LE TOURISME MULTI-DESTINATIONS (TMD): UNE POSSIBILITE DE DIVERSIFICATION ET DE DEVELOPPEMENT



L'AEC DANS LA GRANDE CARAÏBE

LE TOURISME MULTI-DESTINATIONS (TMD):

UNE POSSIBILITE DE DIVERSIFICATION ET DE DEVELOPPEMENT

L'industrie du tourisme dans la Grande Caraïbe a longtemps été considérée comme l'un des plus importants moteurs du développement social et économique des pays qui font partie de l'Association des Etats de la Caraïbe (AEC). La prise de conscience de la haute compétitivité de l'industrie touristique et de la nécessité de stratégies de commercialisation novatrices pour assurer son succès à long terme a mis en lumière le fait qu'il est indispensable de renforcer les réseaux de coopération entre les pays pour accroître et mieux partager les revenus engendrés par le tourisme .

D'un point de vue géopolitique, on pense que la région pourrait acquérir une position plus compétitive et donc renforcer la durabilité en organisant des forfaits et en commercialisant ses divers attraits de manière plus solidaire pour attirer les visiteurs potentiels. Pour aborder cette question, l'AEC s'est efforcée de promouvoir le tourisme multi-destinations (TMD) et de renforcer la coopération et le dialogue entre les parties de la région intéressées par le tourisme. L'objectif est d'utiliser le TMD comme un outil permettant de préserver la part de marché de la région sur les marchés extrarégionaux et d'accroître les flux de touristes intra-régionaux.

UN REGARD PLUS ATTENTIF SUR LE MODELE DE TMD

Traditionnellement, l'approche du développement du tourisme était basée sur un modèle de destination unique, chaque pays et/ou destination entrant en concurrence pour sa part de marché en utilisant différentes stratégies de commercialisation et de promotion pour attirer les visiteurs. Cette approche unilatérale prévaut encore largement dans les pays de la Grande Caraïbe, malgré les efforts des différents organismes régionaux pour promouvoir les entreprises en participation.

La multi-destination va cependant au-delà de la commercialisation et de la promotion; c'est une approche du développement du tourisme qui ajoute de la valeur à l'expérience touristique tout en étendant les bénéfices du tourisme à plusieurs destinations. A cet égard, le tourisme multi-destinations peut être considéré comme l'un des moyens complémentaires de diversification de l'industrie touristique régionale qui tire profit de ses atouts naturels et culturels et contribue à la croissance économique et sociale.

Du point de vue des visiteurs, un voyage à forfait basé sur des destinations multiples offre aux voyageurs la possibilité de connaître des destinations/localités différentes, chaque expérience comblant un nouveau désir du visiteur. Cela est encore plus important si l'on veut offrir une valeur ajoutée aux touristes visitant la région, vu que les obstacles imposés par certains pays rendent les voyages moins agréables et plus coûteux. Ces voyages à forfait contribueraient aussi à renforcer l'attrait de la région et donc à réduire la concurrence croissante d'autres régions touristiques.

Du point de vue des destinations, le tourisme multi-destinations offre plusieurs avantages, économiques et autres. On sait très bien que le vieux cliché cataloguant la Caraïbe comme 'La Destination' par excellence pour jouir du soleil, de la mer et des plages, qui ne reflète pas totalement l'originalité et la diversité des destinations de la région, ne suffit plus pour attirer les consommateurs modernes, plus expérimentés et socialement responsables. La popularité croissante du tourisme de niche ouvre la possibilité de positionner la région comme une option de voyage basé sur des destinations multiples et d'attirer de nouveaux marchés en développant et promouvant les attributs naturels, historiques et culturels de chaque pays. Cela implique l'engagement et la volonté des pays de coordonner la commercialisation, la mise au point du produit et les stratégies d'investissement pour offrir 'UNE' Destination Grande Caraïbe, même s'ils continuent à mettre en valeur leurs attraits particuliers.

Du point de vue régional, le tourisme multi-destinations offre à chaque pays la possibilité de tirer le plus possible profit de ses investissements touristiques et des activités qui y sont liées. Ceci est important, vu les menaces actuelles et l'incertitude auxquels le secteur touristique se trouve confronté, parmi lesquelles la réduction des vols vers et à partir des grands aéroports de la région, les nouvelles politiques de voyages et les taxes imposées dans certains des grands marchés source, qui ont eu pour effet de réduire les voyages vers la région.

En reconnaissant que le développement et la commercialisation des voyages à forfait multi-destinations au niveau régional peut entraîner l'augmentation des voyages intra-régionaux et de la part de marché de la région sur les marchés nord-américain et européen existants et sur ceux des pays émergents BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) ainsi que de l'Amérique latine, les pays de la Grande Caraïbe peuvent exploiter de manière rentable leur potentiel de diversification et présenter une nouvelle image de l'industrie touristique régionale sur la scène internationale. Le fait que le tourisme multi-destinations constitue une tendance nouvelle et croissante en fait une

stratégie de développement idéale ; les décideurs et les parties intéressées, notamment les compagnies aériennes et les autres secteurs du transport desservant la région, devraient être prêts à tirer profit de ses capacités.

LA FACILITATION DES VOYAGES, UN ELEMENT CLÉ POUR LE TMD

L'activité basée sur le tourisme multi-destinations dans la région est faible à l'heure actuelle. Il y a eu plusieurs tentatives de sous-groupes régionaux, en particulier en ce qui concerne la commercialisation, qui se sont avérées plus ou moins réussies. Il est clair que ce qui manque le plus, ce sont l'élaboration de forfaits et la mise en place de mécanismes de soutien pour faciliter les voyages entre les pays.

A cet égard, il faut que les décideurs révisent de manière radicale les mécanismes de contrôle de l'immigration et des frontières. Il faudrait examiner la possibilité d'adopter des mesures permettant aux touristes de voyager plus aisément vers et entre les pays de la région de la Grande Caraïbe, telles que l'exemption de visa pour certains pays ou un visa à entrées multiples comme celui instauré en 2007quand la Caraïbe a accueilli la Coupe du monde de cricket.

Il convient de noter qu'il existe au niveau sous-régional certaines initiatives qui cherchent à faciliter les voyages intra-régionaux et la connectivité, telles que le Marché et économie uniques (CSME) de la Communauté des Caraïbes (CARICOM) et le Système d'intégration centraméricain (SICA). Les pays de l'Organisation des Etats de la Caraïbe orientale (OECO) ont aussi signé un Traité d'Union économique qui permet le libre mouvement des personnes. Mais il faut cependant remarquer que ces initiatives sont essentiellement axées sur des questions commerciales et sur le mouvement de leurs ressortissants entre les pays.

A un niveau régional plus large, on a très peu progressé et cela est aggravé par l'absence de connectivité aérienne et maritime efficace dans la région. Ces facteurs, joints à des politiques et procédures obsolètes, constituent des obstacles aux voyages des hommes d'affaires et des touristes.

Pour l'AEC, le développement du tourisme multi-destinations et l'institutionnalisation de mécanismes de soutien facilitant les voyages intra-régionaux ne sont pas incompatibles avec le fait que les pays continuent à promouvoir leurs destinations. Il n'est nullement question de supprimer le droit souverain d'un pays de contrôler l'immigration et limiter l'entrée, le séjour ou les activités des voyageurs en appliquant les mesures qu'il juge utiles pour garantir la sécurité de ses citoyens et de ses frontières. Or le tourisme multi-destinations offre la possibilité de compléter et de renforcer les efforts des pays pour promouvoir leurs destinations en permettant la normalisation des politiques et des procédures et le partage de l'information et des ressources.

L'AEC reconnaît que la plupart des facteurs renforçant le tourisme multi-destinations auront aussi des répercussions positives sur l'ensemble de l'industrie touristique de la région. Le succès de toute stratégie régionale de tourisme multi-destination dans la Grande Caraïbe est toutefois directement lié à la volonté et à l'engagement de créer un environnement permettant son développement, aussi

bien dans la perspective du secteur privé que du secteur public.

Tableau 1. Analyse comparative des caractéristiques et avantages du modèle de destination unique par rapport au modèle de tourisme multi-destinations

DESTINATION UNIQUE

MULTI DESTINATION

TOURISTE/VOYAGEUR

Visite d’un seul pays

Visite de deux ou plusieurs pays

Destination ou expérience souhaitée spécifiques

Offre un itinéraire varié et diversifié en ajoutant de la valeur à un seul voyage sur long courrier

Exige moins de temps et de ressources

Exige plus de temps et de ressources

Analyse démographique du marché ciblé – Retraités plus âgés, visiteurs habituels et communautés de la diaspora

Analyse démographique du marché ciblé – Touristes jeunes ou d’âge moyen, aisés, recherchant l’aventure et socialement responsables.

PAYS/ DESTINATION

Le pays est seul responsable de tous les efforts de commercialisation et de promotion

Partage des coûts grâce à des efforts conjoints de commercialisation et promotion

Encourage la concurrence entre les pays et conduit à l'isolationnisme et au protectionnisme

Renforce les liens, la coopération et la collaboration entre les pays

Le mono-produit traditionnel est souvent le principal attrait et il est maintenu

Possibilité de développer de nouveaux produits touristiques et de nouvelles niches de marchés

Maintien du traditionnel statut quo des enclaves des voyagistes internationaux et des réseaux mondiaux de distribution, basées sur le tout-inclus

Possibilité d'étendre les bénéfices du tourisme à d'autres régions, acteurs et communautés locales

REGION DE LA GRANDE CARAÏBE

La destination unique est la principale attraction

Le forfait multi-destination est l'élément clé

Maintien des voies traditionnelles d'accès au marché et de promotion pour les visiteurs potentiels

Offre un accès à un marché plus vaste et la possibilité d'accroître le nombre de visiteurs en tirant profit des efforts de promotion à une échelle régionale élargie

Le pays tire directement et individuellement profit de ses propres efforts

Possibilité d'étendre la participation au tourisme et de propager les bénéfices qui en découlent dans toute la région

Axé sur la promotion et la mise en valeur de l'image du pays/destination

Renforce l'image et l'attrait de la région en affichant sa diversité

Promotion du pays ou d'une destination spécifique

Promotion de la région en tant que destination

Julio Orozco est le Directeur du tourisme durable et Amanda Charles est la Conseillère pour le tourisme durable. Toute correspondance ou commentaire éventuel peut être adressé à feedback@acs-aec.org