

10 - LE TOURISME

10.1 - A l'écart des circuits

Il y a de nombreux visiteurs au Cap Vert. Bien peu sont des touristes. La plupart sont des émigrés récents venant voir leur famille, des Capverdiens d'origine faisant "le voyage aux sources" ("racines"), et des fonctionnaires internationaux et experts en mission.

Le Cap-Vert n'est pas encore une destination habituelle pour les marchés "porteurs" que sont l'Europe (France, RFA, Italie, Grande Bretagne) et les Etats-Unis. Dans les comptes nationaux, le tourisme réel compte pour bien peu : beaucoup moins en tous cas que dans d'autres îles et archipels de même positionnement (Seychelles, Maurice, antilles,...). Cela s'explique : pas de desserte aérienne de type "tourisme de masse", ni d'hôtellerie associée (voire intégrée), pas de "produit" classique proposé sur les marchés du nord, grandes difficultés à organiser de l'étranger des déplacements entre les îles, à s'assurer d'un hébergement, à confirmer ses vols de retour... Bref : tout, ou presque, reste à faire.

10.2 - L'hébergement

En attendant qu'une authentique industrie touristique se mette en place (suivant la politique établie par le gouvernement pour élargir la base économique du pays), l'accueil des visiteurs est assuré dans des pensions classiques, et, dans les lieux principaux de transit, dans quelques hôtels modernes : 3 à Sal (Atlantico, qui fournit en outre des services de restauration aux avions, Belohorizonte et Morabeza), 2 à Praia (Praia Mar, Marisol) 1 à Sao Vicente (Porto Grande), 1 à Fogo (Xaguarte).

Au total 26 hôtels pour 558 chambres, et 950 lits, dont 580 à Sal, Santiago et Sao Vicente.

Bien sûr, ces hôtels accueillent également les visiteurs nationaux provenant d'une autre île, mais leur clientèle est étrangère (ou émigrée) à 80 % au moins.

Dans les comptes nationaux de 1984, la branche "hôtel-restaurant" apparaît pour environ 200 millions d'escudos 84 sur un PIB de 10.500 M.Esc, soit 2 % : un chiffre modeste. On estime les salaires distribués cette année-là à 80 M.Esc.

En 1986, l'estimation était de 206 millions d'Escudos 86 pour le PIB de la branche (78 de salaires et 128 de résultats bruts d'exploitation), à rapprocher d'une production brute (chiffre d'affaires) de 304 millions, dont 221 pour l'hôtellerie (Hôtel Mar : 97, Morabeza : 82) et le reste pour la restauration, dont celle des hôtels.

Par ailleurs, on compte un peu plus d'une centaine de bars de chiffre d'affaires supérieur à 20.000 Escudos par mois : un chiffre d'affaires estimé à 120 M.Escudos. La clientèle est locale pour l'essentiel, mais c'est un atout important pour le tourisme : l'endroit où se mélangent les visiteurs et la population locale.

L'Etat est propriétaire de l'Atlantico (Sal) et majoritaire dans Hôtel Mar (hôtels Praia Mar et Xaguate). Tous les autres établissements sont privés (47).

L'exécution du 1er Plan Quinquennal en matière de tourisme (48) est décevante : 22 % des prévisions financières. Un programme a été établi, qui prévoit l'implantation de 2000 lits nouveaux d'ici 2000, pour un montant de 700 M.Escudos (350.000 Escudos par lit) : ceci correspond à un triplement de la capacité actuelle, et à la création de 2500 à 3000 emplois. Cet objectif paraît ambitieux et ne repose pas sur une étude approfondie de la demande.

10.3 - Les services

Les services du tourisme ne sont pas encore assez spécifiques et importants pour figurer isolément dans la comptabilité Nationale. Une entreprise nationale, la CABETUR, procure des informations et quelques services ; l'Agence Nationale de Voyages, spécialisée dans le transport maritime, représente quelques agences internationales. Dans l'île de Sal, qui possède le seul aéroport ouvert aux avions gros-porteurs, une activité particulière (planche à voile sportive "fun-board") vient compléter le traditionnel tourisme de transit : la plupart des nuitées touristiques est produite dans les hôtels de l'île, et les animateurs de ces activités sont de-facto les principaux agents du tourisme intérieur pour les visiteurs à profil sportif (49).

L'agent principal de la politique touristique nationale est et reste TACV (voir parag.11). Sa politique est d'encourager le tourisme dans un souci de rentabilité de ses vols. Actuellement, les taux de remplissage des vols internationaux (Boston, Lisbonne, Paris, Amsterdam) reste modeste : c'est dû aux pointes de trafic correspondant aux vacances des émigrés (été, hiver). A moyen terme, il est espéré que des touristes afflueront lors des périodes de creux (printemps...), au point de "lisser" correctement ces pointes. Cette hypothèse conduit naturellement à favoriser le tourisme "de tête de ligne" : les Pays-Bas, les USA.

Une compagnie aérienne nationale ne peut être un promoteur performant du tourisme si elle ne s'appuie pas sur une hôtellerie intégrée (50) et sur des services intérieurs adéquats. Or, ces services sont actuellement de qualité très insuffisante en matière de tourisme international : transports aériens intérieurs (réservations difficiles et incertaines, horaires instables), taxis, tours organisés, guides multilingues, documents,...

(47) Dans l'hôtel Praia Mar, le capital est de 100 M.Escudos ; 5,1 en sont possédés par des "émigrés". Dans la société privée Morabeza, le capital est de 15 M.Escudos, dont 1,7 possédés par 29 actionnaires privés émigrés.

(48) Il était prévu un investissement de 230 M.Escudos 85 dans le secteur tourisme, sur un total de 20.800 M (années 1982-1985).

(49) Sur 100 personnes débarquant à Sal, 17 à 20 restent dans l'île (vrais touristes), 60 vont à Praia, 20 à Mindelo, quelques-uns dans les autres îles.

(50) à l'exemple des compagnies européennes (groupe ACCOR,...)

Il semble convenable de penser que ces services se développeront sous le double effort du secteur public (TACV intérieur principalement, facilitations) et privé (hébergement, services, transport intérieur). Les capitaux privés peuvent provenir en partie d'"émigrés", comme c'est déjà le cas dans l'hôtellerie. Pour la mobilisation de ces capitaux, l'information est primordiale. Elle peut être valablement faite par la BCV (département des investissements) ; l'an dernier, sur 272 opérations de crédit, 16 concernaient les "services et tourisme", pour un total de 53 Millions d'Escudos (soit 3,3 millions par opération). Elle peut être véhiculée dans les communautés étrangères via les consulats.

10.4 - Politique du tourisme

Actuellement, le cadre du développement du tourisme reste bien imprécis, les objectifs quantifiés n'étant pas appuyés par des études d'une crédibilité affirmée.

Les axes de la politique nationale en la matière sont exprimés en termes de produits (priorité au voyage de type "visite du pays par les Cap-verdiens de l'extérieur" ; produit "Sal"), d'investissements, de stimulation des opérateurs nationaux (agences, hôtellerie,...), de formation (les métiers du tourisme). En matière d'hébergement, la préférence est donnée à la multiplication de petites unités (20 à 30 chambres) dans toutes les îles. En matière d'agence de voyages, l'appel à des capitaux extérieurs (américains par exemple) est envisagé, en rapport avec le marché potentiel des communautés extérieures. En tous cas, c'est un noyau de petites entreprises performantes et qualifiées dont il convient d'assister la mise en place : à ce titre, le cadre général de l'appui au PME/PMI (BCV, UPI/ONUDI, PME/BIRD, code des investissements, loi sur les investissements extérieurs, comptes d'épargne-crédit,...) sera sollicité (51).

La stimulation de l'investissement privé sera faite via les canaux existants (BCV, UPI, Consulats) et via des actions nouvelles : tables rondes sur le secteur privé, conférences ad-hoc avec les groupements et chambres consulaires et étrangères - USA, Pays Bas,... -, développement d'une chambre de commerce national et de "conseils bilatéraux de commerce" (USA,...).

Cela dit, il n'est pas certain qu'il n'y ait pas à régler avec précision les compétences respectives de TACV et des autres agences et services publics en matière de promotion des voyages au Cap-Vert. Autrement dit, la fonction "promotion du tourisme" doit être clairement démarquée des impératifs de gestion d'une compagnie aérienne, ne serait-ce que parce que d'autres compagnies internationales desservent le Cap-Vert. Une ouverture dans ce sens est offerte par la récente association de TACV avec une (au moins) agence de voyage étrangère indépendante.

(51) En particulier, l'hôtellerie et le tourisme sont très spécifiquement inclus parmi les secteurs couverts par la loi sur les investissements extérieurs (article 2).

TACV - TRAFIC 1988

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
<u>PASSAGERS</u>													
Trafic intérieur (dont non-payants)	10.674 541	9.825 625	10.519 693	10.481 728	9.942 731	11.550 804	12.862 762	17.810 1.049	14.847 1.131	16.372 814	10.045 623	13.007 777	147.934 9.278
PRAIA-DAKAR-PRAIA	302	236	329	320	354	337	338	384	311	259	332	290	3.792
SAL-LISBONNE-SAL	1.295	1.067	1.401	1.050	1.089	1.722	1.962	1.998	2.306	1.461	1.276	1.985	18.612
SAL-BOSTON-SAL	370	373	624	403	395	1.440	1.326	1.150	858	674	437	664	8.714
dont SAL-BOSTON	267	250	441	251	272	611	871	884	534	362	274	356	5.373
dont BOSTON-SAL	103	123	183	152	123	829	455	266	324	312	163	308	3.341
<u>SUPPLEMENTS DE BAGAGE (kg)</u>													
PRAIA-DAKAR	182	309	227	980	111	10	159	95	207	187	480	224	3.171
DAKAR-PRAIA	1.193	1.211	1.298	1.611	1.362	1.278	1.705	984	1.329	922	1.647	642	15.182
SAL-LISBONNE	987	984	417	290	710	383	640	432	555	388	442	478	6.706
LISBONNE-SAL	1.385	1.692	3.521	2.100	2.397	2.471	1.407	1.135	1.839	2.572	4.061	9.036	33.616
SAL-BOSTON	0	32	10	20	0	0	20	30	36	0	78	49	275
BOSTON-SAL	480	864	1.322	640	640	2.392	1.312	1.296	1.696	5.568	4.128	5.920	26.258
<u>FRET (kg)</u>													
PRAIA-DAKAR	245	31	310	2	85	113	2	0	9	86	0	0	883
DAKAR-PRAIA	415	601	245	1.390	96	424	378	468	483	231	191	49	4.971
SAL-LISBONNE	1.851	1.316	1.686	2.809	1.911	2.484	3.128	1.501	2.652	2.579	1.440	2.384	25.741
LISBONNE-SAL	13.879	8.486	10.946	4.263	7.067	20.266	13.949	14.293	8.764	19.082	21.303	30.538	172.836
SAL-BOSTON	369	7	10	19	724	885	5	1.010	1.289	599	424	390	5.731
BOSTON-SAL	2.206	4.894	3.266	4.533	3.444	5.445	3.166	4.790	1.745	2.877	3.167	0	39.533

Source : TACV