

ASSOCIATION DES ÉTATS DE LA CARAÏBE (AEC)

XXV^E RÉUNION DU COMITÉ SPÉCIAL SUR LE TOURISME DURABLE

La Antigua, Guatemala, les 22 et 23 mai 2014

DOCUMENT D'INFORMATION SUR LE PROGRAMME DE PROMOTION DU TOURISME MULTI-DESTINATION DANS LA GRANDE CARAÏBE : Envisager des liens plus étroits et des Possibilités de connectivité

1. INTRODUCTION

Le Programme de Tourisme Multi-destination (TMD) de l'Association des États de la Caraïbe (AEC) vise à faciliter et à accroître la collaboration et le dialogue entre les secteurs régionaux du tourisme et du transport afin de promouvoir le concept des forfaits de Multi-destination, d'augmenter les voyages intra-régionaux et de faciliter les synergies pour l'amélioration de la connectivité intra-régionale. Il vise à renforcer les réseaux de coopération entre les pays pour leur permettre d'accroître et de mieux partager les recettes générées par le tourisme. L'objectif consiste à améliorer la connectivité au sein de la région et l'accès à la région par voie aérienne et maritime, et par ce biais à contribuer à la préservation de la part de la Grande Caraïbe sur les marchés extrarégionaux et à l'accroissement des flux touristiques intra-régionaux.

Le Secrétariat de l'AEC a identifié le TMD comme ayant le potentiel de contribuer à la promotion du concept de la marque de la Grande Caraïbe et à l'avancement de la réalisation de la « Zone de Tourisme durable de la Caraïbe ». D'une perspective politique, les États membres devraient poursuivre une approche multisectorielle intégrée qui soit responsable, durable et à base communautaire.

2. ANTÉCÉDENTS

Les pays membres de l'Association des États de la Caraïbe (AEC) dans la Grande Caraïbe englobent plusieurs cultures et ont une grande variété de ressources naturelles attrayantes. Tous les pays reconnaissent l'importance économique du tourisme, industrie très compétitive qui exige une innovation commerciale et un excellent service pour en assurer le succès à long terme.

Des rapports récents de l'Organisation mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT) indiquent que les arrivées de touristes aux Amériques ont stagné et la région devrait continuer à enregistrer une croissance modérée voire nulle. Cela est dû au climat économique défavorable, aggravé par des facteurs ayant un impact sur les principaux marchés émetteurs aux États-Unis et en Europe, ainsi que les augmentations des prix des matières premières et du pétrole et les fluctuations importantes des taux de change, qui ont ébranlé la confiance aussi bien des entreprises que des consommateurs. La

concurrence croissante des destinations émergentes de l'Asie-Pacifique a aussi été signalée comme un facteur important qui contribue à la baisse de la part de marché des pays de la région sur le marché international du tourisme et des voyages, et par conséquent à la diminution du potentiel de croissance.

Du point de vue des destinations touristiques de la Grande Caraïbe, on constate que les pays sont confrontés à plusieurs obstacles qui ont aussi entravé leur performance. Parmi les principaux obstacles se trouvent, premièrement, le fait que les pays sont contraints par le manque de ressources à des fins de commercialisation (notamment pour assister aux événements clés de l'industrie) pour présenter la destination et accéder au marché ; deuxièmement, certains pays sont relativement nouveaux dans le secteur du tourisme et manquent de compétences et de savoir-faire pour naviguer les voies de l'industrie du tourisme et établir les liens essentiels avec le Commerce international des Voyages (tour-opérateurs, compagnies aériennes, lignes de croisière, réseaux de distribution mondiaux et agences de voyage, etc.) ; et troisièmement, le manque d'une stratégie de relations publiques cohérente et cohésive entrave la formation de partenariats avec les principaux médias internationaux des voyages, qui s'avèrent nécessaires pour projeter et maintenir une image positive et accueillante des pays et de la région.

Afin d'améliorer cette perspective, les pays devront adopter des stratégies nouvelles et novatrices pour la commercialisation, la création d'une image de marque et la diversification des produits en vue de maintenir et d'accroître leur part de marché. Du point de vue de l'AEC, la région pourrait obtenir un avantage compétitif et améliorer la durabilité de l'industrie du tourisme si elle est en mesure de présenter, de commercialiser et de livrer ses attractions variées de façon à attirer les visiteurs et à encourager des visites répétées de la part des touristes et des habitants de la région. Il est reconnu qu'en tant que première démarche, l'engagement des secteurs public et privé à créer un environnement propice, y compris le développement de systèmes, de processus et de mécanismes de coopération bien développés est un facteur essentiel pour déterminer la marche à suivre. À cet égard, il existe trois initiatives en cours au sein du programme de TMD, qui visent à faciliter la formation d'alliances stratégiques entre les opérateurs économiques travaillant dans les secteurs régionaux du tourisme et du transport.

PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT DU PROGRAMME DE TOURISME MULTI-DESTINATION

- **Forum des Dirigeants des Compagnies aériennes et Directeurs du Tourisme**

Les interventions de l'AEC dans ce domaine ont commencé en novembre 2005 avec la tenue du *Forum des Dirigeants des Compagnies aériennes et Tour-opérateurs* à la Martinique. Ensuite, dans le cadre du Forum de 2005, *le Marché Multi-destination de la Grande Caraïbe* a été organisé en juillet 2008. Ces projets, qui ont été financés par INTERREG à travers la coopération du Conseil régional de la Martinique, ont donné au concept de TMD une expression pratique, en vue du développement futur d'une série de forfaits de multi-destination à intérêts spécifiques parmi les destinations de la Grande Caraïbe.

Pour donner suite à ce travail de base, la Direction, après s'être rapprochée des organismes régionaux et internationaux de transport aérien et d'aviation civile, a convoqué à Cancun,

Mexique, le 13 novembre 2013, **la Réunion des Dirigeants du Tourisme et du Transport de la Région des Caraïbes et de l'Amérique latine**. Cette réunion a été organisée en collaboration avec l'Association latino-américaine et caribéenne de Transport aérien (ALTA), l'Association internationale de Transport aérien (IATA) et l'Organisation du Tourisme de la Caraïbe (OTC). Ont participé à ce dialogue historique plus de 50 responsables et hautes autorités de l'industrie de l'aviation et du tourisme de la région ; y compris des Ministres du Tourisme et du Transport, Directeurs et Commissaires du Tourisme et Autorités de l'Aviation civile, PDG des compagnies aériennes et hauts représentants des Associations touristiques et de l'industrie de l'aviation. Ils ont discuté des questions importantes liées à la connectivité, aux voyages intra-régionaux, à la facilitation de l'immigration et aux opportunités et défis pour la région. La réunion a aussi établi le cadre pour l'Ordre du jour et les principaux thèmes de la deuxième réunion à l'occasion de la Journée de l'Aviation prévue pour 2014, qui devrait faire avancer le dialogue et soutenir le développement de stratégies pour aborder les questions relatives à la facilitation des voyages et à la connectivité aérienne entre les pays de la Grande Caraïbe.

L'AEC s'engage à continuer à travailler avec ses partenaires régionaux pour aborder les questions cruciales en matière de transport aérien touchant la région et pour soutenir les possibilités pour un dialogue sérieux susceptible d'offrir des recommandations de politique pratiques et de déboucher sur des solutions tangibles et orientées vers des actions.

- **Initiatives portant sur le Tourisme de Croisière**

La deuxième initiative dans ce domaine a porté sur la mise en œuvre d'un projet et d'un service de conseil pour étudier la viabilité, la composition, les fonctions et autres aspects institutionnels pour la création d'une Association des Destinations de Croisières de la Caraïbe (ADCC). Cette initiative a évolué d'un mandat des pays membres de l'AEC qui ont fait appel au rôle de l'AEC en tant que forum régional de coopération pour faciliter le dialogue sur une approche collective vers l'échange d'informations et la coordination de domaines d'intérêt mutuellement bénéfiques pour le renforcement du secteur des croisières dans la région de la Grande Caraïbe.

Le processus a commencé par la **Déclaration de Panama du 29 juillet 2005**, qui réaffirme l'engagement des Chefs d'État et/ou de gouvernement de l'AEC envers le développement du tourisme durable ; et donne mandat entre autres de convoquer une Réunion des Ministres du Tourisme avec des fonctionnaires de haut niveau du domaine du tourisme pour « échanger des expériences et analyser des propositions et options sur les politiques publiques du tourisme, notamment les croisières, afin d'évaluer le potentiel pour ce type de tourisme de mieux contribuer au développement durable du secteur dans les pays de la région ».

Ensuite le projet de l'ADCC a été lancé. Cette dernière a été conçue comme une plate-forme de direction et de gouvernance pour l'intégration et le développement durable des destinations de croisières à travers la création de stratégies durables pour la Grande Caraïbe. Le projet s'est étendu sur une période intensive, détaillée et globale de 6 ans avec des consultations approfondies avec les pays membres de l'AEC. Il convient de noter que les efforts dans ce domaine ont réussi à placer le tourisme de croisière au premier plan des discussions de politique régionale, permettant à l'ADCC d'attirer l'attention des Ministres du Tourisme et décideurs de la région, aussi bien en termes de rétroaction aux documents de projet et de participation aux réunions de l'ADCC.

En abordant la question de la marche à suivre concernant l'ADCC, les aspects financier, institutionnel et d'autres aspects opérationnels liés à la création d'une nouvelle organisation ont été pris en compte. Il a donc été convenu que de futures interventions ne porteraient pas sur la création d'une nouvelle organisation régionale mais que le tourisme de croisière serait incorporé en tant que thème permanent dans le domaine programmatique relatif au Tourisme de Multi-destination du Programme de travail sur le Tourisme durable. Il a aussi été convenu d'incorporer plus d'échanges à base de connaissances et d'activités de collecte de données à travers des études, symposiums et projets sur des thèmes d'intérêt mutuel pour les destinations de la région afin de faciliter la poursuite du dialogue et de la coopération sur le tourisme de croisière entre les pays de la région.

Les principaux objectifs de la participation au tourisme et par extension au tourisme de croisière consistent à optimiser les recettes, ainsi que les opportunités d'emploi et d'entrepreneuriat générés par le secteur. Toutefois, l'industrie est extrêmement volatile et très vulnérable aux facteurs externes susceptibles d'avoir un impact négatif sur le secteur. Au niveau macro, la perception du consommateur sur la région et/ou les destinations, l'image de l'industrie et la condition politique et socioéconomique des différentes destinations sont des considérations clés. Au niveau micro, les incidents à bord, les accidents en mer et la menace récurrente des catastrophes naturelles sont des questions cruciales. On ne saurait trop insister sur l'importance pour les pays de rester au courant de ces facteurs ainsi que les tendances et pratiques émergentes, informations, événements, la rétroaction et les préférences du consommateur et leur incidence sur les changements au niveau de la demande et de la participation au marché. L'AEC cherchera à répondre à ce besoin en promouvant la coopération et le partage d'expériences entre les pays.

Conformément à cette nouvelle orientation, un projet a été développé en collaboration avec la Direction du Commerce et des Relations économiques extérieures de l'AEC. Ce projet intitulé *Tourisme de Croisière et Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe : Possibilités pour les Femmes*, a été conçu pour offrir des outils de formation et de renforcement des compétences aux femmes propriétaires de petites et moyennes entreprises (PME) dans l'industrie du tourisme.

Ce projet comprendra en tant que première activité la tenue d'un Symposium régional pour susciter de l'intérêt et sensibiliser le public sur ce thème. Ensuite, une évaluation des besoins sera réalisée et un Programme de formation développé pour répondre aux besoins identifiés. L'organisation d'ateliers de renforcement des compétences est prévue pour mettre en œuvre la formation. Ce projet devrait transférer aux décideurs des connaissances et ressources pour le renforcement des capacités ciblant les femmes propriétaires de PME et mettre en évidence des PME appartenant à des femmes pour susciter de l'intérêt, créer une visibilité et des opportunités d'affaires accrues.

3. PROCHAINES DÉMARCHES

Des questions comme l'accessibilité, la politique de visas et d'immigration et la diversification des produits, en rapport avec la promotion du tourisme de multi-destination et l'amélioration des voyages intra-régionaux ont été abordés dans plusieurs forums. Ce qui manque

généralement c'est la présentation nécessaire et la mise en place de mécanismes de soutien pour faciliter les voyages entre les pays. Cela comprendrait le développement d'options de voyages et de vacances multi-destination ; la création de systèmes et de processus transparents pour faciliter les voyages entre les pays ; la normalisation des formalités de visa et de sortie/entrée et l'offre de remises et d'autres incitations.

Les pays de la région ont traditionnellement mis l'accent sur le tourisme à destination unique où un seul pays profite des voyages du visiteur. Actuellement, il existe peu d'activités de tourisme multi-destination. L'AEC reconnaît que la plupart des facteurs qui amélioreront le TMD auront aussi un impact positif sur le développement du tourisme intra-régional et le tourisme à destination unique, créant un effet de synergie dans l'industrie globale du tourisme et facilitant sa rentabilité à long terme. Cela contribuera aussi à l'amélioration de la compétitivité et du potentiel de croissance de l'industrie, tout en fournissant un environnement plus équilibré pour les opérateurs des Caraïbes à travers la diversification de la clientèle et le type de produits touristiques offerts.

Avec la popularité croissante des marchés à créneaux comme l'écotourisme, le tourisme d'aventure et le tourisme culturel ou de patrimoine, il existe une opportunité à travers le marketing et le marquage conjoints de positionner la région en tant qu'option de vacances ou de voyage multi-destination et d'attirer de nouveaux marchés au fur et à mesure que seront développés et promus les sites naturels et historiques, les festivités culturelles, les événements sportifs et autres événements sociaux. Cela servira de moyen pour vaincre la concurrence internationale et profiter des ressources naturelles et culturelles innées à la région.

Les stratégies précitées sont destinées à encourager les États membres de l'AEC dans la Grande Caraïbe à optimiser l'efficacité et à profiter des bénéfices qui peuvent être tirés à travers la coopération. Comme dans toutes les initiatives ayant des bénéfices multilatéraux, la réussite de cette initiative nécessite un leadership et une participation des États membres et membres associés de l'AEC afin d'assurer la mise en œuvre future du tourisme multi-destination dans la Grande Caraïbe. Cela exige une volonté et un engagement de la part des pays à **coordonner** les stratégies de marketing et d'investissement et à synthétiser les politiques liées aux buts et objectifs de développement.