



HAL
open science

L'insularité touristique en question : l'archipel de Malte

François Taglioni

► **To cite this version:**

François Taglioni. L'insularité touristique en question : l'archipel de Malte. *Espaces. Tourisme et loisirs*, 2001, 186, pp.48-55. halshs-00005689

HAL Id: halshs-00005689

<https://shs.hal.science/halshs-00005689v1>

Submitted on 16 Apr 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Taglioni, F., 2001

**L'insularité touristique en question : l'archipel
de Malte**

Version longue d'un article publié dans

Espaces

n°186, p. 48-55

François Taglioni
CREGUR, Université de la Réunion
Laboratoire "Espace et Culture", CNRS-Paris-Sorbonne

Résumé

L'archipel de Malte connaît depuis de nombreuses années une activité touristique de premier ordre pour son économie. L'attrait de l'archipel pour les touristes se décline en fonction de plusieurs variables articulées autour des activités balnéaires, culturelles, éducatives et de loisirs. La qualité et la diversité de l'hôtellerie ainsi qu'une excellente accessibilité aérienne concourent à situer Malte en bonne place, en terme relatif, dans la hiérarchie insulaire du bassin méditerranéen. D'autant, que Malte présente plusieurs spécificités liées à des conditions territoriales, politiques et institutionnelles singulières au sein des îles de la Méditerranée.

Mots Clés : Malte, Méditerranée, Tourisme, Promotion touristique, Insularité, Patrimoine culturel.

Abstract

For many years, the Archipelago of Malta has been experiencing tourist activity of the highest calibre and extremely beneficial for its economy. The attraction held by tourists for the archipelago is based on a number of factors that involve cultural, seaside, educational and leisure activities. The quality and diversity of the hotel industry combined with the excellent access by air converge to position Malta at the top, in relative terms, of the hierarchy of the islands in the Mediterranean Basin. Added to which Malta affords a number of singular features linked to specific territorial, political and institutional conditions within the islands of the Mediterranean.

Key words : Malta, Mediterranean, Tourism, Tourist Promotion, Insularity, Cultural Heritage.

Introduction

L'archipel de Malte est une destination qui évoque des images et des représentations mentales multiples et parfois contradictoires. Son passé fascine, son dynamisme présent étonne et son mystère demeure. Au gré des siècles, Malte, en dépit de son faible poids territorial et démographique, a toujours réussi à attirer, parfois à son insu, l'intérêt et les convoitises. Aujourd'hui, le tourisme est un axe majeur de développement économique pour Malte et les politiques touristiques entendent bien exploiter encore davantage le potentiel de rêve et d'authenticité que recèle l'archipel. Quelles sont les spécificités de Malte au sein des insularités méditerranéennes ? Qu'en est-il des mythes et des réalités qui forgent l'identité touristique de cet espace insulaire et de sa société ?

1. Les spécificités du tourisme maltais dans la Méditerranée des îles

L'archipel de Malte est situé à 93 km au sud de la Sicile et à 290 km à l'est de la Tunisie (carte 1). Par sa superficie totale, il est comparable à Ibiza, la Grenade, Mayotte ou Palau. Il est composé de 3 îles principales et quelques îlots (dont Cominotto, les îles St. Paul et Filfla). L'île qui a donné son nom à l'archipel est Malte avec 246 km² et 370 000 habitants, vient ensuite Gozo et ses 67 km² pour 28 000 habitants et enfin Comino qui, sur ses 3 km², n'abrite que quelques agriculteurs. Les densités de population sont globalement élevées (1 500 pour Malte et 420 pour Gozo), d'autant que l'espace bâti se concentre dans les plaines à l'exclusion des littoraux ouest et sud-ouest, composés de côtes à falaises, et à l'exclusion des zones agricoles protégées. Les langues parlées sont le maltais et l'anglais. Le maltais, qui est une langue d'origine phénicienne, comporte environ 40 % de mots arabes et de nombreuses expressions romanes et siciliennes. Le maltais est le reflet d'un peuple déterminé et innovateur qui a réussi à transcrire une langue aux phonèmes arabes dans un alphabet romain. Cette langue est aussi à l'image de l'archipel lui-même qui a connu de nombreuses influences et dominations étrangères au cours de son histoire mouvementée. Pour autant, la population est d'origine relativement homogène en dépit de ses composants ethniques divers et minoritaires qu'ils soient britanniques ou du bassin occidental de la Méditerranée.

Je remercie tout particulièrement la "*Mediterranean Academy of Diplomatic Studies*" de l'université de Malte qui m'a accueilli lors de deux séjours de recherche en février-mars 1998 et janvier 2000 ainsi que l'équipe de recherche de la "*National Tourism Organisation*" de Malte et Jean-Christophe Gay (université de Montpellier III) pour ses précieux conseils.



Carte. 1. L'archipel de Malte

Les données concernant la population (tableau 1) font apparaître la modernité démographique du pays et l'excellent état sanitaire et social. De la même façon, les données économiques de base (tableau 2) soulignent le dynamisme économique de l'archipel avec une forte croissance annuelle, une inflation contenue et un taux de chômage parmi les plus bas du groupe des pays développés.

Tableau 1. Données générales sur la population à Malte en 1999

Population (milliers)	Superficie (km ²)	Taux naturel d'accroissement (%)	Taux de mortalité infantile (pour 1000 naissances)	ISF 1999	Espérance de vie (en années)		IDH (rang) 1998	PNB/hab. en \$ 1999
					hom.	fem.		
400	316	0,5	6	1,6	75	80	34	11 000

Source : Central Office of Statistics, Malta 2000

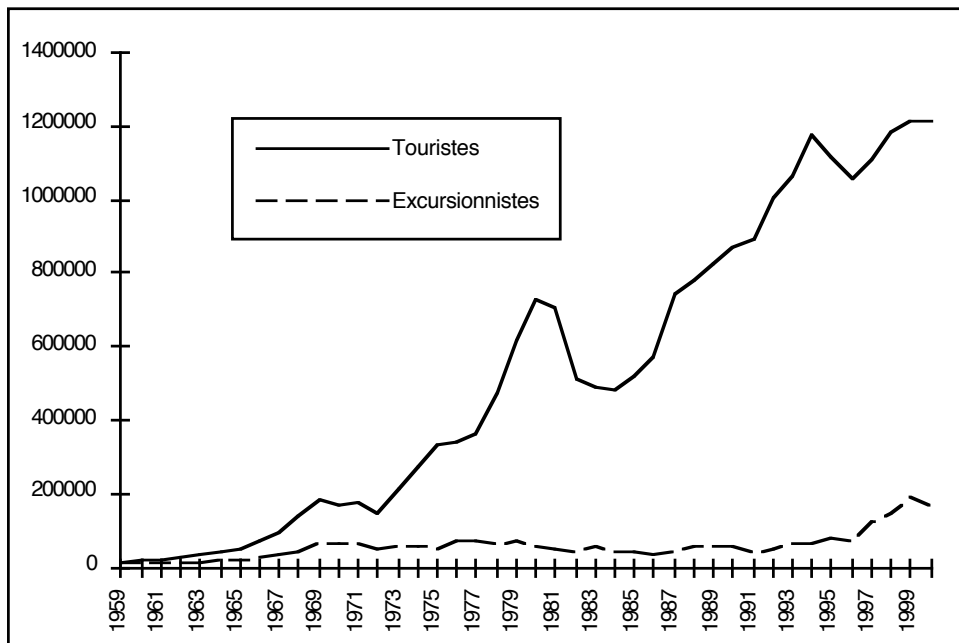
Tableau 2. Données économiques comparatives en 1998

	Taux de chômage 1998 (en %)	Inflation 1998 (en %)	Coissance annuelle 1998 (en %)
Allemagne	10,9	1	2,6
Etats-Unis	4,5	1,6	3,5
France	11,8	1,1	3,1
Japon	4,1	0,4	-2,5
Malte	5	3	8

Source : Economic Planning Division, Malta 1999

En 1999, le tourisme représente environ 40 % du PIB (Frangialli, 1998). Il emploie de manière directe 9 700 personnes (7 % des emplois totaux) mais ce chiffre est sans doute de l'ordre de 40 000 personnes (28 % des emplois totaux) en prenant en compte les emplois indirects. Cette importance du tourisme dans l'économie maltaise ne s'est jamais démentie depuis les années 60. Le tourisme (fig. 1), qui a véritablement commencé à la fin des années

Fig. 1. Évolution du nombre de touristes internationaux à Malte, 1959-2000



Source : National Tourism Organisation of Malta, 2001

50, a connu des périodes plus fastes que d'autres (Bernardie, 1999, p. 245-248), mais globalement sa croissance a été forte puisque l'on passe de quelques milliers de touristes internationaux en 1959¹ à un record de plus de 1,2 million en 2000. À ce dernier chiffre, il faut ajouter 170 000 croisiéristes, qui sont des excursionnistes, dont la durée de visite se limite à 10 heures en moyenne et qui dépendent de ce fait beaucoup moins que les touristes.

En valeur absolue, le tourisme international maltais n'a rien d'exceptionnel puisqu'il se place en 1999 au cinquième rang de la hiérarchie insulaire méditerranéenne derrière les Baléares (11 millions de touristes), la Crète (2,8 millions), Chypre (2,5 millions) et la Corse (1,8 million). Il présente en revanche plusieurs singularités liées à des conditions territoriales, politiques et institutionnelles particulières.

La première d'entre-elles est le statut politique de la République de Malte qui est indépendante depuis 1964. Cette indépendance politique se double, comme dans le cas de Chypre, d'une non-appartenance institutionnelle à l'Union européenne. En conséquence, le comptage des touristes est précis du fait du contrôle aux frontières (ports et aéroports). Ce qui n'est pas le cas pour les touristes des pays membres de l'Union Européenne qui se rendent dans une île de l'un des 15 États membres sans qu'on puisse les dénombrer précisément. Ainsi, le tourisme européen dans

¹. On notera l'ancienneté, la qualité et la rigueur des statistiques de l'Organisation nationale du tourisme de Malte (*National Tourism Organisation-Malta*) qui permettent de faire nombre d'analyses quantitatives.

les îles européennes (îles grecques, Corse, Sardaigne, Sicile, Baléares) s'apparente à un tourisme national² à l'échelle d'une communauté de 15 États avec ce que cela comporte d'incertitudes sur les statistiques³, sur les retombées économiques et sur les implications sociales. C'est différent pour les territoires associés⁴ à l'UE pour lesquels ne s'applique pas le traité CEE et qui connaissent un contrôle aux frontières. Il se pose, par ailleurs, le problème de la mobilité pour des touristes européens qui ne peuvent pas résider plus de 3 mois⁵ à Malte alors que des séjours prolongés ou permanents dans les îles européennes leurs sont acquis de droit. Il y a donc une limitation de l'achat de résidences secondaires à Malte pour les touristes européens. Le corollaire est un développement plus important à Malte d'hébergements hôteliers que dans les autres îles de la Méditerranée (à l'exception de Chypre). Les citoyens de l'Union européenne possèdent, en effet, dans leurs îles d'Europe, des résidences secondaires au détriment de l'hôtellerie et de la parahôtellerie. En exemple, on assiste à un plus fort tourisme affinitaire en Corse, aux Baléares ou dans les îles grecques. Ceci explique en partie la faiblesse relative du nombre d'arrivées internationales à Malte mais aussi le nombre proportionnellement plus élevé de nuitées et de dépenses des touristes durant leur séjour. Par ailleurs, Malte possède sa propre compagnie de transport aérien international avec la possibilité de développer des lignes négociées d'État à État, ce qui n'est pas le cas pour les îles méditerranéennes qui dépendent d'une métropole. En revanche, ces dernières bénéficient de liaisons maritimes, qui assurent des flux touristiques importants, avec leur métropole ; ce n'est pas le cas à Malte qui ne connaît qu'une rotation maritime épisodique avec la Tunisie. L'archipel de Malte n'est finalement qu'en partie pénalisé par l'absence d'un marché national et par sa non-intégration à une métropole européenne ou à l'Union européenne. D'autant que la position géostratégique qu'occupe l'archipel et la stabilité politique qu'il connaît depuis son indépendance sont garantes de développement. Ainsi, l'État maltais joue la carte apparente de la neutralité en négociant son adhésion hypothétique à l'Union européenne, en ménageant ses voisins d'Afrique du Nord (notamment la Libye et la Tunisie), en ayant des relations privilégiées avec la CEI et tout en faisant les yeux doux aux États-Unis. Ces derniers, qui sont militairement et diplomatiquement présents en Méditerranée (Taglioni, 2000), ne peuvent faire l'économie du partenaire maltais qui présente des ports et des relais logistiques à proximité du Golfe. Cette diplomatie maltaise est complexe, mais

². Cette situation est comparable pour les régions ultra-périphériques de l'UE (Dom, Açores, Madère, les Canaries).

³. À ce propos, Lozato-Giotart., 1989 fait remarquer que les approximations de comptage sont d'autant plus flagrantes que les îles sont grandes (Corse, Chypre, Sardaigne, Sicile).

⁴. Il s'agit de l'île de Man, des îles Normandes, des îles Féroé ainsi que des Pays et territoires d'outre-mer (PTOM) français, du Royaume des Pays-Bas et du Royaume-Uni.

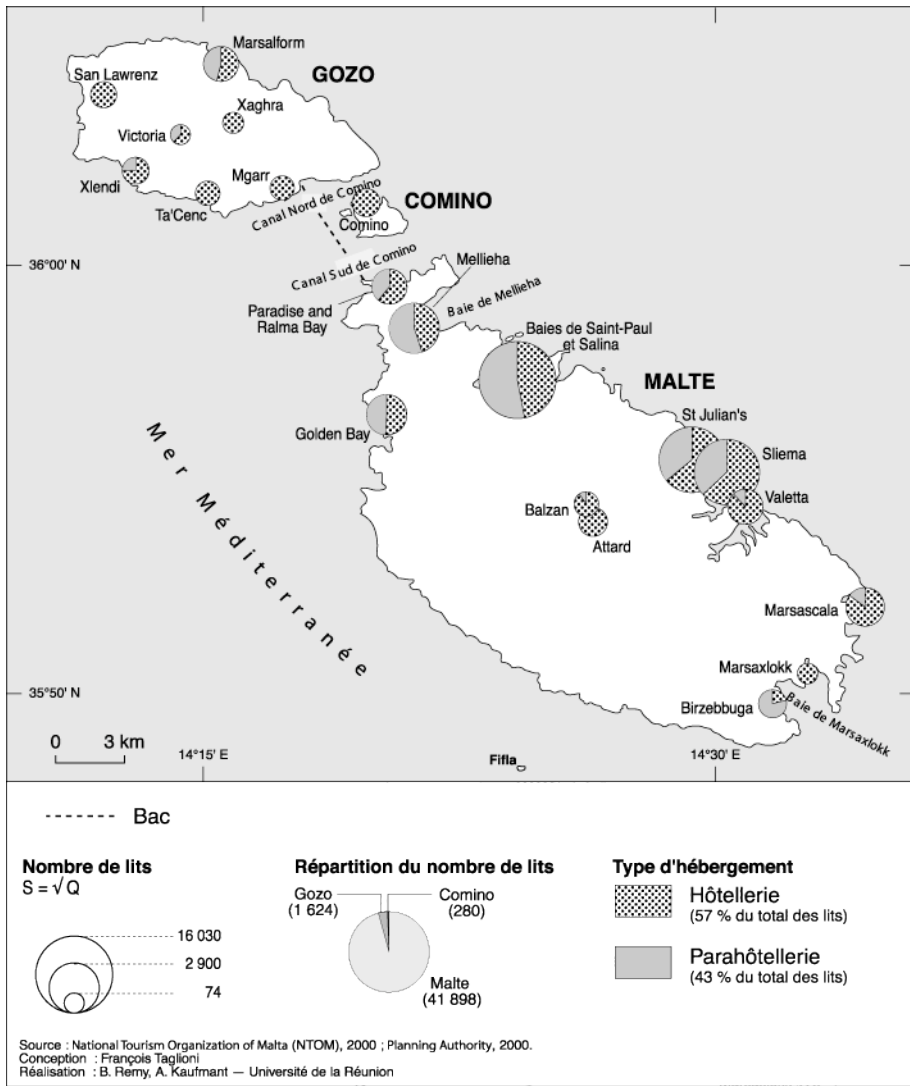
⁵. Au-delà, il faut obtenir un visa de résidence permanente auprès du bureau des migrations. La procédure est longue, complexe et n'aboutit que sous certaines conditions.

elle lui permet de jouir de nombreux flux financiers qui participent à son développement économique et notamment touristique.

En ce qui concerne les structures d'hébergement (carte 2), il se dégage plusieurs dissymétries et déséquilibres. On remarque ainsi une primatie de l'île principale (Malte), qui possède l'aéroport international, les ports de plaisance, la majorité des structures hôtelières et des infrastructures culturelles et de loisirs. L'île de Gozo, avec une capacité hôtelière de l'ordre de 4 % du parc total d'hébergement de l'archipel, bénéficie cependant, par des rotations régulières de *ferry-boats*, de la diffusion des touristes de l'île de Malte. La construction en 1999 d'un l'hôtel cinq étoiles de 106 chambres à Gozo, le *San Lawrenz*, dénote le dynamisme des promoteurs à élargir un parc hôtelier pour le moment modeste.

L'île de Malte se prête bien à une typologie des lieux touristiques⁶ car les situations sont variées et tranchées (Carte 2). Ainsi, on y trouve des villes touristiques dont les principales sont St Julian's et Sliema. Elles se caractérisent par une importante activité touristique avec cependant une prédominance géographique pour le front de mer. Marsascala, Marsaxlokk, Birzebbuga, Balzan et Attard sont des villes touristiques de moindre importance. La Valette, en revanche, se présente davantage comme une capitale aux fonctions politiques et d'affaires, mais qui propose néanmoins de nombreux sites touristiques se visitant durant la journée et en période de carnaval ou du festival. Le soir venu, la Valette se vide de ses touristes qui préfèrent résider dans les autres villes, stations et comptoirs. Les stations touristiques majeures se retrouvent dans les baies de St Paul, Salina, Mellieha et *Golden Bay*. Ce sont des lieux de vie avec une activité touristique dominante centrée sur les activités balnéaires. *Paradise Bay* est un comptoir touristique dédié au tourisme mais sans être un lieu de vie pour une population permanente. Enfin, Malte recèle de nombreux sites touristiques (cartes 3, 4 et 5), qu'ils soient culturels, éducatifs, d'activités de plein air ou de divertissement.

⁶. L'analyse qui suit se fonde sur les formes élémentaires de lieux touristiques proposées par Knafou *et alii*, 1997, p. 200.



Carte 2. Distribution de l'hébergement dans l'archipel de Malte

À Malte, comme à Gozo, la capacité hôtelière se localise très largement le long des côtes et plus spécifiquement autour des rares plages que comportent ces îles (carte 2). À Malte, le littoral compris entre Sliema et *Paradise Bay* regroupe plus de 80 % des hébergements touristiques. Le rôle du milieu physique est déterminant dans cette localisation où l'on trouve une opposition (carte 3) entre les littoraux à plages ou à côtes rocheuses basses propices aux activités balnéaires et les côtes à falaises peu attractives et de surcroît balayées par les vents de flux d'ouest. Pour l'île de Comino, le tourisme est un épiphénomène pour clients en quête de calme dans une île-hôtel comparable en certains points à celles des Maldives, des Seychelles ou du Pacifique (Gay, 2000). Cet hôtel est seulement ouvert et accessible par navette, depuis Malte, durant la saison estivale (de juin à septembre).

Dans les années à venir, les structures hôtelières devraient continuer à se développer. En 1999, le *planning authority*⁷ de Malte a enregistré des demandes de constructions de plus de 8 000 nouveaux lits d'hôtels. Ce qui correspond à 19 nouveaux hôtels, 13 agrandissements et 9 rénovations. La tendance est la création de grands complexes hôteliers de standing supérieur (5 étoiles) et de plusieurs centaines de lits. Un glissement s'opère donc depuis quelques années au profit du haut de gamme et au détriment du moyen et bas de gamme (une et trois étoiles) qui se reconvertissent en maisons de retraites. Ainsi, en dix ans le nombre de chambres d'hôtels des cinq et quatre étoiles a été multiplié par deux alors que celui des autres catégories a baissé de 10 %. L'exigence des touristes pour la qualité ainsi que les efforts de politiques publiques pour améliorer le produit touristique expliquent en partie ce constat. L'ouverture en mars 2000 du Hilton (300 chambres) à St. Julian's, dans le site de Portomaso, en est l'illustration. Outre l'hôtel Hilton, Portomaso comporte une Marina, des appartements de luxe et des bureaux. Il est notable que près de 100 % des capitaux investis dans les nouveaux hôtels sont d'origine maltaise. Ceci souligne la stabilité politique, le dynamisme des investisseurs et la qualité du développement économique et social de l'État maltais. Actuellement, les hébergements se partagent en proportions égales entre l'hôtellerie et la parahôtellerie avec une prédominance des ensembles parahôtelliers dans les baies de Mellieha, Saint Paul, Salina. Cet équilibre est instable et la parahôtellerie, qui est exceptionnellement développée à Malte, enregistre depuis cinq ans une baisse de fréquentation et du nombre de lits (entre 1994 et 1999, 1 600 lits ont été supprimés). L'hôtellerie s'inscrit davantage dans la dynamique gouvernementale d'un tourisme de haut niveau.

Au-delà de cette analyse descriptive du tourisme, il convient maintenant de se demander les raisons du succès de l'archipel maltais dans un environnement méditerranéen où la concurrence est

⁷. Enquête de l'auteur en janvier 2000.

rude. L'héliotropisme et le balnéotropisme ne sont pas les seuls à expliquer l'attrait de cet archipel. Il apparaît que d'autres facteurs, mythiques ou réels, contribuent, pour le moment, à assurer un développement de ce secteur économique.

2. Des fondements touristiques allégoriques

Les mythes sont sans doute des composants majeurs qui contribuent à forger l'image touristique des lieux. Ces mythes souvent temporaires sont empreints d'une forte subjectivité liée aux sociétés qui les choisissent ou les subissent. Les lieux demeurent, mais les hommes se les représentent différemment au gré des modes et des époques. De ce point de vue, l'archipel maltais est sans conteste un bel exemple de l'exploitation d'une vitrine touristique intelligemment entretenue, parfois à la limite de la supercherie. Les arguments des tours opérateurs, des agences de voyages, des offices de tourisme et des dépliants, qui vantent les attraits de Malte, sont donc loin d'être iconoclastes.

Les activités de plein air en sont la première illustration (carte 3). Ainsi, s'il est vrai que l'archipel maltais bénéficie d'un climat propice au tourisme balnéaire, ce dernier ne l'est pas plus qu'ailleurs en Méditerranée. D'autant qu'il existe peu de plages et qu'elles sont souvent soit souillées par des déchets, soit situées dans un cadre paysager sans valeurs particulières car proche des routes et de leurs nuisances. Et pourtant, l'office du tourisme maltais évoque dans ses brochures "de belles plages de sable, le long de baies profondes et protégées". Pour la plongée sous-marine, la faune et la flore des littoraux maltais, en dépit d'une eau claire et des côtes rocheuses, sont des plus banales en Méditerranée. Les sites sont nombreux, mais, on est loin de "la faune extrêmement riche et du véritable paradis pour les passionnés de plongée" repris dans de nombreux guides. L'exiguïté du territoire de Malte (246 km²) et sa forte occupation humaine laisse peu d'espace pour le golf de 18 trous qui est plus proche du *practise* que d'un parcours de classe internationale. L'escalade, qui se développe autour d'un cercle d'initiés, manque de sites d'envergures car le relief de Malte est peu élevé et les falaises, malgré un beau calcaire, sont souvent dégradées et instables. Les falaises au sud de Gozo et celles qui suivent *Victoria Lines* sont les lieux les plus prisés des grimpeurs. En raison de ce relief peu accentué (le point culminant est de 253 mètres), le parapente reste une activité confidentielle.

En ce qui concerne les sites culturels (carte 4), la situation est contrastée. Les musées, les églises et les monuments constituent un patrimoine culturel incontestable sur lequel nous reviendrons. En revanche, les temples mégalithiques, vantés comme "uniques au monde" ou encore "À Malte les pierres ont 6 000 ans", font davantage partie du folklore que du patrimoine. Il est vrai que leur



Carte 3. Les activités de plein air et les lieux de divertissements dans l'archipel de Malte



Carte 4. Les sites culturels dans l'archipel de Malte

ancienneté (entre le IV^e et le III^e millénaire avant J.-C.) et leur concentration sur l'archipel est assez unique. Le site de Ggantija, sur l'île de Gozo, comporte deux temples, de l'âge de pierre, construits autour de 3 600 avant J.-C. Sur l'île de Malte, il existe quatre sites regroupant dix temples. Il s'agit de ceux de Ta Hagraat (deux temples de 2 500 avant J.-C.), de celui de Skorba (3 700 avant J.-C.), de celui de Hagar Qim (3 000 avant J.-C.), de ceux de Mnjadra (trois temples datant de 2 800 et 2 400 avant J.-C.) et de ceux de Tarxien (trois temples construits entre 2 700 et 2 000 avant J.-C.). Enfin, le site de l'Hypogée de Hal Saflieni (temple souterrain enfoui à 12 mètres) date d'environ 2 400 avant J.-C. À ces temples s'ajoutent les vestiges préhistoriques de Ghar Dalam qui donnent des indications sur les animaux qui vivaient dans l'île de 350 000 ans à 250 000 ans. Dans les faits, à l'exception de Tarxien, ces temples se résument à quelques pierres dispersées dans des sites laissés à l'abandon. Les tentatives de conservation se sont soldées par des "restaurations" hâtives et parfois grossières. Pour autant, ces sites sont sans doute d'une grande valeur pour les archéologues, mais ils sont perçus par les touristes non-spécialistes comme des vestiges éparpillés sans grand intérêt.

Parmi les équipements culturels et éducatifs (carte 5), les écoles qui enseignent l'anglais occupent une place de choix. On dénombre 34 écoles réparties sur les îles de Gozo et de Malte avec une polarisation importante (24 écoles) sur la zone formée par St Julian's, Sliema, Msida et Gzira. Cette répartition est conditionnée en grande partie par la proximité des hébergements touristiques et par le fait que cette région soit la plus urbanisée de l'île. "Apprendre l'anglais au soleil", tel que l'annonce l'office du tourisme maltais, est une formule attractive qui draine de nombreux touristes vers Malte. Un bémol de taille cependant, l'apprentissage de l'anglais à Malte suppose d'acquérir un accent "exotique".

Dans les mythes qui deviennent tenaces, il en est un qui n'épargne pas Malte, c'est celui du tourisme de masse. Bien sûr, il n'est pas vanté par les promoteurs du tourisme, mais se développe plutôt de façon insidieuse dans la littérature journalistique et parfois scientifique. Plusieurs auteurs (et notamment, Deprest, 1997 ; Briguglio *et alii*, 1995 et 1996) se sont attachés, ces dernières années, à montrer que la capacité de charge n'est pas un concept scientifique. Au demeurant, pour les partisans du concept, une certaine confusion règne quand il s'agit de définir les termes même du tourisme de masse. Sans entrer dans ce débat polémique, force est de constater que l'archipel maltais présente une situation contrastée vis-à-vis d'une éventuelle saturation du nombre de ces visiteurs. En prenant les indicateurs classiques (tableau 3) que sont le nombre de touristes par habitants et par km², on constate que Malte et son archipel sont globalement dans la moyenne au sein de la hiérarchie touristique insulaire internationale, de taille et de population comparables.



Carte 5. Les équipements culturels et éducatifs dans l'archipel de Malte

Pour les touristes par habitant, l'archipel de Malte est au sein du monde méditerranéen insulaire le moins visité. Il est comparable à des îles comme Antigua ou la Barbade et présente un ratio inférieur à ceux des Mariannes du Nord, de Guam, d'Hawaii ou de St Martin. En revanche, pour les touristes par km², le rapport est généralement plus élevé à Malte que pour les autres îles, à l'exception de St Martin. Dans ces conditions, sauf à considérer que les îles du Pacifique, de la Caraïbe, de l'océan Indien et de la Méditerranée, prises en exemple, sont toutes touchées par le tourisme de masse, on ne peut pas affirmer que l'archipel maltais subisse particulièrement "la pression" touristique. Ces quelques considérations ne doivent pas pour autant masquer les problèmes environnementaux auxquels doit faire face l'État maltais. Que ce soit en termes d'adduction d'eau potable, de traitement des eaux usées et des déchets, de dégradation de l'écosystème terrestre et maritime, Malte est confrontée, comme beaucoup d'îles, à de nombreux défis pour les années à venir. Mais, avec ou sans touristes, ces difficultés se posent dans les mêmes termes.

Tableau 3. Quelques indicateurs comparatifs de la fréquentation touristique internationale insulaire dans le monde

	Superficie km ²	Population 1998	Touristes 1998	Touristes/ hab. 1998	Touristes/ km ² . 1998
Corse	8 300	260 000	1 800 000	7	217
Crète	8 300	537 000	2 800 000	5,2	237
Ibiza	567	68 000	1 800 000	26	3 174
Malte	316	400 000	1 182 000	3	3 740
Antigua	280	66 000	204 000	3	728
Barbade	431	264 000	513 000	2	1 190
St Maarten/St Martin	87	70 000	458 000	6,5	5 264
Ste Lucie	616	147 000	252 000	1,7	409
Maldives	298	280 000	403 000	1,4	1352
Maurice	1 860	1 170 000	570 000	0,5	306
Réunion	2 510	705 000	390 000	0,5	155
Seychelles	455	78 700	131 000	1,7	288
Fidji	18 200	813 000	371 000	0,5	20
Guam	540	150 000	1 130 000	7,5	2 092
Hawaii	16 600	1 100 000	6 624 000	6	400
Mariannes du Nord	477	70 000	481 000	6,9	1 000

Sources : Caribbean Tourism Organisation, 1999 ; Indian Ocean Tourism Organisation, 1999 ; Malta National Tourism Organisation, 1999 ; Office du Tourisme Corse, 1999 ; Office du tourisme de Crète, 1999 ; Office du Tourisme des Baléares, 1999 ; Pacific Asia Travel Association, 1999.

3. Promotion, culture et tourisme

Les quelques mythes que nous avons évoqués sont puissamment relayés par les guides et les brochures publicitaires mais surtout par un site Internet (*www.tourism.org.mt*) tout à fait exceptionnel dans sa conception, la richesse de l'information mais aussi son amplification. Et là, le mythe devient réalité car l'office du tourisme maltais utilise de façon optimale les technologies de l'information et de la

communication (TIC) pour faire passer le message de “Malte, l’île de l’inattendu au cœur de la Méditerranée”. Ce grand dynamisme (à l’image des Maltais) de l’office du tourisme pour la promotion du produit touristique est vraiment remarquable et son budget à la hauteur de ses ambitions. Il s’élève, en 2000, pour le *marketing* à 11 millions de \$, ce qui représente environ 9 \$ par touriste et par an. En comparaison des îles des Petites Antilles⁸, ce ratio n’est pas très élevé, mais il indique que l’utilisation des TIC, comme vecteur de diffusion, peut être performante et économique. Une partie de la promotion touristique est plus classique avec notamment des campagnes d’affichage et des stands dans les grands salons du tourisme en France et dans les grandes capitales européennes. On y retrouve les deux arguments touristiques de Malte : la culture et les loisirs balnéaires dans un cadre géographique prestigieux. L’office du tourisme de Malte entretient, d’autre part, un solide réseau de représentation⁹ dans les capitales européennes ainsi que dans des villes d’Amérique du nord, du sud, en Australie, au Japon, en Russie, en Turquie, en Israël et au Koweït. Ce réseau dense a pour vocation de consolider la clientèle européenne et de développer les autres provenances et notamment celles d’Europe de l’est et de Russie. Le bassin émetteur de l’Union européenne, qui représente 84 % du total des touristes en 1999, est largement dominé par les Britanniques (35 %), les Allemands (17 %), les Italiens (8 %) et les Français (6 %). Pour les autres, les situations sont contrastées, mais au total ce ne sont pas moins de 50 nationalités du monde entier qui foulent tous les ans le sol maltais. La stratégie maltaise de développement du tourisme est donc globale et son action s’inscrit de l’Europe à l’Asie en passant par les Amériques et l’Afrique. Cette promotion parfaitement orchestrée par le gouvernement est efficacement relayée par 42 tours opérateurs qui “ont littéralement fait main basse sur le tourisme maltais dont ils contrôlent aujourd’hui les moindres composantes” (Bernardie, 1999, p. 258). Du reste, l’archipel de Malte est globalement une destination peu onéreuse¹⁰ en raison de la pression de ces tours opérateurs qui négocient avec une hôtellerie très diversifiée et à tous les prix ainsi qu’avec des loueurs de voitures qui défient toutes concurrences au niveau international.

Cette pénétration s’accompagne d’une excellente desserte aérienne. L’aéroport de Luqa, qui est la principale porte d’entrée des touristes (87 % du total en 1999 et 13 % pour les passagers de croisières), assure plusieurs centaines de vols par semaine durant la haute saison d’avril à septembre. La seule compagnie nationale, Air Malta, propose plus de 120 vols directs par semaine à destination de

⁸. Voir Taglioni, F., 1995. *Géopolitique des Petites Antilles*. Karthala, Paris. 323 p.

⁹. En Europe : Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Norvège, Pays-Bas, Portugal, République Tchèque, Royaume-Uni, Suède. Dans les autres pays du monde : Israël, Koweït, États-Unis, Russie, Argentine, Australie, Japon, Turquie.

¹⁰. À titre d’exemple, en 2000, une semaine en hôtel trois étoiles par personne hors saison est proposée avec un voyageur français à 385 francs et 770 francs en haute saison. Une semaine de location de voiture, catégorie A, se situe entre 530 francs et 840 francs pour les mêmes périodes.

41 villes d'Europe, du bassin méditerranéen et du Moyen-Orient. Air Malta, créée en 1973, est ainsi l'opérateur dominant du transport aérien maltais. De nombreuses compagnies aériennes¹¹ volent donc à destination de Malte et elles génèrent une concurrence des tarifs au profit des voyageurs européens qui bénéficient d'un faible coût du billet notamment durant la saison creuse.

D'autres réalités demeurent, avec ce que cela comporte de subjectivité et elles dépassent même parfois les attentes et font de Malte une destination attachante et "inattendue". Ainsi, les événements culturels et sportifs sont nombreux tout au long de l'année pour attirer des touristes en toutes saisons. Il s'agit principalement du carnaval à la Valette en février, du marathon en mars, du festival de la Valette en avril, du festival de Malte en juillet, du festival de jazz en juillet, de la bordée maltaise en juillet et de la fête de l'immaculée conception en décembre. Les divertissements nocturnes (carte 3) sont eux aussi multiples à Malte quoique très concentrés dans la zone de Sliema-Saint-Julian's-Paceville où son front de mer propose de nombreux hôtels, restaurants, bars, boîtes de nuit ainsi qu'un complexe moderne de salles de cinéma et un casino. Cette zone attire non seulement les habitants de Malte mais aussi les touristes qui sont ainsi mêlés à la population. Il n'y a donc pas d'enclaves à touristes (à l'exception, peut-être, de *Paradise Bay*) comme dans de nombreuses îles intertropicales ou méditerranéennes. On peut ajouter à ces divertissements une gastronomie de qualité qui combine les influences maltaise, sicilienne, tunisienne, libyenne, espagnole et grecque. Malte produit aussi du vin blanc et rouge en quantité et qualité mesurée avec des raisins qui proviennent en partie de Malte, Gozo et du bassin méditerranéen.

Le tourisme culturel à Malte se fonde sur un imposant patrimoine architectural et des équipements culturels et éducatifs de qualité. Les chevaliers de l'ordre de Saint-Jean ont marqué de leurs empreintes l'architecture et la culture de Malte du XVI^e au XVIII^e siècle. De fait, les plus beaux monuments historiques (carte 4) de l'archipel ont été édifiés pendant leur domination. Ils sont concentrés principalement à la Valette¹², Mdina, les trois cités (Vittoriosa, Cospicus et Senglea), regroupées sous le nom de Cottonera, et à Victoria (Gozo) avec sa citadelle. Des Phéniciens à l'indépendance, en passant par les Romains, les Byzantins, les Espagnols, les Hospitaliers, les Français et les Anglais, l'archipel de Malte a connu un passé tourmenté, glorieux et emprunt de mystères et de légendes. D'ailleurs, aujourd'hui encore, l'archipel de Malte, par sa position stratégique de site-carrefour dans la Méditerranée, suscite des convoitises et des

¹¹. Aeroflot, Aero Lloyd, Air Malta, Alitalia, British Airways, Corse Air, Crossair, Emirates, Fischer Air, KLM, Libyan Arab Airlines, Lufthansa, Swissair, Tuinter ainsi que plusieurs compagnies charters.

¹². "Les 320 monuments de la Valette, sur une superficie de 55 hectares, en font l'une des zones historiques les plus concentrées du monde", Unesco, 1998

tractations qui retardent son entrée dans l'Union européenne. Ce passé concourt largement à une forte identité de sa population et exerce un considérable attrait sur les touristes. On prendra pour exemple les cathédrales et les églises (carte 4) qui essaient l'archipel de Gozo à Malte. Les quatre plus célèbres à Malte sont la co-cathédrale Saint-Jean (1573-1577) à la Valette qui renferme deux tableaux du Caravage (la décollation de Saint-Jean (1608) ainsi que Saint-Jérôme), la cathédrale anglicane Saint-Paul (1844), la cathédrale Saint-Pierre et Saint-Paul à Mdina (1702) et l'église de la Ronde à Mosta (1833-1860) qui présente une coupole de 53 mètres de diamètre. À Gozo, à l'intérieur de la citadelle du XV^e siècle, construite sur une colline qui domine Victoria, s'élève la vaste cathédrale Sainte-Marie (1697-1711) qui offre un immense dôme en trompe-l'œil dont la peinture du plafond fut exécutée par le peintre italien Antonio Manuele. Par ailleurs, les musées (carte 4) sont nombreux à Malte et Gozo et notamment à la Valette avec le musée des beaux-arts, le musée d'archéologie, le musée militaire. On trouve aussi le musée d'histoire naturelle à Mdina, le musée maritime à Vittoriosa, le musée des Antiquités à Rabat et le musée des arts et traditions populaires à Victoria (Gozo). Les collections des musées, faute de moyens, ne sont malheureusement pas toujours bien entretenues. Au total, le centre de l'Unesco sur le patrimoine mondial de l'humanité a déclaré trois sites à Malte patrimoine mondial protégés. Il s'agit de la ville de la Valette, des temples mégalithiques et de l'Hypogée de Hal Saflieni.

L'université anglophone de Malte, forte de 9 000 étudiants dont plus de 400 étrangers en provenance de 65 pays, contribue à assurer son rayonnement culturel et académique international. Cette université (carte 5), qui date de 1592, est une des plus anciennes d'Europe. Les bâtiments historiques de l'université, à la Valette, abritent toujours la "*Foundation for International Studies*". Depuis 1968, Msida accueille les locaux du nouveau campus qui regroupent 10 facultés, ainsi qu'une trentaine d'instituts et de centres de recherche et d'enseignement qui préparent à tous les diplômes du 1^{er} au 3^e cycle. Enfin, le tourisme d'affaires et de congrès bénéficie lui aussi de bonnes infrastructures (carte 5) avec ses cinq centres de conférences¹³ d'une capacité totale de 2 100 places auxquelles s'ajoutent des salles de conférences dans les 10 hôtels cinq étoiles et les 27 hôtels quatre étoiles. Malte est une place de choix pour les colloques internationaux et les réunions institutionnelles d'organisations régionales et internationales.

¹³. Elles se répartissent comme suit : 1400 places au *Mediterranean Conference Centre* (La Valette) ; 300 à la *Foundation of International Studies* (La Valette) ; 150 à la Chambre de commerce (La Valette) ; 150 à la *Mecops Conference Center* (Gzira) ; 100 à la *Malta Export Trade Corporation* (San Gwann).

Conclusion

Les fondements du tourisme dans l'archipel maltais procèdent tout autant d'éléments naturels, culturels ou économiques "réellement" attractifs que de facteurs du même ordre qui sont érigés artificiellement en arguments de vente. Ce constat en soit n'a rien d'exceptionnel et on peut l'observer dans d'autres lieux touristiques. En revanche, ce qui surprend à Malte, c'est la façon dont les opérateurs touristiques concilient le rêve et l'authentique par des campagnes de communication qui allient aux réseaux classiques des technologies modernes (Internet). Cette orchestration est tellement habile que les mythes deviennent des réalités et les réalités des mythes. Ainsi, bien que les motivations touristiques, qu'elles soient rationnelles ou subjectives, fluctuent et évoluent constamment, Malte fait preuve d'une grande capacité d'adaptation pour répondre à un marché sans cesse mouvant dans le temps et dans l'espace.

Dans les années à venir, l'archipel de Malte devrait maintenir son rang dans la hiérarchie insulaire méditerranéenne. Son excellente accessibilité aérienne, la diversité et la qualité du parc hôtelier et parahôtelier, le faible coût des séjours contrôlés par les voyageurs européens ainsi que la diversité des lieux touristiques sont autant d'éléments qui structurent grandement le tourisme maltais et son économie nationale. Néanmoins, il semble que la progression du nombre de touristes soit limitée car la concurrence est importante que ce soit au niveau des îles comme sur les littoraux continentaux de la région. Le bassin méditerranéen réunit le quart des flux touristiques internationaux, l'archipel de Malte en est une destination certes très secondaire mais riche d'enseignements.

François Taglioni
Département de Géographie
Université de la Réunion
BP 7151
97715 Saint-Denis Messag., Cedex 9
e.mail : tagli@diplomacy.edu

Bibliographie

- Aguilo, E. ; Juaneda, C., 2000, "Tourist Expenditure for Mass Tourism Market", *Annals of Tourism research*, vol. 27, n°3, p. 624-637
- Bank of Valletta Publication., 1992, *Sustainable Development in Gozo. Through the 90s and Beyond*, La Vallette, 62 p.
- Bernardie, N., 1999, *Malte : parfum d'Europe, souffle d'Afrique*, Collection îles et archipels, n°27, Bordeaux, CRET, 441 p.
- Briguglio, L. ; Bezzina, J., 1995, *Gozo and its culture*, Malte, Formatek, 162 p.
- Briguglio, L., 1995, "Small Island Developing States and Their Economic Vulnerabilities", *World Development*, vol. 23, n° 9, p. 1615-1632
- Briguglio, L. *et alii* , 1996, *Sustainable Tourism in Islands and Small States : Case Studies*, Londres, Pinter, 317 p.
- Briguglio, L. *et alii* , 1996, *Sustainable Tourism in Islands and Small States : issues and policies*, Londres, Pinter, 226 p.
- Briguglio, L., 1998, *Effects of globalisation on small island states*, Book published by the European Association of Development Institutes.
- Briguglio, L., 1998, *The Global Involvement of Small Island Developing States*, Paper Presented at the International Small Islands Studies Association Conference, Mauritius, 15 p.
- Cazes, G., 1992, "*Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*", Paris, Bréal, 189 p.
- Central Office of Statistics, 1999, *Abstract of Statistics 1998*, La Vallette, 263 p.
- Council of Europe, 1996, "Tourism and Environment in European Countries", *Nature and Environment*, n°83, 117 p.
- Deprest, F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, Paris, Belin, 207 p.
- Economic Planning Division, 1999, *Economic Survey*, Malte, Ministry for Economic Services, 216 p.
- Ellul, A., 1998, *Sustainable Tourism Development in Small Island Developing States : with the Special Reference to the Indian Ocean, Mediterranean, Atlantic Small Island Developing States*, Paper Presented at the Conference on the Sustainable Development of Small Island Developing States, Malte, 57 p.
- Ellul, A., 1996, "Tourism and Environment in European Countries", *Nature and Environment*, n° 83, Council of Europe, 117 p.
- Friangialli, F., 1998, "Réalité et perspectives du tourisme en Méditerranée", *Espaces et territoires*, n° 1-2, p. 51-57
- Gay, J-Ch., 2000, "Deux figures du retranchement touristique : l'île-hôtel et la zone franche", *Mappemonde*, n°59, p. 2-8
- Jenner, P. ; Smith, C., 1992, "The Tourism Industry and the Environment", *The Economist Intelligence Unit*, Special Report, n° 2453, 178 p.
- Johnson, P. ; Thomas, B., 1992, *Choice and Demand in Tourism*, Londres, Mansell, 226 p.
- Knafou, R. *et alii*, 2000, "La mise en tourisme des lieux : un outil de diagnostic", *Mappemonde*, n° 57, p. 2-6
- Knafou, R. *et alii*, 1997, "Une approche géographique du tourisme", *L'Espace géographique*, n°3, p. 193-204
- Lockhart, D., 1997, "We promise you a warm welcome : tourism to Malta since the 1960s", *GeoJournal*, vol. 41, n° 2, p. 145-152
- Lozato-Giotard, J.P., 1989, *Méditerranée et tourisme*, Paris, Masson, 216 p.

- Lazaroti, O., 2000, "Patrimoine et tourisme : un couple de la mondialisation", *Mappemonde*, n°57, p. 12-16
- Malta Planning Authority, 1994, *Policy and Design Guidance. Environmental Impact Assessment in Malta*, La Vallette, 29 p.
- Malta Planning Authority, 1999, *Annual Reports*, La Vallette, 56 p.
- Maskowitz, M. (ed), 1994, *Thinking About Future Generations*, Transpacific Bridge, Institute for the Integrated Study of Future Generations, 285 p.
- Miossec, J.-M., 1998, "Le repositionnement des espaces touristiques en Méditerranée", *Espaces et territoires*, n° 1-2, p. 59-74
- Miossec, J.-M., 1994, "Malte en transition : démographie, économie et gestion de l'espace", *Revue du monde musulman et de la Méditerranée*, n° 71, p. 199-216
- National Tourism Organisation of Malta, 2000, *Tourism Statistics*, La Vallette, 16 p.
- National Tourism Organisation of Malta, 2000, *Annual Report and Accounts 1999*, La Vallette, 37 p.
- Sanguin, A.-L., 1996, "Malte au seuil de l'Europe : l'indéniable réussite d'un petit État insulaire", *Acta Geografica*, n°106, p. 21-36
- Segui Llinas, M., 1995, *Les nouvelles Baléares*, Paris, L'Harmattan, 232 p.
- Smith, V. (ed), 1990, *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Philadelphie, University of Pennsylvania Press, 341 p.
- Sultana, R. ; Baldacchino, G., 1994, *Maltese Society. A Sociological Inquiry*, Malte, Mireva Publications, 729 p.
- Taglioni, F., 2000, "Les méditerranées eurafricaine et américaine : essai de comparaison", in A.-L. Sanguin (dir.), *Mare Nostrum, dynamiques et mutations géopolitiques de la Méditerranée*, Paris, L'Harmattan, p. 73-88
- Tourism in Malta, What Future?*, 1988, Valletta, Studia Editions for Centre for Social Research, 106 p.