

**LA RUSSIE VA SE
DOTER D'UNE MARQUE
TOURISTIQUE**

L'agence fédérale Rostourism a fait appel à d'éminents designers pour élaborer une marque touristique de la Russie. Le directeur de l'agence, Oleg Safonov, a annoncé en juin que le vainqueur serait élu en décembre 2016, à l'issue d'un vote populaire.

«Ce ne sera pas un simple logo, mais une stratégie complexe visant à mieux faire connaître la Russie», a déclaré le coprésident de l'Association des entreprises russes de branding, Alexeï Andreev. Dix conceptions seront soumises au concours. La moitié d'entre elles seront sélectionnées pour figurer sur une *short-list*, au sein de laquelle un jury choisira les trois finalistes.

VISIT RUSSIA!

Rostourism est passée à l'étape suivante de sa campagne de promotion du tourisme en Russie : «*Visit Russia / Il est temps de visiter la Russie*». Ce programme vise à pallier le manque d'informations sur le potentiel touristique du pays. Il s'agit d'une campagne de publicité extérieure dans les villes participant au programme et de diffusion d'informations dans les médias et sur Internet.

Le caractère innovant du programme réside dans la diffusion de clips vidéo dans les cinémas de 15 villes de Russie. En outre, le projet couvre cette année une zone géographique deux fois plus importante qu'en 2015, avec 30 régions russes participantes.

**LES SÉJOURS
TOURISTIQUES
MOINS CHERS**

Le directeur de l'agence Rostourism, Oleg Safonov, souligne que le coût des séjours touristiques en Russie a baissé. Il explique ce phénomène par une augmentation et un élargissement de la géographie des ventes de séjours tout compris, ainsi que par le lancement de trains *low cost*.

«À l'heure actuelle, la Russie est le produit touristique le plus vendu à l'intérieur du pays, avec environ 22% des ventes. C'est une tendance nouvelle. La part du tourisme intérieur était autrefois bien moins importante», a déclaré le directeur de Rostourism à l'occasion d'une rencontre du président russe avec les membres du gouvernement à la mi-juin.

**L'AVENIR DU
TOURISME
EN RUSSIE**

DEPUIS QUELQUE TEMPS, LE TOURISME EST DEvenu UN THÈME À L'IMPORTANCE ÉTATIQUE EN RUSSIE. DÉBUT JUIN, VLADIMIR POUTINE DISCU- TAIT DES PERSPECTIVES DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE AVEC LES MEMBRES DU GOUVERNEMENT. UN MOIS PLUS TÔT, OLEG SAFONOV, DIRECTEUR DE L'AGENCE FÉDÉRALE DU TOURISME ROSTOURISM, FAISAIT REMAR- QUER QU'AVEC SON POTENTIEL TOURISTIQUE, LA RUSSIE POURRAIT FAIRE PARTIE DES TROIS PAYS LES PLUS VISITÉS AU MONDE. EST-IL POSSIBLE D'AC- CROÎTRE LA POPULA- RITÉ DES DESTINA- TIONS RUSSES AUPRÈS DES ÉTRANGERS ET DES RUSSES EUX-MÊMES? QUELS SONT LES DÉFIS QUI SE POSENT DANS CE SECTEUR ÉCONO- MIQUE?

**LES TOURISTES EN RUSSIE :
QUI SONT-ILS ET
D'OÙ VIENNENT-ILS?**

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, en 2015, la Russie a accueilli 31,6 millions de touristes, soit 6,2% de plus qu'en 2014. Cet afflux a permis au pays de se hisser d'une place et de désormais occuper la 8^e position au classement des pays les plus visités, dont le trio de tête est formé depuis plusieurs années par la France, les États-Unis et l'Espagne.

Benoît Lardy, président de l'agence de voyages Tsar Voyage, qui accueille des étrangers en Russie depuis plus de 10 ans, explique cette augmentation avant tout par la dévaluation de la devise nationale : après la chute du rouble, la Russie est devenue une destination bon marché. «En outre, malgré sa situation géopolitique, la Russie est un pays sûr. Face à l'augmentation des tensions dans les pays d'Afrique du Nord, en Turquie et au Proche-Orient, elle est devenue bien plus attrayante», ajoute M. Lardy.

Selon le président de Tsar Voyage, le tourisme historico-culturel et le tourisme sportif sont les plus pri-

sés des étrangers. Pour ce qui est du premier, il est particulièrement populaire auprès des Européens d'un certain âge. «Ils aiment la littérature et l'art russes et viennent visiter le Bolchoï et le Mariinski ainsi que les endroits liés aux œuvres littéraires russes», explique M. Lardy. Le tourisme sportif attire quant à lui des voyageurs plus jeunes et plus actifs, qui se rendent volontiers dans l'Altaï, en Carélie, dans le Caucase du Nord et au Kamtchatka.

À en croire Benoît Lardy, Moscou attire plus qu'avant les jeunes Européens et leur donne davantage l'image d'une ville active et intéressante.

Outre l'âge, le pays d'origine des touristes a également changé. À l'instar de Benoît Lardy, Elena Djandjougazova, directrice de l'Institut de recherche sur l'industrie hôtelière de l'université russe d'économie Plekhanov, relève en particulier la hausse du nombre de touristes chinois en Russie. Sur son site internet, Rostourism indique que plus d'un million de Chinois ont visité la Russie en 2015. Ceux-ci se tournent plus volontiers vers l'«itinéraire rouge», consacré à la vie de Lénine et qui leur fait découvrir Moscou, Saint-Petersbourg, Kazan et Oulianovsk. Selon Rostourism, on observe également une augmentation du flux de touristes originaires d'Iran et de Corée du Sud, pays pour lequel la Russie a instauré un régime sans visa en 2014.

«Grâce à l'organisation d'années croisées du tourisme avec la France

et l'Espagne, la Russie s'attend à accueillir davantage de visiteurs en provenance de ces pays, où, l'an dernier déjà, les demandes de visas touristiques russes ont augmenté de 30% par rapport à 2014», peut-on lire sur le site de l'agence fédérale du tourisme.

Selon Marina Smirnova, directrice du département hôtelier et touristique de Cushman & Wakefield, ces dernières années, le tourisme récepteur s'est développé en Russie en grande partie grâce à l'organisation de différents événements majeurs, tels que le sommet de l'APEC à Vladivostok en 2012 et les Jeux olympiques de Sotchi en 2014.

«Des infrastructures ont été créées à l'occasion de ces événements, et des avantages ont été offerts aux investisseurs russes et étrangers afin de stimuler les investissements dans la création de nouveaux sites, par exemple des hôtels», précise Mme Smirnova.

Un autre facteur à l'origine de la hausse du nombre de visiteurs étrangers en Russie est, d'après Marina Smirnova, l'intensification, dans les années 2000, des contacts d'affaires entre la Russie et d'autres pays, et, partant, l'essor du tourisme d'affaires. «Au début des années 2000, la Russie manquait d'hôtels de qualité. Mais, ces dix dernières années, la construction hôtelière a connu un boom avec l'apparition de nombreuses chaînes modernes et réputées à travers le pays», commente l'associée de Cushman & Wakefield.

À en croire Marina Smirnova, l'image touristique de la Russie à l'étranger s'est améliorée grâce à une campagne publicitaire bien conçue et la simplification de la procédure d'obtention de visas touristiques.

Le professeur Vladimir Kotliakov, président d'honneur de la Société russe de géographie, estime que, pour développer le tourisme récepteur en Russie, il faut avant tout améliorer significativement les infrastructures, en particulier dans les villes les plus populaires : réaménager les hôtels et former le personnel, et développer le tourisme local en tenant compte des traditions et des particularités régionales. «Tout cela exige des dépenses considérables. C'est pourquoi il est nécessaire de convaincre les autorités que développer le tourisme est un investissement rentable», souligne M. Kotliakov.

FROM RUSSIA WITH LOVE

Quant au tourisme intérieur, d'après les statistiques, il connaît également une croissance stable depuis quelques années. Selon Rostourism, en 2015, la Russie recensait jusqu'à 50 millions de voyages intérieurs, soit une hausse de 20% par rapport à 2014.

D'après les spécialistes, la popularité des voyages en Russie auprès de ses habitants est, comme pour les étrangers, principalement due à la dévaluation du rouble, qui a augmenté le prix des séjours à l'étranger pour les Russes. «Actuellement,



FLICKR.COM, TIM-ME

la demande en produits touristiques russes est stimulée par une offre active, étant donné que la chute du rouble a créé une conjoncture économique propice au développement du tourisme dans de nombreuses régions russes», explique Elena Djandjougazova.

L'interruption des liaisons aériennes avec l'Égypte et l'interdiction de vendre des *vouchers* pour la Turquie, qui représentaient jusqu'à 50% des ventes des agences de voyages, ont également joué en faveur des stations balnéaires russes. La disparition de ces destinations favorites a entraîné une hausse des ventes de *vouchers* pour les stations russes. Selon le portail touristique *tutu.ru*, Simferopol, Sotchi et Anapa sont les destinations pour lesquelles le plus de billets d'avion ont été achetés par les Russes pour l'été 2016.

Néanmoins, les vacances sur le littoral russe ne seront populaires qu'auprès des Russes: la situation septentrionale du pays ne peut pas le rendre concurrentiel sur le marché mondial, estime Marina Smirnova, pour qui l'accent doit être mis, avant tout, sur le tourisme sportif, d'affaires et culturel. Ce dernier affiche d'ailleurs aujourd'hui une croissance stable. L'associée de Cushman & Wakefield évoque en particulier l'intérêt manifesté par les Moscovites et les habitants d'autres grandes villes russes pour les week-ends à Saint-Petersbourg, Kazan et dans les villes de l'Anneau d'or.

PRÉMIÈRES

Il faut toutefois reconnaître que le tourisme intérieur n'a pas attendu ces deux dernières années - marquées par la récession, les tensions géopolitiques et le cap mis sur la substitution des importations dans tous les secteurs économiques - pour se développer. Selon Elena Djandjougazova, son essor remonte à 2008 et 2009. «À cette époque, la demande en produits touristiques russes a commencé à croître considérablement. Sur la vague d'un intérêt pour les richesses naturelles et historiques des régions russes, dans un premier temps, et, ensuite, sur fond de crise économique et politique», estime Mme Djandjougazova.

C'est plus ou moins à la même époque que les autorités russes se sont également mises à réfléchir à la façon de développer le tourisme intérieur. En 2011, la Russie a lancé le Programme fédéral ciblé de développement du tourisme intérieur

et récepteur en Russie, en vigueur jusqu'en 2018. En juin 2016, le Premier ministre Dmitri Medvedev a proposé de rallonger ce programme, qui prévoit l'introduction de mesures visant à augmenter les flux touristiques à l'intérieur du pays et à attirer des touristes étrangers.

Dans le cadre de ce programme, le gouvernement a fixé trois objectifs: développer le secteur touristique et récréatif en Russie, augmenter la qualité des services et promouvoir les produits touristiques russes sur les marchés mondial et intérieur.

Il est encore trop tôt pour parler de résultats, estime Elena Djandjougazova. «Un travail est effectué à tous les niveaux mais on n'observe pas encore de progrès majeurs. On note toutefois des éléments positifs: une augmentation du nombre de touristes chinois, le développement réussi de certains itinéraires et destinations ainsi que l'apparition de nouveaux produits touristiques régionaux», commente l'experte. D'après elle, les régions russes proposent aujourd'hui des dizaines de parcours intéressants, par exemple: «L'âme du Nord russe», «Arabesques de la région de Moscou», «Étonnante la-koutie» et «Barnaoul vous attend».

Selon Vladimir Kotliakov, grâce au programme lancé en 2011, le tourisme intérieur en Russie s'est métamorphosé. «Certaines régions ont élaboré des versions locales de ce programme, les médias et les entreprises locales accordent davantage d'attention au tourisme intérieur, une littérature régionale pittoresque et intéressante est apparue, et des cercles et autres communautés sur le tourisme régional ont été créés», se réjouit le professeur.

LES CLUSTERS À LA RESCOURSE

Parallèlement au programme de développement du tourisme, la décision a été prise de créer en Russie des *clusters* touristiques. En juin 2016, le Premier ministre Dmitri Medvedev a signé une loi portant sur la création de 17 *clusters* dans la république des Maris, au Tatarsan, dans la république des Komis, en Oudmourtie, au Daghestan, en Carélie, dans les régions de Vologda, de Novossibirsk, de Mourmansk, etc.

Le projet de *cluster* touristique est réalisé sur les principes du partenariat public-privé et prévoit certains avantages fiscaux pour ses résidents. Le *cluster* touristique du Caucase du Nord en est un exemple: selon le projet, il doit inclure plu-

sieurs complexes touristiques et récréatifs toutes saisons à Arkhyz, Elbrou-Bezengui, Vedoutchi, Armkhi, Tsori, Mamison, Matlas, Lago-Naki, le long de la mer Caspienne et dans la région de Stavropol.

Le développement du *cluster* a été confié à la société Stations du Caucase du Nord, supervisée par le ministère des affaires du Caucase du Nord et le ministère du développement économique. La société constate non seulement une hausse de la fréquentation des stations depuis un an, en particulier celles d'Arkhyz et de l'Elbrou, mais également un afflux d'investissements dans la région. «Le volume des investissements annoncés par les résidents de toutes les zones économiques spéciales comprises dans le *cluster* touristique représente 17,7 milliards de roubles [environ 250 millions d'euros, *ndt*], pour un ratio public-privé de 1:0,8», affirme-t-on au service de presse de Stations du Caucase du Nord, avant de préciser: «Autrement dit, nous nous rapprochons du ratio 1:1 et nous n'avons pas l'intention de ralentir le rythme.»

Néanmoins, selon Elena Djandjougazova, la part du capital privé dans de tels projets doit être plus élevée. «L'idéal serait que pour un rouble d'investissement public, il y ait 2 à 4 roubles d'investissement privé», résume la directrice.

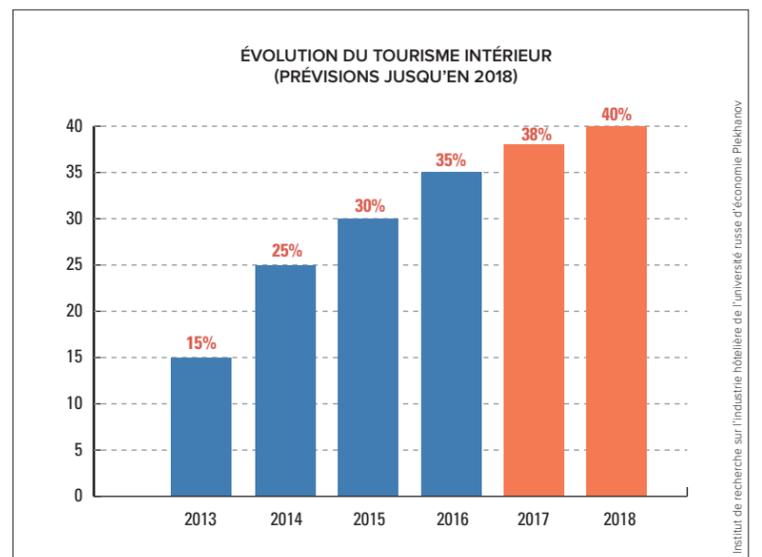
Que faut-il pour attirer les investissements? «Rien de neuf ici: un bon climat des affaires, une concurrence honnête, des avantages fiscaux, un soutien notamment informatif et juridique, et une bureaucratie minime», énumère l'experte.

APPRENDRE DE SES ERREURS

Qu'est-ce qui gêne donc la Russie dans tous les efforts qu'elle déploie pour devenir la Mecque du tourisme? D'après les experts, les principaux obstacles sont l'absence d'une politique touristique bien définie ainsi que le manque de compréhension du rôle joué par cette sphère dans l'économie du pays.

«Auparavant, l'État n'accordait pas suffisamment d'attention aux problèmes liés au tourisme et sous-estimait l'importance de ce secteur pour le développement du pays. Mais la situation est en train de changer», affirme Vladimir Kotliakov.

À l'en croire, les autorités doivent adopter, au niveau local, une série de résolutions visant à développer le secteur touristique. Les entreprises



doivent agir dans le cadre de cette politique et empêcher toute tentative de corruption.

«À l'échelle régionale, pour discuter des problèmes, il est nécessaire de créer des commissions ou des groupes de travail mixtes, composés de représentants du pouvoir, d'entreprises et d'associations. Des décisions réfléchies seront prises pour le business concernant la mise en valeur du territoire, la construction, la création d'infrastructures, ainsi que les interactions entre les différents secteurs économiques ayant un impact sur le tourisme», estime M. Kotliakov.

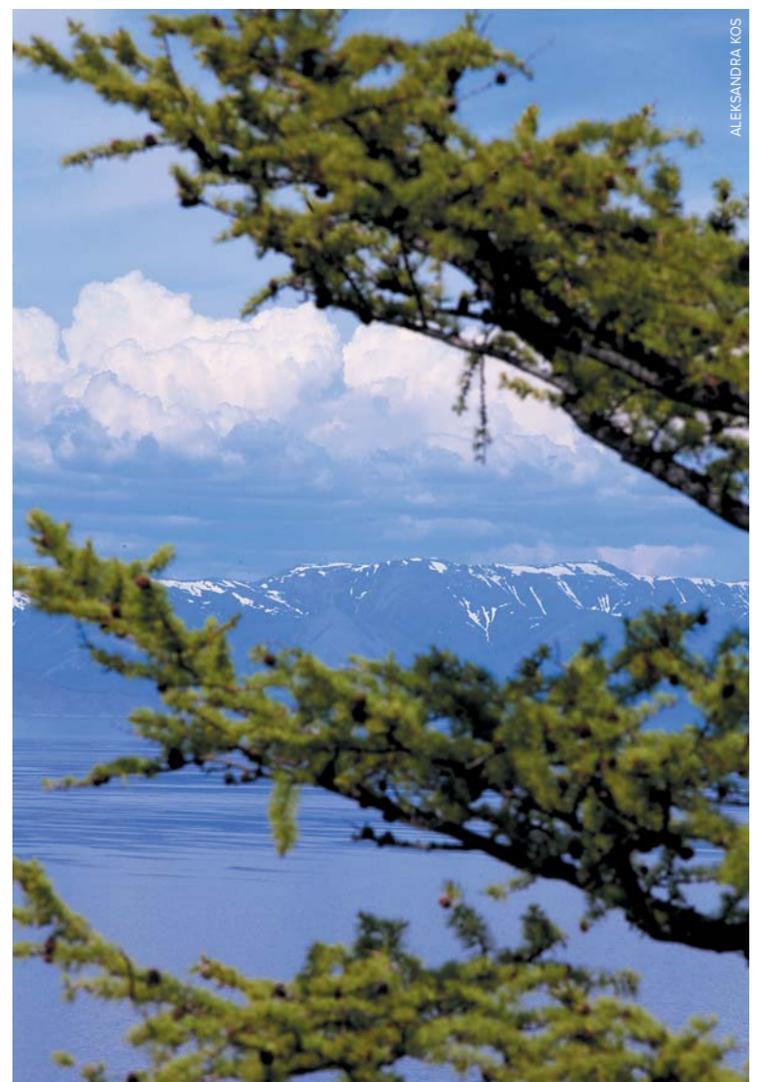
De manière générale, les experts pensent que les flux touristiques intérieurs augmenteront malgré la crise économique. Toutefois, les rythmes de cette croissance dépendront directement du développement de l'infrastructure touristique et de la politique économique de l'État. À en croire Elena Djandjougazova, des dotations et des subventions étatiques pourraient rendre les produits touristiques russes concurrentiels sur le marché.

«Un programme via lequel l'État participerait à hauteur de 50 000 roubles maximum [700 euros, *ndt*] aux dépenses occasionnées par des

séjours en Russie pourrait inciter les Russes à voyager dans leur pays. Toutefois, un travail systématique avec les différents secteurs du marché touristique est primordial. Il faut avant tout se pencher sur les questions de l'accessibilité en transports et des prix des billets d'avion. La Russie, en tant que plus grand pays du monde, a besoin d'une politique tarifaire sensée, mais pour cela, il faut démonopoliser le marché et encourager l'activité des compagnies *low cost*», souligne le professeur Kotliakov.

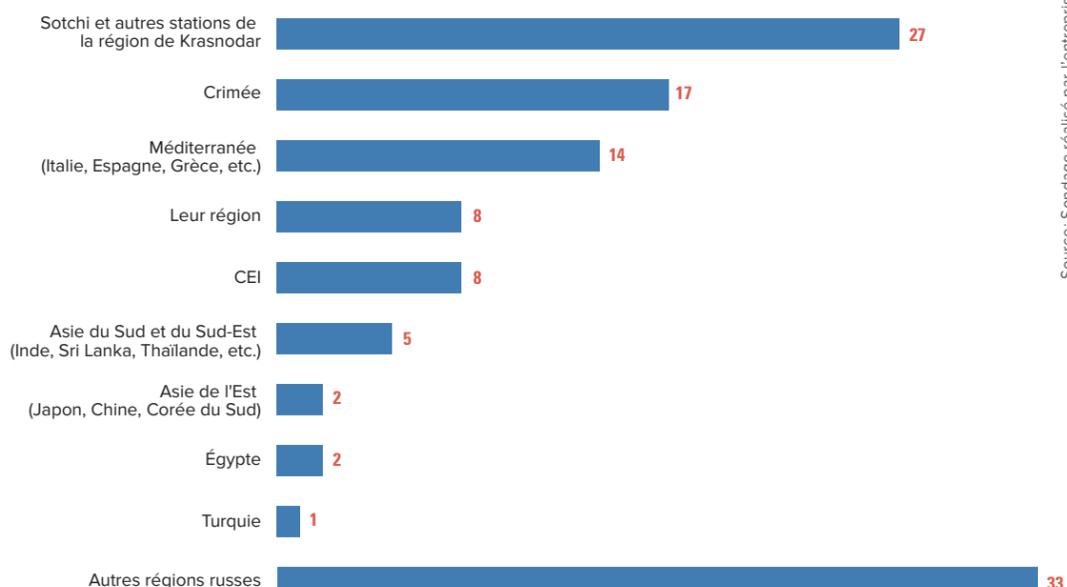
D'après Elena Djandjougazova, les prochaines années seront marquées par un essor du tourisme dans les endroits suivants: Sotchi et les autres stations de la région de Krasnodar, la Crimée et la région des Eaux minérales du Caucase. «Le tourisme historique continuera à se développer. Ici, les destinations les plus populaires sont Moscou, Saint-Petersbourg, Kazan et d'autres villes de plus d'un million d'habitants, ainsi que les villes de l'Anneau d'or et d'autres lieux anciens de la Russie centrale», conclut l'experte.

ANASTASIA SEDUKHINA
 TRADUIT PAR MAILIS DESTREE



Le lac Baïkal

OÙ LES RUSSÉS PASSERONT-ILS LEURS VACANCES D'ÉTÉ 2016 ? (DONNÉES DE MARS 2016)





Village de montagne au Daghestan

ANASTASIA SEDUKHINA

LE DAGHESTAN, UN TERRITOIRE TOURISTIQUE ?

LA MONTAGNE ET LA MER, LA DOUCEUR DU CLIMAT, LA CULTURE ANTIQUE DU CAUCASE, UNE ARCHITECTURE ORIENTALE IMPRESSIONNANTE ET UNE RICHE CUISINE LOCALE : CES AVANTAGES SONT ASSOMBRIS PAR LA TRISTE RÉPUTATION DU DAGHESTAN, CONSIDÉRÉ COMME UNE DES RÉGIONS LES PLUS DANGEREUSES DE RUSSIE. CE QUI N'A PAS EMPÊCHÉ L'AGENCE FÉDÉRALE ROSTOURISM, EN AVRIL DE CETTE ANNÉE, DE QUALIFIER LA RÉPUBLIQUE D'ALTERNATIVE TOURISTIQUE POSSIBLE À LA TURQUIE ET À L'EUROPE. LA RÉPUBLIQUE MONTAGNARDE PEUT-ELLE VOIR SE DÉVELOPPER UN TOURISME DE MASSE ?

Essayez de taper le mot Daghestan, en lettres latines, dans n'importe quel moteur de recherche sur Internet : vous verrez apparaître des photos de gens armés, et des articles vous parlant de guerre, d'attentats terroristes, etc. Il y a quelques années, Nariman Ramazanov, informaticien, a décidé de remédier à cette situation en créant le site d'information Dagestan.travel, afin de contribuer à former une image positive du Daghestan sur la Toile.

« Un jour, des amis étrangers ont voulu venir me rendre visite, mais ce qu'ils ont lu sur le Daghestan sur Internet les a fait changer d'avis. C'est là que j'ai décidé que quelque chose devait changer. Et en 2013 j'ai donc créé ce site, pour que les voyageurs qui s'intéressent à la république puissent trouver les informations dont ils ont besoin », se souvient l'informaticien.

Sur les pages du portail, visité par 3 000 personnes durant la saison estivale, Nariman et sa sœur Narguiz décrivent les sites touristiques et les lieux de loisirs du Daghestan, et proposent aussi de petites excursions dans la région.

« Un peu après la création de Dagestan.travel, nous avons commencé à recevoir des propositions d'excursions. C'est comme ça que le site est aussi devenu une petite agence de voyages. Mais même si la république attire de plus en plus de touristes, nous ne pouvons pas encore réellement gagner de l'argent avec les excursions. Aujourd'hui, Dagestan.travel, c'est un simple hobby, qui contribue à la formation d'une image plus positive de notre région », confie Narguiz.

L'augmentation de la fréquentation touristique est confirmée

par Iana Martirossova, créatrice de l'agence makhatchkalienne Marty travel, dont le tourisme, à la différence du site de Nariman Ramazanov, est l'activité principale. « Je pense que c'est une combinaison de facteurs qui a contribué à l'augmentation de la fréquentation touristique : dévaluation du rouble, fermetures des destinations égyptiennes et turques, et aussi stabilisation de la situation dans la république. Autrefois, on entendait constamment parler d'explosions et d'opérations antiterroristes au Daghestan, mais aujourd'hui, les informations négatives sont de

moins en moins nombreuses et fréquentes », explique-t-elle.

Avant de se lancer dans le tourisme, Iana a longtemps travaillé comme journaliste. Mais un jour, lors d'un séjour à Prague, inspirée par les excursions touristiques en Europe, la jeune femme a décidé de créer son propre audio-guide de Makhatchkala, et s'est rapidement mise à proposer ses premières visites.

Voyant que les affaires marchaient bien, Iana a acheté un minivan pour transporter elle-même ses voyageurs. Aujourd'hui, elle organise des visites dans toute la république : de Derbent, l'une des



LA RÉPUBLIQUE DU DAGHESTAN : SUJET LE PLUS MÉRIDIIONAL DE LA FÉDÉRATION

Frontières:

- sud: Azerbaïdjan,
- sud-ouest: Géorgie,
- ouest: Tchétchénie,
- nord-ouest: région de Stavropol,
- nord: Kalmoukie,
- est: mer Caspienne.

Population: 3 millions d'habitants environ.

Capitale: Makhatchkala (appelée Port-Petrovsk jusqu'en 1921).

Année de fondation: 1844. Population: 700000 personnes environ, 1 million avec l'agglomération.

Derbent est ville la plus ancienne de la république. Elle est âgée de 2000 à 5000 ans selon les estimations. La ville a fêté son anniversaire à l'automne 2015. Jusqu'au rattachement de la Crimée, elle était considérée comme la plus vieille ville de Russie. Population: 122000 personnes.

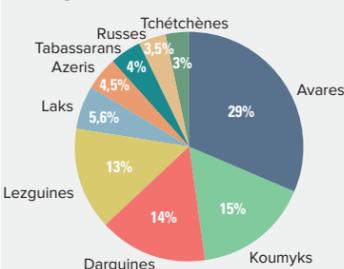
Autres grandes villes: Kizliar, Bouïnaksk, Khassaviourt, Kaspiisk, Izberbach.

Religion: la grande majorité de la population est de confession musulmane.

Les langues officielles de la république sont le russe et les langues des peuples du Daghestan, dont l'avar, le darguine, le lezguine, le koumyk, l'azéri, etc.

Le Daghestan est la république la plus multiethnique de Russie.

Ethnies les plus représentées au Daghestan:



Secteurs de production développés:

- agriculture,
- viticulture,
- pêche,
- artisanat,
- extraction pétrolière et gazière,
- industrie chimique et légère,
- industrie mécanique,
- énergie.

plus anciennes villes de Russie, à Gounib, ce village de haute montagne où les troupes du tsar ont arrêté et fait prisonnier l'imam Chamil, héros national caucasien. L'agence propose aussi des séjours à la plage, sur les rives de la mer Caspienne.

Iana constate une augmentation de la fréquentation touristique non seulement en provenance des grandes villes russes, mais aussi de l'étranger, et notamment d'Europe occidentale et des États-Unis. Il y a quelques mois, la jeune femme a même accueilli un groupe de Brésiliens. Pour autant, la créatrice de l'agence admet que son affaire n'est pas encore rentable: «Il faut dépenser beaucoup pour développer l'agence, notamment faire de la publicité, mais j'espère avoir totalement amorti mes investissements dès la fin de cette année», confie-t-elle.

Rassoul Kourtaev, de son côté, a créé l'agence Koubatchi-tour, baptisée ainsi en l'honneur de son village natal, célèbre dans toute la Russie pour ses objets artisanaux en argent. Mais Rassoul emmène aussi ses groupes dans d'autres villages de montagne de la république. Ces excursions permettent aux voyageurs de découvrir les traditions, la culture et les métiers locaux. Les hôtes peuvent aussi participer à des célébrations populaires (le plus souvent des mariages) ou à des banquets typiques de la région.

«Je viens juste de rentrer d'une excursion avec deux voyageuses de Russie centrale. Elles sont venues ici avec leurs familles, mais pendant que leurs maris et leurs enfants étaient à la plage, elles ont décidé d'aller dans les montagnes, découvrir de plus près les coutumes locales», explique le guide.

Rassoul est également le représentant du ministère régional daghestanais du tourisme et des métiers populaires et artistiques pour la ville de Koubatchi. La république ne s'est dotée d'un ministère du tourisme à part entière qu'il y a quelques mois. Et depuis, confie le ministre Magomed Issaev, ils ont eu le temps de publier une série de brochures et de cartes d'informations touristiques sur la république, de participer à plusieurs



Éleveur dans un village daghestanais

salons professionnels russes et internationaux, et même d'organiser plusieurs séjours de presse pour des journalistes russes et étrangers.

À en croire Magomed Issaev, le principal obstacle au développement du tourisme au Daghestan, outre l'image négative de la république dans les médias, est la difficulté à faire venir des financements. «Nous recevons peu de subventions fédérales, et je dois donc chercher des fonds moi-même. Le plus souvent, nous sommes soutenus par des hommes d'affaires originaires du Daghestan, comme Souleïman Kerimov, les frères Ziyavoudine et Magomed Magomedovy», explique le ministre.

Néanmoins, on observe des progrès, au niveau fédéral, dans la construction du *cluster* touristique Matlas et du *cluster* côtier de la Caspienne, précise le ministre.

Pourtant, même si le *cluster* côtier de la Caspienne a vu s'ouvrir de nouveaux sanatoriums et centres de loisirs, le tourisme maritime demeure peu développé, restant majoritairement la prérogative des locaux et des habitants des républiques voisines de Tchétchénie et d'Ingouchie, qui ne disposent pas d'accès à la mer.

Outre la plage, les touristes des républiques voisines sont aussi attirés par Derbent, considérée, jusqu'au rattachement de la Crimée, comme la plus ancienne ville de Russie. À l'automne 2015,

à l'occasion des 2000 ans de la ville, de nombreuses manifestations y ont été organisées dans le but de promouvoir l'image de la cité antique – des brochures ont par exemple été éditées afin de faire venir des touristes de toute la Russie.

Pourtant, Derbent ne connaît pas encore de fréquentation touristique massive. À la citadelle antique de Naryn-kala, l'un des principaux sites touristiques de la ville, les visiteurs sont peu nombreux. Il s'agit principalement de locaux, de ressortissants daghestanais revenus chez eux pour les vacances et de touristes tchétchènes. Nous avons pourtant croisé quelques touristes ayant fait le voyage à Derbent depuis la Sibérie et Moscou. Principalement des gens venus voir des amis, ou des amateurs de tourisme automobile.

Pour Denis Sokolov, sociologue et spécialiste de la région, la fréquentation touristique au Daghestan a peu de chances de se modifier radicalement à court terme. À l'en croire, la république ne pourra pas devenir une destination touristique de masse dans les prochaines années: elle restera la prérogative des anthropologues et des amateurs d'exotisme ou de tourisme extrême.

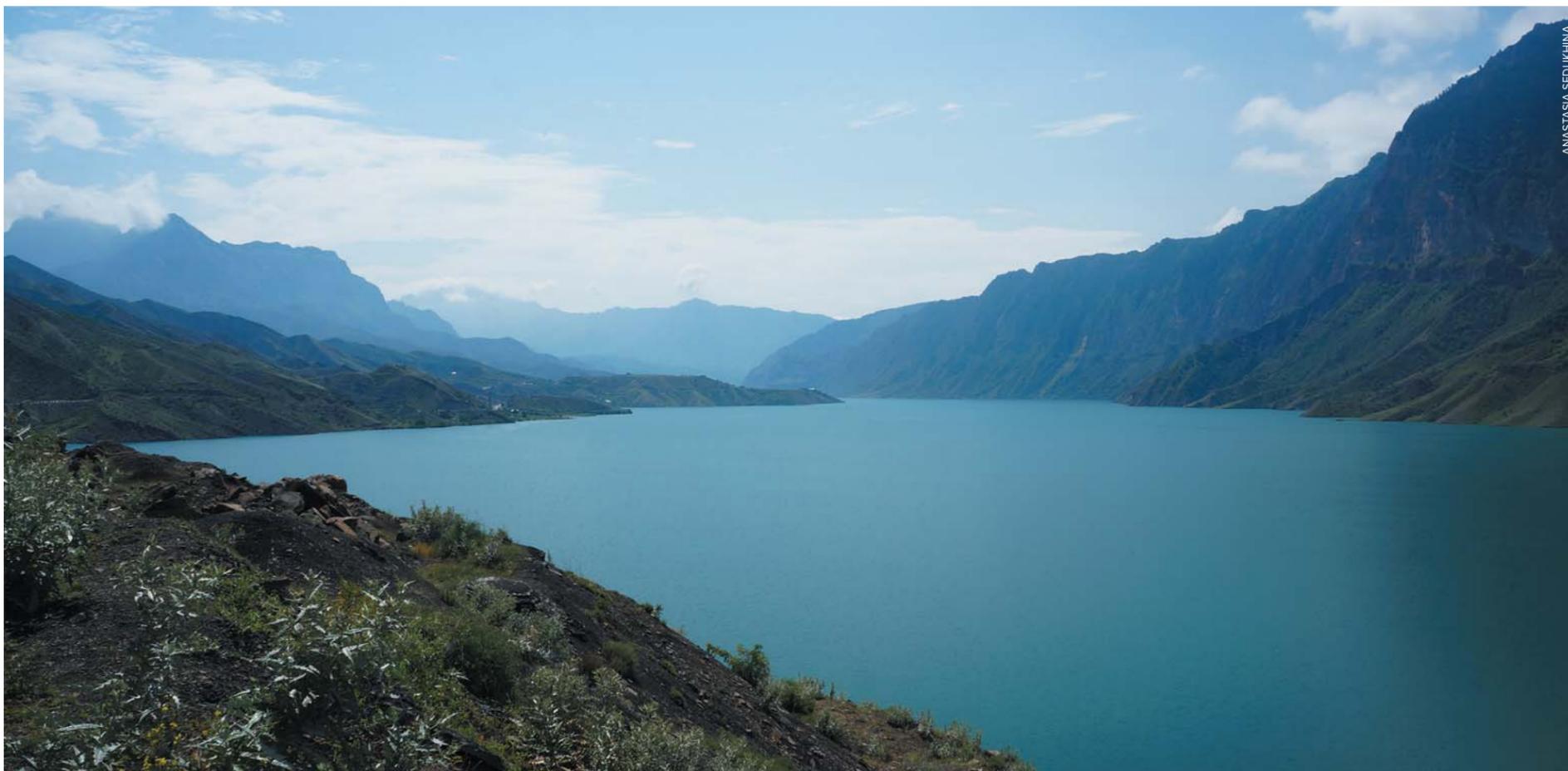
«Actuellement, je ne vois pas de potentiel pour le développement d'un tourisme de masse. C'est dû non seulement aux questions de sécurité, mais aussi à l'absence des conditions que requiert la mise en

place de réels services touristiques. Pour se développer, tout business a besoin d'une institution de défense de la propriété et des contrats d'achat et de vente, qui n'existe pas au Daghestan. Une protection existe toutefois au niveau des petites entreprises», précise Denis Sokolov.

Les experts interrogés par *L'économika* confient que de nombreuses chaînes nationales ont ainsi peur d'entrer sur le marché daghestanais, parce qu'elles ne comprennent pas les règles du jeu locales et craignent des conflits d'intérêt. Les hôtels qui ouvrent à Makhatchkala appartiennent à des hommes d'affaires locaux, et sont souvent inaccessibles par le biais des sites de réservation. Quant aux maisons d'hôtes qui ont ouvert dans les villages de montagne, elles ne font leur publicité que par le bouche-à-oreille.

Pour juger du niveau de développement du business hôtelier au Daghestan, il suffit d'aller sur n'importe quel site de réservation d'hôtels: le choix des lieux d'hébergement en dehors de Makhatchkala est extrêmement limité. À Derbent, par exemple, Booking.com ne propose que trois hôtels, tandis qu'Ostrovok.ru soit ne donne aucun résultat, soit propose les hôtels de la ville turque homonyme.

ANASTASIA SEDUKHINA
TRADUIT PAR JULIA BREEN



Au milieu des montagnes du Daghestan