



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

Critères précis de validation d'un cours en ligne

Informations nécessaires

Informations générales sur le module

Le présent cours vise à faire acquérir aux étudiants l'aptitude à analyser les dimensions sociologiques du phénomène touristique.

Objectif général

Faire réfléchir les étudiants sur les dimensions sociales, culturelles et politiques du tourisme.

Objectifs spécifiques

À l'issue de cet enseignement, l'étudiant devra

- Comprendre les enjeux de la Sociologie du tourisme ;
- Maîtriser de façon globale les problématiques de développement liées à l'activité touristique dans toutes ses dimensions socioculturelles ;
- Être capable d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies de développement local durable ;
- Être capable d'accompagner et d'évaluer les projets touristiques de développement.

PLAN DU COURS

INTRODUCTION :

- ✓ Le tourisme un nouvel objet pour la sociologie

CHAPITRE I : Approches notionnelles

- ✓ La psychologie
- ✓ La sociologie
- ✓ La psychosociologie
- ✓ Le tourisme
- ✓ Le touriste
- ✓ Le produit touristique



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

CHAPITRE II : Les différents acteurs du secteur touristique

- ✓ Les touristes
- ✓ Les associations
- ✓ Les professionnels
- ✓ Les pouvoirs publics

CHAPITRE III : Le tourisme : un outil de développement économique

- Importance du tourisme dans l'économie sénégalaise
- Un outil de développement économique,
- Un enjeu politique.

CHAPITRE IV : Tourisme et changement social (Impact du tourisme au plan socio-culturel)

- ✓ L'émergence du tourisme à travers son contexte
- ✓ Problématique sociologique du tourisme
- ✓ Classification des motivations des différents acteurs du secteur touristique et des besoins touristiques (La différenciation des pratiques touristiques)
 - Le tourisme des occidentaux : de la quête de l'autre à la rencontre avec soi
 - Les touristes non occidentaux : la quête de la modernité
- ✓ Impact du tourisme au plan socioculturel,
- Un cadre d'échange et de brassage des peuples
- Un moyen d'expansion et d'affirmation de la culture occidentale (un lieu d'expression des écarts entre les classes sociales et des inégalités entre le Nord et le Sud)
 - ✓ Tourisme et conditions d'existence et de bien-être des populations locales
 - ✓ Tourisme et valeurs locales
 - ✓ Les controverses sur les effets du tourisme
 - ✓ Les effets du tourisme sur les collectivités émettrices
 - ✓ Les stratégies compensatrices et les perspectives positives du tourisme
 - ✓ Les stratégies d'harmonisation des rapports de la rencontre
 - ✓ Inter culturelation entre cultures locales et cultures occidentales

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

- ✓ Les perspectives pour un tourisme différent ou alternatif
- ✓ Quel type de tourisme pour le développement local durable ?

Contact :

Abdoul Wahab CISSÉ, + (221) 776342970 ; abdoul-wahab.cisse@ugb.edu.sn



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

INTRODUCTION

- **Objectifs spécifiques**

- Rappeler les conditions d'émergence et les différentes étapes du tourisme au Sénégal
- Identifier le tourisme comme un nouvel objet d'étude pour la Sociologie

- **Contenu**

Jusqu'à une période récente, on pensait que l'introduction massive de nouvelles technologies pouvait faire développer un pays. Dans la même perspective, on croyait également que le développement d'un pays allait être boosté par la croissance économique à l'image de ce qui s'était passé en Occident. Ainsi, pendant longtemps, les occidentaux ont développé l'idée selon laquelle l'Afrique noire ne peut entrer dans la modernité qu'en construisant à l'identique leur modèle relatif à l'Etat-Nation.

C'est pourquoi, aussitôt après l'accession de certains Etats à la souveraineté nationale, les Nations Unies ont initié à leur endroit des politiques de développement dont les objectifs consistaient à promouvoir le secteur industriel.

Ce faisant, les stratégies déployées tournaient autour de l'acquisition d'infrastructures lourdes et l'installation de grosses unités à forte intensité de capital dans ces pays. C'est ce qui explique que le Sénégal était devenu l'un des pays les plus industrialisés de l'Afrique de l'Ouest.

Pour dérouler ces stratégies, l'Etat sénégalais avait choisi de mettre en place une économie mixte qui tend à favoriser un équilibre entre public et privé en conservant des fonctions importantes dans l'appareil productif et un large pouvoir d'orientation s'est alors manifesté par la création d'un ensemble d'établissements publics et parapublics.

Toutefois, la faiblesse de la production nationale a conduit à une plus grande dépendance extérieure. Les industries se limitaient essentiellement aux domaines des



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

mines, huileries, conserveries, engrais, textiles, usines de décortilage d'arachide et de riz et au complexe sucrier au moment où la demande sociale sortait de loin du cadre très restreint de ces secteurs.

L'industrie était également frappée par une concentration économique et géographique car les grandes entreprises occupaient 92% des investissements, 80% des employés et Dakar abritait à la fois 88% des entreprises et 80% des employés. Aussi, à ces déséquilibres s'ajoutaient une faiblesse des investissements et le caractère douteux des orientations.

Au regard de ce bilan négatif marqué par un constat de non efficience des politiques, les autorités gouvernementales ont, avec l'appui des institutions internationales de Breton Woods, notamment le Fonds Monétaire International (FMI) et la Banque Mondiale (BM), entrepris une série de réformes politiques et administratives ayant pour objectif primordial de briser le carcan entourant l'industrie sénégalaise.

Du reste, en définissant les Nouvelles Politiques Industrielles (NPI), on a voulu corriger la faiblesse des capitaux et l'échec de l'intervention de l'Etat à travers son désengagement et la libéralisation du secteur industriel au moyen de la dotation de conditions aptes à générer plus de compétitivité par le biais d'une réduction substantielle des dépenses de l'Etat sénégalais et ses investissements publics.

Hélas, à l'instar de tous les programmes de développement, les NPI ont suscité plus de frustrations que de réussites car les certitudes développantes et réformistes nées de leur application au niveau économique se sont vite dissipées face à l'ampleur des contraintes.

Au vu de cette situation renforcée par une crise économique mondiale vers les années 1970 engendrée par plusieurs facteurs dont le retournement de la conjoncture mondiale avec les chocs pétroliers, la crise des phosphates et de l'arachide mais aussi



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

le prolongement de sécheresses très aigües suite au cumul de plusieurs années de pluies déficitaires en Afrique au Sud du Sahara, le Sénégal avait senti le besoin et l'urgence de s'orienter vers de nouveaux pôles stratégiques de développement.

Conscient de ses potentialités géographiques et naturelles, culturelles et sociales, le pays s'est fixé par conséquent comme objectif de faire du tourisme une option primordiale de développement.

En effet, de par sa position géographique, le Sénégal joue un rôle important en Afrique et dans le monde. C'est une plaque tournante sur les routes aériennes et maritimes. Cette position privilégiée, conjuguée à la longue durée de l'ensoleillement, la variété de sa faune et de sa flore, la richesse de ses traditions populaires, en font une terre de prédilection pour le tourisme. Le Sénégal est aussi un carrefour humain où langues, religions, et traditions n'ont cessé de se croiser.

Tous ces facteurs combinés ont permis au tourisme, depuis 1974 jusqu'à nos jours, d'occuper la deuxième position au niveau des recettes brutes derrière la pêche et devant l'arachide et les phosphates jusque-là considérés comme principaux leviers d'une économie condamnée à se diversifier.

Ce secteur aux potentialités inépuisables a ainsi contribué à réguler la balance des paiements. Un enjeu qui explique donc tout l'intérêt que l'Etat accorde au tourisme. Dès lors, il adopte une politique plus volontariste matérialisée par les passages suivants :

Cette présente analyse permet de constater que différentes phases ont marqué l'évolution du secteur depuis 1970. Tout à commencer en :

- ✚ décembre 1970 jusqu'en avril 1979 où on parlait de Délégation Générale au Tourisme ;
- ✚ avril 1979- avril 1983 : Secrétariat général au tourisme
- ✚ avril 1983-janvier 1986 : Ministre délégué au Tourisme



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

- + janvier 1986-mars 1990 : Ministre du Tourisme
- + mars 1990-avril 1991 : Ministère du Tourisme et de la Protection de la Nature
- + avril 1991-juin 1993 : Ministre du Tourisme et de l'environnement
- + juin 1993-avril 2000 : Ministre du Tourisme et des Transports aériens
- + avril 2000-mai 2001 : Ministre du Tourisme
- + mai 2001-août 2001 : Ministre de la Culture, du Tourisme et des loisirs
- + août 2001-avril 2004 : Ministre du Tourisme et des Transports aériens
- + juin 2007-décembre 2007 : Ministre de l'Artisanat et du Tourisme
- + décembre 2007-avril 2008 : Ministre de l'Artisanat des Sénégalais de l'intérieur et de l'extérieur
- + avril 2008-avril 2012 : Ministre de l'artisanat, du Tourisme et des relations avec le secteur et le secteur informel
- + avril 2012-décembre 2013 : Ministre de la Culture et du Tourisme
- + décembre 2013-juin 2015 : Ministère du Tourisme et des Transports Aériens.

C'est seulement à partir de 1986 que le tourisme a finalement été érigé en département. A partir de ce moment, l'émergence de plusieurs structures d'encadrement à l'image de la Société Financière Sénégalaise pour le Développement de l'Industrie du Tourisme (SOFISEDIT) se justifiait alors aisément.

Défini comme l'ensemble des déplacements humains sur une certaine distance dans le cadre d'une activité de loisir, le tourisme dont le développement a été rendu splendide grâce au concours de plusieurs facteurs d'ordre économique, social, technique et politique, devient un phénomène mondial s'affichant sur les différentes palettes de la vie en société. A ce titre, reprenant l'expression de Marcel MAUSS, le tourisme peut être considéré comme un « *fait social total* » caractérisant la civilisation des loisirs.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

Aujourd'hui, il fait partie des industries les plus florissantes ou prospères dans le commerce international. Pour cela, au moment où certains appréhendent le tourisme comme une nouvelle forme de domination ou une nouvelle version de l'impérialisme occidental, d'autres le saisissent comme un excellent instrument pour le développement des nations. Voilà pourquoi, les économistes l'ont très tôt investi afin d'analyser son impact sur la recette ou le P.I.B des pays.

Au-delà, la psychosociologie se donne la mission de réfléchir sur les dimensions psychologiques, sociales, culturelles et politiques du tourisme en partant du contexte historique de l'émergence dudit phénomène. Aussi, cette discipline s'intéresse-t-elle sur les motivations et les valeurs qui sont à la base du développement touristique et, dont les effets socioculturels sont différemment ressentis du point de vue des sociétés émettrices et des communautés d'accueil.



CHAPITRE I : APPROCHES NOTIONNELLES

- **Objectifs spécifiques**

- Éclairer certaines notions
- Développer la compréhension étymologique sur la psychosociologie du tourisme

- **Contenu**

La psychosociologie du tourisme est un domaine d'investigation scientifique dont la compréhension et la pertinence doivent être d'abord ramenées à l'éclairage de certaines notions comme la psychologie, la sociologie et le tourisme. Le jumelage des deux premières disciplines crée une branche spéciale appelée la psychosociologie dans les sciences sociales et, qui peut se donner comme objet d'étude, le phénomène touristique dont le développement ne cesse de poser des défis à la communauté scientifique. Dans ce chapitre, pour ce faire, nous aborderons tour à tour les notions de psychologie et de sociologie pour développer la compréhension étymologique sur la psychosociologie avant d'en venir à la définition du tourisme comme un champ d'étude de cette discipline.

I.1 : La psychologie

La psychologie est la science qui se donne comme objet l'étude du psychisme humain. En portant ses travaux sur l'individu, la psychologie appréhende les fonctions sensibles comme la perception, les motivations, la cognition, c'est-à-dire les fonctions intellectives, la personnalité et les fonctions de l'esprit. Toutefois, nous reconnaissons que la psychologie n'a pas encore clos le débat sur son objet d'étude au sujet duquel les controverses ouvrent la voie à un émiettement de la discipline tant sur le plan théorique que méthodologique.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

I.2 : La sociologie

À l'opposé de la psychologie qui étudie les phénomènes psychiques, c'est-à-dire ce qui relève de la subjectivité humaine, la sociologie quant à elle, s'occupe de l'intelligibilité des phénomènes sociaux se caractérisant selon Emile DURKHEIM par l'extériorité, la coercition et l'objectivité. Considérée comme la mère des sciences car s'intéressant à un objet aussi vieux que l'humanité selon Auguste COMTE, la sociologie prend naissance dans un contexte de grands bouleversements. Cela correspond à une profonde structuration de la société occidentale opérant une transition traduisant la dislocation des valeurs traditionnelles laissant place à un phénomène nouveau, à savoir, la modernité qui sera à la base du progrès des phénomènes comme le tourisme.

Dès lors, des hommes se donnent le projet scientifique d'accompagner le développement de ce nouveau monde en cherchant à comprendre comment une société se tient et évolue-elle ? Comment l'ordre politique s'impose-t-il ? Qu'est-ce qui est à la base des actions individuelles et collectives dans une communauté donnée ? Toutes ces interrogations des fondateurs de la sociologie n'ont qu'une seule finalité, à savoir, comprendre la société moderne en tâchant de la guérir des maux dont elle souffre en vue de restaurer l'ordre social distingué dorénavant comme fondement du progrès. La sociologie ainsi échafaudée, se constitue pour apporter des réponses à ces questions.

En sachant que ces aspects de la vie en société impliquent des dimensions psychologiques et pour combler à présent la distance qui sépare les sciences de l'homme et de la société, un pont de médiation est jeté entre la psychologie et la sociologie. Ceci part de l'idée selon laquelle, l'homme est un tout différent de la matière et de l'atome. Dès lors, la sociologie s'ouvre à la psychologie. Et delà, prend naissance la psychosociologie qui vise à transcender la frontière scientifique entre l'individuel et le collectif, entre le subjectif et l'objectif présentant un caractère général.



I.3 : La psychosociologie

La psychosociologie se donne comme objectif d'étudier les fondements psychologiques des phénomènes sociaux, la socialisation et la formation de la personnalité. Dans ce sens, certains utilisent l'expression de « *psychologie sociale* » à la place de la psychosociologie et, abordent les domaines portant sur l'interaction, les influences, les relations entre les individus, les groupes et la dynamique de la construction des personnalités singulières comme champ d'investigation scientifique.

Pour cela, Jean-Pierre CITEAU montre que la psychosociologie : « *tend à comprendre et à expliquer comment les pensées, les sentiments, les comportements moteurs des êtres humains sont influencés par un autrui réel, imaginaire ou implicite* »¹. Cette démarche permet de comprendre les processus d'influence et d'imitation en ce sens qu'il est possible de saisir comment une activité auparavant réservée à la classe des aristocrates, arrive à présent à être généralisée à l'échelle de l'humanité à travers les interactions sociales. Ceci fut, dans le contexte du 19^{ème} siècle en Occident, l'exemple du tourisme.

C'est en ce sens que la psychologie et la sociologie s'épousent pour fonder une discipline dans une perspective de construire un accord scientifique qui transcende les dichotomies classiques entre individu et société en partant de l'idée selon laquelle le tourisme constitue un fait social total. De là, prend naissance la psychosociologie que G.N FISCHER définit comme étant « *la science qui étudie les conduites humaines et les phénomènes sociaux comme des processus relationnels à l'intérieur desquels le psychologique et le collectif sont indissociables ; de façon plus précise, elle considère chaque individu dans sa réalité d'être social et elle analyse ses conduites en tant qu'elles s'expriment à travers des formes diverses de relations déterminées par des niveaux de fonctionnement dont l'influence, la représentation et la communication* ».

¹F. ALLPORT. Cité par Jean-Pierre CITEAU et Brigitte ENELHARDT-BITRAN. *Introduction à la psychosociologie* Paris : Armand Colin, 1999. P.16.



sont les plus marquantes »². Cette définition montre la pertinence de la psychosociologie à tous les niveaux du développement du tourisme saisi sous cet angle, comme produit du comportement humain dont la genèse peut être appréhendée selon le contexte.

I.4 : Le tourisme

Le tourisme comme invention culturelle occidentale

Au fil du temps, les premières manifestations touristiques avaient été constatées dans l'antiquité. Cela correspondait aux déplacements des fidèles vers les édifices religieux ou vers les sanctuaires. C'est une époque durant laquelle la ferveur religieuse battait son plein et se traduisait par l'exaltation du culte. Mais, au fur et à mesure que le poids du religieux perdait son importance voire son acuité dans la vie publique, la tendance aux voyages persiste et reste une activité à laquelle se consacrent les écrivains et les hommes d'affaires. Néanmoins, durant cette période, l'on ne pouvait pas parler du tourisme au sens propre dans la mesure où c'est au tournant du 18^{ème} et 19^{ème} siècle que le phénomène touristique s'identifie et s'intensifie réellement en Europe Occidentale.

D'origine anglaise au départ, la première acception du tourisme renvoyait à la grande tour que les jeunes aristocrates faisaient en Europe de l'Ouest et dans une certaine partie du Moyen Orient. Cela portait sur des voyages à signification initiatique, sur les besoins de découvertes des peuples en Europe dont les civilisations sont riches d'enseignements historiques comme ce fut le cas des Grecs, les Romains et les Israelites ayant connu des mœurs qui suscitent des curiosités et des plaisirs à caractère exotiques.

Dans l'ampleur du phénomène, certains comme Thomas COOK, un pasteur batiste mercantiliste (1808-1892), y flairait l'arôme des affaires et le goût du profit qui permettra le développement d'une entreprise florissante. Ce religieux protestant mu

² G.N. Fischer. La Psychologie sociale. Seuil, coll. Essais. Paris, 1997, p.29.



par ce que Max WEBER appelle « *l'éthique calviniste et l'esprit du capitalisme* », s'empare dès 1841 de cette activité qu'il organise de façon fructueuse ou opportune en tâchant de faciliter le voyage des fidèles assoiffés de spiritualité et d'esthétique antique. La réussite de ces affaires dans ces voyages lui permet de créer une agence de voyage qui répond aux exigences wébériennes d'une bureaucratie moderne et s'adapte à une nouvelle appréhension du temps dont la construction sociale va, de façon directe ou indirecte, influencer l'essor du tourisme.

Au sens large, le tourisme peut être considéré comme l'ensemble des mouvements ayant trait au déplacement des personnes sur une certaine distance et pour une durée supérieure à 24 heures dans le cadre d'une activité de loisir.

I.5 : Le touriste

Comme nous l'avons vu, le tourisme est un champ difficile à appréhender. Les débats autour de la définition du « *touriste* » sont significatifs de cette difficulté.

« Est considéré comme touriste, toute personne se déplaçant hors de son environnement habituel pour une durée d'au moins d'une nuitée et pour des motifs non liés à une activité rémunérée dans le lieu visité ».

I.6 : Le produit touristique

Le tourisme n'est pas une industrie comme les autres car le produit n'existe pas en tant que tel. Il s'agit d'amalgame dans un même concept où on retrouve différents éléments hétéroclites qui, de par leur nature, n'ont absolument rien à faire entre eux mais qui peuvent devenir des objets de consommation touristique par cela même qu'ils sont promis à cette fin.

Le produit touristique est le résultat d'une pratique symbiotique qui combine plusieurs ingrédients : services (hébergement, restauration, transport, récréation), objets culturels (folklore, fêtes, patrimoines, monuments), particularités



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

géographiques (sites, paysages) et beaucoup d'autres éléments moins palpables tels que l'hospitalité, l'ambiance et la stabilité politique.

Ainsi, pour commercialiser un site touristique et lui donner ses chances dans un marché concurrentiel, il lui faut un label de qualité, une marque d'origine qui porte la signature de son originalité. Cela veut dire dans une logique promotionnelle, chaque localité est invitée à produire, affirmer et afficher une identité propre.



CHAPITRE II : LES CONTROVERSES SUR LES EFFETS DU TOURISME

- **Objectif spécifique**

- Analyser les arguments des deux camps opposés

- **Contenu**

Le tourisme est porteur de développement et peut faciliter aussi la compréhension entre les peuples. Mais il ne présente pas que des avantages et l'on se demande de plus en plus si le développement d'une industrie touristique est rentable pour les sociétés d'accueil. En effet, pour évaluer l'intérêt du tourisme, nous avons pris conscience de la nécessité de tenir compte non seulement des données économiques mais également des données immatérielles comme les effets sur la société, les perturbations introduites dans les modes de vie et les systèmes de valeur des sociétés d'accueil et la culture locale.

Dans cette perspective, certains experts avancent quels que soient les avantages économiques du tourisme : *« il faut réviser complètement les termes de l'échange entre les pays occidentaux industrialisés émetteurs de tourisme et les pays récepteurs en voie d'industrialisation »*³. D'ailleurs, ils vont jusqu'à taxer le tourisme de *« néocolonialisme de l'espace »*, *« d'impérialisme culturel »*.

Certains pensent : *« le tourisme méritent les encouragements des gouvernements et que si ces conséquences politiques, économiques et culturels ne sont pas toujours positives, il est toutefois possible d'y remédier »*⁴.

D'autres encore ayant une position plus sage estiment : *« le tourisme est comme le feu. Il peut faire bouillir votre marmite ou incendier votre maison »*⁵.

³ P. PY., 1992, *Le tourisme : un phénomène économique*, Paris, La Documentation française, p. 9.

⁴ P. PY., 1992, *ibidem*, p.11.

⁵ P. PY., 1992, *idem.*, p.11.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

Nonobstant les difficultés existantes dans un secteur aussi hétérogène que le tourisme, les différentes positions soulèvent d'une part, l'importance du tourisme comme pouvant être source de développement et d'autre part, ses effets pervers comme agents perturbateurs au niveau social et culturel.



CHAPITRE III : LE TOURISME : UN OUTIL DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- **Objectif spécifique**
 - Comprendre la place et le rôle du tourisme dans le développement local

- **Contenu**

- **Tourisme et emploi**

Il s'agit ici de parler du tourisme comme facteur de création d'emplois, des relations entre tourisme, population.

Il faut reconnaître que l'un des avantages le plus évident et le plus directement lié au secteur du tourisme est la création d'emplois et la possibilité pour les habitants d'accroître leurs revenus et leur niveau de vie.

Lorsque le développement du tourisme se fait progressivement, la plupart des emplois créés dès le début sont occupés par les gens du voisinage. La population locale est considérée, en général, comme la première bénéficiaire des emplois créés par le tourisme et plus particulièrement par les jeunes et les femmes. Nous remarquons par là que le tourisme crée, non seulement, des emplois pour une des tranches de la population (jeunes, femmes) que l'on considère comme très sensible, mais il peut aussi être considéré une solution en ce qui concerne le phénomène de l'exode rural.

Par contre, il n'est pas exclu que des migrants puissent former une portion importante de la main d'œuvre locale dans le secteur touristique, surtout quand le flot des touristes grossit et que des installations institutionnalisées ou de masse se développent. A première vue, deux catégories semblent avoir profité particulièrement des possibilités d'emplois procurées par le tourisme : les jeunes et les femmes. En effet, selon Emmanuel DE KADT : « *Si dans beaucoup de sociétés traditionnelles les relations entre les générations étaient strictement hiérarchisées et que cette*



hiérarchisation était renforcée par la dépendance financière des jeunes envers la génération des parents, il semblerait que l'accroissement des possibilités d'emploi et de gain diminue cette dépendance et ne peut qu'éprouver les relations familiales »⁶.

Autant dire que la dépendance financière apportée par le tourisme en faveur des jeunes et des femmes peut amener des conflits au sein des cellules familiales. En tout état de cause, il faut reconnaître que les opportunités offertes (emplois) aux femmes par le tourisme ont des effets libérateurs pour elles comme pour les jeunes.

➤ **Tourisme, conditions d'existence et de bien-être des populations locales**

Comment les conditions d'existence des populations locales peuvent-elles être affectées par le tourisme ? Par l'expression conditions d'existence, le sociologue Allemand Max WEBER disait, il y a déjà plus d'un demi-siècle : « *C'est la possibilité d'atteindre pour les individus au cours de leur vie une série d'objectifs (longévité, santé, emploi agréable, considération par l'entourage) et de bénéficier d'une gamme d'avantages et de ressources (revenus, instruction des enfants, logements, sécurité sociale) ».*

En effet, l'activité touristique implique d'abord la réalisation d'importantes infrastructures de base comme les routes, les ponts de liaison, les équipements relatifs à l'installation de l'eau courante, de l'électricité, du téléphone.

Son développement ne peut également se faire sans système de transport fiable. Autrement dit, à l'intérieur d'un site touristique, la voirie doit pratiquement être en bon état et différents types de moyens de déplacements doivent y être aussi observés allant des calèches jusqu'aux bus climatisés en passant par les taxis et les cars.

⁶ E.DE KADT, 1979, *Tourisme passeport pour le développement : regard sur les effets culturels et sociaux du tourisme dans les pays en développement*, Paris, Economica, p.43.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

De même, s'il dispose d'un aéroport, il doit faire l'objet de certains aménagements afin de lui permettre de recevoir des vols directs, notamment des cargos et charters en provenance des pays émetteurs de touristes.

D'autre part, l'implantation du tourisme dans des zones, notamment rurales peut favoriser la création d'infrastructures d'utilité collective telles que l'école, le dispensaire, les marchés, les mosquées, les églises, etc. Ex : La construction de l'école de Saly keur Joseph a été entièrement financée par un touriste Suisse du même nom.

Ces infrastructures sont parfois l'œuvre de certains touristes appartenant à des associations philanthropiques (Amour de l'humanité, personne qui s'emploie à améliorer le sort matériel et moral de tous les hommes/Misanthropie) qui, en dehors de ces équipements, fournissent également des vêtements, des médicaments, du matériel scolaire ou sportif qui sont fréquemment envoyés dans les villages.

Il y a aussi les associations humanitaires ainsi que les fonds d'aide qui sont constitués par des touristes et qui luttent constamment pour l'amélioration des conditions de vie des populations autochtones. C'est le cas de « *Maisons douces* », une association humanitaire qui œuvre pour le bien-être des populations de Saly et par-delà même de la Petite Côte en général.

Toutefois, il faudra noter que ces œuvres ne sont réalisées que par les touristes qui sont en contact direct avec la population et qui connaissent les réalités qu'elle vit

➤ **Tourisme et consommation locale**

DE KADT revient sur un point aussi important : les effets que le tourisme peut avoir sur la consommation locale. Pour lui, en effet, le tourisme fait sentir non seulement ses effets sur les ressources des habitants mais il influe également sur leur bien-être et leur consommation. En ce sens, il affirme : « *le développement du tourisme dans une localité peut engendrer la raréfaction de certains articles offerts à*



la population locale, même s'il en existe, leurs prix augmenteront »⁷ . Il poursuit toujours dans cette logique en soulignant : « les effets du tourisme sur la consommation locale ne bénéficient que d'un aspect plus positif, l'intérêt manifesté par les touristes pour les manifestations artistiques, les monuments, les sites naturels, la demande d'œuvres artistiques et artisanales locales pourront aider à la survie de ces activités qui profitera aussi aux consommateurs du cru qu'aux touristes et aux fabricants »⁸.

Toujours dans le domaine des effets du tourisme, il semblerait que les avantages affectent quelque part les structures de classe. Selon NORONHA, les gens du tourisme occupent généralement des postes dont les perspectives d'ascension sociale sont inexistantes. Ici donc, nous constatons que le tourisme, même s'il n'est pas la cause exclusive de ces phénomènes, il peut les favoriser et ceci peut être source de certains rapports conflictuels au sein d'une société.

En parlant des rapports, nous allons passer à un domaine aussi important. Il s'agit de la rencontre entre touristes et habitants.

➤ **La rencontre entre touristes et population locale**

Il s'agit ici d'évoquer les moments pendant lesquelles la rencontre entre les touristes et les habitants se fait généralement. Celle-ci se passe à des occasions précises. Selon DE KADT, elle se produit : « *lorsque le touriste achète à l'habitant des biens ou des services ; lorsque le touriste et l'habitant se côtoient, par exemple sur une plage ou à un spectacle de cabaret ; enfin, lorsque les deux acteurs se rencontrent pour échanger des renseignements ou des idées* »⁹.

⁷ E. DE KADT, 1979, *op. cit.*, Paris, Economica, p. 44.

⁸ E. DE KADT, 1979, *idem*, Paris, Economica, p. 58.

⁹ E. DE KADT, 1979, *Op. cit.*, Paris, Economica, p. 69.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

La majorité des auteurs pensent que le tourisme peut être un moyen pour l'entente internationale et pour s'ouvrir aux peuples. C'est principalement à cette troisième occasion qu'ils font référence. Cette troisième occasion de la rencontre entre touristes et habitants permet aux deux parties d'exposer, d'étaler les éléments de leurs cultures. C'est justement là qu'il peut y avoir dangers. En effet, de manière générale, à la rencontre de deux cultures ou deux peuples différents, soit l'un prend le dessus et influe sur l'autre, soit il y a une disparition progressive - par copie - de l'un de deux. Contrairement à ce que l'on pense, c'est-à-dire la fréquence de la rencontre, NETTEKOVEN souligne que : *« les rencontres entre cultures au cours de voyages touristiques se produisent moins qu'on le croit souvent ; que les rencontres approfondies sont moins recherchées par les touristes qu'on le dit »*¹⁰

La rencontre entre touristes et habitants n'est pas toujours directe et ceci dépend en grande partie aux types de tourisme organisés. Le tourisme de masse par exemple, où les pensionnaires sont généralement ensemble et suivent un programme établi à l'avance par les agences de voyages ou les centres hôteliers, ne favorise pas la rencontre et même si elle se produit, elle ne dure pas longtemps.

Les résultats d'une étude ont montré que les touristes pour la plupart venaient pour exclusivement l'environnement (spécialement pour le soleil, la plage, les palmiers, la mer) ; la civilisation, l'histoire, les gens, la société actuelle ne constituaient qu'une attraction secondaire. Certains d'entre eux disaient même qu'*« il ne faut pas que les vacances en soient dérangées »*, ceci pour montrer que c'est l'environnement qui prime sur les motifs de voyage des touristes. Ainsi, selon BOISSEVAIN et INGLOTT *« la plupart des touristes restent relativement ou même totalement ignorants des habitudes, mode de vie, aspirations politiques et problèmes*

¹⁰ NETTEKOVEN, cité par E. DE KADT, 1979, *Op. cit.*, Paris, Economica, p.60.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

sociaux des gens du cru, avec lesquels d'ailleurs ils n'ont aucun contact en dehors des relations de services superficielles »¹¹.

C'est précisément le type de tourisme qui favorise ou non la rencontre entre touristes et habitants. Concernant le tourisme de masse, les mêmes auteurs remarquent : *« les touristes aiment mieux rester dans leur autocar climatisé que se promener »¹²*. La rencontre donc devient peu probable car tout a été programmé dans les centres touristiques qui deviennent des enclaves isolant le touriste de l'environnement local et créant une sorte d'établissement total.

Ce contact est facteur de changement de comportements et d'attitudes au sein de la population, d'où la naissance d'effets comme l'augmentation de la consommation de boisson alcoolisée, de chanvre indien chez les jeunes.

Contrairement à ceux qui ramènent le niveau de la rencontre entre touristes et habitants à un degré zéro, certains, comme Pierre FABRE, présentent le tourisme comme *« un moyen de connaissance mutuelle entre les peuples et de compréhension réciproque dans le respect des différences »¹³*. En ce sens, il convient de souligner que le tourisme est une activité de service. En parlant de service, nous faisons référence à un serveur qui est au service des autres sans en être le serviteur. Il est clair donc que les gens qui sont en contact direct avec les touristes sous un rapport de service ne peuvent en aucun cas nier la position dominante de ces derniers dans la mesure où les rôles ne sont pas réversibles. Ceci fait dire à G. VERGNIOL : *« le tourisme, par la confrontation directe et répétée qu'il établit entre des étrangers et des nationaux, met à nu de façon caricaturale, une relation de dépendance et de domination »¹⁴*. Ainsi, il

¹¹ BOISSEVAIN et INGLOTT, cité par E. DE KADT, 1979, *Op. cit.*, Paris, Economica, p.51.

¹² BOISSEVAIN et INGLOTT, cité par E. DE KADT, 1979, *Op. cit.*, Paris, Economica, p.52.

¹³ P. FABRE, 1979, *Tourisme international et projets touristiques dans les pays en développement*, Paris, Ministère de la coopération, p. 120.

¹⁴ G.VERGNIOL, 1974, *Les problèmes contemporains du tourisme en Afrique noire*, p. 72.



pense que la confrontation touristes et populations locales est faussée par un ensemble de facteurs :

- d'une part, l'intérêt économique régit le comportement de l'autochtone ;
- d'autre part, le sentiment qu'on ne peut rien lui refuser contre de l'argent guide la conduite du visiteur ; le visiteur est attiré par le pittoresque sans distinction, objets artisanaux, cérémonies religieuses, agilité du tisserand scène familiale, etc. Il montre son intérêt par une curiosité sans limite qui ressemble souvent à un sans-gène inconscient ; ce qui constitue un voyage hors de l'ordinaire pour le visiteur est vécu quotidiennement par le visité ; continuellement des groupes passants se comportent de la même façon¹⁵.

A ce titre, le touriste ne cherche qu'à confirmer l'image qu'une publicité bien faite lui a suggérée. Autrement, le soleil doit toujours briller et les gens doivent être sympathiques et hospitaliers.

Le problème fondamental de la confrontation touristes- habitants du cru est celui du tourisme des riches chez les pauvres. D'un côté, l'oisiveté de personnes en vacances dont le pouvoir d'achat est élevé. De l'autre, la lutte pour la survie de personnes qui n'ont pas de vacances. Ces deux groupes économiquement si distants se rencontrent dans un lieu, l'un pour se divertir l'autre pour travailler.

Selon Moustapha FALL, cette situation moralement choquante peut engendrer deux effets :

- l'avantage économique qu'en tirent les nationaux ;
- la confrontation culturelle fructueuse qui peut s'en dégager¹⁶.

S'il est vrai que le contact est réel, il paraît aussi exact que les nationaux peuvent bénéficier d'un avantage économique au moment de la rencontre. Ainsi, si la

¹⁵ G.VERGNIOL, 1974, *Op. cit.*, p.142.

¹⁶ M. FALL, cité par P. FABRE, *Op. cit.*, p. 140.



confrontation culturelle fructueuse peut prendre son envol, il n'en demeure pas moins que des effets pervers peuvent entacher la rencontre.

Certaines attitudes peuvent relever de l'absence totale de considération pour les populations locales allant jusqu'à faire croire aux touristes que tout peut être à leur portée au moment de leur séjour.

CHAPITRE IV : LE TOURISME : UN ELEMENT DESTABILISATEUR DE LA SOCIETE

- **Objectif spécifique**
 - Analyser les aspects négatifs du tourisme sur la société
- **Contenu**
 - **Tourisme et valeurs locales**

Selon G. VERGINOL : « *l'impact le plus visible que le tourisme peut peser sur les valeurs traditionnelles vient de ce que certaines relations sociales et humaines passent dans le monde économique ; elles deviennent un élément de ressources financières indispensable à l'existence* »¹⁷. Cela fait simplement penser à une réduction économique du tourisme. Le contraste économique existant entre les touristes et la population locale est telle qu'il ne peut ne pas être perçu qu'avec une grande acuité par cette dernière.

Ainsi, selon Raymond NORONHA, « *l'incidence la plus grave sur les valeurs est que le tourisme commercialise les relations et que les contacts sans contenu économique, deviennent marginaux par rapport aux autres* »¹⁸. Autrement dit, le touriste va véhiculer une culture où tout s'achète et où l'argent lui-même est un symbole. Il va trouver dans l'acte de dépenser la puissance et l'aisance qu'il n'a pas durant l'année dans son pays. Il pensera pouvoir tout acheter, pouvoir tout

¹⁷ G.VERGINOL, 1974, *Op. cit.*, p.143.

¹⁸R. NORONHA, 1977, *Dimensions sociales et culturelles du tourisme*, Projet de rapport à la Banque mondiale, p.68.



consommer, tout regarder ou tout photographier dans la mesure où il est prêt à payer. Le touriste réduit donc le monde à sa poche. A cet égard, Pierre FABRE affirme : *« oubliant alors nombre de valeurs de la société traditionnelle, les résidents vont considérer le visiteur comme un homo oeconomicus souvent méprisé mais également flatté »*¹⁹. Pierre FABRE souligne ici les formes concrètes de cette réduction économique du tourisme. Pour lui donc, *« les autochtones qui voient les visiteurs dépenser en un jour ce qu'eux mettent souvent un mois à gagner sont attirés par la facilité avec laquelle il est possible de gagner en quelques instants un pourboire représentant des heures de travail acharné dans le secteur traditionnel »*²⁰.

Cet aspect de la réduction économique du travail pourrait donc avoir des répercussions socio-économiques graves dans la mesure où *« le tourisme peut détourner les populations de leur labeur parce que pouvant gagner facilement de l'argent. Le tourisme donc peut contribuer à créer une mentalité plus proche de l'essor individuel, voire de la mendicité que de la mobilisation des énergies pour une croissance économique »*²¹.

Au total, Il est important de souligner que la plupart des auteurs sont tombés d'accord sur les aspects négatifs de la réduction économique du tourisme. A cet égard, Raymond NORONHA, à partir d'une étude réalisée à Bali, nous montre que *« l'arrivée du tourisme de masse a fait que les biens et services qui étaient partie intégrante de la vie personnelle et sociale sont maintenant commercialisés et offerts comme des produits »*²².

¹⁹ P. FABRE, *Op. cit.*, p.141.

²⁰ P. FABRE, *ibid.*, p.141.

²¹ P. FABRE, *id.*, p.141.

²² R. NORONHA, 1977, *Op. cit.*p.80.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

Les auteurs qui se sont occupé de la question sont tous d'avis que la commercialisation est une novation fondamentale qui, si elle n'est pas entièrement due au développement du tourisme, est accélérée du moins par ce développement touristique.

Par ailleurs, il urge de noter que cet aspect de commercialisation du tourisme est du reste entretenu par des acteurs (touristes et habitants) toujours prêts à donner ce qui leur est propre. A cet égard, Abdel Wahab BOUHDIBA affirme *que «si certains gens sont prêts à payer des biens et services et que d'autres puissent les fournir, un marché et des relations commerciales s'établiront inévitablement »*²³. Le tourisme apporte donc des changements qui ne diffèrent pas d'autres formes de modernisation. D'ailleurs, certaines études effectuées attribuent aussi au tourisme le changement dans la moralité et les habitudes sexuelles. Il semble donc que le tourisme est souvent cité comme facteur de perturbations des us et coutumes.

Ainsi, selon S. BILLET, *« les coutumes à signification, sociale profonde qui forment la tradition n'intéressent les visiteurs que par leur aspect extérieur. Le contenu symbolique en est transformé : de facteur de cohésion sociale, la tradition devient un plaisir ludique »*²⁴. Cette dénaturation externe des pratiques sociales est perturbatrice à cause du nombre de visiteurs impliqués et du rythme imposé aux démonstrations ; En effet, pour BILLET, *« ce rythme ne répond généralement plus aux besoins internes de la société locale mais aux arrivages des groupes en tours organisés »*²⁵. Petit à petit, une partie des coutumes va perdre sa signification sociale au profit d'un spectacle rémunérateur pour les acteurs, mais galvaudant des signes sociaux.

²³ A. W. BOUHDIBA, 1976, *Impacts du tourisme sur les valeurs traditionnelles en Tunisie*, Washington D.C., Etude commune UNESCO, Banque Mondiale p. 55.

²⁴ S. BILLET, 1975, *Tourisme, l'envers du décor ou la fin des idées simples*, Paris, Economica, p. 12.

²⁵ S. BILLET, 1975, *Op. cit.*, p.14.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

Certains auteurs ont prétendu que la plupart des perturbations sociales culturelles engendrées par le tourisme dans les pays en développement ont d'une part comme fondement une certaine fragilisation des économies locales et d'autre part, une certaine imitation des populations locales, d'un style de vie adopté par les touristes. A cet égard, DE KADT souligne qu'aux Seychelles *« les jeunes filles recherchent le contact avec les touristes (et avec les blancs travaillant dans l'île) peut être dans l'espoir d'un mariage prestigieux avec un étranger, peut-être dans l'espoir plus élémentaire d'être amenées dans une boîte de nuit, de se faire payer un verre, de recevoir de l'argent et des cadeaux et d'échapper ne serait-ce qu'un moment aux pénibles réalités de l'existence de tous les jours »*²⁶.

Dans certaines zones du pays, avec la fragilisation économique qui a cours dans de nombreuses structures sociales, le tourisme offre souvent un terreau fertile au développement de la prostitution et de la criminalité dans la ville. Des études effectuées à cet effet démontrent que le tourisme est un facteur de transformation des valeurs sexuelles, impliquant même dès fois des enfants. Pour Jean Claude EUDE, *« l'ampleur et la gravité du tourisme sexuel impliquant des enfants, devient un phénomène de plus en plus croissant et une problématique pour l'industrie touristique »*²⁷. Pour lui, pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants, il faut : *« d'une part, réduire la demande, en collaboration avec l'industrie touristique par la dissuasion ; -d'une part, agir au niveau des sources de l'offre dans les pays de destination, par tous les moyens adéquats »*²⁸.

²⁶ E. DE KADT, 1979, *Op. cit.*, p. 63.

²⁷ J. C. EUDE, 1999, *La lutte contre le tourisme impliquant des enfant*, in *Le Courrier*, n 175, p. 61.

²⁸ J. C. EUDE, *Op. cit.*, p.61.



Tout compte fait, il ne faut pas perdre de vue que le tourisme dans certains domaines peut apporter des changements favorables. Les valeurs locales y gagnent lorsque les touristes accordent du prix à des éléments de l'environnement qui passaient précédemment pour aller de soi.

Si certains changements s'expliquent pour une large part par le contact direct avec les touristes, d'autres peuvent résulter du simple exemple, c'est-à-dire l'imitation. Il est des changements qui proviennent de la simple observation des touristes. Ainsi, l'effet de l'exemple est facilement et fréquemment visible dans les habitudes de communication qui se modifient par imitation de celles des touristes. BOUHDIBA le fait remarquer lorsqu'il écrit : *« un ballon de plage, une serviette de bain, un bâton de rouge à lèvres ou une paire de lunettes de soleil représentent une tentation et une attitude à goûter des charmes indirects mais encore défendus de la société de consommation »*²⁹.

À cet égard, nous pouvons signaler une fois de plus que le tourisme n'est que l'un des facteurs du changement. D'autres forces comme la radio, la télévision, la presse ou la publicité commerciale, sont assimilables à l'effet de l'exemple. Lorsque les touristes riches côtoient les populations pauvres, il ne faut pas s'étonner d'attitudes négatives envers les touristes, de ressentiment en vue de leur richesse et de leur confort. Selon BOUHDIBA *« le tourisme étale les comportements d'une société de gaspillage sous les yeux d'une société de besoin. Le fossé entre les sociétés riches et les sociétés pauvres n'est plus, dès lors, une attraction, c'est une réalité de tous les jours. »*³⁰.

²⁹A. W. BOUHDIBA, 1976, *Op. cit.*, p. 126.

³⁰A. W. BOUHDIBA, 1976, *Op. cit.*, p. 128.



Résumant les approches qui ont essayé d'évaluer l'impact du tourisme sur le développement d'une localité, nous remarquons qu'il existe deux courants distincts. Un courant qui considère le tourisme comme secteur régulateur dans les économies en développement en tant que source importante de devises, d'emplois et d'investissements. Et un autre courant qui considère le tourisme comme ayant des effets négatifs sur le plan culturel et social.

Sur le plan des arts et manifestations culturelles, J. FORSTER pense que *« l'appétit aveugle des touristes pour les souvenirs et la recherche de la couleur locale qui évacue l'esprit critique sont des causes du déclin de la qualité artistique et culturelle des objets fabriqués »*³¹. Dans le même ordre d'idées, GAVIRIA prétend : *« qu'à partir du moment où la production artisanale est soumise aux exigences du tourisme de masse, elle n'est plus que la fabrication de simples souvenirs qui ne sont pas nécessairement des objets de l'artisanat traditionnel »*³². Contrairement à GAVIRIA, ANDRONICOU pense que : *« le tourisme loin de conduire à une dégénérescence des arts et des objets artisanaux aurait contribué conservation et à leur survie »*³³. Il parle d'*« élan donné à la revitalisation des métiers artisanaux dont certains étaient moribonds »*³⁴. Et il ajoute que *« sans le développement du tourisme, plusieurs de ces métiers se seraient définitivement éteints »*³⁵.

Face à toutes ces observations relatives au rôle du tourisme sur les arts et métiers artisanaux, force est de constater que par un désir de satisfaction des besoins des touristes, les arts peuvent perdre leur valeur du fait d'une certaine adaptabilité à la demande touristique ; il est donc clair que cette demande touristique en matière

³¹J. FORSTER, 1979, cité par DE KADT, *Op. cit.*, p. 67.

³²M. GAVIRIA, 1976, *L'industrie de masse en Espagne*, Communication au cycle d'étude commune, UNESCO, Banque Mondiale sur les effets sociaux et culturels du tourisme, Washington D.C., p. 10.

³³ANDRONICOU, 1977, cité par R. NORONHA, *Op., cit.* p. 29.

³⁴ANDRONICOU, 1977, cité par R. NORONHA, *op. cit.* p. 29.

³⁵ANDRONICOU, 1977, cité par R. NORONHA, *idem*, p. 29.



d'arts, de souvenirs, peut ne pas accorder assez d'attention à la possibilité de satisfaire les besoins des populations locales et de les impliquer réellement dans le développement des activités touristiques.

Toutefois, il faut reconnaître que l'ambition première des politiques actuelles pour l'épanouissement du tourisme est l'implication des collectivités locales dans les activités touristiques qui doit nécessairement être un gage pour un tourisme durable.

➤ **Les effets négatifs du tourisme sur les collectivités réceptrices**

Cette situation n'est pas sans créer de problèmes au plan socioculturel. En effet, le tourisme est une activité dont les effets socio-économiques et culturels sont inséparables. Il met en relation des individus issus de milieux culturels différents. L'activité touristique s'inscrit dans la logique du système capitaliste. De ce fait, elle apparaît comme un moyen de pénétration des modèles sociaux des pays émetteurs de touristes. Ainsi, la transformation progressive des structures sociales dans les pays d'accueil s'effectue inexorablement. De ce point de vue, François ASCHER soutient :

*" L'efficacité du tourisme vient en partie du fait que le tourisme est en même temps et au même lieu production et consommation. Il diffuse ainsi simultanément les rapports de production et de consommation des pays industrialisés "*³⁶.

Avec leur potentiel touristique assez développé et la grande évolution de ce secteur dans le domaine socioculturel, les sites du pays sont aussi devenus un cadre privilégié dans lequel ont fait jour beaucoup d'effets pervers liés aux activités touristiques. Autrement, le tourisme est souvent cité comme étant à l'origine de nombreuses perturbations sociales et culturelles observées dans ces localités. En effet, la présence des touristes a entraîné un choc culturel sur les populations autochtones

³⁶ François ASCHER. *Les impacts socioculturels des sociétés transnationales de tourisme dans les pays en voie de développement*. Paris :UNESCO. Division des études économiques. Septembre 1980.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

parce que leurs comportements sont, à plusieurs égards, aux antipodes de valeurs culturelles locales.

D'après les constats faits, la montée en puissance de l'industrie touristique dans le pays a fait naître de nombreuses tensions socioculturelles dans cette localité et beaucoup de changements sont intervenus aux niveaux des comportements et de l'identité de certains habitants locaux par l'effet d'imitation qu'elle peut entraîner surtout chez la catégorie jeune. En réalité, cette activité a introduit de nouveaux modes d'agir, d'attitudes et de conduites tournés le plus souvent vers la recherche de l'argent facile. C'est dans ce sens qu'il faut situer et comprendre selon plusieurs enquêtés l'expansion grandissante de la prostitution, le développement de l'homosexualité, la progression fulgurante de la mendicité et de la pédophilie, la consommation de drogue qui constituent, sous ce rapport, autant d'exemples édifiants.

C'est devenu un spectacle insoutenable que de voir de très jeunes personnes aux bras de personnes qui peuvent avoir l'âge de leurs grands-pères ou grand-mères selon le cas. Cette image est devenue d'une banalité déroutante dans les stations balnéaires où des jeunes gens à la musculature bien taillée se promènent au grand jour avec leur conquête d'âge très avancé.

Certains jeunes sont devenus des homosexuels suite à leur rencontre avec des étrangers qui viennent leur faire découvrir ces dérives sexuelles avec leur argent. Nous ne sommes pas contre les mariages mixtes s'ils sont scellés sur la base de l'amour. Mais il y a un problème quand visiblement l'argent est en jeu, avec des personnes de trop grandes différences d'âge. Le sexe devient de plus en plus la valeur de la destination touristique.

Les émigrés utilisent aussi le même procédé ailleurs en Europe, aux Etats-Unis pour s'assurer une bonne intégration.



Tous ces phénomènes qui guettent de manière générale les populations locales apparaissent dans bien des cas comme des facteurs de destruction de l'équilibre et de la cohésion des familles et des groupes sociaux. Or, de tels bouleversements et mutations qui participent très largement à une dégradation des valeurs sociales éthiques, morales de la culture locale.

Dans ce " *processus de larbinisation*", selon les termes de Jacques BUGNICOURT, les modèles de référence de la société traditionnelle se trouvent généralement dépréciés. Or, les contraintes sociales ne doivent pas faire sauter nos valeurs de "ngor" (dignité), "soutoura" (pudeur), et de "ngëm"(foi).

L'intervention ne frise pas la xénophobie. Ce n'est pas non plus qu'on a peur de l'étranger. Seulement, il faut une société forte qui revienne à ses valeurs.

De même, les éléments culturels artistiques sont pervertis et seul ce qui peut être vendu se développe. C'est ce qui fait dire à Pierre ROSSEL : " *Le tourisme ne laisse survivre la culture locale que sous la forme d'un folklore commercialisable et de plus en plus frelaté*"³⁷.

Au Sénégal, les enquêtes menées par Isidore Mbaye DIENG et Jacques BUGNICOURT sur la perception des acteurs qui tournent autour du secteur touristique sont très édifiantes des conséquences d'un tel secteur sur la dégradation des mœurs. Ils citent les propos d'une femme qui reconnaît : " *Je suis une femme de vie et je ne le cache point. Je traite avec tout le monde, touriste ou pas touriste. L'essentiel pour moi est que mon client me paie assez. J'ai un prix qui varie entre cinq et dix mille francs pour les étrangers et entre trois et cinq mille francs pour les Africains*"³⁸.

³⁷ Pierre ROSSEL. *Tourisme et Tiers-Monde : un mariage blanc*. Paris : Ed Favre, Collections CETIM. P. 71.

³⁸ Isidore Mbaye DIENG et Jacques BUGNICOURT. *Les touristes vus par ceux qui les servent*. Cité par BOUTILLIER. Dakar : ENDA-IDEP. 1978. P.136.



CHAPITRE V : LE TOURISME, UN SECTEUR D'AVENIR

Nous évoquons dans cette partie du tourisme comme secteur d'avenir, (tourisme et environnement, tourisme et technologies de l'information et de la communication (tic)).

➤ **Tourisme et environnement**

L'Organisation Mondiale du Tourisme prédit que le tourisme du 21^{ème} siècle ne sera pas seulement le premier secteur d'activité au monde, il sera et de loin le secteur le plus important que le monde n'ait jamais connu.

Aujourd'hui donc, les pouvoirs locaux sont de plus en plus conscients de la nécessité de préserver l'environnement et ses caractéristiques propres surtout lorsque ces dernières sont perçues comme étant des éléments qui attirent les touristes. Ces pouvoirs locaux perçoivent donc le développement d'un tourisme durable essentiellement axé sur la création de parcs nationaux et de zones protégées, ce que l'on appelle « **l'écotourisme** » en vue de sauvegarder les espèces menacées de végétaux et d'animaux. En ce sens l'Eco Tourism Society définit l'écotourisme comme « *un tourisme qui préserve le milieu naturel et le bien-être des populations locales par une organisation responsables des voyages* »³⁹.

Ainsi de l'avis général d'Emmanuel Koro et Ali, la protection de l'environnement et les avantages pour la collectivité locale sont un impératif pour un tourisme durable, et pour tendre vers cet idéal, l'éco-tourisme doit : « *créer de l'emploi et des possibilités de formation pour les résidents locaux ; Stimuler l'économie locale de manière directe par rapport de recettes touristiques (cet apport doit avoir un effet multiplicateur en donnant une impulsion à des activités secondaires tels que l'approvisionnement alimentaire, le transport et le logement, et en favorisant des*

³⁹ L'Eco Tourism Society, 1999, in *Le Courier*, n°175, p. 53.



activité traditionnelles informelles telles que les arts et artisanats locaux) ; Veiller à sensibiliser les communautés d'accueil vis-à-vis de l'environnement et de sa conservation ; Générer des montants significatifs en devises étrangères »⁴⁰.

Dans le même ordre d'idées, la Mission Economique de Dakar, après avoir fait une étude sur le tourisme intégré et l'éco-tourisme, remarque dans ses conclusions que : *« l'évolution positive de l'éco-tourisme augmente les revenus des populations locales, améliore la qualité de vie et évite la dégradation des milieux fragiles. D'une part, l'éco-tourisme peut aider la population locale à trouver du travail et un marché pour ses produits agricoles et son artisanat. D'autre part, les autorités de la protection de la nature en attendant des recettes pour finaliser ladite protection »⁴¹.*

C'est en fait Eduard J. Ellis qui a vraiment souligné l'importance de l'environnement pour le tourisme. Ainsi, pour Ellis, *« les initiatives cherchent une intégration sincère des touristes aux populations et aux lieux qu'ils visitent, visent à établir des relations entre les habitants, leurs façons de vivre traditionnelles et nouvelles – l'environnement urbain et le tourisme »⁴².*

Rémi BARRE, dans son ouvrage, nous met en garde quant à l'impact de l'activité touristique sur l'environnement. Ainsi, pour lui, *« l'activité tourisme peut permettre dans certains cas un entretien, voire une amélioration de l'environnement mais aussi et le plus souvent, elle peut être à l'origine d'impacts majeurs irréversibles sur le milieu, milieu qui alors devenir impropre au tourisme ainsi d'ailleurs qu'à d'autres activités »⁴³.* Voilà donc l'importance de l'éco-tourisme, autrement dit de l'intégration entre la population locale, les touristes et l'environnement pour un tourisme durable. L'intégration de l'environnement dans les projets touristiques

⁴⁰ E. KORO et ali, 1999, « la chasse : forme ultime d'éco-tourisme », in *Le Courier*, n°175, p.53.

⁴¹ Ambassade de France, 2002, *Document de la Mission Economique de Dakar*, Septembre, p. 26.

⁴² E. J. Ellis, 1979, cité par DE KADT, *Op. cit.*, p. 74.

⁴³ R. BARRE, 1982, *Les nouvelles frontières de l'environnement*, Paris, Economica, p.96.



devient de nos jours une nécessité voire une obligation. Dans cette optique, les professionnels du tourisme doivent soutenir des initiatives des promoteurs pour le développement de l'éco-tourisme et mener des campagnes de sensibilisation sur les impacts environnementaux.

➤ **Tourisme et technologies de l'information et de la communication (TIC)**

Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) a de nos jours engendré une révolution des économies dans leur ensemble. L'information est devenue indispensable dans l'évolution des sociétés et des économies. En ce sens, le tourisme va nécessairement subir l'impact de la restructuration des économies par suite de la révolution technologique. Ainsi, selon le Dr Dimitrios BUHALIS, « *les technologies de l'information permettent de donner des éléments personnalisés d'information et de marketing, parfaitement adaptés aux besoins particuliers de chaque touriste* »⁴⁴.

Ces technologies sont aujourd'hui le principal facteur d'adéquation entre la demande et l'offre touristique et de simplification du fonctionnement de ce secteur d'activité. Il ressort donc que les TIC ont révolutionné l'industrie touristique et sont devenues incontournables dans la croissance et la compétitivité au sein du secteur. A l'heure où la demande et l'offre s'accélèrent dans ce domaine, et où la disponibilité de données joue un rôle dans la promotion et la coordination des activités touristiques, les TIC apparaissent comme partenaires obligatoires de l'industrie touristique. Que ça soit du côté de la demande ou de l'offre, le besoin des TIC est une priorité au vu du développement fulgurant du secteur touristique. A ce titre, le Dr Dimitrios BUHALIS fait remarquer « *les technologies de l'information répondent au désir du client de pouvoir accéder à des informations transparentes et aisément comparables,*

⁴⁴ D. BUHALIS, 1999, « Les technologies de l'information : outil stratégique pour un tourisme durable », In *Le Courrier, Op. cit*, p. 55.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

concernant toute une série de destinations, de programmes de vacances, de services en matière de transport, de logement et d'activités de loisirs et de prix »⁴⁵

Les demandeurs se trouvent donc dans une situation où la qualité est incontestablement prioritaire et ceci joue un rôle important dans la complexité des entreprises touristiques au niveau de l'offre. Dans cet ordre d'idées, le Dr Dimitrios B. souligne toujours que *« les TIC permettent aux fournisseurs de maîtriser, de promouvoir et de vendre leurs produits sur l'ensemble de la planète tout en les aidant à accroître leurs taux d'occupation et de charge, et à atténuer les effets des fluctuations saisonnières de leur activité »⁴⁶.*

Les TIC peuvent jouer à cet égard un rôle dans la flexibilité en termes de fixation de prix. En quelque sorte, les TIC comme réseau d'information peuvent gérer et commercialiser durablement les destinations touristiques. En ce sens, on assiste à une prolifération des systèmes et des réseaux axés sur les destinations. Ainsi, selon Kenneth F HINE, *« des systèmes de gestion de la destination (SGD) offrent désormais, des informations exhaustives et actualisées concernant une destination particulière et facilite dans le même temps la réservation des produits touristique locaux »⁴⁷.* Ces systèmes de gestion de la destination peuvent également selon Kenneth F. HINE *« valoriser la gamme des destinations en termes de promotion et de destination en assurant la diffusion d'informations concernant les attractions, les activités, les fêtes et les manifestations locales tout en facilitant les réservations et les ventes »⁴⁸.*

Plus clairement, il semble que ces systèmes informatiques sont devenus aujourd'hui une nécessité pour les industries touristiques. Ils peuvent en quelque

⁴⁵ D. BUHALIS, 1999, *Op. cit.*, p. 56.

⁴⁶ D. BUHALIS, 1999, *Op. cit.*, p. 57.

⁴⁷ K. F. HINE, « Partenariat pour un tourisme durable », in *Le Courrier*, *Op. cit.*, p. 59.

⁴⁸ K. F. HINE, *Op. cit.*, p. 59.



sorte faire naître la compétitivité par le biais d'une différenciation et d'une personnalisation des produits, pour satisfaire individuellement les consommateurs.

Concluant sur les impacts des TIC sur le tourisme, le Dr Dimitrios affirme que : *« les technologies de l'information introduisent également plusieurs instruments novateurs pour la gestion et le réaménagement des ressources économiques, socio - culturelles et environnementales dans une perspective de développement soutenable des régions »*⁴⁹. En ce sens, il apparaît que la compétitivité et la prospérité des industries touristiques vont dépendre en grande partie de ces systèmes et stratégies engendrés par la révolution des technologies de l'information. A cet égard, des travaux de l'OMT sur les SGD touristiques sont en train de transformer radicalement un réseau d'orientation du plan marketing prenant en compte l'apport des nouvelles technologies. Dans ses objectifs immédiats, une politique de notoriété suggère que : *« si votre destination ne figure pas sur le web, elle risque d'être ignorée par les millions de personnes qui ont aujourd'hui l'accès à Internet et qui s'attendent à ce que chaque destination ait une présence très marquée sur le réseau. Ce dernier constitue le nouveau champ de bataille de la commercialisation des destinations touristiques, et si vous n'y êtes pas présent, vous ne pouvez pas espérer gagner la bataille de la récupération des recettes touristiques »*⁵⁰.

⁴⁹ D. BUHALIS, 1999, *Op. cit.*, p. 57.

⁵⁰ OMT, 2000 Marketing Tourism Destination On-line, , Madrid.p.42.



UNIVERSITE GASTON BERGER

L'excellence au service du développement

INSTITUT DE FORMATION OUVERTE ET A DISTANCE (IFOAD)

- **Les ressources du cours :**

En version pdf, Word ou multimédias

Dossier complémentaire

- **Insertion d'activités d'animation du cours**

Forum de discussion,

Visioconférence (meeting, Google Meet ou autres outils conviviaux).

- **Activités du cours :**

Test de connaissances

Evaluation formative sous format adéquat du module