



Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée : principaux résultats

Tourism and Sustainable development in the Mediterranean : main results



Réunion du groupe Tourisme
Plan Bleu, Sophia Antipolis, 24-25 septembre 2004

Ghislain Dubois, Tourisme Environnement Conseil (TEC), Septembre 2004

TEC - 89 rue de la République - 13002 Marseille – France - + 33 (0) 4 91 91 81 25 –

Ghislain.Dubois@tec-conseil.com – www.tec-conseil.com



Tourisme Transports Territoires

TEC

Environnement

Conseil

Ghislain Dubois

89 rue de la République 13002 Marseille- FRANCE

Tel : + 33 (0) 4 91 91 81 25

Mobile : + 33 (0) 6 10 16 22 35

Messagerie : Ghislain.Dubois@tec-conseil.com

www.tec-conseil.com



Sommaire / Contents

Introduction : diversité et profondeur historique du tourisme méditerranéen

- Un modèle dominant
- Les impacts sur l'économie, les sociétés et l'environnement

Conclusion : partager un diagnostic et élaborer une stratégie

Introduction : diversity and history of Mediterranean tourism

- A dominant model
- Impact on economy, societies and the environment

Conclusion : reaching a consensus and elaborating a strategy

Introduction

La Méditerranée a historiquement été le lieu de l'invention du tourisme

Modern tourism was invented in the Mediterranean

Elle est touristique... parce qu'elle a été touristique (le tourisme attire le tourisme)

It is a major tourism destination because... it was (tourism attracts more tourism)

Profondeur historique = diversité, richesse, mais aussi complexité et irréversibilité

Historical breadth means diversity, richness, but also complexity and irreversibility

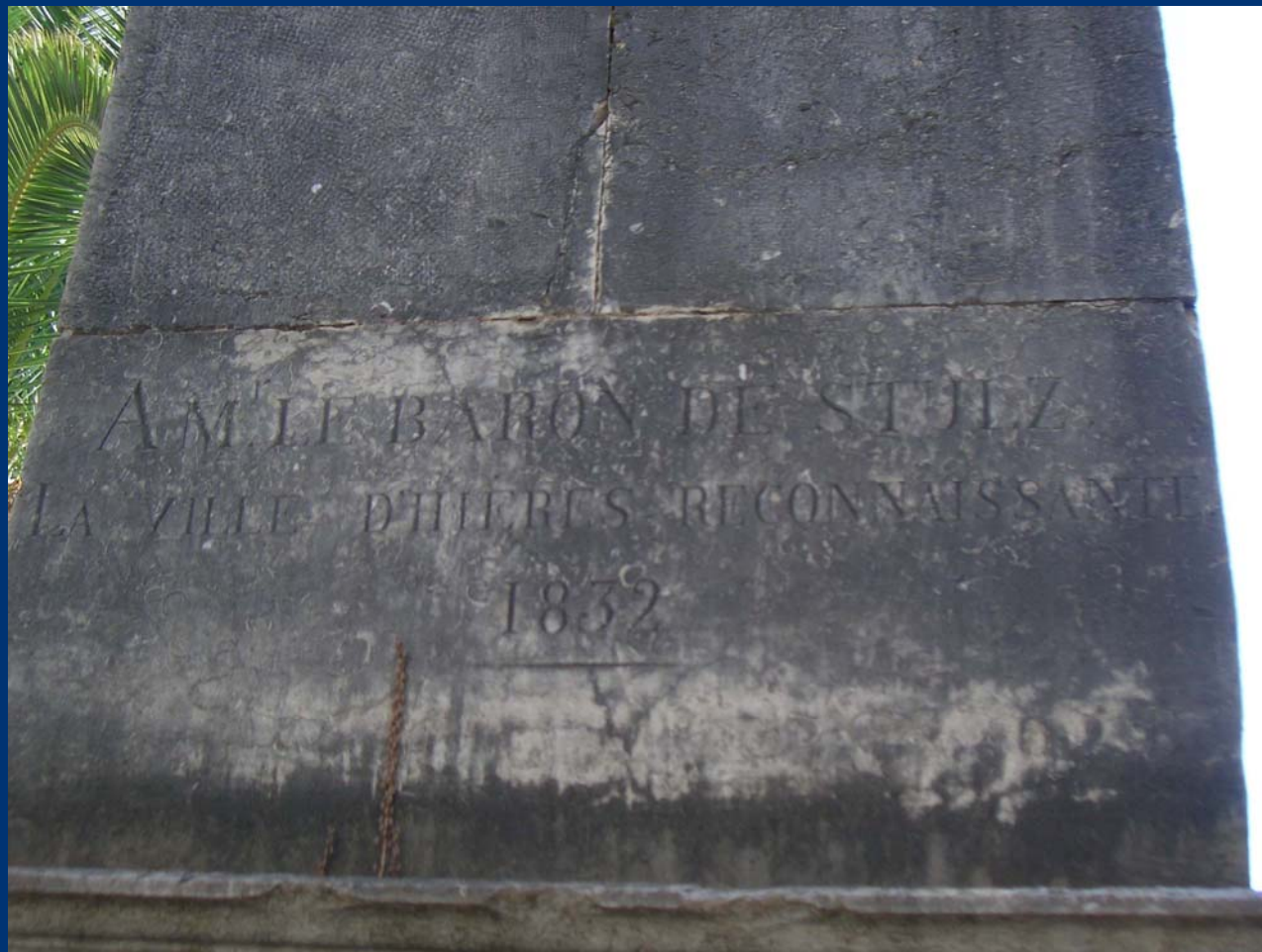


**Conseil en
politiques
touristiques**





**Conseil en
politiques
touristiques**







**Conseil en
politiques
touristiques**



Introduction

La grande diversité explique qu'il soit difficile de tirer des constats communs à l'ensemble du Bassin (2 grands modèles : « foncier » et « entrepreneurial »)

This diversity explains the difficulty to find common conclusions ("land" and "corporate" model)

Ce qui rapproche est cependant plus important que ce qui éloigne : environnements semblables, et produits convergents

Common characteristics are however more important than diverging ones

Ce qui suit est forcément un peu caricatural

The following is sometimes a caricature





Un modèle dominant

A dominant model

Un modèle dominant / A dominant model

Caractéristiques

- Une clientèle : les classes moyennes d'Europe de l'Ouest
- Un produit : les séjours d'agrément en bord de mer
- Une organisation de l'offre : concentration et massification
- Un mode de commercialisation : TO et séjours bon marchés
- Un environnement : le littoral proche et la plage

Characteristics

- One market : western Europe middle classes
- One product: sun and sea
- One organization of supply : concentration and massification
- One type of commercialisation: TO and lows prices
- One environment : the coast and the beach

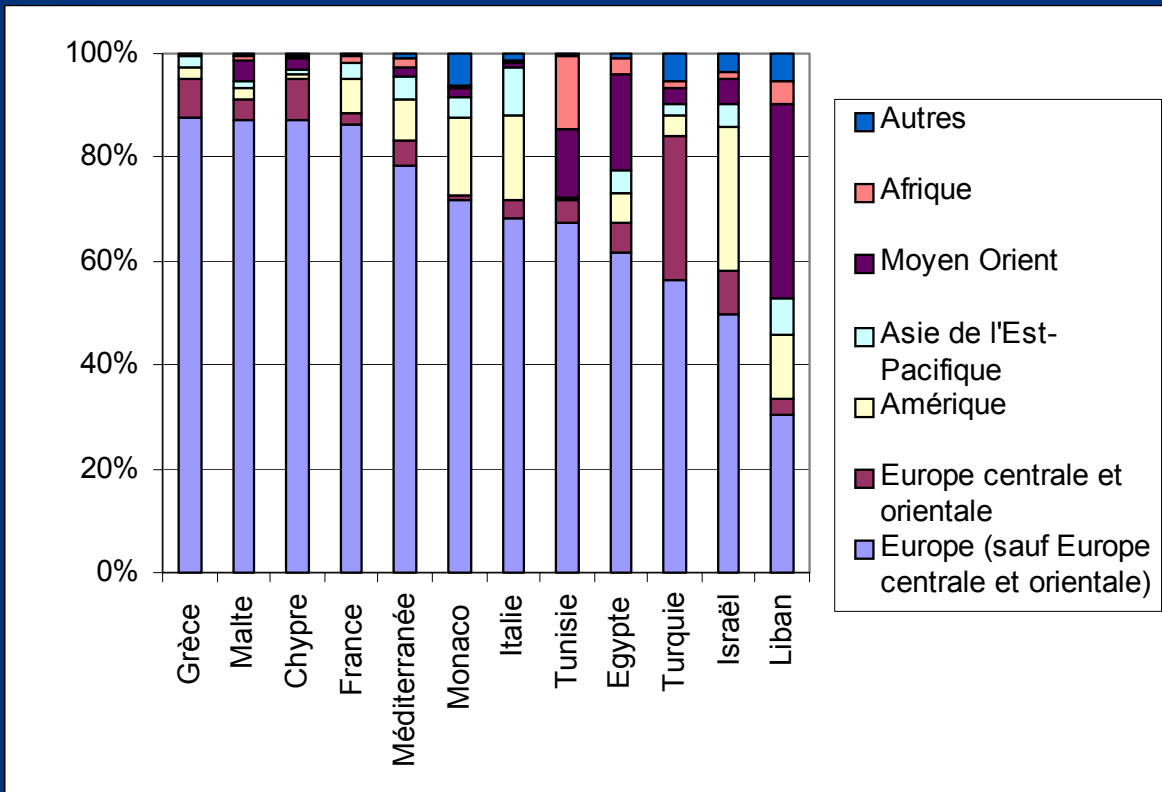


Une clientèle / One market

Les classes moyennes européennes / European Middle Class

Origine des touristes internationaux en 1999

Origin of international visitors in 1999

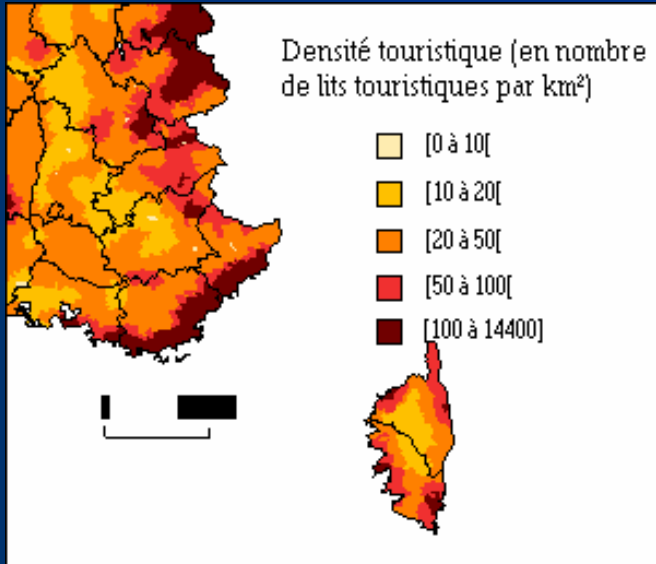


Sources : OMT / WTO, Plan Bleu 2002

Un produit / One product

Concentration spatiale en France / Spatial concentration in France

Densité touristiques dans les zones côtières / *Tourism density in coastal areas*



**65 % des touristes
résident à moins de
500 mètres de la
mer**

*65% of tourists stay
closer than 500
meters from the
sea*

Source: direction du tourisme- Insee, 1999,
Insee, RP, 1999

Une organisation de l'offre / *Tourism supply organisation*

Les 10 premiers TO européens *Top 10 European TO*

SOCIÉTÉ	RECETTES (MILLIARDS D'EUROS)
TUI (All)*	12,8
Airtours (GB)	8,2
Thomas Cook (All)	7,9
Rewe Touristic (All)	4,7
First Choice (GB)	3,9
Kuoni (CH)	2,7
Club Med (F)	2
Hotelplan (CH)	1,5
Alpitour (I)	1,1
Alltours (All)	1,1

TUI : 20 millions de clients, 67 tours opérateurs, 3 500 agences de voyages et 103 000 chambres d'hôtels



Les impacts sur l'économie, la société et l'environnement

Impacts on economy, societies and the environment

Les impacts / Impacts

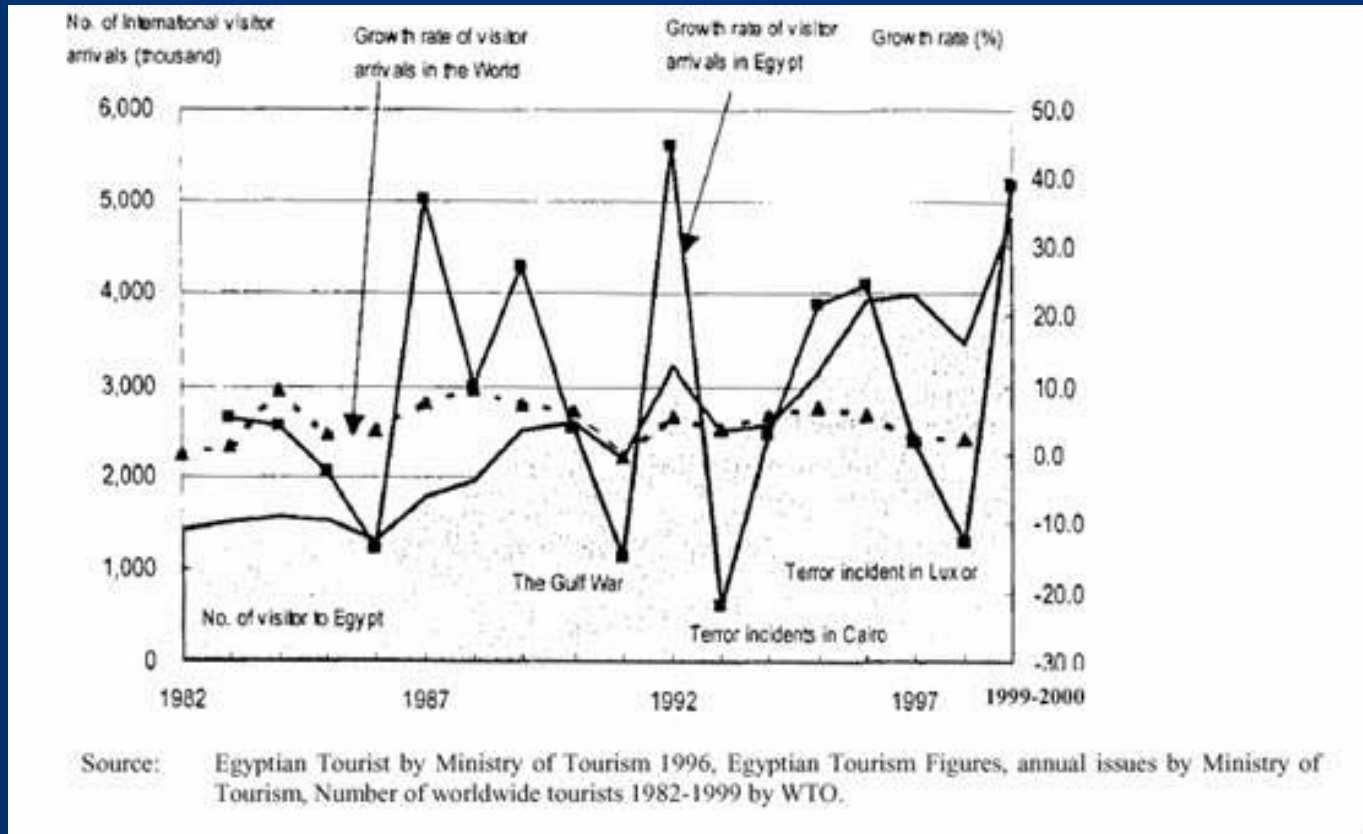
- Fragilité économique intrinsèque (concurrence, spirale de baisse de qualité (*Lloret del Mar...*))
 - Mauvaise distribution des revenus touristiques (emplois précaires, coefficient de fuite...)
 - Concentrations spatiales et saisonnières : plus d'impacts sur l'environnement
 - Perturbation de la vie locale, impression d'envahissement, marchandisation parfois excessive de la culture
- Economic fragility (concurrence, vicious circle of degradation)
 - Bad distribution of tourism benefits
 - Spatial and temporal concentration : more environmental impacts
 - Acceptability of tourism by local societies, congestion, excessive commercialisation of culture

Sensibilité aux crises / Sensitivity to crisis

Un tourisme fragile / Sensitivity to crisis

Taux d'évolution annuelle des visiteurs internationaux en Egypte

Annual growth rate of international visitors to Egypt



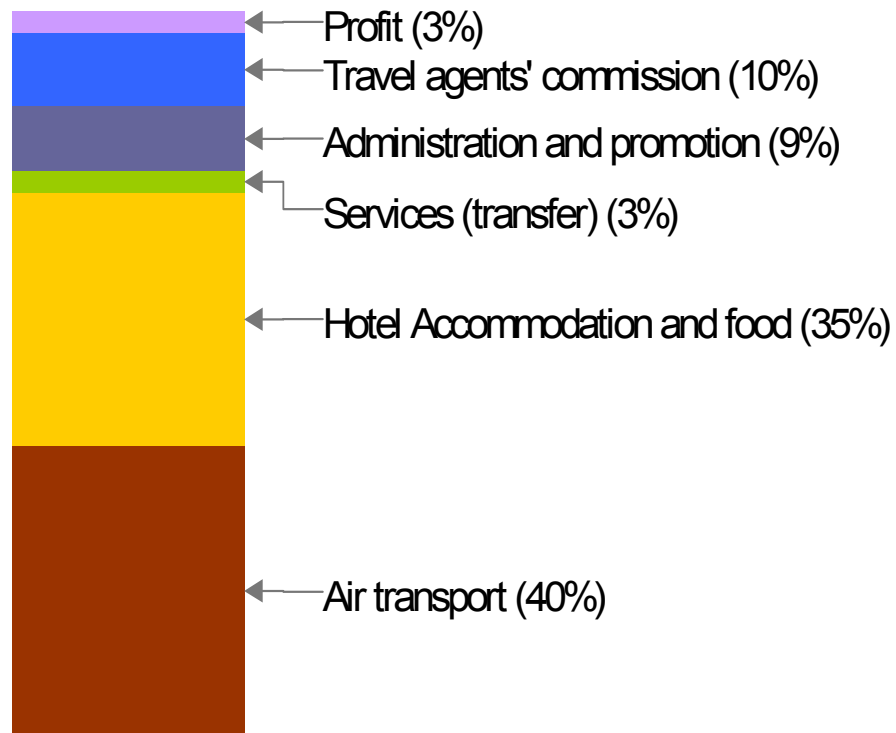
Sources : Ministère égyptien du tourisme / OMT- WTO

Distribution des revenus / Distribution of tourism revenues

Un coefficient de fuite important

Structure de coût d'un forfait méditerranéen au départ de Grande Bretagne

Cost structure of a typical mediterranean tourism package from the UK



Sources : Lickorish, 1997



Consommation d'espace / Space consumption

Le faible taux d'utilisation des hébergements provoque des constructions supplémentaires

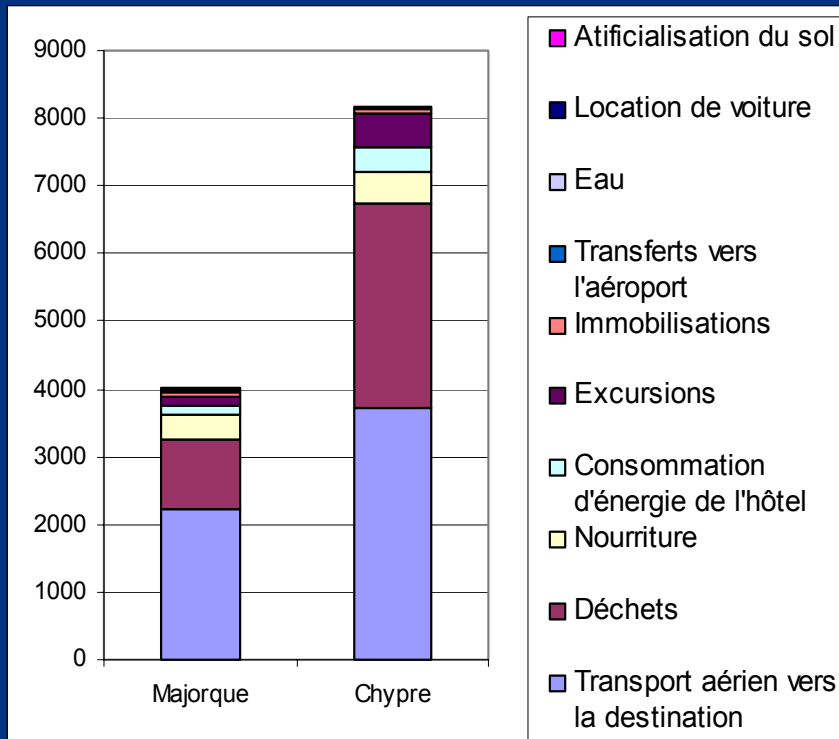
The low use rate of accommodation leads to more and more constructions

Accommodation type	Occupation rate (number of weeks a year)	Sources
Secondary homes	6	direction du Tourisme / Sofrès (enquête SDT 1998), direction du Tourisme (enquête aux frontières 1996), Insee (RP 99)
Hotels	30	direction du Tourisme (enquête sur la fréquentation de l'hotellerie 1998)
Campsites	7 in summer	direction du Tourisme (enquête sur la fréquentation de l'hotellerie de plein air 1998)
Tourism residence	28	l'enquête d'après Syndicat national des résidences de tourisme (1999)
Self catering accomodation	17	Fédération nationale des gîtes de France (1999)
Rentals	10 to 15	Détente Consultants (1998)

Empreinte écologique / Tourism Footprint

Empreinte écologique d'un séjour à destination de Majorque et de Chypre à partir de Grande Bretagne

Ecological footprint of a tourism stay to Majorca and Cyprus from UK



Source : WWF-UK



Tourisme Transports Territoires

TEC

Environnement

Conseil

Ghislain Dubois

89 rue de la République 13002 Marseille- FRANCE

Tel : + 33 (0) 4 91 91 81 25

Mobile : + 33 (0) 6 10 16 22 35

Messagerie : Ghislain.Dubois@tec-conseil.com

www.tec-conseil.com