

Les effets économiques du tourisme
Pour une clarification du débat sur base d'une analyse du cas
des régions rurales du Sud-Est belge

par A. TIBESAR

Premier assistant à la Fondation Universitaire Luxembourgeoise
et professeur à l'Université de Dakar

MOTS CLES. — *Tourisme, développement des régions rurales, revenu, emploi.*

RESUME. — *Les effets du tourisme sur le développement des régions rurales font l'objet d'appréciations diverses et divergentes selon les intérêts en présence. A cela, s'ajoute parfois une confusion dans les concepts qui ne contribue pas à clarifier le débat.*

L'objectif de l'étude est d'y contribuer. A partir de l'analyse des études régionales consacrées au tourisme du Sud-Est belge et des données les plus récentes, il a été possible de mieux cerner la création de revenu et l'effet sur l'emploi des principales formes de tourisme.

I. — INTRODUCTION

Si le phénomène touristique est relativement ancien, l'analyse économique du tourisme, en revanche, ne se développe réellement que depuis une vingtaine d'années. Les efforts des chercheurs ont porté d'une part sur la clarification des concepts, d'autre part sur l'élaboration d'un outil statistique fiable. Le tourisme est en effet une activité très complexe, touchant de nombreux secteurs de l'économie.

Ce manque de fiabilité explique les controverses et les jugements tranchés auxquels le développement du tourisme a souvent donné lieu.

L'objectif de cet article est de contribuer à la connaissance du rôle du tourisme dans le développement des régions rurales, principalement sur le plan de la création de revenu et d'emploi.

II.— LE REVENU

A.— LES RECETTES

Les recettes sont souvent le premier aspect que l'on cherche à définir. En effet, le tourisme n'est pas un secteur économique en soi, mais un ensemble d'activités variées (une partie de l'hôtellerie et de la restauration, une partie du commerce, variable d'une région à l'autre, etc.). La première étape consiste dès lors à définir le chiffre d'affaires de ces différents sous-ensembles, par le biais de l'étude du budget du touriste moyen, que l'on tente ensuite d'extrapoler à l'ensemble de la région étudiée.

Le premier, à notre connaissance, à avoir procédé en Belgique à ce genre d'estimation est N. Vanhove (1969), par une enquête sur les vacances des belges en 1967. Il obtenait, pour les frais de séjour et de voyage, une dépense journalière moyenne de 284 francs. Les indications les plus intéressantes sont fournies par la ventilation des dépenses selon le mode d'hébergement :

- Hôtel, pension, motel	468 F	- Villa	181 F
-- Camping	191 F	- Chambre	278 F
- Caravaning	141 F	- Seconde résidence	145 F
- Appartement	215 F	- Etablissement de tourisme social	162 F

L'auteur précise cependant les limites de l'étude : " La méthode que nous utilisons peut être considérée comme valable quoique le nombre de vacanciers qui tiennent note de leurs dépenses pendant ou après les vacances ne soit pas grand " .

L'étude de Vanhove ne donne toutefois pas d'indications sur la destination des dépenses. Comme il s'agit d'une étape nécessaire dans l'étude du revenu créé, nous avons procédé en 1974 à une enquête ⁽¹⁾ centrée sur cet aspect, portant sur un échantillon de 582 ⁽²⁾ ménages séjournant en camping et de 288 séjour-

⁽¹⁾ La technique employée était l'interview, sur base d'une détermination aléatoire, mois par mois, au prorata des nuitées, des lieux d'enquête (hôtels, campings).

⁽²⁾ La taille de l'échantillon est fonction de la précision que l'on veut obtenir, eu égard aux moyens disponibles.

La formule appliquée est :

$$n = \left(\frac{Z \sigma x}{d} \right)^2$$

où x est la variable de contrôle (la dépense journalière dans le cas présent), n la taille de l'échantillon $Z = \pm 1.96$ pour $\alpha = .05$, σx l'écart-type, d la précision souhaitée autour de la moyenne (dans le cas présent : 5 0/0); σx a été estimé par pré-enquête. En ce qui concerne la précision, le résultat atteint a été de 11 0/0 pour le camping et de 7 0/0 pour l'hôtel.

nant en hôtel (A. Tibesar, 1976). L'ampleur des moyens à mettre en oeuvre, et notamment le nombre élevé d'enquêtes à effectuer pour obtenir des renseignements fiables nous a contraint à limiter géographiquement l'enquête à la province de Luxembourg et à exclure les autres modes d'hébergement.

La dépense journalière moyenne par personne que nous avons obtenue était de 826 francs pour l'hôtel et de 301 francs pour le camping.

L'inflation d'une part, l'augmentation du niveau de vie d'autre part, expliquent l'accroissement des dépenses par rapport à celles estimées par N. Vanhove en 1967. On notera la similitude du rapport entre les dépenses dans les deux modes d'hébergement calculées dans les deux études.

La ventilation des dépenses est donnée dans les tableaux I et II.

L'estimation des recettes, sur base du nombre de nuitées (données corrigées, voir A. Tibesar, 1976), était de \pm 420 millions pour le camping et de \pm 450 millions pour l'hôtel ⁽³⁾.

TABLEAU I. — Ventilation des dépenses journalières.
Hôtel, 1974.

<i>Rubrique</i>	<i>Dépenses (francs)</i>	<i>o/o</i>
1. Hôtels - restaurants - cafés	642	77.7
2. Stations-services (carburant)	63	7.6
3. Magasins de souvenirs	30	3.6
4. Entrées dans parcs, châteaux, etc.	10	1.3
5. Librairies	9	1.1
6. Boucheries	8	1.0
7. Divers	64	7.7
TOTAL	826	100

Source : A. Tibesar, 1976.

⁽³⁾ Les statistiques officielles sous-estiment le nombre de nuitées. Nous avons estimé ces nuitées à \pm 1 400 000 pour le camping et à \pm 550 000 pour l'hôtel. Pour les détails et le mode de calcul, voir A. Tibesar, 1976.

TABLEAU II. — Ventilation des dépenses journalières.
Camping, 1974.

<i>Rubrique</i>	<i>Dépenses (francs)</i>	<i>o/o</i>
1. Hébergement	36	12.0
2. Super-marchés	33	11.0
3. Stations-services	32	10.6
4. Boucheries	31	10.3
5. Cafés, bars	30	10.0
6. Petits self-services	22	7.3
7. Restaurants	21	7.0
8. Détaillants - alimentation	19	6.3
9. Boulangeries	15	5.0
10. Magasins sports-pêche	10	3.3
11. Quincailleries	9	3.0
12. Habillement - chaussures	9	3.0
13. Pharmacies	5	1.7
14. Divers	29	9.6
TOTAL	301	100

La Fédération touristique du Luxembourg belge (F.T.L.B.) et le Commissariat Général au Tourisme (C.G.T.) ont actualisé les estimations précédentes par une enquête réalisée en 1978 (F.T.L.B., 1978). L'utilisation lors de celle-ci d'un questionnaire inspiré de celui que nous avons élaboré (A. Tibesar, 1976) facilite les comparaisons. Plus limitée dans le temps (juin, juillet, août) et dans l'espace (arrondissements de Bastogne, Marche, Neufchâteau), l'enquête couvre davantage de modes d'hébergement (Tableau III). Le nombre d'enquêtes s'élève à 870 dont 80 auprès de seconds résidents. Sur base de cette enquête, la F.T.L.B. évalue à 3 milliards les recettes annuelles dues au tourisme dans la province de Luxembourg. La dépense journalière moyenne par personne est donnée dans le tableau III).

TABLEAU III. — Dépense journalière moyenne selon la F.T.L.B. (1978).

<i>Mode d'hébergement</i>	<i>Dépenses</i>
Hôtel "demi-pension"	1 520
Hôtel "pension complète"	1 047
Hôtel "nuitée + petit déjeuner"	998
Village de vacances	971
Ferme	835 (*)
Etablissements de tourisme social	820
Parents et amis	631
Villas et appartements à louer	623 (*)
Camping - caravanes résidentielles	492
Seconds résidents	483
Camping - caravanes mobiles	458
Camping - tentes	450
Touristes de passage	379 (+)
Colonies de vacances	92 (+)

Remarque : (*) Nombre d'enquêtes inférieur à 30 (respectivement 1 et 7)

(+) Nombre d'enquêtes non précisé.

A la lecture des résultats, on note une réelle concordance entre la structure des dépenses par mode d'hébergement établie par les études citées. On peut dès lors considérer que l'aspect "dépenses ou recettes touristiques" est une facette de l'étude de l'impact du tourisme en régions rurales à présent bien connue et constitue une base valable pour d'autres développements.

B. — LA VALEUR AJOUTEE

I. — De l'imprécision des mots . . . — Si les diverses études distinguent clairement recettes et revenu, la presse ou les promoteurs du tourisme (au sens large du terme) assimilent parfois allègrement les deux. Un titre tel que : "Le tourisme rapporte trois milliards à la province de Luxembourg" est révélateur à ce point de vue. Si la confusion n'existe pas dans l'esprit de l'auteur, elle peut se faire très vite dans l'esprit du lecteur peu averti.

Connaître la valeur ajoutée d'une branche permet de la situer par rapport aux autres. Une fois encore, la difficulté réside dans le fait que l'on ne trouvera nulle part dans les statistiques officielles la valeur ajoutée du tourisme. On est confronté aux mêmes difficultés lorsqu'on étudie l'apport de devises du tourisme dans les pays en voie de développement, dans la mesure où les entrées de devises figurent dans la balance des services, tandis que les importations de marchandises destinées à satisfaire les besoins des touristes sont englobées, au passif de la balance commerciale, dans l'ensemble des importations de marchandises. Dans un cadre de référence aussi imprécis, il ne faut pas s'étonner de lire que "le tourisme est la plus grande industrie du monde" ou plus près de chez nous, à propos de la vallée de la Semois, qu' "il s'agit d'un secteur important qui conditionne aujourd'hui toute l'activité économique de la région, voire de la province tout entière, merveilleuse terre de vacances".

Notre prétention n'est pas ici de trancher. Comme le dit justement M. Piraux, à propos des secondes résidences - mais c'est vrai aussi pour les autres formes de tourisme --, on n'est sûr de rien; il manque de données objectives pour apprécier (M. Piraux, 1980). Il s'agit dès lors d'éviter les affirmations à l'emporte-pièces.

On peut cependant esquisser certains traits marquants qui, complétés par l'analyse de l'emploi, permettent de mieux cerner l'impact réel du tourisme et d'en situer les limites.

2. - . . . *au caractère partiel de l'information disponible.* - Comme on l'a vu plus haut, la connaissance des recettes, ainsi que leur ventilation par type de bénéficiaire, a permis de franchir un premier pas important.

Si l'on pouvait connaître le chiffre d'affaires global des branches concernées ainsi que leur coefficient de valeur ajoutée, il serait assez facile de tenter un diagnostic. Ce n'est malheureusement pas souvent le cas au niveau régional où l'on se place habituellement. Aussi nous sommes-nous limités aux deux principales branches bénéficiaires du tourisme : l'hôtellerie-restauration d'une part, le commerce d'autre part.

a) *Les services d'hébergement et de restauration.* - Un premier élément de réponse est fourni par l'analyse du tableau "entrée-sorties" belge de 1970, qui donne pour les services précités, un coefficient de valeur ajoutée brute au coût des facteurs de 48 0/0. L'extrapolation de ce coefficient à la région étudiée ainsi que son actualisation posent évidemment les problèmes d'homogénéité dans l'espace et de stabilité dans le temps. L'enquête que nous avons effectuée en 1977 auprès de trente hôteliers-restaurateurs donne un coefficient de 50 0/0, qui confirme celui du tableau "entrées-sorties" (A. Tibesar, 1977). Quant à la part de l'activité de ces services à attribuer au tourisme, force est de constater qu'il s'agit d'une opération bien plus difficile encore.

Dans les grandes zones touristiques (Haute-Lesse, Ourthe, Semois), les hôteliers ont une clientèle touristique classique. Pour la partie "restauration", la clientèle locale est peu importante, généralement moins importante que celle formée par les seconds résidents.

Les hôtels situés le long de la Nationale 4 accueillent des touristes de passage, mais aussi des représentants et des hommes d'affaires. A Arlon, ces deux dernières catégories ainsi que la clientèle locale sont bien plus importantes que la clientèle touristique classique et plus intéressantes aussi en raison de l'absence de variation saisonnière. La présence d'établissements publics et de certaines entreprises dans le Sud-Luxembourg et au Grand-Duché de Luxembourg agit fortement sur le secteur hôtelier. A noter aussi, fait souligné par les hôteliers, qu'Arlon est une ville-étape sur le chemin de . . . l'évasion fiscale !

b) *Le commerce.* — Dans une étude se rapportant à 1972, M. Michel et H. Vander Eycken (1974) déterminent une marge brute de 26,4 % des ventes totales au détail. En 1953, elle représentait 28,8 %. Cette marge s'est rétrécie depuis lors, du fait du développement des grands magasins, pour lesquels elle n'était plus que de 21 % en 1980 (Banque Bruxelles-Lambert, 1981).

Pour déterminer la part du commerce attribuable au tourisme, nous avons interrogé 99 commerçants en 1977, selon la répartition suivante : alimentation générale, 50; boucheries-charcuteries, 31; boulangeries-pâtisseries, 28, et ce dans différentes zones touristiques, totalisant plus des deux tiers des nuitées touristiques.

Les effets du tourisme de masse (La Roche, Bouillon et environs) sur ces types de commerce sont particulièrement sensibles. L'enquête montre aussi par ailleurs que si les magasins modernes attirent, les petits commerces de villages des zones limitrophes subissent, malgré la présence de seconds résidents, de moins en moins l'influence du tourisme et continuent à disparaître.

Nous avons aussi procédé à quelques coups de sonde dans les commerces plus spécialisés : habillement, électro-ménager, etc. Les résultats confirment ceux de l'enquête sur les dépenses : l'influence directe du tourisme est négligeable.

En fin de compte, il n'est sans doute pas inutile de relativiser ces données par rapport à la structure économique globale. On constate en effet, à l'examen de celle-ci au travers de la structure du produit intérieur brut calculé par l'Institut National de Statistique, que le "commerce" (Services d'hébergement et de restauration inclus, selon la codification de la Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés européennes (N.A.C.E.)) s'attribue en 1977 un dixième du produit intérieur brut (9,4 % dans la province de Luxembourg; 11,1 % dans le Royaume). Le tourisme s'en approprie une

partie. Comment l'estimer ? La Fédération touristique du Luxembourg belge (F.T.L.B.) évaluait en 1978 le nombre de nuitées, seconds résidents compris, à près de 5 millions. Traduit en "équivalents-habitants" (en divisant ce nombre par 365), cela représente \pm 12 000 habitants permanents, c'est-à-dire 5 0/0 de la population de la province de Luxembourg. La comparaison est simpliste, car la structure des dépenses est fondamentalement différente. Elle a cependant le mérite de ramener le tourisme à sa véritable proportion.

C. — L'EFFET MULTIPLICATEUR

1. — *Les principes.* — La théorie du multiplicateur développé par Kahn et Keynes s'appliquait à la création de revenu engendrée par les dépenses d'investissements. Depuis lors, le champs d'application s'est étendu.

"Si l'on considère que l'inconnue à rechercher est le montant du revenu national, on peut très bien substituer au multiplicande constitué par des dépenses d'investissement (Keynes) un multiplicande représentant n'importe quelle création de pouvoir d'achat. L'idée du multiplicateur touristique était née" (R. Baretje, P. Defert, 1972).

Il a régné tout un temps et il règne encore une certaine confusion sur le plan des applications concrètes de la théorie du multiplicateur. Le véritable multiplicateur de revenu est celui qui établit la relation entre l'accroissement total de revenu et l'augmentation initiale de revenu résultant des dépenses touristiques.

TABLEAU IV. — Part du tourisme dans certains types de commerce.

<i>Zone</i>	<i>Alimentation générale</i>	<i>Boucheries</i>	<i>Boulangeries</i>
La Roche	47 0/0	63 0/0	60 0/0
Martelange	16 0/0	36 0/0	28 0/0
Libin - Wellin	10 0/0	20 0/0	13 0/0
Rochehaut	82 0/0	80 0/0	60 0/0
Corbion	50 0/0	60 0/0	53 0/0
Bouillon	50 0/0	60 0/0	53 0/0
Herbeumont	30 0/0	48 0/0	60 0/0
Florenville	27 0/0	36 0/0	21 0/0

A la suite de H.G. Clément (1961), bon nombre d'auteurs confondent dépense initiale et revenu initial, ainsi qu'en témoigne l'exemple suivant :

“Un touriste dépense dans un village une certaine somme d'argent pour l'achat d'un objet d'art. Pour le marchand d'objet d'art, cette somme d'argent est un revenu qu'il va peut-être dépenser lui aussi pour l'achat de biens de consommation, un revenu qui sera dépensé à nouveau”. Il est clair qu'il y a dans cette note confusion entre revenu et transaction. Le revenu du marchand n'est pas égal à la dépense du touriste, mais à ce qui lui reste après avoir payé ses frais généraux et sa matière première. S'il s'agit de biens et services importés, le revenu initial peut être très faible en proportion (exemple : le revenu du pompiste est loin d'être égal au prix du carburant). En fait, raisonner en terme de transaction n'a pas beaucoup d'intérêt. Il reste dès lors deux notions qui ont une réelle pertinence, à savoir le multiplicateur de la valeur ajoutée initiale et le multiplicateur de revenu de la dépense initiale. Pour le premier, l'Unité de départ est le revenu initial tel que nous l'avons défini; l'objectif est de calculer le revenu ultérieur engendré. Pour le second, l'unité de départ est la dépense; l'objectif est de déterminer la somme totale des revenus créés.

2. — *Quelques tentatives d'estimation.* — “La confection et l'utilisation d'un multiplicateur touristique soulèvent de telles difficultés pratiques qu'elles doivent inciter les partisans de cette formule à y voir davantage un procédé d'exposition logique des dépenses en cascade qu'un instrument de mesure scientifique” (R. Baretje, P. Defert, 1972).

Certains auteurs, disposant de comptes régionaux élaborés, ont pu s'y risquer. Citon notamment, B. Archer (1973), qui relève les multiplicateurs du revenu suivant : Anglesey, 0.25 à 0,33; St Andrews, 0.34; Sullivant County, Penn., 0.44; South East Wisconsin, 0.52; Missouri State, 0.83; Door County, Wisconsin, 0.55.

Plus la région est petite et peu intégrée (relations intersectorielles faibles; importations élevées), plus les fuites sont élevées. C'est notamment le cas pour le commerce dans les régions rurales du Sud-Est belge. En revanche, les retombées régionales des dépenses faites dans les services d'hébergement et de restauration sont plus importantes. D'après notre enquête, hormis les vins, 52 0/0 des achats de biens alimentaires sont faits dans la région (ce qui ne signifie pas que les produits proviennent de la région), sans compter le recours aux entreprises locales pour les travaux d'entretien.

III.— L'EMPLOI

Renonçant à faire des supputations sur l'emploi indirect et induit sur des bases peu sûres, notre propos se limite à tenter de préciser l'impact direct du

tourisme dans les principaux secteurs concernés. Sur un plan plus qualitatif, une réflexion sur l'étalement des activités touristiques aura pour objectif de dégager quelques moyens susceptibles d'accroître les effets du tourisme.

A.— VALIDITE DES SOURCES

Les statistiques officielles (Office national de Sécurité sociale, O.N.S.S., pour l'emploi salarié; Institut national d'Assurances sociales pour travailleurs indépendants, I.N.A.S.T.I., pour l'emploi indépendant), établies de façon détaillée au niveau de la commune, constituent une base de départ valable. Le fait notamment que les statistiques de l'O.N.S.S. soient établies au 30 juin permet d'éviter des surestimations ou sous-estimations trop importantes, dans la mesure où l'on élimine les emplois de courte durée offerts pendant les quelques semaines de haute saison, tout en reprenant ceux qui se caractérisent par des arrêts de quelques mois en basse saison.

On peut donc estimer que ces données traduisent l'emploi de base dans les branches concernées. L'analyse des statistiques du chômage vient d'ailleurs confirmer cette appréciation (tableau V).

Fin juin en effet, les emplois déclarés sont pratiquement tous occupés.

TABLEAU V. — Chômeurs complets indemnisés.
Hôtels, restaurants: Belgique, 1980.

<i>Période</i>	<i>Chômeurs complets indemnisés</i>	<i>Taux de chômage complet (*)</i>
Janvier	11.012	19.7
Février	10.561	18.9
Mars	10.053	18.0
Avril	9.635	17.3
Mai	8.972	16.1
Juin	8.437	15.1
Juillet	8.189	14.3
Août	7.892	13.7
Septembre	9.696	16.9
Octobre	10.946	19.1
Novembre	11.532	20.1
Décembre	11.433	19.9

(*) Chômeurs complets indemnisés en fin de mois en ‰ du nombre d'assurés contre le chômage (assurés O.N.S.S. + chômeurs complets + frontaliers).

Source : Office national de l'emploi (O.N.Em.).

B.— L'EMPLOI DANS LES SERVICES D'HEBERGEMENT ET DE RESTAURATION

1. — *Approche statistique.* — Les statistiques de l'O.N.S.S. (Code 66 - Restauration et hébergement) et de l'I.N.A.S.T.I. (Code 407 - Hôtels, restaurants, cafés, maisons garnies, logements) couvrent relativement bien le domaine étudié, en incluant notamment les terrains de camping, les villages de vacances et les établissements de tourisme social, qui sont les formes de tourisme qui ont connu la plus forte expansion ces dernières années. L'emploi salarié est, comme l'indique le tableau VI, en croissance dans tout le pays, mais cette croissance est plus importante en région flamande qu'en territoire wallon. Au sein de celui-ci, les provinces de Luxembourg et de Namur se distinguent une augmentation relative non négligeable.

L'emploi indépendant progresse moins (45 unités en 6 ans dans la province de Luxembourg), ce qui signifie qu'on a surtout connu une augmentation de la taille des établissements.

TABLEAU VI. — Hébergement et restauration. Emploi salarié.

<i>Niveau administratif</i>	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Arlon (A)	115	112	160	176	186	157	137
Bastogne (A)	103	106	124	136	164	174	186
Marche (A)	314	342	436	436	441	459	473
Neufchâteau (A)	219	241	245	263	289	263	254
Virton (A)	126	127	116	123	110	165	165
Luxembourg (P)	877	928	1 081	1 134	1 190	1 218	1 215
Namur (P)	1 595	1 827	1 825	2 088	1 986	1 843	1 807
Liège (P)	4 363	4 316	4 293	4 407	4 434	4 494	4 637
Hainaut (P)	2 548	2 578	2 783	2 908	2 907	2 900	2 909
Région flamande	18 164	19 707	20 849	22 516	24 056	24 751	25 095
Région wallonne	10 284	10 671	11 165	11 715	11 750	11 800	11 884
Royaume	42 750	43 983	45 463	47 563	49 272	49 398	49 652

Statistique établie au 30 juin. — A : Arrondissement, P : Province.

Source : O.N.S.S.

L'analyse des données communales révèle que la progression de l'emploi salarié est surtout le fait de la catégorie N.A.C.E. 667 : autre moyen d'hébergement, qui regroupe notamment les centres de vacances, villages de vacances, terrains de camping, établissements de tourisme social. Parmi ceux-ci, ce sont surtout les établissements de tourisme social (villages et centres de vacances des organisations sociales) qui sont créateurs d'emplois.

Notons parmi les communes : Houffalize : 1 établissement - classe 2 (20 à 49 emplois) : 34; Hotton : 1 établissement - classe 2 (20 à 49 emplois) : 38; Nassogne : 1 établissement - classe 2 (20 à 49 emplois) : 22; Habay : 2 établissements - classe 1 (- 20 emplois) : 22; Florenville : 2 établissements - classe 1 (- 20 emplois) : 28; Herbeumont : 1 établissement - classe 1 (- 20 emplois) : 11. Au total, 225 emplois sont comptabilisés en 1978 dans la catégorie 667, alors qu'il y en avait 100 en 1974. L'hôtellerie passe de 542 à 614 (+ 72), les restaurants de 192 à 237 (+ 45) et les cafés de 84 à 142 (+ 58).

TABLEAU VII. — Hébergement et restauration. Emploi indépendant.

<i>Niveau administratif</i>	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Arlon (A)	188	208	194	189	212	197
Bastogne (A)	122	126	127	134	134	142
Marche (A)	223	223	238	235	228	238
Neufchâteau (A)	203	195	217	207	206	211
Virton (A)	143	124	128	136	131	136
Luxembourg (P)	879	876	904	901	911	924
Namur (P)	1 347	1 340	1 354	1 415	1 410	1 469
Liège (P)	2 879	2 922	2 933	3 038	3 069	3 130
Hainaut (P)	4 246	3 345	4 354	4 375	4 372	4 459
Royaume	26 512	26 152	26 095	26 578	27 534	29 051

A : Arrondissement ; P : Province

Source : I.N.A.S.T.I.

TABLEAU VIII. — Hébergement et restauration. Ventilation de l'emploi salarié par catégorie, 1978.

<i>Niveau administratif</i>	661	662	665	667	<i>Divers</i>	<i>Total 66</i>
ARLON (A)	51	46	54	4	2	157
BASTOGNE (A)	55	8	71	39	1	174
dont Houffalize (C)	3	-	24	34	-	61
MARCHE (A)	82	39	217	121	-	459
dont Durbuy (C)	27	4	73	29	-	133
Hotton (C)	1	6	16	40	-	63
La Roche (C)	12	-	85	27	-	124
Nassogne (C)	5	9	-	22	-	36
NEUFCHATEAU (A)	35	25	191	11	1	263
dont Herbeumont (C)	-	-	9	11	-	20
VIRTON (A)	14	17	81	50	3	165
dont Florenville	3	3	34	28	-	68
Habay	-	-	41	22	-	63
PROVINCE DE LUXEMBOURG	237	135	614	225	7	1 218

Codes : A : Arrondissement; C : Commune; 66 : Restauration et hébergement;
661 : Restaurants (sans hébergement); 662 : Débits de boissons;
665 : Hôtellerie proprement dite; 667 : Autres moyens d'hébergement;
Divers : 662. Débits de boissons avec spectacles; 664 : Cantines militaires et d'étudiants; 666. Wagons-lits et wagons restaurants.

Source : O.N.S.S.

2. — *Appréciation des effets du phénomène saisonnier.* — On a pu constater plus haut que le volume de l'emploi salarié était proche du maximum à la fin du mois de juin. En fait, dès le mois de mai, ainsi qu'à l'occasion de certains week-ends, l'activité touristique nécessite un niveau d'emploi fixe en-dessous duquel il est difficile de descendre.

En haute saison, vient s'ajouter un personnel supplémentaire composé de salariés, de stagiaires des écoles hôtelières, d'étudiants, de membres de la famille et d'autres aidants occasionnels. D'après notre enquête, l'accroissement de personnel en haute saison s'élève à 42 0/0.

Il est moins important dans les petits établissements (34 0/0 dans les hôtels de moins de 15 chambres) où l'effet saisonnier se traduit davantage par un allongement de la durée des prestations des exploitants. Il est plus limité aussi dans les centres qui connaissent une certaine activité industrielle ou administrative et dans les villes et autres lieux de passage.

3. — *En guise de bilan.* — L'analyse des services d'hébergement et de restauration nous amène, à défaut de pouvoir effectuer une évaluation précise, à deux constatations :

a) Les auteurs qui ont abordé ce problème s'accordent pour dire qu'il ne faut pas attribuer tout l'emploi de la branche au tourisme. Plus important qu'un décompte précis est le fait que ces services se caractérisent par un important sous-emploi des capacités et que dès lors, tout apport supplémentaire (clientèle locale et d'affaires dans les régions touristiques, clientèle touristique dans les autres) est très important. De par le niveau élevé de frais fixes, il existe un seuil à partir duquel un accroissement marginal engendre des effets plus que proportionnels, susceptibles de stabiliser le personnel.

b) Si le fait d'occuper du personnel supplémentaire pendant quelques semaines par an n'est pas à négliger — le travail d'étudiants est une pratique sociale bien établie, un petit supplément de revenu en milieu rural est souvent le bienvenu —, ce serait une erreur de surestimer l'actif du tourisme en y insistant trop. Le travail saisonnier, notamment celui des étudiants, n'est d'ailleurs pas limité au tourisme.

Ce qui est plus important est l'apport en emploi de certaines formules de tourisme qui sont suffisamment diversifiées pour permettre d'éviter les aléas du phénomène saisonnier. Les centres et villages de vacances des organisations sociales (ligue des familles, syndicats, mouvements divers) sont intéressants à étudier à ce point de vue. Nous citerons à titre d'exemple le village de vacances "Les Forges" situé à Nassogne : 35 chalets de 3 appartements chacun, 1 hôtel pouvant loger plus ou moins 500 personnes au total. Ce centre de taille réduite a enregistré en 1980 un taux d'occupation annuel de 43 0/0. Hors saison, il accueille des groupes qui s'y réunissent pour des motifs divers : congrès, séminaires, etc. Grâce à ces activités diversifiées, 32 personnes de la région ont un

travail à temps plein, tout au long de l'année, à l'exception de un ou deux mois en début d'année pendant lesquels une partie du personnel ouvrier est en chômage technique. Pendant la haute saison, une dizaine d'étudiants viennent s'ajouter au personnel permanent. Si l'on ajoute à cela que les biens et services sont acquis sur place, on doit conclure que l'on a affaire à un type de tourisme du style Petites et Moyennes Entreprises, plus intéressant sur le plan économique que certaines grandes concentrations ou encore les très nombreuses secondes résidences dont l'apport réel reste à prouver.

C.— L'EMPLOI DANS LES SERVICES DU COMMERCE ET LES ACTIVITES CONNEXES

L'emploi dû au tourisme dans ce secteur reste une autre relative inconnue. Si nous répartissons l'emploi au prorata de la population, sur base des estimations développées précédemment, on obtient 5 0/0, soit 288 des 5 769 emplois salariés et indépendants recensés en 1978 (Codes INASTI, 402; Office national de Sécurité sociale, ONSS, 419 et 64/65).

La réalité n'est malheureusement pas aussi simple. Il ne faut pas oublier, en effet, que dans certaines régions des vallées de l'Ourthe et de la Semois (Poupehan, Rochehaut par exemple), la population fait plus que décupler. L'enquête que nous avons menée dans les zones touristiques a révélé 3 types de situations :

- a) le tourisme apporte un complément d'activité qui ne nécessite pas d'emploi supplémentaire; mais peut-être certains emplois à la limite de la viabilité disparaîtraient-ils sans ce complément;
- b) l'activité touristique est plus importante : les journées s'allongent; le complément d'activité permet l'engagement de personnel saisonnier et/ou justifie un emploi permanent plus élevé;
- c) l'activité touristique est prépondérante et permet la création ou le maintien d'emplois stables; certains indépendants tirent l'essentiel de leur revenu des quelques mois d'activité touristique.

C'est en fin de compte l'absence d'étalement du tourisme qui rend impossible un diagnostic clair. L'enquête auprès de 99 commerçants dont il a été question précédemment a permis de préciser quelque peu l'importance de l'emploi saisonnier dans les régions touristiques. Nous avons en effet relevé en haute saison 280 emplois permanents et 167 saisonniers. Mais il est impossible d'extrapoler cette observation ni d'en tirer des conclusions claires à propos de l'emploi permanent dû au tourisme. Certes, l'emploi commercial est proportionnellement plus élevé dans les grands centres touristiques que sont les communes de La Roche et de Bouillon : La Roche : 1.83 0/0 de la population de la province, 120 emplois dans le commerce, soit 2.08 0/0 du total provincial; Bouillon : 2.57 0/0 de la population de la province, 168 emplois dans le commerce, soit 2.91 0/0 du total provincial.

On doit néanmoins constater qu'il s'agit de nombres absolus faibles. Ailleurs, là où le tourisme est plus diffus, l'analyse statistique, notamment l'analyse de régression (A. Tibésar, 1977), ne permet pas de tirer des conclusions nettes et précises.

IV.— CONCLUSION

L'analyse à laquelle nous venons de nous livrer, nous a permis de constater que sur le plan de la création de revenu et d'emploi, l'hôtellerie d'une part, le tourisme intégré du type "Centres de vacances" d'autre part, présentent, davantage que d'autres formes de tourisme, un bilan positif tant sur le plan quantitatif (nombre d'emplois, pourcentage de valeur ajoutée) que qualitatif (emploi plus stable à la suite d'un meilleur étalement des vacances et d'une plus grande diversification des activités). On aura pu se rendre compte aussi qu'il reste, sur le plan de la recherche empirique, de multiples aspects à approfondir. Nous en avons cité quelques-uns. Il y en a d'autres que nous n'avons pas abordés : construction, services autres que le commerce. Il aura néanmoins été possible de mettre en évidence certaines conditions d'une politique touristique susceptible d'amener une création d'emplois valables.

BIBLIOGRAPHIE

- ARCHER B., 1973. — The impact of domestic tourism, *Bangor occasional papers in Economics*, 2, University of Wales Press.
- BARETJE R. et DEFERT P., 1972. — *Aspects économiques du tourisme*, Coll. L'Administration Nouvelle, Berger - Levrault, Paris, 1972, 355 p.
- BANQUE BRUXELLES-LAMBERT, *Bulletin Financier*, 1981, n° 20.
- CLEMENT H.G., 1961. — *The future of Tourism in the Pacific and Far East*, U.S. Department of Commerce, pp. 18-26.
- F.T.L.B. FEDERATION TOURISTIQUE DU LUXEMBOURG BELGE, COMMISSARIAT GENERAL AU TOURISME, 1978. — *Etude de l'évaluation des effets économiques et sociaux du tourisme dans les localités moyennes de type rural*, 137 p. et annexes.
- MICHEL M. et VANDEREYCKEN H., 1974. — *La distribution en Belgique*. Duculot, Gembloux.
- PIRAUX M., 1980. — Le Luxembourg s'interroge sur son tourisme, *Le Ligeur*, 18.07.80.
- TIBESAR A., 1976. — *Contribution à l'étude du revenu créé par le tourisme. Résultats d'une enquête sur les dépenses des touristes séjournant en hôtel et en camping dans la province de Luxembourg*, Fondation Universitaire Luxembourgeoise, Arlon, 33 p. et annexes, 7 p.
- TIBESAR A., 1977. — *Tourisme et développement des régions rurales. Le cas du Luxembourg belge*, Fondation Universitaire Luxembourgeoise, Arlon, 2 vol.
- VANHOVE N., 1969. — *Structure des vacances et dépenses touristiques de la population belge*, Commissariat Général au Tourisme, Bruxelles, 262 p.