



Série sur les entreprises agroalimentaires des Caraïbes IICA-COLEACP

Session n°3 :

La reprise post-COVID-19 : Renforcer les liens entre l'agriculture et le tourisme : le rôle clé des PME et des entreprises

7 octobre 2021 - 10:00-12:00 (EST)

1. Contexte

Le tourisme fait partie des industries les plus durement touchées par la crise de la COVID-19.¹ Les effets indirects sont importants en raison des liens en amont et en aval de ce secteur avec d'autres tels que l'agriculture. La réduction du nombre de touristes dans les pays en développement est plutôt similaire, se situant le plus souvent entre 60 et 80 %.² Sur les 20 petites économies les plus dépendantes du tourisme dans le monde, 13 se trouvent dans les Caraïbes. Le tourisme est une importante source de revenus, représentant 50 % des exportations totales pour de nombreuses petites économies, notamment les Petits États Insulaires en Développement (PEID).³ En tant que secteur économique majeur, le tourisme revêt une importance socio-économique particulière, car il emploie de nombreuses femmes et jeunes gens et fait vivre de nombreux travailleurs informels.

En moyenne, le secteur du tourisme représente près de 30 % du produit intérieur brut (PIB) des PEID.⁴ Cette part dépasse les 50 % pour les Maldives, les Seychelles, Saint-Kitts-et-Nevis et Grenade. On s'attend à ce que, pour de nombreux PEID, la pandémie de la COVID-19 entraîne directement des pertes de revenus record, en plus de l'absence de sources alternatives de revenus en devises étrangères nécessaires au service de la dette extérieure et au paiement des importations.⁵

Selon l'OMT, les experts du tourisme ne s'attendent pas à retrouver les niveaux d'arrivées connus avant la COVID-19 avant 2023 ou plus tard. Les principaux obstacles sont les restrictions de voyage, la lenteur de l'endiguement du virus, le manque de confiance des voyageurs et un environnement économique défavorable.⁶ Il est nécessaire de faire redémarrer le tourisme, de restaurer la confiance des voyageurs, par la vaccination, les tests, la flexibilité des vols. La coordination entre les pays sur des normes communes (par exemple le certificat numérique COVID-19 de l'Union européenne) est donc essentielle, de même que le soutien du secteur par les gouvernements, comme cela a été le cas dans de nombreux pays.⁷

¹ Les destinations touristiques ont enregistré un milliard d'arrivées internationales de moins en 2020 qu'en 2019. Un profond déclin des voyages internationaux a entraîné une perte d'environ 1 300 milliards USD de recettes d'exportation, soit plus de 11 fois la perte enregistrée lors de la dernière crise économique en 2009. 100 à 120 millions d'emplois touristiques ont été mis en danger, dont une grande partie dans les petites et moyennes entreprises. [OMT, 2021](#).

² L'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations unies (OMT) rapporte que presque tous les pays ont mis en place des restrictions de voyage d'une manière ou d'une autre, telles que des interdictions de voyage, des contrôles de visa et des quarantaines (OMT 2020).

³ CNUCED (2020b) [Impact de la COVID-19 sur le tourisme dans les petits États insulaires en développement](#).

⁴ World Travel & Tourism Council (WTTC) sur la base des données de UNCTADStat. [Impact de la COVID-19 sur le tourisme dans les petits États insulaires en développement](#)

⁵ CNUCED (2020b) [Impact de la COVID-19 sur le tourisme dans les petits États insulaires en développement](#).

⁶ CNUCED. [COVID-19 et le tourisme. Évaluation des conséquences économiques](#). 2021.

⁷ Les gouvernements de certains pays ont facilité, par le biais de partenariats public-privé, le transfert de travailleurs du secteur du tourisme vers d'autres secteurs nécessitant du personnel d'appoint dans le cadre de la réponse à la pandémie, tels que des nettoyeurs dans les hôpitaux et les entreprises, des contrôleurs de température et des traceurs de contacts.

De nombreuses initiatives ont fait preuve de coordination et d'innovation au niveau régional et beaucoup d'autres devront être mises en place. Un groupe de travail du tourisme caribéen sur la COVID-19, composé de représentants de l'Association de l'hôtellerie et du tourisme des Caraïbes, de l'Agence de santé publique des Caraïbes (Caribbean Public Health Agency, CARPHA), de l'Organisation du tourisme des Caraïbes, de l'Organisation des États des Caraïbes Orientales (OECS) et du Centre mondial de gestion des crises et de la résilience du tourisme, aide les pays membres à coordonner leurs efforts dans ce processus grâce à un ensemble de lignes directrices et de formations destinées à aider les pays à mettre en place des protocoles. La Jamaïque a désigné un "couloir résilient COVID-19" sur le littoral en dehors duquel les touristes ne peuvent aller. Seules les entreprises certifiées situées dans cette zone seront autorisées à ouvrir aux touristes. La Barbade a lancé son "timbre de bienvenue de la Barbade" d'une durée de 12 mois, qui offre de nouvelles possibilités à tous ceux qui souhaitent travailler à distance depuis l'île. L'Organisation des États des Caraïbes orientales (OECS) a formé un groupe de travail sur le tourisme chargé d'élaborer et de mettre en œuvre des protocoles de santé et de sécurité visant des secteurs d'activités spécifiques tels que les aéroports, le transport de groupes, l'hébergement, les visites et les attractions (Organization of Eastern Caribbean States OECS, 2020).

2. La nécessité pour les MPME et les entreprises de se redresser et d'innover

Si l'on se tourne vers l'avenir, les voyages à l'avenir auront inévitablement un aspect différent. La COVID-19 est un signal d'alarme pour repenser l'avenir du tourisme dans une optique de durabilité, en favorisant les liens avec l'agriculture et la protection de l'environnement, ainsi que la diversification de l'économie.⁸ Certains des défis peuvent être transformés en nouvelles opportunités pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et les entreprises.

Les **données et les renseignements sur le marché** seront essentiels. Les tendances attendues à court terme indiquent que les destinations intérieures et les voyages de proximité seront favorisés, ainsi qu'une forte **croissance du tourisme en nature et d'aventure**, soulignant l'importance croissante que les consommateurs accordent à la durabilité. Les programmes de relance du tourisme pourraient se concentrer sur la reconstruction des sites touristiques afin de les rendre plus durables, ce qui créerait des emplois dans le cadre de la reconstruction et renforcerait l'attrait du tourisme.⁹ Dans le contexte de la pandémie et du processus de rétablissement, une croissance du tourisme de bien-être est attendue. Cette expérience devrait s'associer à des offres alimentaires locales et une meilleure connaissance des agriculteurs locaux grâce à des expériences de type "de la ferme à la table".

L'**accélération de la numérisation** est une caractéristique de la période de la COVID-19 qui semble s'établir dans le temps. Elle ouvre la voie à des technologies sans contact, à des services automatisés tout au long du parcours du voyageur, en passant par les chambres connectées, à l'enregistrement sans contact, aux clés de voiture numériques et aux robots de livraison. Par exemple, l'entreprise Royal Caribbean Cruises a mis en œuvre une technologie biométrique pour rationaliser l'enregistrement et l'embarquement.¹⁰

L'**essor du tourisme virtuel** et des destinations offrant des expériences virtuelles pour entrer en contact avec les voyageurs et relancer le secteur (accès en ligne aux parcs, aux collections des musées, à l'exploration des destinations) deviendra une partie de plus en plus importante du processus de vente et de marketing.

La promotion en ligne de l'alimentation et de la culture connaît un grand succès et offre une autre occasion de mettre en valeur la richesse de l'offre culturelle. Les chefs cuisiniers et les ambassadeurs de l'alimentation locale peuvent continuer à contribuer en toute sécurité à l'**agritourisme virtuel** et à promouvoir des **habitudes alimentaires durables**.¹¹ Les **chefs cuisiniers** sont des **défenseurs** influents de la **culture alimentaire locale** par le biais de programmes télévisés et contribuent à stimuler l'utilisation d'aliments produits dans les Caraïbes, tant au niveau national qu'international.

Les effets des confinements liés à la COVID-19 ont permis de sensibiliser les consommateurs aux produits **alimentaires locaux** et à la nécessité de renforcer la **production et la consommation alimentaires responsables et durables et les régimes alimentaires sains**.

⁸ CNUCED. [COVID-19 et le tourisme. Évaluation des conséquences économiques](#). 2021.

⁹ <https://blogs.worldbank.org/voices/tourism-post-covid-world-three-steps-build-better-forward>

¹⁰ Conseil mondial du voyage et du tourisme : [To Recovery & Beyond : L'avenir du voyage et du tourisme dans le sillage de COVID-19](#) - septembre 2020.

¹¹ <https://blog.iica.int/en/blog/why-agriculture-key-caribbeans-tourism-sector-post-covid-19-pandemic>

La transformation numérique impliquera de **nouvelles compétences de la part des employés et une requalification**. Selon une étude du Forum économique mondial, 68 % de la main-d'œuvre du secteur du voyage et du tourisme devra développer de nouvelles compétences.¹² De nombreuses chaînes touristiques proposent des cours en ligne à leurs employés.

Le **travail à distance** se maintiendra également dans le secteur du tourisme, touchant les employés, les touristes (séjours à plus long terme) ainsi que les entreprises qui délocalisent leurs bureaux et embauchent à l'échelle mondiale.

Le tourisme durable devrait créer une plus grande valeur économique pour les **communautés locales** tout en préservant la culture et les atouts naturels. Les **connaissances et les innovations locales** devraient être renforcées par l'expansion du **tourisme communautaire**, qui sera une caractéristique essentielle de l'environnement post-COVID.¹³ Les experts prévoient une demande croissante pour le **tourisme en plein air et en nature** et que les activités d'**écotourisme**, le tourisme domestique et les expériences de "voyage à faible impact écologique" suscitent un intérêt croissant.¹⁴ Les MPME et les entreprises devraient renforcer leurs partenariats avec les communautés locales pour concevoir des expériences authentiques.¹⁵ Cela permettra également de **promouvoir de nouvelles destinations**, moins connues et offrant de nouvelles caractéristiques.

L'**innovation** à tous les niveaux de la chaîne de valeur sera essentielle pour développer des services qui répondent aux nouvelles attentes des touristes et renforcer la confiance des consommateurs.

Les meilleures pratiques en matière de durabilité et de protection de l'environnement et de l'écologie, les pratiques contribuant à l'économie circulaire et à l'efficacité des ressources doivent être partagées.

3. Soutien essentiel aux MPME et aux entreprises le long de la chaîne de valeur de l'agritourisme

Les MPME représentent la majeure partie des entreprises du secteur du tourisme, et dans certains cas plus de 90 % des entreprises liées au tourisme. Les mesures de **soutien à la survie des entreprises** en période de COVID-19 englobent l'exonération temporaire du paiement de l'impôt sur le revenu ou de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ou des cotisations de sécurité sociale, les paquets d'aide COVID-19, des lignes de crédit ou subventions pour le fonds de roulement et le paiement (partiel) des salaires, des subventions pour les travaux de construction et de rénovation, voire un moratoire sur le paiement des licences et des droits par les entités du secteur du tourisme. Ces mesures de soutien doivent être maintenues et, dans certains cas, augmentées, en particulier pour les petits opérateurs. Il sera essentiel d'élaborer des **mesures d'incitation** pour que les entreprises s'adaptent et se réinventent afin d'adopter de nouveaux modèles commerciaux impliquant des clients différents. Les prestataires de services touristiques peuvent avoir besoin de prêts pour **moderniser leurs installations/équipements** afin de répondre aux normes sanitaires et de distanciation sociale. Le soutien des institutions financières régionales et internationales par le biais de subventions et de prêts à faible coût peut fournir les ressources nécessaires pour effectuer ces mises à niveau et accroître l'attrait pour les visiteurs. Ces initiatives devraient cibler les petits prestataires de services touristiques locaux, étant donné leur grande vulnérabilité aux faillites dues à la pandémie.

L'**accès au crédit** est essentiel pour que les MPME se rétablissent et se développent mieux. Les MPME de la région sont confrontées à des obstacles pour accéder au financement en raison de produits bancaires inadéquats et d'entreprises dont les compétences et les connaissances en matière de gestion et de finance sont faibles. En outre, lors de l'évaluation des catastrophes dans les Caraïbes, il a été observé que la non-assurance et la sous-assurance sont très répandues dans le secteur du tourisme. Il est recommandé d'établir des régimes d'assurance de groupe ou d'activité qui attirent davantage de MPME et assouplissent les conditions d'assurance. Dans le secteur du tourisme, ces mesures doivent cibler les femmes, tant en raison du fait qu'elles sont propriétaires de MPME que de leurs difficultés à obtenir des crédits.¹⁶

¹² Forum économique mondial. [Rapport sur l'avenir des emplois](#), 2018.

¹³ La concurrence des Caraïbes. <https://www.competecaribbean.org/community-based-tourism-covid-recovery/>

¹⁴ CEPALC. [L'impact de la pandémie de la COVID-19 sur le secteur du tourisme en Amérique latine et dans les Caraïbes, et les options pour une reprise durable et résiliente](#). 2020.

¹⁵ Conseil mondial du voyage et du tourisme : [Travel & Tourism as a Catalyst For Social Impact](#) - février 2021.

¹⁶ CEPALC. [L'impact de la pandémie de COVID-19 sur le secteur du tourisme en Amérique latine et dans les Caraïbes, et les options pour une reprise durable et résiliente](#). 2020.

Le **manque de compétences** sur le marché du travail local est l'un des obstacles les plus souvent cités à l'adoption de technologies appropriées. Une aide est nécessaire pour **améliorer les compétences numériques** afin de mieux répondre aux nouveaux besoins des secteurs de l'hôtellerie et de l'agriculture, ainsi qu'un soutien au commerce électronique et à une relation plus directe avec le client (c'est-à-dire la communication par les médias sociaux). Il faut promouvoir le potentiel de ces technologies et apporter un soutien spécifique aux MPME qui rencontrent des difficultés techniques, managériales et financières. Il convient de partager les expériences des autres pays du monde¹⁷ et d'améliorer les infrastructures, notamment dans les zones rurales.

Les programmes de **renforcement des capacités** et de formation destinés aux MPME et aux entrepreneurs locaux doivent être renforcés (marketing numérique, campagnes de promotion et de marketing, utilisation des outils de médias sociaux, innovation dans le développement des produits, compétences financières, développement commercial, planification d'urgence, modèles de tarification compte tenu de la réduction de la clientèle et des restrictions de capacité à appliquer pour la distanciation sociale).

4. La voie à suivre

Il est essentiel que les MPME travaillent en étroite collaboration avec le secteur public et d'autres partenaires pour appliquer des normes strictes de santé et de sécurité dans toutes les industries et planifier les coûts associés.

Le rétablissement de la confiance des investisseurs et des consommateurs sera essentiel pour le secteur du tourisme. Il faudra suivre l'évolution de la demande, anticiper les nouvelles tendances et demandes du marché, renforcer la durabilité économique, sociale et environnementale par une résilience accrue et un partage plus équitable des bénéfices. Il sera essentiel de promouvoir davantage un développement plus vert et plus inclusif du secteur. Un partage plus équitable de la valeur entre les acteurs est également nécessaire, notamment en ce qui concerne l'amélioration des conditions de vie et de travail des travailleurs locaux et des communautés rurales.

Les MPME ont un rôle clé à jouer dans l'amélioration de la qualité et de la disponibilité des aliments locaux, ainsi que dans la garantie de normes de sécurité et de qualité élevées. La santé et la sécurité sont primordiales dans cette nouvelle ère post-COVID-19. Les MPME et les entreprises devront s'assurer que de tels protocoles sont également appliqués par leurs fournisseurs, prestataires de services et partenaires, afin d'instaurer la confiance tout au long de la chaîne de valeur. Les systèmes de traçabilité seront également plus importants pour les consommateurs, très intéressés par des choix sains.

Pour promouvoir le tourisme intérieur, et les destinations proches de chez soi, les zones rurales et les nouvelles destinations émergentes auront besoin d'investissements accrus dans les infrastructures numériques et physiques. Des investissements accrus seront également nécessaires dans les zones plus éloignées, ainsi que des efforts nécessaires pour promouvoir le marché intérieur et régional, tester des innovations, des activités de marketing et de promotion....

Il convient de promouvoir des partenariats public-privé et une collaboration multipartite entre les institutions gouvernementales, les MPME, les prestataires de services et les communautés rurales qui soient inclusifs et répondent aux attentes des touristes. Un large partage des meilleures pratiques sera particulièrement utile pour regagner la confiance. D'où le rôle clé des MPME pour communiquer et accroître leur présence en ligne.

¹⁷ Le big data peut aider à suivre le comportement des consommateurs et à prévoir la demande, tandis que l'intelligence artificielle peut personnaliser les voyages pour les touristes qui recherchent des expériences authentiques. La réalité virtuelle et augmentée pourrait permettre l'accès à des sites archéologiques fragiles ou améliorer l'image de marque et le marketing des pays. L'utilisation de visites virtuelles a permis aux musées de rester ouverts pendant les périodes critiques de la COVID-19.



Série sur les entreprises agroalimentaires des Caraïbes IICA-COLEACP

Session n°3 :

La reprise post-COVID-19 : Renforcer les liens entre l'agriculture et le tourisme : le rôle clé des PME et des entreprises

7 octobre 2021 - 10:00-12:00 (EST)

10:00-10:10 Introduction et modération : Ena Harvey, représentante de l'IICA, Barbade

10:10-11:00 Panel: Expériences d'entreprises

Modératrice : Isolina Boto, Responsable des Réseaux et Alliances, COLEACP

- *Shadel Nyack Compton, Directrice Générale, Belmont Estate Group of Companies, Grenade*
- *Rachel Renie, Cofondatrice, D'Market Movers, Trinidad et Tobago*
- *William Thompson, Trésorier, Nevis Growers' Co-operative St Kitts et Nevis*
- *Dane Saddler, Fondateur et Chef Exécutif, Caribbean Villa Chefs*

11:00-11:25 Points de vue des partenaires et des experts

Cette session comprend des contributions d'experts de la politique, de la recherche et de la finance.

- *Rhea Simms, Directrice des programmes mondiaux, Planeterra Foundation*
- *Sandra Carvao, Chef, Intelligence de marché et compétitivité, OMT*

11:25-11:50 Session de questions-réponses

11:50-12:00 Voie à suivre et clôture

- *Jeremy Knops, Délégué Général, COLEACP*