



Suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable - *Mediterranean Strategy for Sustainable Development*

Promouvoir un tourisme durable - *Promoting a sustainable tourism*

Résumé de l'étude nationale Turquie - Summary of the national study Turkey

Plan Bleu

Regional Activity Centre

Sophia Antipolis
July 2008

TURQUIE

La Turquie, couvrant une superficie d'environ 780,000 km², et pourvue de quelques 8,000 km de côtes longeant la Mer Noire, la Mer de Marmara, la Mer Egée et la Mer Méditerranée, jouit d'une position unique au carrefour de l'Europe et de l'Asie, d'un point de vue autant géographique qu'écologique. "Les systèmes floristique et faunistique en Anatolie et à Thrace sont riches en terme de biodiversité" (Adaman et Arsel, 2005:3). Bien évidemment, la position géographique et géopolitique de la Turquie, qui en a fait un creuset de plusieurs civilisations—allant de l'ancienne civilisation hittite, grecque, persane, hellénique, romaine, chrétienne, islamique ; seldjouqide et ottomane jusqu'à l'avènement de la République de Turquie—a toujours servi d'attraction pour les touristes. Tous ces atouts, tant naturels que créés par l'homme, ont déjà attiré l'attention des investisseurs publics et privés, dont certaines multinationales. En conséquence, la Turquie a enregistré une croissance touristique rapide à la fois en valeur et en volume depuis les années 1980. Si les arrivées touristiques ne dépassaient guère les 200,000 en 1963, elles atteignent 20 000 000 en 2005. Des tendances de croissance similaires ont été constatées en termes de lits hôteliers et de recettes touristiques. Les recettes touristiques se situaient à 7.7 millions de dollars US en 1963. En 2006, ce chiffre affiche quelques 16.9 milliards de dollars US. Les lits hôteliers et le nombre d'établissements d'hébergement touristique étaient respectivement de 28,354 et 292 en 1970, mais passent à 783,319 et 3,343 en 2006. Il est prévu que, d'ici l'an 2010, les arrivées de touristes internationaux atteindront les 30 millions de visiteurs, et les recettes touristiques dépasseront les 30 milliards de dollars US, alors que les lits hôteliers seront de l'ordre de 1 000 000. L'industrie touristique a, par ailleurs, généré des opportunités d'emploi importantes pour un grand nombre de jeunes turcs sans emplois. L'emploi déclaré dans le secteur du tourisme dépasse 1 million, soit 5,5% de l'emploi total déclaré. Selon les estimations, l'industrie touristique turque devrait générer quelques trois millions de postes d'emploi d'ici 2010.

Bien que le tourisme en Turquie se soit développé de manière évolutive en réponse aux transformations de son système politique et économique et de ses structures sociales et culturelles, le secteur dut faire face à divers problèmes de développement, qui représentent autant de défis pour la réalisation d'un développement touristique durable (DTD). Ces défis relèvent des impacts négatifs d'ordre environnemental, social et économique, et leurs retombées sur le DTD. A cet égard, il est maintenu que ce n'est pas le tourisme en soi qui crée les problèmes d'ordre socioculturel, environnemental et économique, mais plutôt les méthodes adoptées pour développer le secteur en l'absence d'approches modernes de planification touristique. Au vu de l'analyse générale entreprise dans ce rapport, et en retenant la distinction faite entre "*tourisme durable*" et "*développement touristique durable*", quelques stratégies sont recommandées en vue d'atteindre un développement touristique durable par la maîtrise des défis auxquels l'industrie touristique en Turquie est confrontée. Ces stratégies pourraient se décliner en 7 axes comme suit:

- Diversification des produits et des marchés, ainsi qu'une réimplantation du développement touristique ;
- Participation par les collectivités locales dans le processus de développement touristique local ;
- Décentralisation de l'administration publique du développement touristique ;
- Généralisation de la sensibilisation et de la protection environnementales ;
- Orientation vers une philosophie de commercialisation de type social ;
- Adoption d'une approche de planification volontariste ;
- Etablir une coopération et une collaboration entre les pays méditerranéens.

Il convient de noter que ces stratégies recommandées ne sauraient représenter en elles seules une panacée ou formule magique permettant la réalisation d'un développement touristique plus durable en Turquie. Elles constituent tout simplement des orientations vers un meilleur développement touristique. A cet égard, il est utile de rappeler que ces stratégies ne sauraient être mises en œuvre sans l'appui et le soutien des groupes d'intérêt plus élargis, dont les organisations internationales et de

coopération, les organismes gouvernementaux centraux, la communauté agissante du monde des affaires et les ONG.

TURKEY

Turkey, covering approximately 780,000 square kilometers, and with 8,000 kilometer coastline extending along the Black Sea, the Sea of Marmara, the Aegean Sea, and the Mediterranean Sea, has a unique position connecting Europe and Asia, geographically as well as ecologically. “The flora and fauna systems in Anatolia and the Thrace are rich in terms of biodiversity” (Adaman and Arsel, 2005:3). Apparently, geographical and geopolitical location of Turkey embedding various civilizations from Ancient Hittites; Greek; Persian; Hellenistic; Roman; Early Christianity, Early Islam; Seljuks and Ottoman to the Republic of Turkey has been serving as a attraction for tourists. Such diverse natural and man-made attractions have already taken attention of both public and private investors including multi-national companies. As a result, Turkey has experienced a rapid tourism growth in terms of value and volume since the 1980s. While tourist arrivals were measured at 200,000 in 1963, it reached to 20,000,000 in 2005. Similar growth trends have also been observed in bed capacity and tourism revenues. Tourism revenues were \$US 7.7 million in 1963. For 2006, this figure was some US\$ 16.9 billion. Bed capacity and number of lodging establishments were 28,354 and 292 respectively in 1970, a number, which reached 783,319 and 3,343 in 2006. It is foreseen that by 2010 international tourist arrivals and receipts will increase to 30m visitors and US\$30bn respectively, while bed capacity will reach one million. The tourism industry has also generated significant employment opportunities for Turkey’s large number of young unemployed people. Registered employment in the tourism sector exceeds one million, or 5.5% of registered total employment. It is estimated that the Turkish tourism industry will generate around three million jobs by 2010.

Although tourism in Turkey has developed in an evolutionary manner as a reflection of changes in its political and economic system, and social and cultural structures, it has faced to various developmental problems that stand as challenges for achieving sustainable tourism development (STD). These are negative environmental, social and economic impacts, and their relevant implication for STD. In this context, it is argued that it is not tourism itself which create social-cultural, environmental and economic problems, but rather the methods adopted to develop tourism in the absence of contemporary tourism planning approaches. Based on the overall analysis made in this report, and by keeping the conceptual distinction made between “*sustainable tourism*” and “*sustainable tourism development*”, several strategies are recommended for achieving sustainable tourism development by overcoming the challenges facing the tourism industry in Turkey. These strategies could be put under 7 categories. These are:

- Product and market diversification and re-locating tourism development,
- Community participation in the local tourism development process,
- Decentralization of public administration of tourism development,
- Widening environmental awareness and protection,
- Moving towards societal-oriented destination marketing philosophy,
- Adopting a more contemporary pro-active planning approach,
- Establishing cooperation and collaboration among the Mediterranean countries.

It should be noted that these recommended strategies are not alone a panacea for achieving a better sustainable tourism development in Turkey. They are just a guideline for moving towards a better tourism development. In this regard, it should also be mentioned that unless these strategies are supported and sponsored by wider interest groups including international organizations and cooperation, central governmental bodies, powerful business group and NGOs, it may not be possible to implement them.