faire l'objet d'une publicité vigoureuse et étendue, mise en oeuvre par des annonces et les relations publiques, avec éventuellement, la participation de tous ceux qui sont intéressés aux résultats à atteindre. L'étalement des voyages vers les pays du sud sur une période plus étendue permettrait d'atténuer l'encombrement du trafic ainsi que la pénurie d'installations hôtelières pendant la haute saison en Europe; cela permettrait également de réduire les pointes

dans les services ferroviaires, maritimes et aériens. Si l'on offrait des vacances organisées en Afrique à des prix accessibles, nombre de touristes européens qui souhaitaient visiter l'Afrique mais ne pouvaient se le permettre financièrement pourraient alors s'offrir ce voyage et nombre d'autres auraient la possibilité d'échapper aux rigueurs de l'hiver dans leur pays et de passer d'agréables vacances dans un climat chaud. Quant aux pays d'Afrique du nord en voie de développement, cela leur permettrait d'accroître les gains qu'ils retirent du tourisme, ce qui les mettrait en mesure d'accélérer leur développement économique et d'acheter davantage de produits industriels d'Europe et des autres régions fortement développées. En outre, l'étalement de la saison touristique permettrait aux pays africains, non seulement d'offrir des prix modérés hors saison, mais également, si besoin est, de réduire les prix pratiqués en saison. Avec les mêmes moyens, le public pourrait tirer une satisfaction plus grande à moindres frais, de façon qui influencerait favorablement sur le commerce international et le développement économique.

#### Informations destinées aux automobilistes

173. Simultanément à la création de nouveaux services de car ferries dans la région centrale de la Méditerranée, il faudrait faire connaître aux touristes européens les nouvelles possibilités de voyager en Afrique avec leur propre automobile et les persuader de profiter de ces possibilités; tous les pays du Maghreb en bénéficieraient. D'autre part, les automobilistes ne se contenteront pas de visiter un seul pays comme le font la plupart des touristes venus par air ou par bateau; ils tiendront alors à inclure plusieurs pays dans leur voyage s'ils ont leur voiture avec eux en Afrique. C'est pourquoi il importe de donner à ces automobilistes des informations et renseignements simples, précis et à jour, intéressants tous les pays susceptibles de les attirer, y compris des informations sur les services de car ferries et leurs tarifs, le prix de l'essence, les tarifs hôteliers, etc. ainsi qu'une carte routière touristique des pays du Maghreb. La collaboration des pays du Maghreb sera nécessaire pour mettre au point ces moyens d'information et encourager le tourisme dans leur région.

Coopération dans les autres secteurs du développement du tourisme

174. L'expérience a prouvé que des efforts communs donnent également de meilleurs résultats dans les autres domaines de la publicité. Des annonces intéressant l'ensemble des pays du Maghreb et soulignant les principaux attraits et caractéristiques de chacun d'eux auraient une influence plus forte sur le public; en outre, il serait possible d'obtenir pour les mêmes sommes des espaces publicitaires plus importants dans un plus grand nombre de moyens d'information, et les annonces pourraient être faites plus fréquemment. De cette façon, la publicité obtenue pourrait toucher directement le grand public et attirer les touristes qui préfèrent voyager individuellement et qui dépensent généralement davantage que les membres de groupes organisés par des agences de voyages.

175. Un pays ou une région qui dispose des moyens suffisants pour les annonces dans les journaux et dont les annonces sont remarquées par le public et les journalistes, obtiendrait une publicité rédactionnelle gratuite bien meilleure que celle des pays dont les annonces passent inaperçues. Des articles favorables sur la région seraient alors publiés à la fois par les journaux qui auraient obtenu des annonces publicitaires et par ceux qui souhaiteraient en obtenir. Les premiers le feraient pour accentuer encore l'impact des annonces qui leur sont confiées, les seconds pour montrer la valeur publicitaire de leurs rubriques touristiques, et, par là-même, tenter d'obtenir des annonces.

176. Le Maroc a huit bureaux d'informations touristiques à l'étranger, l'Algérie en a trois, la Tunisie cinq et le RAU dix. Les loyers et les frais généraux en sont élevés, de même que les salaires versés aux employés. La centralisation des efforts permettrait de réduire les frais et de renforcer l'efficacité de ces bureaux touristiques qui représenteraient alors les six pays de l'Afrique du nord. L'économie ainsi réalisée pourrait être utilisée pour renforcer la publicité. Le chef du bureau touristique de la RAU à New York pourrait bien rester Egyptien, mais pourquoi ne serait-il pas aidé d'un ou deux adjoints spécialisés dans les pays du Maghreb, tandis que le bureau lui-même serait débaptisé et deviendrait alors le bureau de tourisme de l'Afrique du nord ? Les différents

pays partageraient le loyer et autres frais, et les économies ainsi réalisées seraient utilisées pour la publicité, etc. Tous les pays d'Afrique du nord pourraient ainsi avoir des bureaux sur des marchés aussi intéressants que Copenhague, La Haye, Bruxelles, Hambourg, Zurich, en plus des bureaux de Londres, Paris, Francfort et New York. Il sera toujours possible de ventiler les frais d'une façon équitable de sorte que chaque pays pourra bénéficier de cette coopération; tous les employés devront recevoir une formation qui les mette à même de fournir aux clients toutes informations utiles sur les pays de l'Afrique du nord.

177. Certains pays d'Afrique du nord possèdent un matériel publicitaire excellent en ce qui concerne photographies, textes, etc.; mais l'impression et le papier sont de qualité inférieure. D'autres pays ont de bonnes imprimeries mais peu de connaissances sur la façon de préparer un bon dépliant, sur le contenu des textes, sur les photographies à choisir, sur la présentation favorable à l'efficacité et sur ce qu'il convient effectivement de proposer sur les marchés étrangers. Une coopération dans ce domaine également pourrait être avantageuse pour tous les pays intéressés.

178. D'autres régions ont bien compris l'intérêt de mesures communes en faveur du tourisme. La Commission européenne du tourisme a donné l'exemple et a accompli une mission historique dans des conditions où cette coopération était réellement nécessaire. D'autres régions l'ont vite suivie. L'Organisation des Etats d'Amérique centrale a créé un secrétariat permanent du tourisme (SITCA) qui a lancé un programme régional de commercialisation et de publicité. Des accords en matière de commercialisation et de publicité ont été conclus aussi par des groupes de pays dans d'autres régions de l'Amérique latine, notamment par la Colombie, l'Equateur, le Panama, le Pérou et le Vénézuëla. Dans l'Asie de l'est, le Japon a convoqué en mars 1966 une conférence sur le tourisme, à laquelle ont participé des associations touristiques de la République de Chine, de Hong-Kong, de la République de Corée, de Macao, des Philippines et de la Thaïlande. Cette conférence avait pour objet d'instituer un

système de coopération pour la publicité touristique et le développement du tourisme, ainsi que pour l'amélioration des installations et des services touristiques dans la région de l'Asie de l'est. Elle a été suivie de la création d'une East Asian Travel Association<sup>1/</sup>.

179. Dans certains pays d'Afrique du nord, il y a, parmi les responsables du tourisme, des personnes qui n'ont pas encore pleinement saisi l'intensité ni l'ampleur des changements intervenus dans ce domaine. Il y a des dirigeants des services de propagande touristique qui ne pensent qu'à attirer les touristes locaux vers telle station balnéaire, telle oasis ou station thermale, alors que le vrai problème est d'attirer des millions de touristes d'un continent à l'autre. Hier encore, la possession d'une voiture particulière était du luxe, de même que la possibilité de voyager dans des pays éloignés. Aujourd'hui, voiture et voyages sont accessibles à beaucoup de gens et leur nombre ne cesse de croître. Aujourd'hui, les avions transportent de 80 à 160 passagers. Demain, il existera des avions qui pourront transporter 490 passagers et plus. Les touristes voyageront plus et plus loin. Des pétroliers de 250.000 tonnes ont été conçus pour réduire le coût des transports. Il ne sera pas difficile de dessiner des car ferries qui pourront facilement relier les deux continents pour rendre possible les voyages en auto peu coûteux. C'est pourquoi il est nécessaire de voir grand et de concentrer une force suffisante pour attirer cette marée montante de touristes et la canaliser vers l'Afrique du nord. La coopération des pays de l'Afrique est indispensable à cet effet. Il s'agira, en premier lieu, d'une coopération dans le domaine de la propagande touristique, mais également d'une coopération portant sur les autres aspects du tourisme, que nous allons brièvement examiner ci-après.

#### Note du chapitre IX

<sup>1/</sup> UNCTAD, Etude des faits nouveaux relatifs aux invisibles, 3 mars 1967, TD/B/C.3/39, page 22.

## CHAPITRE X

### AUTRES ASPECTS DE LA COOPERATION DES PAYS D'AFRIQUE DU NORD DANS LE DOMAINE DU TOURISME

#### Mesures de coopération décidées par les pays d'Afrique du nord

180. En novembre 1964, la réunion des Ministres des Affaires étrangères des pays du Maghreb, tenue à Tanger, a chargé le Comité permanent consultatif du Maghreb de réunir en conférence les responsables des organismes officiels de tourisme. Cette réunion, qui s'est tenue en octobre 1965 à Alger, a recommandé :

- Que des consultations préalables à toute conférence internationale aient lieu entre les 4 pays du Maghreb afin de définir une attitude commune et de décider du choix du pays devant représenter les autres à ces conférences et afin de soumettre, après cette conférence, un rapport quant aux résultats et aux conclusions de la réunion.
- Que des centres de formation touristique ou hôtelière soient ouverts en faveur des étudiants des pays maghrébins; que la demande faite au PNUD concernant le financement d'un institut maghrébin de tourisme et d'hôtellerie, dont la section tourisme serait installée à Tanger et la section d'hôtellerie à Alger, soit appuyée par tous les pays maghrébins.
- Que tous les bureaux de tourisme nationaux des pays du Maghreb distribuent à l'étranger le matériel de publicité touristique de tous les pays membres.
- Que les documents touristiques suivants soient édités en commun :
  - a) Un dépliant général,
  - b) Une carte touristique,
  - c) Un guide,
  - d) Une affiche.

- Que des mesures conjointes soient prises en vue d'assouplir les formalités de police, de douane et de change aux postes frontières.
- Que des organisations mixtes groupant les divers organismes touristiques des pays membres soient constituées.
- Que les échanges touristiques intermaghrébins soient encouragés.
- Qu'un comité maghrébin du tourisme soit créé pour concevoir une politique touristique maghrébine commune, coordonner cette politique et veiller à son exécution.

181. La coopération au sein de l'International Arab Tourist Union a commencé encore plus tôt. La 6ème Assemblée générale de cet organisme, réunie en décembre 1966, a adopté un certain nombre de décisions importantes, dont quelques-unes concernaient les programmes nationaux à l'occasion de l'Année internationale du tourisme, la traduction des cours de l'UIOOT en arabe, l'approbation du programme d'études que les divers pays arabes doivent mettre en oeuvre, ensuite les décisions concernant divers projets de publicité touristique, les décisions d'adopter une attitude ferme par les pays arabes en ce qui concerne les réductions des tarifs sur les lignes aériennes à destination des pays arabes. Cette Assemblée a également recommandé l'abolition des visas d'entrée entre pays arabes ainsi que pour un grand nombre d'autres Etats, et en particulier ceux dont proviennent les touristes.

182. Lors de la réunion sous-régionale sur la coopération économique en Afrique du nord, tenue à Tanger en juin 1966, la commission sur le tourisme a noté "avec satisfaction les efforts déployés par chacun des pays de la sous-région de l'Afrique du nord en matière de tourisme et les actions communes entreprises pour une coordination dans ce domaine"; elle a suggéré que soit envisagée la possibilité de créer des associations groupant les diverses organisations touristiques des pays membres, a appuyé les recommandations qui découlent de la réunion de l'Assemblée générale de l'UIOOT pour l'Année internationale du tourisme, et a recommandé "que soit facilité d'un pays à l'autre aux étudiants et stagiaires l'accès des établissements

professionnels existants ou à créer"; enfin, la commission a émis le voeu "que soient organisés des circuits touristiques couvrant plusieurs pays de la sous-région", que la distribution des documents publicitaires et d'informations à caractère touristique de tous les membres de la sous-région soit assurée par les bureaux touristiques nationaux des pays membres et que la présente étude soit entreprise.

183. Ces réunions et les recommandations qui y ont été adoptées sont encourageantes à plusieurs égards. En premier lieu, elles indiquent clairement que l'utilité d'une coopération sous-régionale en matière de tourisme a été officiellement reconnue. En second lieu, elles permettent de réunir les responsables du tourisme des pays membres, et c'est là une excellente occasion de procéder sans protocole à des échanges de vues, d'informations et d'expérience, et enfin elles permettront de trouver des solutions aux problèmes communs grâce à une action commune. On souhaite vivement que des réunions de ce genre aient lieu régulièrement dans l'avenir et que des problèmes pratiques nécessitant une action commune soient inscrits en nombre de plus en plus grand à leurs ordres du jour. La coopération serait plus efficace si les considérations d'ordre politique en étaient évitées et si l'on n'y abordait que des questions d'intérêt pratique concernant le développement du tourisme dans la région. Une fois que les décisions et les recommandations ont été adoptées, il faudrait considérer comme une obligation morale pour chaque pays de les mettre en oeuvre sans tenir compte des autres problèmes (entre autres des problèmes politiques) qui ont pu surgir entre des pays membres et qui n'ont rien à voir avec le tourisme. Les résultats favorables dans le domaine du tourisme, qu'une coopération de ce genre amènerait pour chacun des pays participants, faciliteraient peu à peu l'élimination des méfiances et des réserves qui ont pu subsister en d'autres domaines et permettraient d'étendre efficacement la coopération à ces autres domaines. Ces résultats contribueraient dans une assez large mesure à résoudre également les divergences d'ordre politique qui peuvent subsister entre divers membres de la sous-région.



184. D'autre part, si la nécessité d'une coopération en matière de tourisme a été officiellement reconnue et des efforts entrepris par les organismes officiels chargés du tourisme dans les pays membres pour mettre en oeuvre les recommandations adoptées, cette coopération ne devra pas se limiter seulement aux actions concrètes décidées en commun et aux organismes officiels; la coopération en matière de tourisme devra être encouragée d'une façon générale entre tous les organismes privés ou gouvernementaux intéressés.

185. Tels sont certains des aspects de la coopération qui pourraient être adoptés utilement par tous les pays membres de la sous-région; d'autres aspects de cette coopération pourraient donner de meilleurs résultats s'ils se limitaient seulement aux pays du Maghreb ou aux pays du Moyen-Orient, et il est également possible de faire intervenir une coopération bilatérale, surtout entre pays voisins. Ces divers aspects de la coopération ne s'excluent pas les uns les autres; au contraire, ils contribuent au développement du tourisme dans l'ensemble de la sous-région.

#### Recherche

186. L'intérêt de la recherche a été souligné par l'International Arab Tourist Union, et il va de soi que les contributions des pays à cet égard sont sans aucun doute de la plus grande utilité. Il serait utile d'étendre cette recherche à certains domaines délicats et d'en considérer les résultats comme confidentiels et destinés seulement aux pays qui y ont participé. Il pourrait en être ainsi dans le cas d'une étude comparative : i) des coûts de construction et ii) des frais d'exploitation des hôtels de type similaire dans chacun des pays de la sous-région. Une étude de ce genre permettrait de dégager les mesures concrètes à prendre par les divers pays pour rendre leur industrie hôtelière compétitive. Une recherche du même ordre pourrait également être entreprise sur les encouragements aux investissements accordés par les divers pays; il faudrait rechercher comment ces encouragements fonctionnent pour voir s'ils sont suffisants ou bien exagérés, de sorte que les mêmes résultats puissent être atteints avec des moyens budgétaires plus restreints. Etant donné que la plupart

des pays intéressés possèdent des hôtels exploités par des organismes gouvernementaux ou des sociétés mixtes, il serait sans doute possible en l'occurrence d'obtenir des données exactes et de procéder à leur échange pour le plus grand intérêt des parties intéressées.

187. Mais il est également des études, et en particulier les études de marchés, qui ne peuvent être efficacement entreprises par les pays de destination des touristes. La possibilité de demander la coopération des pays d'où proviennent les touristes a déjà été mentionnée; il s'agirait d'obtenir de ces pays qu'ils fassent figurer leurs études sur les habitudes de leurs résidents en matière de vacances, des informations qui pourraient considérablement aider les pays en voie de développement où ces résidents pourraient se rendre. Certaines études de marché nécessaires à l'orientation de la publicité et de la commercialisation devront être confiées à des bureaux de recherche spéciaux et ces études sont assez coûteuses. Elles pourraient être entreprises de manière à bénéficier à tous les pays de la sous-région qui participeraient aux dépenses.

188. Egalement utile serait l'étude sur la valeur ajoutée, sur l'effet multiplicateur et les autres répercussions économiques du tourisme international. L'effet multiplicateur de l'entrée des devises étrangères due au tourisme sur le volume des affaires des autres secteurs économiques a été exposé pour la première fois par M. Clément<sup>1/</sup>. Cet effet a été largement utilisé pour présenter les avantages économiques du tourisme, et le multiplicateur de 3,2 est devenu célèbre bien que, pour beaucoup de pays, il soit peu précis. D'autre part, ce document a pratiquement créé l'impression que le tourisme dispose de vertus miraculeuses que les autres secteurs de l'économie n'ont point. Il est toutefois évident que l'effet multiplicateur peut être aussi bien attribué à d'autres branches des exportations et même à des branches produisant pour le marché intérieur, lorsque l'utilisation productive de l'épargne permet de créer de nouveaux produits, de nouveaux emplois et, par conséquent, de nouveaux revenus. Mais la théorie du "multiplicateur" présente le plus grand intérêt pratique lorsqu'elle s'applique au tourisme. Etant donné que le tourisme stimule

les affaires et augmente les revenus dans les secteurs voisins, l'Etat pourra en retirer de nouvelles recettes fiscales. En outre, l'accroissement de l'activité commerciale et des recettes exigera l'importation de biens en plus grandes quantités qui seront soumis aux droits de douane. Dans ces conditions, les recettes fiscales et douanières perçues par l'Etat pourront augmenter, même si les nouveaux hôtels et autres établissements analogues sont exemptés d'impôts et même s'ils ne paient pas de droits de douane sur les biens d'équipement importés. Les exemptions d'impôts et de droits de douane consenties aux établissements de tourisme international, du fait qu'elles encouragent les nouveaux investissements, tendent donc à accroître les recettes fiscales du pays. Les nouvelles statistiques concernant ces résultats économiques du tourisme, qui seraient fondées sur les conditions réelles de chacun des pays de l'Afrique du nord, aideraient certainement les organisations touristiques de ces pays à présenter efficacement leurs cas à leurs gouvernements respectifs; pour ces raisons, une telle étude présentera un grand intérêt pour tous les pays de la sous-région.

189. Quelle que soit la valeur des études de marché et autres enquêtes par sondage, il est indispensable d'instaurer un système de statistiques du tourisme raisonnablement valable et complet dans tout pays qui entend développer son tourisme. Autrement, on risque sérieusement de constater que des conclusions vitales pour le tourisme se fondent sur des informations incomplètes et parfois même erronées; il peut en résulter un dommage considérable pour l'économie d'un pays et le développement de son tourisme. Même des pays comme le Maroc et l'Algérie, qui ont un potentiel touristique très important, ne disposent pas de statistiques sur les nuitées et les arrivées de touristes, sur les pays où sont immatriculées les voitures qui entrent dans le pays et autres statistiques. En revanche, il existe des pays tels que la RAU et la Tunisie qui ont un système bien développé de statistiques touristiques. La Tunisie, en particulier, possède l'un des systèmes de statistiques touristiques les plus complets et dispose de données dûment vérifiées, rapidement traitées et judicieusement présentées.

Il serait fort utile que les autres pays s'inspirent de l'exemple tunisien et adoptent un système semblable avec l'aide de la Tunisie. Il serait encore plus souhaitable que tous les pays d'Afrique du nord s'entendent pour adopter le même système de statistiques, fondé sur le système tunisien ou le système égyptien qui, pour l'essentiel, sont similaires, pour y apporter quelques perfectionnements mineurs à la lumière des expériences récentes de l'OCDE en ce domaine, pour avoir ainsi un système moderne et raisonnablement complet de statistiques du tourisme.

#### Normalisation des réglementations

190. On a déjà mentionné que le tourisme "mobile" intéressant plusieurs pays exige des informations uniformes et à jour quant aux installations disponibles dans chacun des pays d'une même région touristique. Cette nécessité a été officiellement reconnue, et les documents d'information pertinents seront bientôt publiés en commun par les pays du Maghreb. Mais il est nécessaire d'aller plus loin encore. A des informations uniformes doivent correspondre des conditions uniformes dans les établissements touristiques. Si un pays dispose d'hôtels à 5 étoiles, à 4 étoiles, etc., et qu'un autre pays dispose d'hôtels de première et de seconde catégories pour lesquels des critères différents sont appliqués, les voyageurs éventuels n'ont aucun moyen de comparer les établissements que leur offrent ces deux pays, ni les prix qui leur sont demandés. La situation serait toute différente si une classification uniforme et moderne des hôtels pouvait être adoptée par tous les pays de la sous-région; une certaine tolérance pourrait être prévue en introduisant des sous-catégories B pour certains grands hôtels anciens qui ne répondent pas aux conditions strictes de la nouvelle classification.

191. Avec le développement du tourisme populaire et, en particulier, du tourisme automobile, une classification uniforme de ce genre deviendra plus nécessaire encore dans le cas des logements de type bungalow, des camps et autres installations supplémentaires d'hébergement.

192. Certains des pays du Maghreb ont une bonne réglementation hôtelière et des restaurants bien gérés, y compris l'obligation d'afficher les menus à la porte des restaurants, celui des prix des chambres et du règlement des hôtels dans les chambres, etc. Ces règlements pourraient être adoptés par tous les pays de l'Afrique du nord puisqu'ils ont un effet rassurant sur les touristes étrangers et encouragent l'honnêteté à l'égard de la clientèle.

#### Tourisme régional

193. On a accompli de grands progrès en encourageant officiellement le tourisme entre les pays membres de la sous-région de l'Afrique du nord. Les statistiques du tourisme des pays du Moyen-Orient indiquent que le tourisme régional, principalement entre pays arabes, représente le gros du tourisme international, au même titre que dans les pays européens que nous avons étudiés. Dans les pays d'Afrique du nord, les touristes en provenance des pays arabes augmentent plus rapidement que ceux qui viennent d'Europe<sup>2/</sup>. C'est pourquoi il est de bonne politique d'encourager cet échange régional de touristes, encore qu'une stricte réciprocité en ce domaine puisse apparaître plutôt nuisible. Les allocations de devises nécessaires à ces voyages doivent être accordées avec générosité selon les possibilités de chaque pays et sans sortir des limites considérées comme raisonnables. Il ne convient pas encore d'insister pour que le montant des allocations de devises soit partout égal; cette mesure devrait plutôt être considérée comme un objectif d'avenir.

#### Formalités aux frontières

194. L'exigence de visas des citoyens de pays voisins doit être traitée différemment des allocations de devises. L'opinion que l'exigence de visas dans un pays où chaque année pénètrent des centaines ou des milliers de touristes était une garantie efficace pour la sécurité du pays n'est qu'une superstition qui appartient au passé et non aux temps modernes. C'est pourquoi on peut se féliciter que la sixième assemblée générale de l'International Arab Tourism Union ait recommandé l'abolition des visas non seulement pour les citoyens des autres pays arabes mais également pour ceux du plus grand nombre possible d'autres pays.

195. Mais il est d'autres formalités aux frontières qui gagneraient à être assouplies, et en premier lieu les formalités douanières et le contrôle des devises. Il est normal que le trafic touristique s'accompagne de menue contrebande sans importance. Lorsqu'une dame âgée, normalement autorisée à emporter une bouteille de parfum dans ses bagages, en emporte deux pour offrir la seconde à une amie, ou lorsqu'un gros fumeur emporte les cinq cartouches de cigarettes dont il aura besoin pendant ses vacances ou lorsqu'un touriste vend sa tente à un voisin au terrain de camping qui en était tellement épris, tout cela, bien entendu, constitue de la contrebande mais qui ne saurait bouleverser l'économie du pays. Par contre, un contrôle douanier trop strict qui importune les voyageurs pour des vétilles de ce genre fait certainement du tort au pays en décourageant les touristes. Un contrôle des devises trop strict également. Si la rentrée des devises étrangères, telle qu'enregistrée par la banque centrale, indique une augmentation concordant avec l'accroissement des nuitées et si les dépenses des touristes semblent raisonnables, le temps est venu de simplifier les réglementations concernant les devises et d'assouplir leur contrôle en ce domaine. L'impression favorable que de telles améliorations laissent sur les touristes encouragera le tourisme étranger et l'accroissement des gains en devises étrangères contrebalancera largement les pertes en devises dues à quelques fraudeurs professionnels qui auront réussi à échapper aux contrôles.

196. Il est important de souligner ces vérités pourtant bien connues, étant donné que le développement rapide du tourisme, qui se traduit par l'arrivée de groupes importants dans des avions affrétés ou de grands car ferries, ou simplement par les files d'automobiles qui attendent aux postes frontières routiers, obligera à passer outre aux formalités et à laisser les gens entrer. Tout retard dans l'accomplissement des formalités douanières (ce qui se produit encore dans certains pays d'Afrique du nord) ne pourra qu'irriter les touristes qui, en Europe, ne se rendent pratiquement plus compte qu'ils viennent de franchir une frontière. C'est pourquoi, simplifier et assouplir les formalités douanières est une mesure qui permettra d'encourager à la fois le tourisme régional et

le tourisme d'outre-mer. Des experts ont été récemment chargés de simplifier certaines réglementations archaïques jouant aux passages de frontières et autres réglementations administratives, dans les pays qui n'ont pas encore une grande expérience en ce domaine puisqu'ils n'ont que commencé à développer leur tourisme. On peut donc prévoir qu'une libéralisation des formalités aux frontières interviendra dans tous les pays de l'Afrique du nord.

#### Coopération dans l'activité commerciale

197. La simplification des formalités, y compris celles qui intéressent les entrées en voiture ou en autocar, permettra également de donner un essor nouveau aux excursions d'un pays à l'autre ainsi qu'aux circuits organisés par des agences de voyages. Les agences de voyages tunisiennes offrent déjà des circuits touristiques qui incluent à la fois la Tunisie et l'Algérie. Les agences de voyages libyennes pourraient organiser des voyages touristiques en autocar jusqu'à Djerba, en Tunisie, et il serait également possible d'organiser des excursions qui permettraient aux vacanciers de l'île de Djerba de se rendre à Sabratha, à Leptis Magna et à Tripoli, en Libye. Les mêmes arrangements pourraient intervenir entre le Maroc et l'Algérie, pour ne citer que quelques exemples. On a recommandé que les agences de voyages organisent des circuits touristiques passant par plusieurs pays nord-africains. On a même envisagé l'organisation d'un bureau de voyages maghrébin à cet effet. On peut observer, en l'occurrence, que la libre initiative des bureaux de voyages existants et leur coopération permettraient de parvenir aux résultats souhaités, à condition que leurs efforts ne soient pas entravés par des obstacles administratifs. Mais si ces résultats se faisaient attendre, il serait possible de créer un petit bureau qui organiserait des circuits touristiques et ne travaillerait qu'avec des agences de voyages, tant dans les pays du Maghreb qu'à l'étranger. Ce bureau devrait être l'entreprise commune de celles des agences de voyages du Maghreb qui s'intéressent à l'expansion de ce type de tourisme. Il serait certainement très utile d'organiser et de commercialiser des circuits touristiques traversant les pays du Maghreb et de

faciliter la mise sur pied de tels circuits par des agences européennes. Mais la situation serait différente si ce bureau entreprenait d'ouvrir des succursales sur les principaux marchés européens et tentait d'y concurrencer les agences de voyages grossistes ou détaillantes. Une telle mesure ne serait pas à conseiller à l'heure actuelle, alors que seul un soutien sans réserve de la part des agences de voyages européennes et américaines permettra un développement rapide du tourisme d'outre-mer vers les pays de l'Afrique du nord.

198. La situation est très différente quant à la coopération des pays d'Afrique du nord pour l'établissement et l'exploitation en commun de bureaux nord-africains ou maghrébins d'informations touristiques aux Etats-Unis et dans les pays d'Europe occidentale, bureaux dont on a déjà parlé ci-dessus. Ces bureaux communs permettront de réduire les frais et de renforcer l'effet des efforts déployés en faveur du tourisme; en outre, ces bureaux ne seront nullement des concurrents pour les bureaux de voyage sur leurs marchés respectifs, mais au contraire constitueront pour eux une aide très appréciable.

#### Formation professionnelle

199. On a déjà parlé de la formation professionnelle à propos des recommandations des conférences de l'Afrique du nord ou du Maghreb sur la coopération concernant l'admission des étudiants des autres pays membres aux institutions de formation professionnelle. Ces recommandations ont été mises en oeuvre par certains pays. La Tunisie, par exemple, a offert des bourses d'études à des étudiants algériens et provenant d'autres pays du Maghreb dans des conditions fort généreuses, mais seule l'Algérie a saisi cette occasion et a envoyé 30 étudiants dans les écoles hôtelières tunisiennes. On souhaite vivement que cette pratique se poursuive et en même temps que s'accroisse le nombre des écoles hôtelières et des centres de formation à la fois en Tunisie et au Maroc.



200. Lorsqu'avec l'assistance du PNUD, l'institut (école) de formation professionnelle supérieure de l'industrie hôtelière et du tourisme aura été créé, une brèche importante se trouvera comblée et la voie sera désormais ouverte à un développement plus rapide de l'industrie hôtelière et du tourisme en Afrique du nord. Il y a actuellement pénurie de personnel suffisamment qualifié pour les postes de direction et de gestion dans l'industrie hôtelière et le tourisme en général. La formation reçue dans des centres de formation supérieure européens n'a pas toujours donné les résultats escomptés car les étudiants étaient alors tentés d'accepter des postes bien rémunérés dans des hôtels européens, et certains ont saisi cette occasion. Un établissement de formation hôtelière dans les pays d'Afrique du nord n'impliquerait pas que les étudiants devraient étudier et vivre dans des conditions différentes de celles qu'ils connaissent dans leurs pays d'origine, et les liens qui les rattachent à leurs pays respectifs ne seraient pas coupés, en même temps que ces étudiants auraient la possibilité d'acquérir les plus hautes compétences professionnelles dans le domaine de l'industrie hôtelière et du tourisme.

201. Certains pays d'Afrique du nord ont des universités et autres instituts d'enseignement supérieur hautement renommés dans d'autres domaines de l'enseignement; si leurs étudiants étaient admis dans les instituts de formation supérieure aux métiers de l'industrie hôtelière, ces universités et instituts pourraient offrir des conditions d'admission similaires, dans d'autres domaines d'étude, à ceux des étudiants provenant du pays où l'institut hôtelier sera situé.

#### Réunions internationales

202. Les réunions internationales ou parfois nationales d'organisations étrangères présentent un intérêt particulier pour le tourisme. Les grandes villes d'Afrique du nord, qui disposent d'une capacité hôtelière suffisante ainsi que de salles et d'équipement pour des réunions importantes, ont de bonnes chances de pouvoir attirer ces réunions ou conférences, puisqu'elles se trouvent à des distances relativement faibles des principaux centres industriels européens et jouissent d'un climat sensiblement différent.

En ce qui concerne les réunions internationales ou celles de l'Europe occidentale, Alger, Tunis et Tanger pourraient facilement jouer un rôle analogue à celui que joue Miami pour les réunions des organisations des Etats-Unis. A cet égard, une action commune entreprise par tous les pays de l'Afrique du nord ou du Maghreb serait fort utile, car les représentants de ces pays aux diverses organisations internationales pourraient adopter une attitude commune en ce qui concerne les invitations lancées par l'un ou l'autre des pays nord-africains, appuyer cette invitation et tenter d'influencer d'autres délégués en ce sens.

203. Parmi ces réunions, il en est une qui présenterait un intérêt extraordinaire pour le développement du tourisme dans les pays africains. Il s'agit de la réunion annuelle de l'American Society of Travel Agents (ASTA) qui doit se tenir en octobre 1969 et 1971. L'Afrique constitue pratiquement un nouveau continent pour les agences de voyages américaines comme d'ailleurs pour le public américain, et ce serait une excellente politique commerciale pour les agences de voyages que d'offrir au public des circuits touristiques nouveaux et attrayants. En marge de la réunion de l'ASTA, des excursions sont organisées avant et après la convention par le pays hôte ainsi que par d'autres pays; ces excursions sont offertes aux participants à un prix nominal allant de 7,5 à 10 dollars par jour. Ces circuits ouvrent de nouveaux horizons aux agences de tourisme et nombre d'entre elles pourront ensuite offrir des circuits comprenant ces mêmes régions dans les brochures concernant leurs nouveaux programmes et circuits touristiques qu'elles distribueront à leurs clients, par dizaines ou même par centaines de milliers d'exemplaires. La convention de l'ASTA réunit plus de 2.000 personnes, y compris les épouses des participants. La plupart de ceux-ci sont propriétaires ou directeurs de bureaux de voyages. Ils exigent tous des installations hôtelières très confortables et des chambres avec salle de bain privée. Le Caire et Tunis pourraient d'ores et déjà recevoir cette convention, et lorsque les nouveaux hôtels prévus auront été construits, avant le mois d'octobre 1971, d'autres villes d'Afrique du nord pourraient également se mettre sur les rangs. Il existe aussi d'autres villes d'Afrique qui pourraient recevoir la prochaine convention de l'ASTA.

tenue hors des Etats-Unis; c'est le cas d'Addis-Abéba ou de Nairobi ou encore une ville de l'Afrique de l'ouest, à condition qu'elle puisse offrir des salles de conférences, des installations hôtelières et des moyens de transport suffisants.

204. C'est pourquoi il serait utile que les pays africains qui désireraient recevoir la prochaine convention de l'ASTA, en 1971, ou offrir des circuits avant ou après cette réunion, prennent contact les uns avec les autres ou bien avec le secrétariat de la CEA, afin d'arrêter à l'avance la ville où les pays africains souhaiteraient que se tienne la convention de 1971 de l'ASTA et afin que, lorsque le pays hôte enverra son invitation à la convention, en octobre 1969, à Tokyo, cette invitation puisse être appuyée par tous les pays africains représentés à la convention et par tous les membres de l'ASTA en Afrique. Il faut se rendre compte que l'intérêt majeur de cette convention, pour la propagande touristique, ne manquera pas de susciter le désir des autres régions du monde de l'accueillir et qu'une action bien coordonnée sera nécessaire pour obtenir que la convention de 1971 soit tenue en Afrique.

#### Notes du chapitre X

- 1/ "The future of Tourism in the Pacific and Far East", pages 18 à 31, document publié par le Département du commerce des Etats-Unis en 1961.
- 2/ Mais dans la plupart des pays du Maghreb les visiteurs provenant des pays européens les plus proches de l'autre côté de la Méditerranée sont considérés comme appartenant au tourisme régional. La seule différence avec les touristes provenant des pays arabes est le manque de communications terrestres. Toutefois, la création de services transbordeurs peu onéreux et couvrant de faibles distances permettra de recevoir aussi, à peu de frais, les touristes venant avec leur automobile particulière.

## CONCLUSION

205. Les données à la base de cette étude ne sont ni complètes ni uniformes pour tous les pays considérés, mais elles ont néanmoins suffi à révéler les tendances principales du tourisme international, dans la mesure où elles présentent un intérêt pour les pays d'Afrique du nord. Toutefois, pour l'estimation plus précise de la demande, des études de marché détaillées seraient nécessaires, dont les modalités ont été exposées ci-dessus.

206. Un autre domaine où l'on manque également de précisions est celui de l'abaissement possible des tarifs aériens dans l'avenir, qui permettra la réduction des frais d'exploitation résultant des progrès techniques. Les Boeing 747 et autres avions géants qui seront mis en service en 1969 et 1970 pourraient, outre une réduction des prix sur les services réguliers, avoir indirectement un effet considérable aussi sur la diminution des prix des vols par avions affrétés. En revanche, les avions géants pourraient également être utilisés pour transporter outre-mer les passagers avec leurs automobiles, en sorte que les touristes pourraient commencer leurs circuits à grande distance de leur pays.

207. On pourrait certainement obtenir des pays nord-africains plus de précisions au sujet de leurs plans de développement du tourisme. Les pays membres n'ont pas tous établi des plans, mais il est très probable qu'ils se généraliseront dans l'avenir, ce qui permettra d'obtenir une estimation plus précise de l'offre touristique future dans les pays d'Afrique du nord.

208. On n'a donné dans ce rapport aucune indication quant à l'offre des pays concurrents. Les renseignements existants sont fournis dans la publication annuelle de l'OCDE : "Le tourisme dans les pays de l'OCDE". Il ressort des chiffres publiés que ce n'est pas seulement en Afrique mais aussi sur les autres continents que l'on fait beaucoup pour développer l'offre de services touristiques. Dans les pays touristiques traditionnels, des investissements très importants sont consacrés à de nouveaux hôtels et encore plus à des moyens d'hébergement complémentaires. Il est évident

que le tourisme intérieur et le tourisme international à courte ou moyenne distance augmentent rapidement, et les nouveaux investissements visent à satisfaire cette demande croissante. Mais cette tendance intensive à l'investissement va modifier l'aspect même des principales régions touristiques de l'Europe, ce qui ne sera pas du goût des vacanciers traditionnels qui chercheront alors de nouveaux horizons outre-mer. Il n'est pas étonnant que la marée du grand tourisme qui a déferlé sur l'Espagne d'abord, puis sur la Yougoslavie, la Grèce et le Portugal, ait maintenant atteint la Turquie, et il y a déjà des têtes de pont importantes sur les rives du sud de la Méditerranée. La direction où se dirige le grand tourisme est évidente, de même que les possibilités excellentes qui permettraient à l'Afrique du nord d'en retirer les plus grands bénéfices.

209. Le présent rapport formule des recommandations préconisant toute une série de mesures coordonnées et d'actions communes que les pays d'Afrique du nord devront entreprendre. L'objet de ce rapport était seulement d'indiquer quelles sont ces mesures et ces actions. Elles ne pourront toutefois produire tout leur effet que si elles sont appuyées par une politique rationnelle de développement du tourisme dans chacun des pays membres. Certains de ces pays ont déjà formulé une telle politique et ont obtenu des résultats remarquables. Dans certains autres pays, les premiers pas ont déjà été effectués dans la bonne direction et tout semble indiquer que cette bonne marche se poursuivra plus vigoureusement encore dans l'avenir et produira les résultats désirés. C'est pourquoi les conditions sont favorables pour que les pays d'Afrique du nord entreprennent une action commune en matière de tourisme; cela facilitera les efforts particuliers des pays, accélérera leur développement et leur permettra de tirer le maximum d'avantages de l'accroissement prodigieux du tourisme international dans le monde.

ANNEXE I

RECOMMANDATIONS GENERALES

Recherche et statistiques

Dans la plupart des pays d'Afrique du nord le tourisme à grande échelle n'en est qu'à ses débuts. Ces pays ont besoin d'être renseignés sur les meilleures possibilités de financement des nouveaux investissements, sur les types, catégories, dimensions et emplacements les plus favorables pour les nouvelles constructions, sur les nouveaux moyens de transport à organiser, sur les méthodes les plus efficaces de commercialisation et de propagande touristiques sur les marchés étrangers, etc.

Pour être efficace, la coordination des différentes activités économiques relevant du tourisme et l'établissement d'une politique du tourisme rationnelle et efficace en matière de transports, d'hébergement d'organisation des loisirs, etc. exigent des recherches préalables approfondies fondées sur une optique moderne des statistiques du tourisme, des hôtels et des transports et des études étendues tant à l'intérieur des pays intéressés que sur les marchés étrangers. Ces recherches s'imposent encore davantage si l'on entend dresser un plan réaliste pour le développement du tourisme.

Quelques pays d'Afrique du nord ont entrepris des études approfondies qui ont ouvert la voie au développement rapide de leur tourisme. Dans d'autres pays des études entreprises en l'absence des données statistiques sûres n'ont pas permis d'obtenir des précisions quantitatives mais seulement des tendances d'ordre général.

Les frais de statistique doivent être supportés par chaque pays séparément, mais nombre de sondages et d'études pourraient servir à tous les pays d'Afrique du nord s'ils en partageaient sur une voie équitable les dépenses, qui sont très souvent considérables. Certaines de ces enquêtes et études pourraient être effectuées par des pays très développés d'Europe ou d'Amérique du nord qui sont les principales sources de touristes étrangers. Les données obtenues seraient de la plus grande utilité pour les pays en voie de développement qui reçoivent des touristes. Des recommandations sur ce point sont formulées dans le texte qui suit.

1) Dans les enquêtes et études entreprises par divers pays membres de l'OCDE sur les habitudes touristiques de leurs ressortissants, les questionnaires utilisés devraient également comprendre des questions qui rendraient ces études intéressantes et utiles pour les pays en voie de développement du tourisme. Ils devraient fournir des renseignements sur les distances parcourues, les pays visités, les modes de transport utilisés, les établissements hôteliers requis, la durée des séjours, le volume des dépenses, l'âge, la profession, le niveau des revenus personnels, les raisons des déplacements, les agences de voyages, etc..

Il serait également utile que les responsables de ces études entrent en rapport avec les pays qui reçoivent les touristes, ou avec la CEA pour pouvoir inclure les questions particulières qui permettraient aux pays en voie de développement d'obtenir des renseignements précieux sur les tendances du tourisme (paragraphe 110 et 187).

2) Il est également recommandé aux pays d'Afrique du nord d'entreprendre des études appropriées des marchés touristiques par l'intermédiaire de divers bureaux de recherches, au profit de tous les pays de l'Afrique du nord qui en assureraient le financement au prorata des nuitées de touristes en provenance des marchés étudiés dans chacun des pays d'Afrique du nord. (Paragraphe 110 et 187).

3) Une étude comparative devrait être entreprise par tous les pays d'Afrique du nord sur a) les coûts à la construction et b) les frais d'exploitation des hôtels de catégories analogues dans chacun des pays de la sous-région. Cette étude permettrait à chaque pays de connaître les mesures à adopter pour que son industrie hôtelière soit rendue concurrentielle. Elle serait confidentielle et communiquée seulement aux pays ayant participé à l'étude (paragraphe 186).

4) Une recherche du même ordre pourrait également être entreprise sur les encouragements aux investisseurs accordés par les divers pays; il faudrait rechercher comment ces encouragements fonctionnent pour voir s'ils sont suffisants ou bien exagérés, de sorte que les mêmes résultats puissent être atteints avec des moyens budgétaires plus restreints. (Paragraphe 186).

5) Il est recommandé que tous les pays d'Afrique du nord s'accordent pour adopter un système uniforme de statistiques du tourisme qui s'inspirerait des systèmes de la République arabe unie et de la Tunisie et qui sont du même type, et qui contiendrait les améliorations suggérées par les études récentes de la CNUCED et la Commission des statistiques des Nations Unies dans ce domaine et impliquerait des statistiques plus détaillées sur les transports : les statistiques de contrôle aux frontières, tant que ce contrôle est maintenu par les Etats, devraient non seulement distinguer entre les touristes arrivant par air, par mer et par terre mais encore, particulièrement en ce qui concerne les transports aériens, entre a) les vols réguliers, b) les vols affrétés et c) les aéronefs privés ou de sport. En ce qui concerne les transports terrestres, il faudrait faire la distinction entre le chemin de fer, les autocars et les automobiles privées. Pour les automobiles privées, il faudrait noter le pays d'immatriculation afin d'avoir un aperçu de la distance réellement parcourue par les automobilistes (paragraphe 129).

#### Transports

La demande touristique étant très élastique, il importe de mettre tout en oeuvre pour réduire les prix de l'offre touristique d'Afrique du nord sur les principaux marchés. Dans ce domaine, les frais de transport jouent un rôle décisif. Grâce aux progrès de la technique, les voyages transmédia-ranéens sont aujourd'hui rapides et confortables. Il reste à travailler pour que le prix de ces voyages soit abaissé suffisamment pour compenser l'éloignement et la nécessité de traverser la mer.

Comme en témoignent les réductions des tarifs aériens pratiquées dans d'autres régions, il serait également possible de réaliser des réductions



substantielles des tarifs aériens entre l'Afrique du nord et les principaux marchés de touristes grâce à une action concertée entre tous les pays intéressés, après que l'étude aura été faite sur la mesure dans laquelle ces réductions pourraient être appliquées commercialement.

Les services modernes de car-ferry se sont répandus maintenant à travers toutes les mers européennes, sur des lignes souvent bien plus longues que la plus courte traversée entre Italie et Afrique du nord. Il serait d'ores et déjà possible de relier l'Europe à l'Afrique non seulement par le détroit de Gibraltar, à travers lequel les services de car-ferry ont fait la preuve, mais aussi à travers la partie centrale de la Méditerranée. Les routes modernes en Europe et le tourisme automobile à longue distance ont progressé suffisamment pour que les voyages en Afrique du nord en automobile soient pratiqués. Dans les paragraphes ci-après on trouvera quelques indications sur les mesures recommandées à cet égard :

6) Les tarifs IT appliqués entre l'Europe et le Moyen-Orient et entre la Scandinavie et le Moyen-Orient devraient donc être étudiés en vue de la possibilité de leur extension à tous les pays d'Europe d'une part et l'Afrique du nord d'autre part, y compris les pays du Maghreb et le Soudan. Bien qu'aux termes des règlements de l'IATA, l'Algérie, la Tunisie et le Maroc soient considérés comme pays européens, cette particularité ne devrait pas les empêcher d'obtenir pour les voyages en groupe les mêmes tarifs favorables qui ont été obtenus par l'Egypte et d'autres pays du Moyen-Orient. (Paragraphe 142).

7) Il faudrait également considérer qu'en dehors de la saison principale, le nombre minimum de participants par groupe devrait être ramené à 15 (comme c'est le cas pour les tarifs IT de groupes transatlantiques) et le tarif encore plus réduit. Des précautions appropriées permettraient d'éliminer le risque de perdre des passagers réguliers, de sorte qu'une telle mesure aurait pour effet de créer un nouveau trafic qui autrement n'aurait pas pris naissance.

Il serait très utile pour l'expansion du tourisme en Afrique du nord que les organisations touristiques officielles des pays nord-africains

présentent à leurs gouvernements respectifs des recommandations pour que les études nécessaires soient entreprises par les compagnies aériennes nationales en vue de soumettre des propositions à cet effet à la prochaine conférence tarifaire de l'IATA. Cette mesure pourrait être préparée au cours d'une réunion préalable des organisations de tourisme officielles des pays intéressés d'Afrique du nord sous les auspices du Comité permanent consultatif du Maghreb (paragraphe 147).

8) Quelles que soient les restrictions économiques qui caractérisent l'affrètement d'avions à des fins touristiques, les vols par avions affrétés sont extrêmement importants pour le développement du tourisme international; ils ont permis l'expansion du tourisme aérien de masse entre les pays européens, et contribué au même progrès entre l'Amérique du nord et l'Europe. En conséquence, il serait opportun d'encourager fortement les voyages par avions affrétés même si les autres pays adoptent des mesures restrictives à cet égard. (Paragraphe 142-145).

9) Dans le domaine du tourisme où la concurrence est très vive, la réduction des frais revêt une importance primordiale et le tourisme ne doit pas être entravé par le désir de certains pays d'avoir leur propre compagnie aérienne. De telles compagnies ne sont pas assez importantes pour faire face à la concurrence internationale et doivent être maintenues par des politiques restrictives en matière de transport et par des subventions de l'Etat. Dans l'intérêt du tourisme, il conviendrait de regrouper les petites compagnies nationales en une compagnie sous-régionale, ainsi que l'a recommandé la Conférence des transports aériens africains qui s'est tenue à Addis-Abéba en novembre 1964 (paragraphe 148).

10) Afin d'encourager le tourisme entre l'Europe et l'Afrique du nord, il serait bon d'entreprendre une étude de rentabilité sur un service de car-ferry entre la Sicile et la Tunisie par le trajet le plus court, et sur son financement. Ce service devrait être assuré par un grand car-ferry moderne doté d'une cafeteria et d'un nombre limité de couchettes. Le fret pour les voitures ainsi que le prix de la traversée pour les voyageurs devraient être aussi réduits que possible. (Paragraphe 153).

Il serait aussi à considérer si le car-ferry entre la Sicile et la Tunisie devrait être la propriété du Gouvernement tunisien et géré par lui ou être exploité par une compagnie maritime du Maghreb sous le contrôle des pays du Maghreb intéressés (paragraphe 155).

11) Le nouveau service devrait faire l'objet d'une publicité intensive et étendue grâce à l'action concertée et individuelle des pays du Maghreb avec la collaboration, en Europe, des clubs automobiles et du touring, des compagnies pétrolières, des fabricants d'automobiles, de caravanes et d'équipement de camping (paragraphe 154 - voir également les recommandations sur la publicité).

12) Il est également recommandé d'introduire dans tous les pays du Maghreb et l'Espagne des bons d'essence à prix réduit à usage des touristes. La réduction pourrait être de 30 à 40 pour 100 du prix de vente de l'essence dans les pays intéressés dont la plus forte réduction pour la morte-saison. Ces coupons seraient vendus par les banques des pays intéressés ainsi que par les clubs automobiles et du touring à l'étranger qui recevraient une commission substantielle sur les ventes. Ils pourraient également être vendus par les offices de tourisme nationaux à l'étranger (paragraphe 156-158).

13) Les organisateurs de croisières, les agences qui sont chargées des excursions terrestres devraient être renseignés non seulement sur les attractions particulières de chaque escale possible, mais aussi sur les distractions offertes (ainsi que leurs coûts), les excursions et les achats que les passagers pourront faire. A cet effet, il serait bon de publier des feuilles d'information présentées dans un dépliant soigneusement imprimé comportant des photographies en couleurs impressionnantes des principales escales de l'Afrique du nord et de faire une campagne de publicité (articles dans des revues) destinée à atteindre les amateurs de croisières (paragraphe 159-161).

#### Investissements dans les établissements hôteliers

14) Le caractère des voyages touristiques appelés très probablement à se développer entre les marchés touristiques et les pays du Maghreb

exigerait que dans le futur immédiat les fonds disponibles pour des investissements en hôtellerie ne soient dispersés sur les hôtels construits aux emplacements isolés le long de la côte ou ailleurs, mais qu'ils soient plutôt concentrés dans des stations balnéaires bien équipées qui ne seraient pas trop éloignées des grandes villes.

En outre, des établissements hôteliers modernes devraient être construits dans des villes exerçant un attrait touristique certain.

En faveur des familles de touristes, ou des familles de résidents voyageant en auto, en vacances ou en congé de fin de semaine, il faudrait que les stations balnéaires possèdent également des hôtels composés de bungalows pourvus d'une cuisinette, des motels et des terrains de camping en plus des hôtels de type traditionnel. (Paragraphe 162-167).

#### Information et publicité

Dans le domaine du tourisme, où la demande est particulièrement sensible aux influences extérieures et où la concurrence internationale est quasiment illimitée en raison du degré de perfection atteint par les transports et des réductions de tarifs, la publicité est un instrument puissant quand il s'agit d'attirer en masse les touristes. Il en est ainsi même pour les pays qui pourtant ont déjà une réputation touristique bien établie. Pour les pays nouveaux, où peu auraient pensé voyager comme touristes, et dont les attractions touristiques, les possibilités d'hébergement et de transport étaient pratiquement inconnues, non seulement au public mais aussi aux agences de voyages, les annonces dans la presse et la publicité sont indispensables pour le développement efficace du tourisme.

Les principaux objectifs à atteindre sont, entre autres :

- séduire le public et les agences de voyages par l'assortiment riche et varié des attractions touristiques naturelles et culturelles qu'offrent les pays d'Afrique du nord;
- leur fournir des renseignements sur les nouveaux moyens de transports, les réductions des frais de transport grâce aux avions affrétés et les tarifs spéciaux sur les lignes régulières et les nouveaux services de car-ferry, les rabais accordés pendant la saison d'hiver et les possibilités de voyages en auto.

- Informer le public sur les nouveaux hôtels, qui augmentent rapidement, les stations balnéaires, les possibilités de se distraire et de s'amuser, sur les circuits touristiques et les excursions possibles;
- Informer le public des conditions climatiques favorables existant dans la région et persuader les touristes des avantages multiples des voyages en automne, en hiver et au printemps.

La publicité n'est vraiment efficace qu'à sa grande échelle et avec une intensité telle qu'elle atteigne la masse des touristes possibles en les faisant décider de visiter les pays d'Afrique du nord. Une telle publicité coûte cher et les dépenses n'en sont justifiées que si elles entraînent un volume de trafic suffisant pour les supporter. La plupart des pays d'Afrique du nord ne disposent pas encore de la capacité hôtelière suffisante pour absorber le volume de touristes nécessaire au soutien d'une campagne de publicité vraiment efficace sur les principaux marchés touristiques. Dans le tourbillon de la concurrence internationale, les campagnes de publicité trop modestes sont sans effet sur le public. La collaboration entre les pays d'Afrique du nord permettrait de renverser la situation. Le volume et l'intensité de la publicité pourraient être considérablement accrus et cet effort combiné ne manquerait pas d'impressionner le public par les possibilités touristiques nouvelles qu'offrent les pays d'Afrique du nord, d'autant plus que la mise en commun des moyens et de connaissances empiriques pourrait permettre d'obtenir les services des meilleurs experts en la matière.

Des recommandations sont données ci-après sur certains aspects particuliers d'une action de propagande qui pourrait être des plus fructueuses si elle était entreprise conjointement par tous les pays d'Afrique du nord.

15. Quand les pays d'Afrique du nord font de la publicité pour des vacances d'hiver, de printemps et d'automne, ils offrent quelque chose vraiment de valeur, quoique au début ils devront l'offrir à des prix réduits. D'autre part, les habitudes des vacanciers sont profondément ancrées et pour attirer

les touristes en dehors de la saison traditionnelle il faudra lancer une campagne de propagande vigoureuse. Il serait donc nécessaire de rééduquer les touristes quant aux avantages nouveaux que leur offre le transport aérien bon marché. Pour changer les habitudes acquises il faudra que tous les pays d'Afrique du nord collaborent et qu'ils soient aidés par les autres pays méditerranéens intéressés. Les principales mesures qui s'imposent sont les suivantes :

- Réduction considérable des prix d'hôtels en dehors de la saison principale, même si ceux-ci ne pourront couvrir que les frais proportionnels et une partie seulement des frais fixes;
- Réduction considérable des prix des transports locaux pour les touristes, y compris la vente de coupons d'essence à un prix encore plus bas que pendant la saison touristique;
- Bien qu'à partir de 1967 des réductions importantes aient été consenties dans les tarifs d'hiver entre l'Europe et certains pays africains, elles ne sont pas appliquées sur toutes les lignes et certaines d'entre elles sont nettement insuffisantes. En particulier, les réductions du tarif de groupe IT doivent être bien plus importantes afin qu'elles puissent compenser l'avantage que fournit l'utilisation des avions affrétés pendant la principale saison touristique. Car pendant la saison principale les vols par avions affrétés peuvent être organisés avec moins de risque ce qui permet d'offrir des voyages forfaitaires à meilleur compte pendant la saison principale qu'en dehors de la saison. Ces réductions substantielles des tarifs de groupes pourraient également permettre d'organiser des circuits touristiques forfaitaires dans des régions qui ne disposent pas encore d'établissements hôteliers suffisants pour recevoir des groupes venus à bord d'avions affrétés.
- Il faudra également abaisser les tarifs hors saison des car-ferries et des services de paquebots entre l'Europe et l'Afrique du nord.

Il y aurait lieu de s'assurer la coopération de l'Espagne et de l'Italie en leur demandant de délivrer des bons d'essence avec une réduction plus forte pendant la morte-saison. Cette mesure encouragerait également les voyages hors saison dans ces deux pays.

Toutes ces mesures devront faire l'objet d'une publicité vigoureuse et étendue, mise en oeuvre par des annonces et les relations publiques, avec, éventuellement, la participation de tous ceux qui sont intéressés aux résultats à atteindre. (Paragraphe 155-168-172).

16) Il faudrait que les agences de voyages des principaux marchés touristiques, ainsi que les touristes éventuels, disposent d'informations complètes, précises et à jour sur les attractions touristiques et les établissements hôteliers, les tarifs des moyens de transport, et les horaires ainsi que sur les formalités administratives concernant les touristes. Des imprimés devront être fournis en temps utile aux agences de voyages étrangères, c'est-à-dire lorsqu'elles envisagent leurs programmes pour l'année suivante (pour les programmes d'été la documentation devrait leur parvenir entre les mois de mai et septembre de l'année précédente - selon les pays) (paragraphe 138).

17) Les organisateurs d'excursions et détaillants devraient recevoir la visite de représentants qualifiés des pays d'Afrique du nord avant qu'ils aient commencé à préparer leurs programmes pour l'année suivante (paragraphe 138).

18) Les autres activités relatives aux relations publiques et à la publicité doivent précéder ou accompagner les visites effectuées aux agences de voyages étrangères; parmi ces activités figurent, par exemple, les invitations adressées, en collaboration avec les transporteurs, aux agences de voyages pour une visite aux pays nord-africains, les invitations adressées aux rédacteurs et aux journalistes chargés de la chronique des voyages dans les revues et les quotidiens, y compris les photographes de presse, etc.. Des annonces doivent être placées dans les revues et les quotidiens en raison de leur influence sur les personnes qui ont l'habitude de voyager, et il faut en outre s'assurer une publicité gratuite. (Paragraphe 139, 174 et 175).

19) Pour la confirmation des réservations et l'organisation des circuits et autres arrangements locaux, l'exactitude et la rapidité des réponses sont d'une grande importance, ainsi que l'octroi d'une commission ou d'un rabais intéressants aux agences étrangères. Il est également important d'assurer aux clients les chambres de qualité qui ont été promises (paragraphe 140).

20) Il est recommandé que tous les pays d'Afrique du nord entreprennent une action concertée pour attirer les assemblées internationales des différentes organisations mondiales et européennes (paragraphe 202).

21) Un effort tout particulier devrait être entrepris pour que la Convention annuelle de la Société américaine des agences de voyages (American Society of Travel Agents-ASTA) ait lieu en 1971 dans un pays africain. Il serait utile que les pays intéressés se consultent directement ou par l'intermédiaire de la CEA pour décider du pays hôte qui transmettrait son invitation à la Convention de l'ASTA en octobre 1971 à Tokio, appuyé par tous les autres pays africains.

En relation avec la Convention de 1969, les autres pays africains pourraient offrir aux agences de voyages des circuits touristiques spéciaux aux conditions usuelles de l'ASTA ce qui servirait la propagande du tourisme africain sur les marchés des Etats-Unis et du Canada (paragraphes 203 et 204).

22) Il importe de donner aux automobilistes des informations et renseignements simples, précis et à jour, y compris des informations sur les services de car-ferries et leurs tarifs, le prix de l'essence, les prix hôteliers etc., ainsi qu'une carte routière touristique des pays du Maghreb. La collaboration des pays du Maghreb sera le meilleur instrument pour la mise au point de ces moyens d'information et assurer conjointement la propagande touristique dans les pays d'Afrique du nord (paragraphe 173).

23) La commercialisation et la propagande touristique sur les marchés étrangers exigent un personnel qualifié et expérimenté ainsi que des moyens financiers considérables. La collaboration des pays d'Afrique du nord est recommandée parce qu'elle permet l'économie dans les dépenses en assurant



en même temps une efficacité accrue par l'élargissement du champ d'action et le renforcement des effets de la commercialisation et des activités de propagande sur les marchés étrangers. (Paragraphe 141, 174, 178 et Annexe III, chapitre IV).

24) Dans ce contexte il serait bon d'envisager la création de bureaux d'information touristique mixtes pour les marchés dont l'importance ne justifie pas des bureaux de tourisme nationaux séparés ainsi que pour ceux dans lesquels une forte action est particulièrement nécessaire.

25) La collaboration des pays d'Afrique du nord dans la préparation et l'impression de dépliants communs et des échanges mutuels d'informations dans ce domaine leur seraient des plus profitables (paragraphe 177).

26) Les recommandations adoptées par les organisations officielles de tourisme des pays du Maghreb en octobre 1965 à Alger et les recommandations de la Sixième assemblée générale de l'Union arabe internationale de tourisme, les unes et les autres relatives à la propagande touristique, devraient être mises à exécution dès que possible et les organisations de tourisme des pays d'Afrique du nord devraient organiser des rencontres régulières à l'avenir (paragraphe 180-183).

La collaboration serait beaucoup plus efficace si les questions soulevées dans ces réunions se rapportaient uniquement au développement du tourisme dans les pays d'Afrique du nord et si les décisions prises d'un commun accord étaient considérées comme des obligations morales engageant tous les pays intéressés (paragraphe 183).

27) La collaboration en matière de tourisme ne devrait pas être limitée aux seules activités décidées au cours des réunions officielles, mais être de façon générale encouragée entre tous les organismes privés ou publics intéressés (paragraphe 184).

Règlements arrêtés par les gouvernements et formalités administratives

28) Il est recommandé que tous les pays d'Afrique du nord instaurent des critères de classification hôtelière modernes et uniformisés (cependant une certaine tolérance devrait être admise pour les sous-catégories B de

chaque catégorie, particulièrement pour les anciens hôtels du type palace que l'on trouve dans certains pays et qui ne sont pas exactement conformes aux exigences de la nouvelle classification mais présentent d'autres avantages) (paragraphe 190).

29) En raison de l'expansion du tourisme automobile, il serait bon d'adopter une classification uniforme pour les hôtels avec bungalows, les terrains de camping et autres établissements et hébergement supplémentaire (paragraphe 191).

30) Les pays d'Afrique du nord devraient se faire part de l'expérience acquise en matière de règlements légaux et administratifs sur les hôtels, les restaurants et les agences de voyages (paragraphe 192).

31) Il faudrait encourager les échanges touristiques entre les pays arabes ainsi que les autres formes de tourisme régional. Les allocations de devises pour les voyages dans les pays voisins devraient être plutôt généreuses tout en restant dans les limites de ce qui est raisonnable pour le pays intéressé. Il n'est pas nécessaire d'insister, dans l'immédiat pour la parité de ces allocations dans tous les pays d'Afrique du nord, mais on pourrait l'envisager pour un avenir plus éloigné (paragraphe 193).

32) On peut se féliciter que la sixième assemblée générale de l'International Arab Tourism Union ait recommandé l'abolition des visas non seulement pour les citoyens des autres pays arabes mais également pour ceux du plus grand nombre possible d'autres pays. L'application de cette recommandation serait très favorable à l'expansion du tourisme dans tous les pays d'Afrique du nord (paragraphe 194).

33) Les mesures de contrôle des devises et leur application devraient être révisées de temps à autre. Lorsque les gains en devises étrangères provenant du tourisme qui ont été enregistrés par la banque centrale montrent un accroissement proportionné à l'augmentation des nuitées de touristes et lorsque les dépenses journalières des touristes paraissent raisonnables il est bon d'assouplir les règlements monétaires et de simplifier les mesures de contrôle des devises (paragraphe 195).

34) L'expansion rapide du tourisme, les arrivées par groupes importants débarquant d'avions affrétés ou de grands ferry-boats, ou simplement les files d'automobiles attendant aux frontières exigeront l'assouplissement des formalités pour permettre l'entrée des touristes sans perte de temps ni ennui. Il est recommandé que la simplification des formalités douanières et l'accélération des procédures soient introduites sans retard et que l'expérience nécessaire soit acquise dès maintenant pour faciliter dans l'avenir le tourisme de masse (paragraphe 196).

#### Formation professionnelle

35) La création de l'institut d'Etudes Hôtelières et du tourisme dans le cadre du PNUD est recommandée. Cet institut formerait des cadres de gestion et d'exécution pour l'hôtellerie et le tourisme ainsi que les enseignants des écoles secondaires pour l'industrie hôtelière et autres centres de formation professionnelle dans l'hôtellerie et le tourisme (paragraphe 199 et 200).

ANNEXE II

SUGGESTIONS INCIDENTES RELATIVES AU TOURISME DANS CHAQUE PAYS

I. MAROC

- a) Dans le cadre du développement du tourisme sur la côte méditerranéenne du Maroc, on devrait procéder à un reboisement préalable intensif, ou au moins simultané (par.13). Il en est de même pour d'autres régions côtières de la Méditerranée (le reboisement est généralement prévu dans les plans de développement mais négligé ou reporté dans la pratique).
- b) Lors de l'évaluation des avantages et inconvénients climatiques d'une zone particulière il convient de prendre en considération la fréquence, la direction et la vitesse des vents et éléments qu'ils amènent dans leur sillage, moyennes mensuelles outre les températures minimums et maximums, l'humidité de l'air, le nombre de jours ou d'heures de soleil par mois, etc...(par.14).
- c) Les courants maritimes et leurs conséquences sur la sécurité des plages doivent être examinés lorsqu'on envisage le développement touristique d'une région côtière (par.14).
- d) Les régions montagneuses (au Maroc) peuvent attirer les touristes nationaux (sports d'hiver et vacances d'été des résidents marocains). Pour les visiteurs étrangers elles enrichissent la variété de paysages et augmentent l'agrément du pays mais il ne faut pas s'attendre que les touristes étrangers viennent au Maroc pour y prendre des vacances en montagne. En conséquence, il faudra donner la priorité au développement des régions côtières et augmenter la capacité hôtelière des villes impériales (par.15 et 16).
- e) Il faudrait que les statistiques des arrivées et des nuitées de touristes dans les hôtels et autres établissements d'hébergement soient suffisamment analytiques pour donner des renseignements sur le taux d'occupation des hôtels des diverses catégories, leur situation géographique, sur les diverses saisons et les caractères des voyages

des touristes étrangers, ce qui servirait à orienter les investissements et la politique touristique (par.24 et 25) - (voir également la recommandation générale No.5, annexe I).

f) La recommandation officielle préconisant l'application d'une politique "tarifs bon marché-occupation élevée" formulée par le Ministre marocain du tourisme en janvier 1966 devrait être suivie par les directeurs d'hôtels. Les tarifs d'hôtels adoptés devraient être publiés dans des dépliants publicitaires officiels et distribué aux agences de voyages étrangères dès le mois de juin de l'année précédant celle de l'application des tarifs. Les hôtels seraient tenus d'appliquer les tarifs publiés. La coutume veut que les agences de voyages étrangères obtiennent des rabais mais ces rabais ne devraient pas dépasser des limites raisonnables. Si les tarifs hôteliers publiés dans les prospectus pour les touristes sont élevés, cela a pour effet de décourager les touristes indépendants même si les agences de voyages obtiennent des rabais considérables. Il est encore plus préjudiciable de ne pas publier les tarifs des hôtels en temps opportun (par.33-36).

## II. ALGERIE

a) Les moyennes mensuelles des températures journalières, maxima et minima, de certaines régions côtières de la Méditerranée et de l'intérieur devraient être indiquées dans les annuaires statistiques et utilisées dans les prospectus touristiques (par.39).

b) L'Agence de tourisme algérienne, fondée par l'Etat, organise des voyages et des excursions en Algérie et les offre aux agences de voyages et aux touristes étrangers, activité qui était généralement négligée par les agences de voyages privées mais qui est utile pour attirer des touristes étrangers en Algérie. Pour que cette agence puisse fonctionner à une grande échelle il faudrait qu'on lui reconnaisse un statut légal et qu'on lui accorde des fonds suffisants. En outre, pour ces activités à l'étranger elle a besoin de l'appui publicitaire des organismes gouvernementaux qui s'occupent de la propagande touristique (par.43).

- c) Comme pour le Maroc, il faudrait rassembler des données statistiques sur les hôtels, et les présenter sous plusieurs aspects analytiques (voir la suggestion I (e) et la recommandation générale no.5, annexe I)
- d) Il est recommandé que le Gouvernement accepte le plan de développement du tourisme élaboré par le Ministère du tourisme (par.48).
- e) La construction des hôtels devrait être financée sur la Caisse algérienne pour le développement, par l'Organisation de la coopération industrielle (franco-algérienne) et les revenus nets de l'Office national algérien du tourisme (par.49-51).
- f) En tant qu'actionnaire (minoritaire) de la Société nord-africaine d'hôtellerie, le Ministère du tourisme devrait exiger une enquête sur le maintien défectueux des établissements et l'absence d'initiative commerciale qui caractérisent les hôtels appartenant à cette société, et qui ont entraîné une utilisation insuffisante des hôtels adaptés au tourisme international. Cette enquête devrait être confiée à un expert de l'hôtellerie, désintéressé, ayant une connaissance approfondie de la gestion des chaînes hôtelières et du tourisme international, qui pourrait faire les recommandations appropriées (par.46).
- g) Il est recommandé i) de retirer à l'Office national algérien du tourisme (ONAT) la gestion des petits établissements qui ont un caractère purement local, tels que cafés, petits restaurants, petits hôtels et villas qui ne présentent aucun intérêt pour le tourisme international et qui seraient mieux gérés si les municipalités s'en occupaient directement ou les donnaient en bail, et de ne laisser à l'ONAT que les établissements d'importance pour le tourisme; ii) de réserver pour d'autres usages, ou de vendre, les hôtels qui ne rapportent pas lorsqu'il n'y a aucun espoir de voir leur situation s'améliorer dans un avenir rapproché; et iii) de regrouper les hôtels de même catégorie sous des directions distinctes, jouissant d'une autonomie suffisante et qui seront responsables d'une gestion rentable (p.46).
- h) Pour rassurer les investisseurs il serait bon de modifier le code des investissements afin que les nouveaux investissements consacrés

à la construction d'établissements hôteliers sous le régime du code et approuvés par les autorités compétentes soient garantis contre toute nationalisation pour toujours, ou au moins pour une période de 20 années ou plus (par.54 et 55).

### III. TUNISIE

- a) Il est recommandé d'affecter des crédits budgétaires suffisants pour permettre une propagande touristique efficace sur les principaux marchés étrangers, qui atteindrait les touristes et mettrait l'accent sur les avantages qu'offre le tourisme en Tunisie en automne, en hiver et au printemps (par.72).
- b) Il est recommandé de mettre en service un car-ferry moderne de grande capacité entre Massala et Kelibia, ou entre deux autres ports séparés par une distance équivalente, pour lequel serait appliqué un tarif avantageux et qui ferait l'objet d'une publicité efficace auprès de toutes les organisations et pays intéressés (par.72 et 153)  
(Voir également la recommandation générale No.10).

### IV. LIBYE

- a) Les moyennes mensuelles des températures journalières, maxima et minima, devraient être indiquées dans les statistiques de la Libye et utilisées dans les prospectus touristiques (par.74).
- b) Les statistiques hôtelières devraient être présentées de façon plus analytique (par.77).
- c) Les investissements consacrés au tourisme en Libye ne devraient pas être dispersés dans tous le pays mais plutôt concentrés pour la construction d'hôtels dans les grandes villes de la région côtière et pour la création d'une ou deux grandes stations balnéaires avec plusieurs hôtels, dont certains offrant des bungalows, un casino et autres moyens de distraction. De telles stations attireraient les résidents libyens pour y passer les vacances avec leurs familles, ainsi que les résidents des villes voisines profitant de leurs congés de fin de semaine ou effectuant des excursions, mais petit à petit elles attireraient également les touristes internationaux (par.79-82).

## V. REPUBLIQUE ARABE UNIE

Si la RAU décide d'adopter les mesures favorables aux investissements de capitaux privés dans l'industrie hôtelière, elle devra leur faire une publicité appropriée et indiquer les différentes garanties, privilèges et encouragements destinés aux investisseurs étrangers. Pour attirer les investisseurs étrangers il serait bon de leur faire connaître les coûts de construction et les frais de gestion des hôtels des catégories et dans les endroits qui pourraient les intéresser le plus. (par.92).

## VI. SOUDAN

a) On recommande une modernisation systématique des centres d'accueil de l'Etat et la création d'une grande station pour touristes disposant d'installations confortables dans le Parc national de Dinder. Parallèlement il faudrait faire une publicité appropriée sur les principaux marchés touristiques et créer une bonne organisation de commercialisation (par.96).

b) Un service régulier d'hydroglisseurs devrait être institué entre Kosti (ou Khartoum) et Juba pour que les touristes puissent se rendre dans les villages riverains du Nil les jours de festivités et autres (par.96).

c) Une politique dynamique des prix est recommandée pour les hôtels de Khartoum afin d'attirer les voyages en groupe de touristes organisés par des agences de voyages. Comme il serait à l'heure actuelle difficile de diminuer les tarifs publiés qui sont acceptés par les hommes d'affaires mais qui sont inacceptables pour des groupes de touristes, il serait bon dans le cas particulier, d'accorder des rabais substantiels aux affreteurs d'avions et autres agences de voyages (par.101).

d) Une simplification des formalités aux frontières s'impose si l'on veut développer le tourisme international à grande échelle au Soudan (par.102).



ANNEXE III

LA PROJECTION DU TOURISME EN AFRIQUE DU NORD DE 1965 A 1980

TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u>
A. INTRODUCTION . . . . .	3
B. CAPACITE D'HEBERGEMENT DANS LES HOTELS ET VOLUME DU TOURISME ETRANGER . . . . .	3
C. EFFETS ECONOMIQUES DU TOURISME ETRANGER . . . . .	18
D. FORMATION PROFESSIONNELLE . . . . .	28
E. PROPAGANDE TOURISTIQUE . . . . .	34
F. CONCLUSION . . . . .	41

TABLEAUX

Tableau 1	Capacité d'hébergement hôtelier requise . . . . .	12
Tableau 2	Evaluation des nuitées de touristes étrangers au Maroc . . . . .	13
Tableau 3	Moyens d'hébergement utilisés par les touristes d'été au Maroc . . . . .	13
Tableau 4	Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Algérie . . . . .	14
Tableau 5	Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Tunisie . . . . .	15
Tableau 6	Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Libye . . . . .	16
Tableau 7	Evaluation des nuitées de touristes étrangers en RAU . . . . .	17
Tableau 8	Evaluation des nuitées de touristes étrangers au Soudan . . . . .	19
Tableau 9	Nuitées de touristes étrangers (en milliers) et recettes brutes en devises . . . . .	20

## TABLE DES MATIERES (suite)

## TABLEAUX (suite)

	<u>Page</u>
Tableau 10 Coût estimé de la construction hôtelière en dollars par lit dans les pays nord-africains (1965) . . . . .	26
Tableau 11 Capitaux à investir annuellement dans l'industrie hôtelière et dans l'infrastructure touristique . . . . .	27
Tableau 12 Personnel supplémentaire nécessaire chaque année pour les nouveaux hôtels d'Afrique du nord à partir de 1970. . . . .	31
Tableau 13 Nombre des étudiants à former à divers niveaux . . . . .	32
Tableau 14 Nombre d'enseignants requis pour les écoles hôtelières (sauf au niveau universitaire). . . . .	33
Tableau 15 Bureaux nord-africains d'information touristique à l'étranger . . . . .	39
Tableau 16 Moyens financiers nécessaires pour la propagande touristique de l'Afrique du nord . . . . .	40

## A. INTRODUCTION

Des projections sur le tourisme jusqu'en 1980 ont été établies afin de fournir les éléments nécessaires à une étude sur le développement industriel de l'Afrique du nord. De toute évidence, des projections portant sur une aussi longue période ne peuvent être considérées comme des prévisions exactes des événements à venir. De telles prévisions ne sont même pas possibles pour les toutes prochaines années. Dans les pays où des plans officiels de développement du tourisme avaient été proposés, nous avons fondé nos projections sur leurs chiffres, mais certains de ces plans n'ont finalement pas été approuvés par les gouvernements et d'autres, bien qu'approuvés, n'ont pas été réalisés à 100 pour 100 ou ont dépassé leurs objectifs en cours de réalisation. En conséquence, ces projections n'ont pour but que d'attirer l'attention sur l'ordre d'importance des différents composants nécessaires pour atteindre les résultats projetés. Cependant, les principales hypothèses des projections sont fondées sur une interprétation réaliste des tendances de la demande dans le domaine du tourisme sur les principaux marchés des voyages, et des possibilités économiques de l'Afrique pour créer les services touristiques permettant de répondre à la demande. Si les gouvernements intéressés décident d'appliquer des programmes draconiens pour le développement du tourisme, il sera possible d'aboutir au développement projeté eu égard tant aux besoins mondiaux en voyages à l'étranger qu'aux possibilités de production en puissance des pays d'Afrique du nord.

## B. CAPACITE D'HEBERGEMENT DANS LES HOTELS ET VOLUME DU TOURISME ETRANGER

On a montré au chapitre VII que la demande de tourisme outre-mer augmentait fortement et régulièrement et que cette augmentation reposait sur des bases solides, à savoir la croissance économique et le fait que la population des pays très développés a de plus en plus besoin, pendant la période des vacances annuelles, de changer de milieu et de se détendre. La mesure dans laquelle cette demande croissante se matérialisera en un volume réel de voyages touristiques en Afrique du nord dépend pratiquement de l'offre

correspondante qui a, pour élément-clé, l'existence de moyens d'hébergement, offerts à des prix compétitifs<sup>1/</sup>.

L'expérience a montré qu'étant donné le coût réel de la construction et de l'exploitation hôtelières, les hôteliers peuvent, tout en appliquant des prix compétitifs, réaliser un profit. Il est vrai que dans certains pays de l'Afrique du nord, les nouveaux hôtels n'ont pu obtenir ce résultat que parce qu'ils ont bénéficié de mesures d'encouragement et même de subventions de l'Etat<sup>2/</sup>. Grâce à une bonne publicité, à une baisse des tarifs des transports et à l'application d'une politique dynamique de prix, tant des transports que des hôtels, on pourrait arriver à prolonger la saison touristique dans les pays de l'Afrique et à élever le taux d'occupation des hôtels, ce qui permettra de répartir les dépenses de capital sur un plus grand volume de ventes. Par ailleurs, même si les prix montaient quelque peu pendant la pleine saison, les voyages à forfait resteraient intéressants grâce à l'abaissement du prix des transports. De ce fait, le commerce hôtelier sera plus rentable si bien qu'à l'avenir, l'Etat pourra réduire ses subventions.

Pour évaluer, dans le cadre de notre projection, les besoins et les effets de l'expansion du tourisme, on a supposé que la construction hôtelière se développerait suivant les prévisions indiquées dans la présente section. Cependant, comme on ne dispose de renseignements que sur les plans de développement de quelques pays seulement, il est presque certain que le développement réel s'écartera plus ou moins de cette projection et que certains pays dépasseront les estimations données.

Pour les pays sur lesquels on manquait de données statistiques, il a fallu utiliser des chiffres et des renseignements tirés d'études faites dans d'autres pays et déterminer la mesure dans laquelle ils pouvaient s'appliquer aux pays nord-africains en question.

---

<sup>1/</sup> L'existence de moyens de transports, à des prix compétitifs, vers l'Afrique du nord est un autre élément-clé dont il a été question au chapitre VIII.

<sup>2/</sup> Pour plus de détails, voir les chapitres I à III.

De toute façon, l'expansion du tourisme dans la plupart des pays de l'Afrique du nord est récente et il n'y a pas très longtemps non plus que les conditions essentielles de cette expansion ont été réunies; on ne peut donc guère s'appuyer sur l'évolution passée pour prévoir l'avenir, d'autant plus que les progrès des transports n'ont pas encore produit tous leurs effets sur la réduction des prix des voyages touristiques, ce qui cependant ne saurait tarder.

#### Maroc

Pour prévoir les futurs moyens d'hébergement hôtelier (voir tableau 1), on s'est servi des données sur l'accroissement de la capacité d'hébergement prévu dans le plan triennal (1965-1967) actuellement en cours d'exécution. Selon ce plan, la capacité d'hébergement devrait en trois ans, augmenter de 19.200 lits, soit un accroissement de 6.400 lits en moyenne par an. Il s'agit là d'un programme relativement ambitieux dont la réalisation exige l'application de stimulants économiques de vaste portée, imputés sur le budget de l'Etat. Ces stimulants peuvent se justifier du point de vue économique pour faire démarrer l'expansion et montrer que les nouveaux hôtels du Maroc peuvent fonctionner avec profit. A la longue, la lourde charge que représentent ces stimulants pour les finances publiques pourrait être allégée, même si cela entraînait un ralentissement de la croissance des investissements, pour lesquels il faudrait, cependant, moins de subventions de l'Etat. On envisage donc, de 1969 à 1975, un accroissement annuel de la capacité d'hébergement de 4.000 lits dans les hôtels et dans les stations balnéaires. Après 1975, les meilleurs emplacements seront déjà occupés et par la suite, il faudra augmenter les dépenses d'infrastructure, ce qui ralentira vraisemblablement l'expansion. Par ailleurs, la réduction des tarifs du transport aérien se traduira par une concurrence beaucoup plus serrée de la part des autres régions de l'Afrique.

Cette prévision est valable pour les entreprises auxquelles l'Etat et les organismes para-étatiques participent directement ou indirectement. Il se peut toutefois que, dans des conditions favorables, l'initiative privée accélère l'expansion prévue. N'ayant plus à dépenser pour la guerre, et ayant

réduit leur budget de défense, certains pays pourraient disposer des capitaux accrus pour des investissements dans le tourisme; simultanément, une élévation plus rapide du niveau de vie pourrait entraîner un tel gonflement de la demande de voyages, qu'il serait nécessaire d'accélérer le rythme des nouveaux investissements beaucoup plus que prévu.

Le tableau 2 donne pour le Maroc une projection de l'accroissement tant de la capacité d'hébergement des hôtels que du nombre des nuitées de 1965 à 1980.

On considère qu'en 1965, les touristes étrangers restaient en moyenne 9 jours au Maroc et que les nuitées de ces touristes atteignaient le chiffre de 3.408.705.

Faute de statistiques sur les arrivées et sur les nuitées dans les hôtels, on a dû se servir de données tirées d'enquêtes pour estimer le nombre de touristes qui ont séjourné dans les hôtels et de ceux qui ont fait appel aux autres moyens d'hébergement. Le tableau 3 donne une répartition en pourcentage, de ces deux catégories de touristes. En 1966, 74 pour 100 des touristes étrangers se sont logés dans les hôtels et dans les établissements touristiques, contre 77,2 pour 100 en 1962. Le pourcentage des touristes qui ont voyagé en caravane ou qui ont campé est passé de 3,7 pour 100 en 1962 à 11 pour 100 en 1966. En revanche, la proportion des touristes qui ont séjourné chez des parents ou chez des amis a baissé de 14,2 à 13 pour 100 et celle des touristes qui ont loué des appartements ou des villas est tombé de 4,4 à 1,8 pour 100. On s'attend à une nouvelle augmentation des nuitées dans les campings ou en caravane et, proportionnellement, à une diminution des nuitées chez des amis ou des parents ainsi que dans les appartements ou les villas loués.

Les deux enquêtes dont on a tiré les chiffres du tableau 3 ont été menées pendant l'été, ce qui explique le fort pourcentage (26 pour 100) des touristes étrangers utilisant les moyens d'hébergement complémentaires. Pour l'ensemble de l'année, ce pourcentage serait certainement beaucoup plus bas. Par ailleurs, les touristes qui logent chez des parents ou chez des amis et ceux qui louent un appartement ou une villa séjournent généralement dans le pays beaucoup plus longtemps que les clients des hôtels. On peut

supposer que, pour toute l'année, le nombre des nuitées dans les moyens d'hébergement complémentaires représentait 20 pour 100 du total des nuitées des touristes étrangers.

Le Tableau 2 donne un chiffre estimatif de 2.524.700 nuits passées par les touristes étrangers dans les hôtels et les villages de vacances. Si l'on considère que les ressortissants étrangers et les citoyens marocains vivant au Maroc représentent 14 pour 100 des nuitées dans les hôtels touristiques, on obtient un taux d'occupation hôtelière au Maroc de 61 pour 100 en 1965<sup>1/</sup>.

Avec les nouveaux hôtels qui seront construits et l'expansion du tourisme étranger, le pourcentage des clients locaux diminuera vraisemblablement. Par ailleurs, la plupart des nouveaux hôtels étant situés dans les centres de villégiature et non pas dans les villes où la clientèle est composée de vacanciers et d'hommes d'affaires, le taux moyen d'occupation hôtelière devrait baisser. On a tenu compte de ces deux éléments pour prévoir le futur volume du tourisme au Maroc; on a donc estimé que le taux d'occupation moyen serait de 55 pour 100 en 1967 et de 52 pour 100 à partir de 1968 alors que la proportion de résidents marocains dans les hôtels baisserait de 14 à 5 pour 100<sup>2/</sup>.

---

1/ A été pris, comme capacité théorique maximale, le nombre de lits à la fin de l'année antérieure multiplié par 360, augmenté du nombre de lits ajouté au cours de l'année, multiplié par 150.

2/ Dans des prévisions intéressant un domaine plus restreint, quelques experts ont envisagé un taux d'occupation plus élevé mais qui n'était pas fondé sur les statistiques hôtelières précises. Les taux d'occupation très élevés publiés pour certains hôtels égyptiens dans les statistiques officielles ne signifient pas que les taux moyens d'occupation dans les hôtels des diverses catégories soient aussi élevés : seules des statistiques hôtelières précises permettraient d'obtenir des chiffres exacts. Dans les pays pour lesquels on dispose de statistiques et qui ont à peu près le même climat que les pays de l'Afrique du nord, ces taux sont beaucoup plus bas. En 1966, ils étaient au Liban de 58,4 pour 100 dans les hôtels de Beyrouth et de 31,3 pour 100 seulement dans ceux des stations balnéaires. En Israël, le taux moyen d'occupation pour tous les hôtels était de 51,2 pour 100 en 1965. En Italie, la même année, le taux d'occupation le plus élevé était enregistré par les hôtels de luxe, avec 148 jours de pleine occupation, ce qui correspond à un taux de 41 pour 100 seulement si l'on calcule la capacité maximale sur 360 jours.

Algérie

Au tableau 4, on a donné une estimation de l'expansion possible du tourisme en Algérie. Pour les trois années 1965-1967, les prévisions ont été établies à partir du plan d'expansion du tourisme qui a été élaboré par le Ministère du tourisme mais qui n'a pas encore été approuvé par le Gouvernement. Ce plan prévoit une augmentation de la capacité d'hébergement hôtelier de 1.000 lits en 1967, 2.000 en 1968 et 7.000 en 1969. Dans ce pays, tout comme au Maroc, l'exécution du plan repose sur un financement massif provenant des fonds gérés par l'Etat et sur de grosses subventions prises sur le budget de l'Etat. De tels stimulants financiers se justifient au démarrage, mais dès que l'exploitation hôtelière deviendra rentable, ils seront probablement réduits même si cette réduction implique un ralentissement de la cadence d'expansion. En revanche, grâce à ses ressources naturelles et au développement économique global qu'elles permettent, l'Algérie pourra augmenter sa capacité d'hébergement plus rapidement que ses voisins. L'Algérie possède en outre un long littoral, d'accès facile, dont l'aménagement exigera relativement peu de dépenses d'infrastructure, et qui se prête à un développement du tourisme; par conséquent, une fois le départ pris, la capacité d'hébergement hôtelier pourrait être accrue de 5.000 lits en moyenne par an.

Comme on l'a expliqué à propos du Maroc, un taux d'occupation moyen de 52 pour 100 est déjà assez élevé. Compte tenu de l'augmentation de la capacité d'hébergement et de l'expansion du tourisme international, il est vraisemblable que le pourcentage des nuits passées par les résidents dans les hôtels tombera de 35 pour 100 (en 1965) à 5 pour 100 en 1980, bien qu'en chiffres absolus, le nombre de ces nuitées augmente pour passer de 472.000 en 1965 à 656.000 en 1980. Si l'augmentation dépasse ce chiffre, elle aura des répercussions favorables sur le taux d'occupation hôtelière.

Les nuitées des touristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires ne devraient pas augmenter beaucoup d'ici 1970. Lorsqu'un ferry-boat sera mis en service entre la Sicile et la Tunisie, l'Algérie attirera probablement un grand nombre de touristes se déplaçant en voiture depuis l'Europe et le nombre de nuitées dans les camps ou en caravane pourrait augmenter beaucoup, bien que moins rapidement que le total des nuitées de touristes étrangers.



### Tunisie

Au tableau 5 figure une évaluation de l'expansion future du tourisme étranger en Tunisie. On a déterminé l'augmentation de la capacité d'hébergement dans les hôtels jusqu'en 1968 à partir de données sur les constructions neuves qui ont été disponibles en février 1967. Le fait que l'année 1967 ait été meilleure que prévu, encouragera probablement la construction de nouveaux hôtels. On peut donc prévoir 6.672 nouveaux lits en 1969 et 7.000 en 1970. On a estimé que de 1971 à 1975, la cadence de la construction tombera à 5.000 lits par an, en partie, à cause d'une réduction possible des subventions accordées par l'Etat, qui est de 3 pour 100 par an du montant du capital emprunté. De plus, avec l'expansion du tourisme, il faudra aménager des emplacements moins favorables, d'où dépenses d'infrastructure plus fortes. De 1975 à 1980, les emplacements favorables à la création de nouveaux moyens d'hébergement se feront encore rares et les dépenses d'infrastructure augmenteront en conséquence. Pour cette période, on a donc envisagé la construction d'une capacité d'hébergement de 4.000 lits seulement.

Après une année qui a été meilleure que prévu par suite des événements politiques de 1967, on peut s'attendre à une forte expansion du tourisme africain qui pourra se poursuivre au cours des années à venir grâce à la mise en service d'aérobuses supersoniques sur les principaux itinéraires touristiques et à l'expansion des voyages en voiture à partir de l'Europe, la traversée se faisant à bas prix sur des ferry-boats venant de l'Italie méridionale. Avec une bonne publicité et une commercialisation efficace, le taux d'occupation dans les hôtels pourrait atteindre 55 pour 100. A partir de 1975, ce taux risque de baisser à cause de la construction de nouveaux établissements hôteliers sur la côte septentrionale où, cependant, la saison est plus courte que dans les stations balnéaires de la côte méridionale.

La proportion des résidents tunisiens dans les hôtels touristiques devrait tomber de 19 pour 100 en 1965 à 4 pour 100 en 1980, encore qu'en chiffres absolus, leur nombre augmentera par suite de la croissance économique globale et de l'élévation du niveau de vie.

Il se peut que le nombre des nuitées de touristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires soit sous-estimé, car l'expansion du

tourisme régional et des déplacements en voiture se traduira par un développement plus rapide du camping, de l'utilisation de la caravane et de la location des appartements, des bungalows, etc.

On ne peut pas toutefois donner de précision quantitative à ce sujet et les chiffres du tableau 5 sont fondés sur une estimation assez prudente.

Libye (voir tableau 6)

La faiblesse du taux d'occupation hôtelière en Libye est due à la forte proportion du nombre de lits des catégories qui ne conviennent pas à ceux qu'attire l'expansion pétrolière. Avec la construction d'hôtels modernes et confortables et avec l'expansion du tourisme, il est probable que le taux moyen d'occupation hôtelière augmentera beaucoup pour atteindre celui des pays à gros tourisme qui ont un climat et des attractions touristiques du même ordre (Liban, Tunisie).

République arabe unie (tableau 7)

La crise du Moyen-Orient s'est certainement soldée par une diminution sensible du volume du tourisme étranger en 1967 et il en résultera très probablement un ralentissement de l'expansion de ce tourisme pendant quelques années. Ce ne sera vraisemblablement qu'en 1969 que la construction hôtelière reprendra, tout d'abord assez lentement pour ensuite s'accélérer beaucoup à partir de 1971. A cette époque, la RAU sera non seulement remise des effets de la guerre mais elle aura aussi terminé les travaux d'irrigation d'Assouan, ce qui lui permettra d'entreprendre d'autres vastes travaux du même genre, créant ainsi des conditions favorables à l'aménagement de nouvelles stations balnéaires sur la Méditerranée où l'expansion est subordonnée à un approvisionnement abondant en eau douce. Par ailleurs, la mise en service d'aérobuses et le développement des vols sur avions affrétés permettront de voyager à bas prix de l'Europe vers l'Egypte. C'est donc à partir de 1970 que l'on pourra vraisemblablement mettre en oeuvre un vaste programme de développement du tourisme prévoyant la construction annuelle d'une capacité supplémentaire de 6.000 lits jusqu'en 1975 et de 7.000 lits entre 1975 et 1980.

Le taux d'occupation hôtelière qui a atteint le chiffre assez inhabituel de 80 pour 100 en 1965 est fondé sur les données publiées dans les statistiques officielles pour un certain nombre d'hôtels. Etant donné que ces statistiques ne donnent pas de taux moyen, il a fallu calculer ce taux à partir des chiffres élevés disponibles. Il est évident toutefois que l'on ne peut pas atteindre ce taux élevé dans les stations balnéaires ni dans les villes touristiques de la Haute Vallée du Nil et que la construction dans ces régions de nouveaux hôtels fera baisser les taux moyens d'occupation qui s'aligneront sur ceux des autres pays touristiques du Moyen-Orient.

Soudan (voir tableau 8)

Etant donné la forte demande potentielle, le volume du tourisme étranger dans les pays méditerranéens de l'Afrique du nord dépendra dans une large mesure de la capacité d'hébergement dans les hôtels, sous réserve que les tarifs hôteliers soient compétitifs et qu'une commercialisation efficace soit doublée d'une publicité vigoureuse. Pour prévoir le futur volume du trafic touristique, on a donc pris comme base la capacité d'hébergement susceptible d'être créée pendant la période considérée.

La situation du Soudan est moins favorable et il a fallu faire une prévision de l'expansion possible du trafic touristique pour faire une projection du développement correspondant de la capacité d'hébergement.

On a tenu compte des prévisions antérieures établies par des spécialistes qui ont étudié les possibilités d'expansion du tourisme au Soudan<sup>1/</sup>, mais on a dû les modifier car elles semblaient trop optimistes. Pour évaluer l'attrait de la faune sauvage, en particulier de la chasse, et celui des coutumes tribales, il fallait tenir compte du volume réel du trafic touristique en Afrique de l'est. Ce volume est encore limité. Il est vrai que le progrès des transports aériens qui permet d'organiser des voyages à forfait peu coûteux, commence seulement à influencer favorablement sur l'expansion du tourisme international en Afrique et que la nouvelle formule du safari photographique, combiné à un circuit touristique et à un séjour au bord de la mer, peut acquérir la

<sup>1/</sup> S. Streeter : Tourism Development Plan in the Republic of Soudan, 1966.

faveur des agences de voyage et du public. Reste encore aussi à lancer et à rendre populaire auprès du public américain, grâce aux nouveaux tarifs IT groupe, des circuits inédits qui seront beaucoup moins coûteux sur plusieurs pays : le Soudan pourrait certainement tirer parti de ces nouvelles formes de tourisme outre-mer. Cependant, le marché ouvert à ces circuits est beaucoup plus limité que celui des voyages en groupe au bord de la mer et il vaut mieux être prudent même s'il y a de fortes chances pour que le développement réel dépasse cette projection.

TABLEAU 1

Capacité d'hébergement hôtelier requise

en lits d'hôtel

Pays	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1975	1980
<b>Maroc</b>								
Accroissement annuel		5.917	3.283	4.000	4.000	4.000	4.000	3.000
Total	13.800	19.717	33.000	37.000	41.000	45.000	65.000	80.000
<b>Algérie</b>								
Accroissement annuel	-	-	1.000	2.000	7.000	5.000	5.000	5.000
Total	8.000	8.000	9.000	11.000	18.000	23.000	48.000	73.000
<b>Tunisie</b>								
Accroissement annuel	-	7.965	7.898	6.899	6.622	7.000	5.000	4.000
Total	9.616	17.581	24.479	31.378	38.000	45.000	70.000	90.000
<b>Libye</b>								
Accroissement annuel	-	8	200	300	500	700	1.000	1.500
Total	4.492	4.500	4.700	500	5.500	6.200	11.200	18.700
<b>RAU</b>								
Accroissement annuel	-	375	-	-	1.000	1.000	6.000	7.000
Total	22.625	23.000	23.000	23.000	24.000	25.000	55.000	90.000
<b>Soudan</b>								
Accroissement annuel	-	-	10	400	30	434	267	460
Total	1.290	1.290	1.300	1.700	1.730	2.364	3.700	6.000

TABLEAU 2

Evaluation des nuitées de touristes étrangers au Maroc

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupa- tion	Total des nui- tées dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires	Total des nuitées de touristes étrangers	Durée moyenne de sé- jour
				%	%		
1965	13.800	61,4	3.051.980	86	2.624.703	3.408.705	9
1966	19.717	60	3.512.978	90	3.161.997	3.952.497	9,3
1967	33.000	55	5.000.000	94	4.700.000	5.640.000	9,6
1968	37.000	52	6.489.600	95	6.165.120	7.213.120	9,8
1969	41.000	52	7.238.400	95	6.876.480	7.901.080	10
1970	45.000	52	7.987.200	95	7.587.840	8.622.518	10
1975	65.000	52	11.731.200	95	11.144.640	12.764.340	10
1980	80.000	52	14.648.400	95	13.916.000	15.813.600	10

TABLEAU 3

Moyens d'hébergement utilisés par les touristes d'été au Maroc

	1962	1966
Hôtels	77,7 %	74 %
Parents et amis	14,2 %	13 %
Maisons, appartements loués, etc.	4,4 %	2 %
Camping et caravane	3,7 %	11 %
	100 %	100 %

Sources : Enquête de la BNDE, 1962;  
Enquête statistique sur le tourisme d'été, 1966.

TABLEAU 4

Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Algérie

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupa- tion	Total des nui- tées dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires	Total des nuitées de touristes étrangers	Durée moyenn de sé- jour		
				%	%		(jours)		
1965	8.000	47	1.346.970	65	974.656	20	218.664	1.093.320	10
1966	8.000	50	1.440.000	65	936.000	30	234.000	1.170.000	-
1967	9.000	50	1.515.000	67	1.015.050	19	238.000	1.253.050	-
1968	11.000	52	1.840.800	70	1.288.560	16	242.000	1.530.560	-
1969	18.000	52	2.605.200	80	2.084.160	11	250.000	2.334.160	-
1970	23.000	52	3.759.600	85	3.195.660	10	355.000	3.550.660	-
1975	48.000	52	8.439.600	93	7.849.000	8	682.980	8.531.980	-
1980	73.000	52	13.170.000	95	12.464.000	6	797.778	13.261.778	-

TABLÉAU 5

Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Tunisie

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupa- tion	Total des nuitées dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires	Total des nuitées de touristes étrangers	Durée moyenne de sé- jour
				%	%		
1965	9.616	50	1.320.000	86	1.129.416	n.d.	6,8*
1966	17.581	40,5	1.886.880	86	1.636.881	n.d.	9
1967	24.479	50	3.681.480	92	3.386.962	14 542.000	10
1968	31.378	55	5.416.000	95	5.145.000	10 571.000	10
1969	38.000	55	6.760.000	96	6.489.600	8 705.000	10
1970	45.000	55	8.100.000	96	7.776.000	8 843.500	10
1975	70.000	55	13.282.500	96	12.751.000	8 1.386.000	10
1980	90.000	54	17.000.000	96	16.320.000	8 1.774.000	10

n.d. : non disponible.

\* En réalité, on obtiendrait peut-être une durée moyenne de séjour plus longue, en supposant que le chiffre des nuitées non enregistrées dans les moyens d'hébergement complémentaires est analogue aux chiffres des années ultérieures.

TABLEAU 6

Evaluation des nuitées de touristes étrangers en Libye

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupa- tion	Nuitées dans les hôtels touristiques	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires	Total des nuitées de touristes étrangers	Durée moyenne de sé- jour
				%	%		
1965	4.492	32	457.750*	70	366.700	8,4 33.800*	400.000
1966	4.500	39	628.600*	70	440.000	9 43.500	483.500
1967	4.700	40	660.000	75	495.000	5,7 30.000	525.000
1968	5.000	46	799.000	75	599.250	7 45.000	644.250
1969	5.500	50	937.500	80	750.000	6 48.000	798.000
1970	6.200	52	1.084.200	85	921.570	5 48.500	970.070 8 jours
1975	11.200	42	1.987.400	90	1.788.700	5 94.000	1.882.700 9 jours
1980	18.700	52	3.342.000	95	3.175.000	5 167.000	3.342.000 10 jours

\* Estimation.



TABLEAU 7

Evaluation des nuitées de touristes étrangers en RAU

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupa- tion	Nuitées dans les hôtels touristiques	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les hôtels	Nuitées de tou- ristes étrangers dans les moyens d'hébergement complémentaires	Total des nuitées de touristes étrangers	Durée moyenne de sé- jour
				%	%		
1965	22.625	80	6.384.200	90	5.745.780	44,8 4.654.951	10.400.731 19 jours
1966	23.000	80	6.561.000	90	5.904.900	40 3.936.206	9.841.100 18 -
1967	23.000	-					
1968	23.000	70	5.796.000	92	5.332.300	40 3.555.000	8.887.300 18 -
1969	24.000	70	5.900.000	92	5.428.000	40 3.619.000	9.047.000 18 -
1970	25.000	70	6.153.000	92	5.660.760	40 3.733.300	9.394.000 18 -
1975	55.000	60	11.250.000	95	10.687.500	30 4.580.000	15.267.500 14 -
1980	90.000	60	18.558.000	95	17.630.100	25 5.299.030	22.919.130 14 -

## C. EFFETS ECONOMIQUES DU TOURISME ETRANGER

En général on mentionne en premier lieu, à cet égard, les recettes en devises. Le tableau 9 indique ce que seraient ces recettes dans les pays nord-africains si les projets de développement se réalisaient.

Il convient de déduire de ces chiffres d'importantes dépenses en devises. Les installations, l'équipement et l'ameublement de nouveaux hôtels exigent des importations payables en devises. On estime qu'en Afrique du nord, la valeur des éléments importés pour l'installation d'un hôtel moderne confortable représente de 18 à 35 pour 100 du coût total de la construction.

L'importation du matériel nécessaire à l'exploitation des hôtels représente également des dépenses à déduire des recettes brutes de devises. Environ 25 pour 100 des boissons, de la nourriture et de l'argenterie sont importés et représentent à peu près 5 pour 100 du chiffre d'affaires de l'hôtel, ou quelque 3 pour 100 si l'on considère les dépenses en devises.

La part transférée au rendement des capitaux étrangers investis dans les installations touristiques dépend de l'importance de ces capitaux dans l'ensemble des investissements hôteliers, et ce point sera donc examiné dans le paragraphe relatif au financement.

L'achat et l'entretien d'autre matériel et produits importés tels qu'autobus, automobiles, bateaux à moteur, essence, etc. représentent également des débours importants de devises.

D'autre part, le montant des devises dépensées pour les cachets d'artistes étrangers engagés pour des spectacles locaux et les matières premières importées pour être travaillées par des artisans locaux, ou même pour l'importation d'articles de souvenir ou de cadeaux, est de beaucoup inférieur à celui des recettes résultant de la vente de ces services ou de ces articles à des touristes étrangers. Cependant, si la population locale assiste en grand nombre à ces spectacles ou achète

TABLEAU 8

Evaluation des nuitées de touristes étrangers au Soudan

Année	Lits d'hôtels touris- tiques	Taux d'oc- cupation	Nuitées dans les hôtels touris- tiques	Nuitées de touristes étrangers dans les hôtels	Nuitées de touristes étrangers dans les moyens d'héberge- ment com- plémentai- res	Total des nuitées de touris- tes étran- gers	Accrois- sement annuel
			%	%			
1964	1.790	35	161.443	90	145.350	15	25.650
1965	1.290	40	185.714	91	169.000	13,2	26.000
1966	1.290	46	213.000	92	196.000	11,8	26.230
1967	1.300	52	244.500	93	227.000	10,4	26.335
1968	1.700	52	275.000	93	257.000	9,4	26.737
1969	1.730	51	314.000	94	295.000	8,3	26.860
1970	2.364	50	359.000	95	340.000	7,3	26.922
1975	3.700	50	647.000	96	618.000	5	28.598
1980	6.000	50	1.053.460	96,1	1.011.000	3	30.000
							1.041.000

ces articles en grandes quantités, le débours de devises devra être porté au compte des dépenses destinées au relèvement du niveau de vie de la population locale. Il en va de même pour les journaux et magazines étrangers, les cartes postales, etc.

L'argent ne cesse pas de circuler une fois que le touriste l'a dépensé. Il se déplace au contraire à travers l'économie. En effet, les sommes encaissées par hôtelier sont consacrées à l'achat du matériel (nourriture, boissons, etc.) nécessaire à l'exploitation de l'hôtel, au paiement des traitements et salaires, des réparations et de l'entretien, des services, des intérêts des investisseurs, des impôts, etc. Les entreprises qui fournissent les denrées alimentaires et le matériel nécessaire aux hôtels utilisent les sommes reçues pour le paiement des

TABEAU 9

Nuitées de touristes étrangers (en milliers) et recettes brutes en devises (en milliers de dollars)

R = recettes

	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1975	1980
N = nuitées								
MAROC N	3.409	3.952	5.640	7.213	7.901	8.623	12.764	15.814
R	47.720	55.335	79.000	100.000	110.000	120.000	178.000	221.400
ALGERIE N	1.093	1.170	1.253	1.531	2.334	3.551	8.532	13.262
R	15.300	17.860	18.005	21.400	32.680	50.000	120.000	186.000
TUNISIE N	1.129 <sup>a/</sup>	1.637 <sup>a/</sup>	3.929 <sup>b/</sup>	5.716 <sup>b/</sup>	7.195 <sup>b/</sup>	8.620 <sup>b/</sup>	14.137 <sup>b/</sup>	18.094 <sup>b/</sup>
R	18.118	21.190	54.914	82.320	103.800	124.400	204.400	261.000
LIBYE N	400	484	525	644	798	970	1.883	3.342
R	7.200	8.700	9.450	11.600	13.566	15.100	26.358	45.790
SAU N	10.401	9.841	5.000	8.887	9.047	9.394	15.268	22.919
R	110.700	110.000	55.000	98.000	108.500	113.000	214.000	311.000
SOUDAN N	195	222	250	284	322	367	647	1.041
R	3.900	4.444	5.066	5.675	6.437	7.338	12.930	20.820
TOTAL N	16.627	17.306	16.600	24.275	27.606	31.525	53.231	74.472
R	202.938	217.529	221.435	318.995	374.983	429.838	755.688	1.057.010

a/ Nuitées de touristes dans les hôtels et les stations touristiques seulement.

b/ Chiffre estimatif des nuitées de touristes étrangers, y compris dans les logements supplémentaires fournis par des amis ou des parents, les logements mixtes, les caravanes, etc.

salaires, des matières premières, des transports, des services, des impôts, et ainsi de suite. Il en va de même pour les autres biens et services achetés par les touristes étrangers.

L'accroissement du volume des affaires et celui des revenus et de la consommation des personnes, non seulement dans les hôtels et dans les autres établissements travaillant directement pour le tourisme mais aussi dans le secteur de l'approvisionnement, est également une source de recettes fiscales pour l'Etat. Ce fait est particulièrement important pour deux raisons : premièrement, lorsque l'Etat octroie des exemptions d'impôt pour de nouvelles installations touristiques, il obtient malgré tout des recettes fiscales par suite de l'accroissement du volume des affaires dans le secteur des approvisionnements et de l'augmentation des revenus des personnes physiques. Deuxièmement, les sommes consacrées par le gouvernement à l'expansion du tourisme se trouveront justifiées pour le ministre des finances par le supplément de recettes fiscales qui en résultera.

Les effets du tourisme sur l'emploi sont de trois ordres : i) la construction et l'aménagement de nouveaux hôtels exigent une main-d'oeuvre considérable. Plus on utilisera de matériaux de construction locaux et de produits artisanaux, plus nombreux seront les emplois créés par ces activités. Cependant, pour éviter des à-coups, on devra étaler la construction des hôtels d'une façon continue sur de longues périodes. ii) Le nombre d'emplois nouveaux créés dans l'industrie hôtelière est de 1 pour 2,5 ou 3 nouveaux lits. D'autres services touristiques tels qu'excursions, spectacles, sports, transports locaux, coiffeurs, salons de beauté, créeront également de nombreux emplois, de même que l'artisanat et la vente de souvenirs. iii) L'effet multiplicateur créera de nouvelles activités dans le secteur des approvisionnements et, grâce à l'ouverture de nouveaux emplois, des revenus supplémentaires et la consommation qui en résultera donnera lieu à d'autres emplois, etc.

Coût des nouveaux investissements

Pour parvenir à ces résultats, des investissements appropriés doivent avoir lieu dans l'industrie du tourisme. Nous avons indiqué au tableau 1 la capacité hôtelière que demandera la croissance projetée du volume du tourisme.

On suppose que les installations hôtelières à construire en Afrique du nord seront du type et de la catégorie correspondant aux exigences du public aisé de l'Europe de l'ouest et de l'Amérique du nord, qui ont les moyens de voyager à l'étranger. En conséquence, on prévoit que 50 pour 100 de la nouvelle capacité correspondraient à la première classe, ou à la catégorie quatre étoiles; chambres avec salle de bain ou douche et toilette privées, climatisation et chauffage central, piscine extérieure avec possibilité de chauffage. Cinq pour 100 appartiendraient à la catégorie "de luxe" : non pas les palaces somptueux d'autrefois, mais des hôtels modernes et fonctionnels, plus coûteusement meublés que ceux de la première classe. Dans les centres touristiques, les hôtels de luxe devraient disposer de vastes salles de réception propres à attirer les résidents d'autres hôtels à l'occasion de spectacles ou de réunions sociales.

Les hôtels de la classe touriste, qui représenteraient 35 pour 100 de la capacité, seraient analogues à ceux de la première classe, mais seraient construits et meublés à moindre frais; ils comporteraient les mêmes installations modernes, y compris une piscine. Toutefois, la climatisation et le chauffage central ne seraient pas obligatoires. On suppose que les hôtels de première classe et de luxe seraient ouverts toute l'année et qu'ils pourraient, en appliquant des tarifs réduits pendant la morte saison, attirer le public des hôtels de la classe touriste, lesquels ne seraient ouverts que 7 à 8 mois par an, selon leur emplacement. Les "villages de vacances" et les hôtels peu coûteux composés de bungalows constitueront 10 pour 100 de la capacité. Il est évident que cette répartition par catégories pourra varier d'un pays à l'autre, les hôtels pour lesquels les touristes auront marqué une préférence étant construits en plus grand nombre.

La distribution adoptée dans cette projection n'est qu'une moyenne probable pour les pays de l'Afrique du nord; elle permet d'estimer approximativement les investissements qui s'imposent dans l'industrie hôtelière.

Les renseignements sur les coûts de construction sont incomplets ou inexistants dans quelques pays, si bien que les chiffres contenus dans le tableau 10 ont été élaborés compte tenu de la situation géographique et du niveau de développement général des diverses économies nationales. Si les coûts réels diffèrent de ces coûts supposés, il sera facile de procéder aux corrections nécessaires<sup>1/</sup>.

C'est en Tunisie et en RAU que les coûts de construction moyens par lit sont les plus bas (3.790 dollars) et au Soudan qu'ils sont les plus élevés (6.550 dollars). En Libye également les coûts sont élevés par suite du boom du pétrole et de la mise en oeuvre d'un programme de logement, mais le pays disposant de moyens financiers et jouissant d'une situation favorable sur la côte, il ne serait pas difficile d'attirer des entreprises de construction étrangères ainsi que des ouvriers de pays voisins pour faire face à la demande croissante, et il est probable que les coûts de construction se trouveront à peu près ramenés dans l'avenir au niveau de ceux des pays voisins.

Les coûts de l'infrastructure varient considérablement suivant les pays et suivant les plans. L'infrastructure nécessaire au développement du tourisme est utilisée aussi par d'autres branches de l'économie; le coût de l'infrastructure touristique proprement dite se limite donc à la part attribuée à l'industrie du tourisme dans les plans de développement économique. Nous estimons que le coût de l'infrastructure destinée

---

<sup>1/</sup> Ainsi, les frais de construction par lit de l'hôtel bâti récemment à Khartoum ont été beaucoup plus élevés que les frais indiqués au tableau 10. Il faut cependant tenir compte que la plupart des touristes en vacances demandent des chambres à deux lits ainsi que les nouveaux hôtels auront principalement de telles chambres, ce qui réduira considérablement les frais par lit. En outre, l'exemption des droits d'importation pour l'équipement hôtelier diminuerait aussi les frais, et les chiffres au tableau 10 sont basés sur ces deux présomptions.

exclusivement à l'expansion du tourisme représentera 10 pour 100 du coût de la construction des installations hôtelières. On trouvera au tableau 11 les chiffres relatifs aux divers pays.

On a supposé que les prix et les coûts en dollars demeureront stables. Cependant, c'est là une hypothèse peu vraisemblable et on doit envisager une réduction annuelle du pouvoir d'achat du dollar et des monnaies nationales. Dans les conditions normales, cette dépréciation annuelle serait de 2 à 3 pour 100. En conséquence, les tarifs des hôtels et leurs recettes augmenteront tandis que leurs obligations financières demeureront stables, ce qui allègera la charge des nouveaux hôtels et relèvera leur rentabilité.

Nous avons déjà indiqué que, suivant les pays et les types d'hôtel, 18 à 35 pour 100 du coût de la construction hôtelière allaient aux biens et au matériel importés.

Nous pouvons supposer qu'à l'heure actuelle les pays nord-africains devront en moyenne, régler en devises 25 pour 100 des coûts totaux de construction hôtelière, et que ce pourcentage diminuera à l'avenir par suite de l'implantation d'industries locales.

#### Autres facilités

Le développement du tourisme projeté dans la présente étude exigera, outre la construction d'hôtels et de l'infrastructure, l'expansion d'autres facilités à l'usage des visiteurs : possibilités d'hébergement supplémentaire telles que terrains de camping, appartements, villas, chambres meublées, etc. Ce type d'investissement n'exigera pas de capitaux considérables et pourra être facilement financé à l'aide de l'épargne privée, comme l'expérience l'a prouvé, même dans des pays socialistes. Nous n'avons donc pas procédé à une estimation de ces capacités supplémentaires ni des capitaux qu'elles nécessitent.

Mais il est d'autres facilités qu'il faudra créer ou étendre dans le domaine des spectacles, des sports, des excursions et circuits organisés, des transports locaux, des magasins, etc. Comme dans le cas



des moyens d'hébergement supplémentaires, leur financement ne pose pas de problème particulier et l'expansion de ces aménagements suivra, ou accompagnera, celle des installations hôtelières, à condition que ces installations soient concentrées dans les stations touristiques et les grandes villes.

Restent les transports, qui constituent pour le tourisme un facteur aussi important que l'industrie hôtelière et dont le développement exige une allocation de fonds publics.

Si en 1970, le nombre des touristes étrangers atteint 950.000 au Maroc, 350.000 en Algérie, 860.000 en Tunisie, etc., et si l'on suppose que les deux tiers arriveront par avion, certains problèmes se poseront. Si en 1980 ces chiffres atteignaient 1,5 million au Maroc, 1,3 million en Algérie, 1,8 million en Tunisie, etc., les problèmes se trouveraient plus aigus encore.

Si nous supposons, par exemple, qu'en Tunisie les deux tiers des touristes arriveront par avion en 1970 à raison de 100 passagers en moyenne par avion, il y aura 8.600 arrivées d'avions par an et autant de départs, soit 24 atterrissages et 24 décollages par jour. En réalité les arrivées et les départs seront largement concentrés sur quelques mois et sur certains jours, si bien que l'aéroport principal devra être équipé pour recevoir 60 à 100 contingents de passagers par jour, à l'arrivée et au départ. Il est évident que les aéroports des pays nord-africains, sauf celui du Caire, devront être agrandis et équipés de telle sorte que les formalités de passage puissent s'effectuer rapidement et sans difficulté pour un grand nombre de voyageurs. Des points de contrôle assez nombreux, doivent être prévus, ainsi que de vastes salles d'attente comportant des fauteuils et des comptoirs d'enregistrement en nombre suffisant, ainsi que les autres facilités nécessaires.

Il est également indispensable que les formalités de frontières soient simplifiées au maximum et que les passagers et le personnel perdent aussi peu de temps que possible.

Si l'on veut encourager le tourisme automobile au départ de l'Europe, on devra consacrer des investissements à la mise en place d'un service de ferry-boat entre la Sicile et la Tunisie. De même, la route principale reliant Tunis à Tanger par Constantine, Alger et Oran, devra être élargie en certains points, les sinuosités atténuées et les intersections au niveau du sol remplacées par des passages souterrains ou surélevés accompagnés de rampes d'accès convenables.

Il faudra mettre des services de location de voitures, à des tarifs raisonnables, à la disposition des touristes arrivant par avion, et organiser des circuits et excursions en autocars, ce qui nécessitera l'importation d'un nombre considérable de voitures et d'autocars. Il est impossible de procéder à une estimation quantitative de ces besoins, mais on devra en tenir compte en évaluant les recettes et les dépenses de devises nécessaires pour le développement du tourisme dans les pays nord-africains.

TABLEAU 10

Coût estimé de la construction hôtelière en dollars par lit  
dans les pays nord-africains (1965)

Pays	Catégorie de luxe 5 %	Première classe 50 %	Classe touriste 30 %	Villages de vacances 10 %	Coût moyen
Maroc	6.200	4.500	3.500	1.100	3.895
Algérie	6.200	4.500	3.500	1.100	3.895
Tunisie	6.000	4.350	3.400	1.250	3.790
Libye	7.000	5.000	4.000	1.400	4.390
RAU	6.000	4.350	3.400	1.250	3.790
Soudan	10.000	7.500	6.000	2.000	6.550

TABLERAU 11

Capitaux à investir annuellement dans l'industrie hôtelière  
et dans l'infrastructure touristique  
(en milliers de dollars)

		1967	1968	1969	1970	1975	1980
Maroc	H	12.787	15.580	15.580	15.580	15.580	11.685
	I	1.279	1.558	1.558	1.558	1.558	1.168
Algérie	H	3.895	7.790	27.265	19.475	19.475	19.475
	I	389	779	2.726	1.948	1.948	1.948
Tunisie	H	29.933	26.147	25.097	26.530	18.950	15.175
	I	2.993	2.615	2.510	2.653	1.895	1.518
Libye	H	879	1.317	2.195	3.073	3.790 <sup>▲</sup>	5.685 <sup>▲</sup>
	I	88	132	219	307	379	568
RAJ	H	-	-	3.790	3.790	22.740	26.530
	I	-	-	379	379	2.274	2.653
Soudan	H	65	2.620	195	2.842	1.749	3.023
	I	-	262	19	284	175	302

H - Coût de la construction d'hôtels

I - Coût de l'infrastructure touristique

▲ On suppose qu'à partir de 1975, les coûts de la construction hôtelière seront ramenés au niveau de ceux de la Tunisie.

## D. FORMATION PROFESSIONNELLE

L'exploitation des nouveaux hôtels exigera l'emploi d'un personnel qualifié. Dans les bons hôtels de la catégorie touristique, le nombre des employés correspondra approximativement à un tiers du nombre des lits, à condition que ces employés connaissent bien leur métier. Cependant, au Soudan, en vue des touristes plus exigeants, et les installations devant être plus coûteuses et le service de meilleure qualité, ce taux devrait être de un employé pour 2,5 lits en moyenne. Le personnel nécessaire pour les réparations, l'entretien et le jardinage n'est pas compris dans les chiffres cités dans le présent chapitre, ce personnel étant en général formé dans d'autres écoles professionnelles qui ne sont pas nécessairement axées sur la formation hôtelière.

Le tableau 12 indique les besoins concernant la formation professionnelle des ouvriers et employés nécessaires pour les nouveaux hôtels. Environ 3 pour 100 du nombre total des nouveaux emplois sont des postes de direction qui exigent un bon niveau d'éducation générale et une formation professionnelle poussée. Les candidats à ces postes devront donc suivre des cours de niveau universitaire en gestion hôtelière, à la fin de leurs études secondaires. Six pour 100 des emplois exigent une connaissance générale de l'industrie hôtelière ainsi que des connaissances spécialisées dans un aspect particulier de cette industrie : restaurant et cuisine ou réception, administration et chambres. Cette catégorie de personnel pourrait être formée en trois ans au niveau intermédiaire, (junior college), après 10 ans d'enseignement général. Les diplômés seraient capables de diriger divers services d'un grand hôtel (sous-directeur, chef du personnel, chef de la réception, chef de contrôle, main courrantier, maître d'hôtel, gouvernante, chef de cuisine, etc.) ou de gérer un restaurant, un petit hôtel, etc. Environ 52 pour 100 des employés devraient être formés dans des écoles professionnelles ou des centres de formation après avoir suivi huit ans d'enseignement général. La formation des employés de la réception et de l'administration ainsi que celle des cuisiniers prendrait deux ans. Pour

les serveurs et autres employés de restaurant et de bar, une formation d'un an devrait être suffisante, et pourrait être ramenée à six mois si la demande croissait rapidement. La formation des femmes de chambre et autre personnel affecté aux chambres ne devrait pas dépasser six mois.

Outre le personnel formé dans des écoles et des centres de formation, 39 pour 100 environ des salariés seraient employés sans formation préalable.

Le tableau 12 indique le nombre des nouveaux emplois qui seront créés chaque année dans les divers pays nord-africains à partir de 1971, si l'augmentation de la capacité hôtelière suit les projections portées au tableau 1. Pour remplir les postes créés dans les nouveaux hôtels nord-africains à partir de 1971, 4.300 candidats formés aux divers aspects de l'industrie hôtelière devront être disponibles chaque année. A cet effet, 6.700 étudiants devront suivre les cours d'écoles hôtelières, certains à partir de 1968 (voir Tableau 13), et 700 d'entre eux devront recevoir une formation au niveau universitaire. Environ 460 proviendraient des pays francophones de l'Afrique du nord. Il est donc extrêmement important que l'institut d'études hôtelières prévu pour l'Afrique du Nord soit créé le plus tôt possible avec l'aide du FNUL.

La formation à l'échelon intermédiaire (junior college) des futurs chefs de divers services hôteliers pourrait être assurée dans des écoles hôtelières de niveau moyen ou établissements analogues. Le nombre des étudiants justifierait la création d'un ou plusieurs de ces établissements au Maroc, en Algérie, en Tunisie et en RAU (il en existe déjà au Maroc), tandis que la Libye et le Soudan pourraient envoyer leurs étudiants dans des écoles égyptiennes et tunisiennes.

Des écoles professionnelles et des centres de formation pourraient être créés pour les autres catégories de personnel hôtelier dans chacun des pays nord-africains, comme c'est déjà le cas au Maroc, en Tunisie et en Algérie. L'expérience acquise dans ces pays permettrait de déterminer

les meilleures méthodes de formation, la durée des études, la dimension des écoles et, éventuellement, de décider s'il convient de séparer les garçons des filles dans les écoles et les centres.

Le tableau 14 fournit une estimation approximative du personnel enseignant nécessaire, sauf au niveau universitaire. Cette estimation est fondée sur l'hypothèse suivante : les classes seront, au début, de 33 étudiants chacune et chaque professeur fera 25 heures de cours et d'exercices pratiques par semaine dans les établissements de niveau intermédiaire (junior college) et 26 heures dans les autres écoles. Pour l'ensemble de l'Afrique du nord, compte non tenu de l'enseignement supérieur, 257 professeurs seront nécessaires, dont 90 pour l'enseignement général et 167 pour les diverses spécialités de l'industrie hôtelière. Dans le premier groupe, 75 environ devront avoir une formation universitaire, et 60 dans le second groupe, tandis que des diplômés des écoles intermédiaires (junior college) pourraient constituer le reste du personnel enseignant. Certains des enseignants pourraient également être engagés à temps partiel.

Les moyens de formation destinés à d'autres employés de l'industrie du tourisme (personnel des agences de voyage, des bureaux d'information touristiques, de l'administration publique du tourisme ou d'autres organismes, etc.) pourraient être fournis par l'institut des études de tourisme de Tanger, si cet établissement est créé.

On pourrait aussi prévoir des cours sur diverses activités touristiques dans les écoles de hautes études commerciales, ou dans les écoles commerciales secondaires.

TABLEAU 12

Personnel supplémentaire nécessaire chaque année pour les  
nouveaux hôtels d'Afrique du nord à partir de 1970

Degré de formation des employés	%	maroc	Algérie	Tunisie	Libye	RAU	Soudan	Afrique du nord
TOTAL	100	1.330	1.660	1.660	333	2.000	100	7.083
<u>Niveau universitaire (3 ans)</u>	3	40	50	50	10	60	3	213
<u>Niveau intermédiaire</u> (junior college) (3 ans)	6	80	100	100	20	120	6	426
<u>Ecoles professionnelles</u> <u>et cours</u>	9	120	150	150	30	180	9	639
Réception et administration (2 ans)								
Cuisine (2 ans)	7	93	116	116	23	140	7	495
Restaurant bar (1 an)	18	240	300	300	60	360	18	1.278
Chambres	18	240	300	300	60	360	18	1.278
<u>Ouvriers non qualifiés</u> <u>formés sur place</u>	39	517	644	644	130	780	39	2.754

TABLEAU 13

Nombre des étudiants à former à divers niveaux

Degré de formation	Maroc	Algérie	Tunisie	Libye	RAU	Soudan	Total pour l'Afrique du nord
<u>Niveau universitaire (3 ans)</u>	132	165	165	33	199	10	703
<u>Niveau intermédiaire (3 ans)</u>	264	330	330	66	396	20	1.406
<u>Ecoles professionnelles et cours</u>	264	330	330	66	396	20	1.406
Réception et administration hôtelière (2 ans)							
Cuisine (2 ans)	205	255	255	51	308	15	1.089
Restaurant et bar (1 an)	264	330	330	66	396	20	1.406
Chambres (6 mois)	132	165	165	33	198	10	703
TOTAL	1.261	1.575	1.575	315	1.892	95	6.713



TABEAU 14

Nombre d'enseignants requis pour les écoles hôtelières  
(sauf au niveau universitaire)

	Maroc			Algérie			Tunisie			Libye			RAU			Soudan			Afrique du nord		
	T	G	Te	T	G	Te	T	G	Te	T	G	Te	T	G	Te	T	G	Te	T	G	Te
Niveau intermédiaire (junior college)	8	3	5	11	4	7	11	4	7				13	5	8				43	16	27
<u>Ecoles professionnelles</u>																					
Réception et administration	12	4	8	16	6	10	16	6	10	4	2	2	17	6	11	1	1		66	24	42
Cuisine	9	3	6	12	4	8	12	4	8	3	1	2	15	5	10	1	1		52	17	35
Restaurant et bar	12	4	8	16	6	10	16	6	10	4	2	2	17	6	11	1	1		66	24	42
Chambres	6	2	4	7	2	5	7	2	5	1	1		9	3	6	-			30	9	21
TOTAL	47	16	31	62	22	40	62	22	40	12	5	7	71	25	46	3	3		257	90	167

T - Total

G - Enseignement général

Te - Enseignement technique

### E. PROPAGANDE TOURISTIQUE

Dans l'industrie du tourisme où la demande est particulièrement sensible aux influences extérieures et où la concurrence internationale s'exerce activement, la propagande et la publicité sont des instruments indispensables pour l'intensification de l'afflux touristique. Des pays qui, il y a peu de temps encore, n'étaient pratiquement jamais considérés comme des pays touristiques et dont les attractions, les installations récréatives et les facilités de transport sont à peu près inconnues au public, doivent faire un effort publicitaire plus important que les pays déjà familiers au public et aux agences de voyage. Cet effort sera encore plus nécessaire si les pays en question ont adopté des programmes dynamiques de développement du tourisme tels que ceux que nous avons mentionnés dans cette étude. Il est donc indispensable d'entreprendre une campagne publicitaire vigoureuse et continue, qui englobera les principaux marchés touristiques et éveillera un intérêt réel du public et des agences de voyage pour les attractions et les facilités offertes par l'Afrique du nord.

Certains pays de l'Afrique du nord ont déjà, ou auront sous peu, une capacité hôtelière capable de supporter les frais d'une campagne publicitaire raisonnablement efficace sur divers marchés et leurs bureaux de tourisme nationaux ont déjà demandé des moyens considérables pour leur propagande à l'étranger. L'administration du tourisme de seulement trois pays maghrébins (Algérie, Maroc, Tunisie) ont, en 1966, demandé 2.300.000 dollars à des fins de propagande. Ce chiffre ne comprend pas le coût des bureaux de tourisme nationaux installés à l'étranger. On trouvera au tableau 15 une indication du nombre des bureaux d'information touristique des pays nord-africains à l'étranger. Quatre pays possèdent 23 bureaux de tourisme, encore que certains d'entre eux soient peut-être des bureaux d'information générale, qui ne sont guère adaptés aux besoins de la publicité touristique. Ces bureaux exigent au moins 70 employés bien formés, et les frais de fonctionnement qu'ils entraînent représentent au moins un million de dollars. Si nous

ajoutons à ce chiffre le coût de la propagande de la RAU, de la Libye et du Soudan, nous arrivons à un total global de près de 5,5 millions de dollars. Pourtant, la publicité touristique des pays d'Afrique est à peine sentie sur les marchés. Des experts du tourisme, évoquant cette propagande, ne lui décernent guère de louanges. Englobant l'Afrique du nord dans sa critique de la publicité touristique africaine, l'un d'eux a déclaré qu'à quelques exceptions près, elle était "insuffisante, fragmentaire, mal conçue, mal orientée, mal présentée et mal diffusée"<sup>1/</sup>.

Ces experts exceptent quelques pays de ce jugement général, notamment un pays nord-africain, et l'exception pourrait bien s'étendre à d'autres aussi. Mais il n'est pas étonnant que dans ces conditions, les bureaux nationaux de tourisme ne puissent pas toujours obtenir des fonds suffisants pour une propagande touristique efficace. En ce qui concerne l'effort publicitaire sur les marchés étrangers, il est évident que les représentants diplomatiques, les bureaux d'information généraux à caractère politique et les représentants du commerce extérieur ne sont pas formés à la publicité "agressive" et la prise de contacts, sur un plan très professionnel, avec les bureaux de voyages, compagnies aériennes et autres organisateurs de voyages qui sont indispensables pour attirer l'attention du public sur l'Afrique du nord. Une propagande de cet ordre, comprenant l'information du public ainsi que la collaboration avec les agences pour l'organisation et la commercialisation de voyages forfaitaires, exige un personnel professionnel bien entraîné, connaissant à fond les attractions et les facilités touristiques des pays représentés et familier avec le fonctionnement des rouages de l'industrie touristique. Ils doivent également avoir une connaissance poussée des moyens publicitaires qu'ils peuvent utiliser pour leurs campagnes de propagande. Seuls des bureaux d'information touristique dotés du personnel qualifié et de l'équipement nécessaires peuvent faire ce travail, et susciter, tant en aidant à la satisfaire, la demande de voyages en Afrique du nord que les agences ont inscrits à leur programme.

<sup>1/</sup> "Etude sur les perspectives de développement du tourisme en Afrique". par Alette Havet, 1965, p.5.

Un effort commun de la part de tous les pays d'Afrique du nord pourrait rendre possible la création de bureaux de tourisme capables de réaliser une telle propagande dynamique et de vaste portée. Les pays où le tourisme est déjà développé aussi bien que ceux où il commence seulement à s'organiser gagneront considérablement à unir leurs efforts et à faire mieux connaître leurs territoires respectifs grâce à des campagnes publicitaires communes financées par tous les Etats membres de la sous-région. Une campagne de cet ordre confiée à un seul organisme transformerait totalement les marchés existants. Les pays d'Afrique du nord, fréquemment ignorés lorsqu'il s'agit d'organiser des vacances ou des voyages forfaitaires, s'imposeraient à l'imagination du public et susciteraient une forte demande de la part des touristes. Les avantages du climat seraient mis en valeur et encourageraient les vacanciers à prévoir leurs déplacements dans les mois de morte-saison. Les agences de voyage et le public seraient informés de l'existence de nouveaux hôtels confortables et des possibilités offertes dans divers domaines : distractions, sports, excursions, circuits, achats. Les agents de voyage, les compagnies aériennes régulières et celles qui affrètent des avions se rendraient rapidement compte qu'ils pourraient augmenter leur chiffre d'affaires et utiliser leur personnel et leur équipement plus régulièrement au cours de l'année en encourageant le tourisme en Afrique du nord, et leur propagande stimulerait encore davantage l'intérêt du public. Ceux qui ont été témoins dans leurs pays des tentatives de propagande touristique faites par un personnel inexpérimenté doté de moyens insuffisants, seront surpris de constater les résultats spectaculaires d'une campagne bien organisée et dynamique, fondée sur les techniques modernes en appliquant efficacement les moyens et les méthodes que des ressources financières suffisantes leur rendront accessibles. Pour lancer cette campagne de grande envergure en 1970, on devra commencer les préparatifs en 1969 en créant 10 bureaux de tourisme nord-africains (ou en transformant les bureaux nationaux existants) : deux aux Etats-Unis et un dans chacun des pays européens suivants : Allemagne, Belgique, France, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède et Suisse. L'exploitation de ces

bureaux coûterait 700.000 dollars, le matériel imprimé portant sur tous les pays d'Afrique du nord 400.000 dollars, les voyages d'études, films documentaires et autres moyens publicitaires 100.000 dollars, le secrétariat de l'organisme (siège) 200.000 dollars et la publicité dans la presse étrangère et autres moyens d'information 600.000, soit un total de deux millions de dollars.

Les activités de l'organisme commun devraient être appuyées par divers moyens : imprimés, films, accueil gracieux fourni par les divers pays membres aux agents de voyage, rédacteurs de chroniques sur les voyages dans les journaux et autres moyens d'information, producteurs de télévision, etc. ainsi que par l'action propre à chaque pays membre. Les bureaux de tourisme des pays membres élaboreraient le matériel publicitaire et, en outre, organiseraient des voyages d'études sur leurs territoires respectifs et prépareraient les mesures communes prises par le secrétariat. Les frais supplémentaires que supporteraient individuellement les pays membres s'élèveraient globalement à un million de dollars. L'ensemble de la sous-région dépenserait en tout 3 millions de dollars pour la propagande touristique. Ce chiffre représenterait moins de 1 pour 100 des recettes de devises provenant du tourisme en 1970 et il est bien inférieur au total des sommes que les organismes de tourisme nationaux ont réclamé pour leur propagande en 1967. Le démarrage exigerait ce prélèvement de 1 pour 100 des recettes de devises, mais les frais de publicité n'augmenteraient pas proportionnellement au volume du tourisme et, en 1980, le pourcentage tomberait à 0,5 pour 100 des recettes de devises. Il est entendu que l'effort de propagande proposé est calculé en fonction de l'accroissement de la capacité hôtelière projeté au tableau 1. Si cette capacité n'atteint pas les chiffres prévus avant 1970, le volume de la publicité pourra être réduit en conséquence et il ne sera pas indispensable d'ouvrir les bureaux de tourisme nord-africains dans tous les pays indiqués.

Il sera facile de déterminer la cotisation de chaque pays en fonction des nuitées de touristes étrangers au cours de la dernière année pour laquelle on possède des chiffres. En attendant que tous les pays membres disposent de statistiques de cet ordre, on pourra se contenter du nombre des arrivées de touristes étrangers.

Le tableau 16 présente la répartition entre les pays membres du coût projeté de cette propagande commune. Celle-ci devrait commencer dès que possible et le programme devrait être entièrement mis en place en 1969 pour pouvoir prendre toute son ampleur en 1970.

Les employés des bureaux de tourisme nationaux à l'étranger devront certainement être retenus pour les nouveaux Offices du Tourisme à l'étranger ou bien pour le siège central. Ces employés ont en effet, déjà acquis une expérience précieuse dans la diffusion de renseignements généraux sur leurs pays respectifs, mais on devra leur donner la possibilité de voyager dans le reste de l'Afrique du nord, de façon qu'ils puissent connaître parfaitement toutes les attractions touristiques et les facilités qu'offrent les autres pays. Ils devraient devenir capables de donner des renseignements sur toute l'Afrique du nord et être formés à cet effet, quel que soit leur pays d'origine. Les principaux bureaux nord-africains à l'étranger compteront plusieurs employés provenant de divers pays et pourront ainsi se partager les tâches et fournir des informations, même très détaillées sur toute la sous-région.

L'organisme de propagande touristique nord-africain devra être placé sous l'autorité directe d'un conseil composé des dirigeants, des administrations nationales du tourisme, qui sont actuellement chargés de la publicité dans leurs pays respectifs. Leur coopération sera extrêmement utile pour orienter un effort publicitaire efficace et vigoureux, et elle permettra un échange périodique de renseignements et de données d'expérience et la mise au point de mesures communes en vue du développement du tourisme.

TABLEAU 15

Bureaux nord-africains d'information touristique à l'étranger

	Maroc	Algérie	Tunisie	Libye	RAU	Soudan
Royaume-Uni	x		x			
France	x	x	x			
Rép. féd. d'Allemagne	x	x			x	
Suisse	x				x	
Suède	x	x	x		x	
Italie	x				x	
Espagne					x	
Danemark						
Belgique	x					
Etats-Unis	x		x		x	
Liban			x		x	

23 bureaux.

TABLERAU 16

Moyens financiers nécessaires pour la propagande touristique  
de l'Afrique du nord (en dollars)

	1970		1980	
	Part varia- ble	Avec la parti- cipation fixe	Part varia- ble	Avec la parti- cipation fixe
Maroc	600.000	605.500	439.000	444.500
Algérie	127.500	133.000	370.000	375.500
Tunisie	430.000	435.500	397.000	402.500
Libye	53.500	59.000	93.000	98.500
RAU	730.000	735.500	639.000	644.500
Soudan	26.000	31.500	29.000	34.500
	1.967.000	2.000.000	1.967.000	2.000.000

En 1970, les redevances des membres seraient calculées en fonction du nombre de nuitées de touristes en 1968 sur les marchés faisant l'objet d'une propagande commune, et il s'y ajouterait un montant fixe estimé à 5.500 dollars pour chaque pays. Pour simplifier, on a calculé les redevances de 1980 en fonction des nuitées de cette même année alors qu'on aurait dû en réalité se fonder sur les nuitées de 1978.



## F. CONCLUSION

Les projections présentées dans cette étude visent à indiquer le point de développement que pourrait atteindre le tourisme dans des conditions normales. Il est évident que la menace ou les séquelles d'une guerre freineraient considérablement ce développement. Même une tension politique prolongée pourrait nuire au tourisme, surtout si elle a créé des remous sur les principaux marchés touristiques. D'autre part, on a déjà fait observer que la suppression des dépenses de guerre et la réduction des frais d'armement pourraient favoriser le tourisme international en amenant un relèvement des niveaux de vie et en libérant des capitaux internationaux pour les investissements touristiques; la croissance projetée dans cette étude pourrait donc se révéler inférieure à la réalité.

Nous avons à peine mentionné les transports et on pourra se référer à ce sujet au chapitre VIII.

Au fur et à mesure que le tourisme se développera, certaines activités devront certainement s'étendre et s'améliorer: transports locaux, spectacles, artisanat, services personnels, etc. Il est inutile toutefois de procéder à une estimation quantitative de ces besoins.

Les pays d'Afrique du nord ont déjà fait de grands progrès dans la simplification des formalités de frontières. On peut supposer qu'il en ira de même dans un ou deux pays qui sont encore en retard à cet égard et que les visas seront supprimés dans tous les pays d'Afrique du nord pour les voyages touristiques. Les restrictions de change sont plus difficiles à éliminer, mais l'expérience d'autres pays a prouvé qu'il fallait les atténuer et même les abolir totalement dès que la balance des paiements cesserait d'être en danger; dans certains pays ce point pourra être atteint grâce au développement du tourisme, mais dans tous les cas celui-ci sera favorisé par des mesures de cet ordre.

Les avantages économiques résultant du tourisme étranger créeront des conditions favorables au libre échange des personnes et des idées, et faciliteront ainsi non seulement le progrès économique mais encore la compréhension des problèmes et des besoins des pays nord-africains en voie de développement.

Si le tourisme ne peut se développer que dans une ambiance de paix, il contribue aussi largement à la maintenir.