

# SPORT ET TOURISME COMME MOTEURS DU DÉVELOPPEMENT

**D**e nos jours, sport et tourisme font intégralement partie de la culture universelle. Le tourisme comme le sport sont deux manifestations très anciennes de l'esprit humain. Les hommes voyagent depuis la nuit des temps, non seulement en tant que nomades à la recherche de nouveaux pâturages pour leurs bêtes, mais également comme explorateurs, poussés par leur curiosité à aller à la découverte de mondes inconnus.

Le voyage est profondément enraciné dans la culture, les valeurs et le comportement humains. La place manque ici pour approfondir cette thématique, mais il est à noter que le tourisme a joué un rôle de premier plan dans le démantèlement des barrières, de la méfiance et des préjugés entre les pays et les gens. Il a apporté sa contribution à l'amélioration de la compréhension mutuelle, de l'esprit de tolérance et, plus généralement, à la paix dans le monde. Ce qui vient d'être dit du tourisme s'applique également au sport. Ces deux activités, pratiquées au niveau international, ont favorisé le processus de la mondialisation et contribué à la paix et à la prospérité. Les deux ont incité de nombreux jeunes à viser de nouveaux objectifs et à réaliser leurs rêves.

Les valeurs d'une société se reflètent dans la manière dont ses membres voyagent comme dans celle dont ils pratiquent leur sport favori. Le tourisme ne saurait être une fin en soi; il n'est qu'un serviteur de l'humanité. Forte de cette conviction, l'Assemblée générale de l'OMT a approuvé le Code mondial d'éthique du tourisme.

## Approche analytique du sport et du tourisme

Il existe de nombreux points communs entre le sport et le tourisme, mais égale-

par Dawid J. de Villiers\*



ment quelques différences fondamentales. Le tourisme constitue une activité centrée sur l'expérience, tandis que le sport est une activité centrée sur l'exploit. La dimension expérimentale prend tout son sens dans cet exemple donné par Joseph Pine dans son livre *«The Experience Economy»*. Le prix du café sur une plantation est d'environ 1 centime américain. À ce stade, le café est un produit. Mais dès qu'il est torréfié, trié, conditionné professionnellement, il devient une denrée et son prix peut passer à 25 centimes. Ce même café, fraîchement moulu

et préparé dans un bistro, devient un service, ce qui peut faire grimper son prix à 100 centimes. Toutefois, s'il est servi dans l'un de ces nouveaux cafés à la mode, à New York, Londres ou Paris, il passe au rang d'expérience et son prix peut alors atteindre 500 centimes. Grâce à son ambiance et à son cadre, l'établissement devient un théâtre et le café qui y est consommé se transforme en expérience. C'est précisément des expériences que le tourisme offre aux individus.

Le sport est une activité centrée sur l'exploit; son caractère est fondamentalement concurrentiel et les prix qui récompensent la victoire et le succès augmentent parallèlement au niveau des compétitions. Le sport pratiqué comme activité de loisir se situe à des années lumières du sport professionnel de pointe. Aujourd'hui, tous les sports d'élite sont professionnels et représentent une valeur sûre en termes de spectacle. Les médias et l'industrie des équipements sportifs assurent leur financement. Le public considère le sport comme un loisir, les sportifs amateurs et les adolescents constituent un marché



Couleurs olympiques devant le Palais National à Barcelone en 1992.



(de g. à d.) Rémy Charmetant, José Miguel Abad, Fékrou Kidané, Lars Graef, Deborah Lührman, Michel Archambault et Dawid J. de Villiers.

pour les équipements popularisés par les superstars du sport. Les exploits sont richement récompensés. La notoriété, l'argent et le statut social dont jouissent les meilleurs athlètes fournissent de puissants motifs pour s'entraîner sans relâche. Le noble idéal de l'effort et de l'excellence du sport peut être perverti par l'utilisation de produits dopants. Inutile de se voiler la face : le sport comme le tourisme connaissent des dérives contraires aux codes et aux objectifs de l'OMT et du CIO. Le dopage dans le sport, les cas de pédophilie et la dégradation de l'environnement dans le secteur du tourisme, en sont des exemples. Nous devons poursuivre avec détermination nos efforts visant à diminuer et, autant que possible, à éradiquer les abus de ce genre.

Il est un fait que le sport et le tourisme reflètent également les valeurs et les modes de vie en même temps que certaines sous-cultures d'une société en rapide mutation comme celle de notre village mondial. De nouvelles tendances et de nouveaux modes de vie apparaissent et marquent de leur empreinte le tourisme au même titre que le sport.

À l'origine, le tourisme était plutôt lié aux notions de repos et de détente ainsi que de remède aux maux psychosomatiques. La demande pour un tourisme axé sur cet

aspect thérapeutique reste importante dans notre société stressée. Toutefois, de nos jours, l'accent est mis davantage sur les aspects de santé et de qualité de la vie. Ce changement a suscité le besoin d'inclure des activités physiques et sportives dans l'offre touristique. Le secteur touristique du 'bien-être' ou de la 'forme' est aujourd'hui en pleine croissance. Le public demande des vacances actives pour pouvoir faire les 'choses qu'il faut' (sport, exercices) et qu'il n'a pas le temps de faire dans sa vie de tous les jours. Cette demande est la cause du véritable boom que connaît le tourisme associé à des sports de loisir tels que le cyclisme, le golf, le jogging, l'alpinisme, les randonnées, etc.

L'évolution du sport et du tourisme se poursuit. La jeune génération non conformiste de nos jours opte pour toute la gamme des nouveaux sports dits d'aventure, tels que le skateboard, le surf des neiges et d'autres jeux sortant de l'ordinaire, également appelés sports extrêmes. Simultanément, les mondes sportifs qui proposent une expérience artificielle du type 'aquaparc' et 'skidomes' poussent 'comme des champignons'. Bon nombre de ces sports de loisir, dont la popularité va croissant, sont aujourd'hui institutionnalisés et bénéficient

d'une couverture télévisuelle régulière. Les sports extrêmes intéressent un nombre sans cesse grandissant de jeunes qui se détournent des sports traditionnels et même du sport d'élite. La concurrence que se livrent les sports extrêmes ou non conformistes, d'une part, et les sports d'élite, d'autre part, s'intensifie également,

Le défi consiste à adapter et à renouveler sans cesse l'offre de produits et de services afin de répondre à l'attente changeante des nouvelles générations. Il est un fait que les disciplines sportives tout comme les produits touristiques sont soumis à des cycles de vie. Avec le temps, ils perdent leur attractivité initiale et leur importance. La maîtrise du processus de renouvellement et de refonte des produits et services est un domaine où le sport et le tourisme ont tout intérêt à échanger leurs expériences précieuses. La coopération dans ce secteur sera bénéfique aux deux parties.

Tourisme et sport sont liés. Ils se rendent service mutuellement. Les grands événements sportifs tels que les Jeux Olympiques et les Coupes du monde de football et de rugby, sont devenues d'importantes attractions touristiques. Le remarquable succès des derniers Jeux Olympiques à Sydney constitue un bon



exemple des retombées touristiques importantes, que ce genre d'événements est susceptible de générer.

Mais l'industrie touristique a également fonctionné comme un 'incubateur' pour de nouvelles disciplines sportives. Le tourisme a permis de populariser certaines activités de loisir. Au fur et à mesure que leur popularité grandissait, elles sont devenues des activités sportives officielles. Certaines ont même passé du rang d'activité de loisirs à celui de discipline olympique; le volleyball de plage et le surf des neiges sont deux exemples à cet égard.

### L'incidence économique du tourisme et du sport

L'expansion exceptionnelle du tourisme au cours des 50 années écoulées représente l'un des phénomènes socio-économiques les plus remarquables du XX<sup>e</sup> siècle. Le nombre des arrivées internationales a passé de quelque 25 millions en 1950 à près de 700 millions en l'an 2000. Cela représente une croissance moyenne annuelle de plus de 7% pour ces 50 dernières années, soit un taux largement supérieur à celui de la croissance économique moyenne de la même période. En d'autres termes, le tourisme a nettement battu tous les autres secteurs de l'économie pour devenir à l'heure actuelle la branche économique la plus importante du monde.

Voici quelques chiffres pour illustrer l'importance et les retombées de l'industrie touristique aujourd'hui. Selon les statistiques de l'OMT, le tourisme :

- représente en moyenne environ 7% du PNB mondial (4-10% dans les pays industrialisés et un pourcentage sensiblement supérieur dans certains pays en développement et certains États insulaires);
- représente environ 8% des exportations mondiales grâce aux achats de produits et de services effectués par les visiteurs internationaux. Ce chiffre fait du tourisme le plus gros exportateur, devant la branche automobile, le sec-

teur chimique, l'agroalimentaire, l'informatique et les combustibles;

- a réalisé des recettes de 476 milliards de dollars américains en l'an 2000, ce qui correspond au total des sommes dépensées au cours d'une année par les touristes.

L'incidence positive du tourisme et du sport sur la société et, en particulier, le développement économique, est souvent mal comprise ou sous-estimée. Ce manque de compréhension s'explique en partie par l'absence de statistiques fiables capables de démontrer les effets en cascade des activités sportives et touristiques

Aussi, l'OMT a élaboré le système TSA (Tourism Satellite Accounts) qui deviendra de plus en plus un instrument pointu au service de la politique et de la planification touristiques. L'objectif du système TSA consiste à créer un langage de base comportant des définitions et des classifications communes afin qu'il soit possible de projeter une image du secteur touristique dans sa totalité. La méthode TSA pourrait également être appliquée avec succès à l'évaluation de la contribution que le sport apporte à la croissance économique et à la création d'emplois.

### Coopération entre organisations sportives et touristiques

J'ai déjà mentionné le fait que le sport et le tourisme sont deux secteurs interdépendants qui possèdent de nombreux intérêts communs. Les deux sont des

forces socio-économiques appelées à se renouveler en permanence. Ils doivent créer et protéger leur image (leur marque) et gérer des perceptions négatives et des abus. Ils sont tenus de populariser leurs activités et de projeter une image attrayante et conviviale. En matière de gestion d'entreprise, les possibilités d'échange sont importantes. L'organisation de cours toujours plus nombreux, qui débouchent sur des diplômes supérieurs de gestion sportive et de gestion de voyages montre tout l'intérêt qui existe pour des organisations sportives et touristiques plus efficaces.

L'échange d'expériences et de connaissances pourrait se révéler extrêmement positif pour les deux organisations. En conclusion, une coopération plus étroite devrait être instituée entre le CIO et l'OMT. La création d'un Observatoire du sport et du tourisme CIO-OMT serait particulièrement opportune, en ce sens qu'un tel organisme permettrait de centraliser et de diffuser les données intéressantes des deux secteurs. Encourager la collaboration en matière de recherche et de transfert des connaissances aurait sans doute des retombées positives. L'évaluation en termes économiques de la contribution au développement fournie par le tourisme et le sport constitue un sujet de recherche qu'il importe d'aborder sans délai.

\*Secrétaire général adjoint, Organisation Mondiale du Tourisme.



L'aviron, sport de compétition et de loisir.