

Australie

Place du tourisme dans l'économie

En 2005-06, les recettes du tourisme ont atteint environ 37.7 milliards AUD, soit quelque 3.9 % du PIB total de l'Australie, c'est-à-dire une augmentation de 5.5 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, comme le taux de croissance de l'ensemble de l'économie australienne a été supérieur, il en est résulté une diminution de la part du tourisme dans le PIB, tombée de 4 % en 2004-05 à 3.9 % en 2005-06. En 2005-06, l'industrie touristique employait environ 464 500 personnes, soit 4.6 % environ de la main-d'œuvre totale.

Le tourisme interne représente environ les trois quarts de la consommation touristique globale. Les dépenses totales liées au tourisme interne ont augmenté de 5.7 % en 2006. Le nombre de voyages intérieurs a également augmenté de 4 % et celui des nuitées de visiteurs nationaux, de 3.6 %. En 2006, on a compté 5.5 millions d'arrivées de visiteurs étrangers, soit 0.6 % de plus qu'en 2005 (tableau 3.5). Ces visiteurs ont dépensé 14 milliards AUD durant leur séjour en Australie, soit une augmentation de 14.7 % (ou 1.8 milliard AUD). Leurs principaux pays d'origine en 2006 ont été la Nouvelle-Zélande (1.1 million, + 2,1 % par rapport à 2005), le Royaume-Uni (734 000 arrivées, - 3.6 %), le Japon (651 000 arrivées, - 5 %), les États-Unis (456 000 arrivées, + 2.2 %), et la Chine (309 000 arrivées, + 8.3 %).

Organisation du tourisme

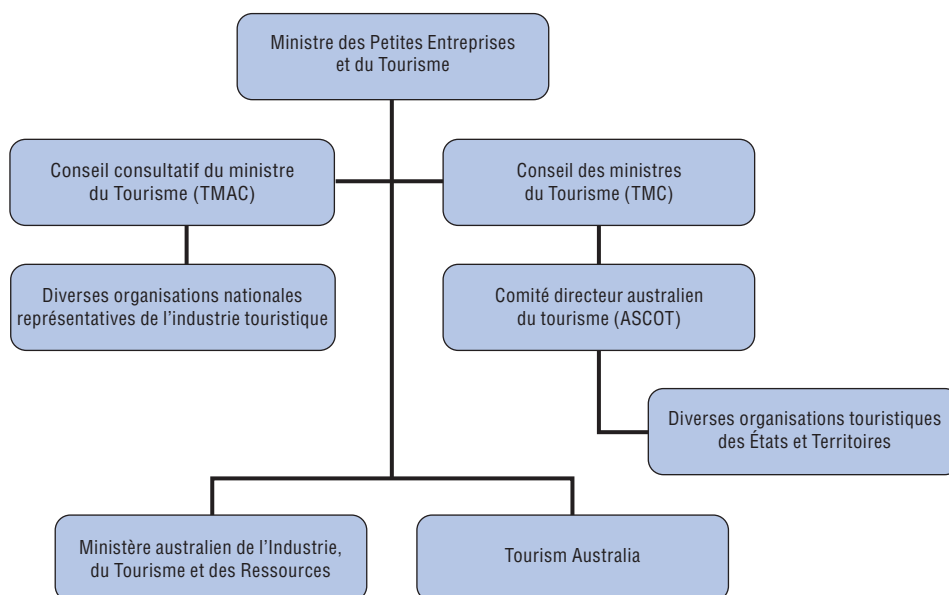
Le ministère de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources (DITR) (graphique 3.4) est le principal conseiller du gouvernement en matière de tourisme et s'occupe des questions les plus variées, notamment des relations touristiques bilatérales avec les autres pays, des formalités concernant les visas et les voyageurs, de la sécurité, de la fiscalité, de l'assistance, de l'éducation et de la formation dans le domaine des transports, des normes et réglementations de l'industrie et du développement du tourisme régional et de créneaux touristiques particuliers.

En 2004, l'État a rassemblé au sein de Tourism Australia (TA) quatre entités spécialisées distinctes : la Commission du tourisme australien (commercialisation du tourisme international), See Australia (commercialisation du tourisme interne), le Bureau de recherche sur le tourisme (recherche et statistiques) et le Conseil pour les prévisions dans le secteur touristique (études de marché). TA est chargé de la commercialisation du tourisme international et du développement de la commercialisation, du développement du tourisme interne, de l'organisation d'événements et du développement du tourisme d'affaires, et assume également d'importantes fonctions de recherche et de prévision.

Le tourisme relève des domaines de responsabilité des ministères compétents de tous les gouvernements des États et Territoires d'Australie. Parmi ces derniers, plusieurs pour lesquels le tourisme revêt une importance économique particulière se sont dotés de leurs propres organismes officiels chargés de commercialiser et de développer le tourisme international et intérieur sur leur territoire respectif.

Le Conseil des ministres du Tourisme (TMC) a essentiellement pour but de faciliter la consultation et la coordination des politiques entre les ministres du Tourisme du gouvernement central, de chaque État et Territoire et du gouvernement central néo-zélandais. Le TMC opère en liaison avec le Comité permanent australien du tourisme (ASCOT), qui a pour principale mission d'améliorer la coopération et la coordination des politiques et des activités de l'État qui ont un impact sur le tourisme. ASCOT est l'enceinte dans laquelle de hauts responsables se réunissent pour discuter de questions au niveau opérationnel. Les décisions prises par ASCOT sont ensuite soumises à l'examen du TMC.

Graphique 3.4. **Organigramme des organismes de tourisme australiens**



Source : OCDE, d'après le ministère de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources de l'État australien, 2007.

Le Programme de développement du tourisme australien (ATDP) est un programme de subventions très compétitif fondé sur le mérite, qui contribue au développement du tourisme dans tout le pays en finançant des initiatives qui renforcent la compétitivité de l'Australie comme destination touristique et accroissent le nombre de visiteurs et les recettes sur tout le territoire national.

Budget du tourisme

Tourism Australia (TA) est l'organisation nationale du tourisme chargée de développer et de commercialiser le tourisme au plan international et national. Dans le cadre du budget fédéral 2005/06 de l'Australie, TA a reçu une allocation de 137.82 millions AUD.

Depuis 2004-08, l'État a octroyé 3,5 million AUD à l'ATDP pour diversifier les produits et services touristiques. À ce jour, plus de 13.7 millions AUD ont été accordés pour 88 projets dans tout le pays.

Le Livre blanc sur le tourisme diffusé en décembre a prévu un financement supplémentaire de 235 millions AUD, ce qui a porté le montant total des dépenses directes de l'État australien consacrées au secteur du tourisme à 600 millions AUD sur une période de quatre ans et demi. Il a reconnu l'importance d'un développement durable pour permettre à l'industrie touristique de continuer à prospérer, ainsi que la nécessité d'établir des partenariats fournissant de nouveaux produits touristiques fondés sur la nature, favorisant la conservation et offrant des opportunités économiques au sein des communautés régionales. Dans le cadre de l'initiative du Livre blanc sur le tourisme, l'État a accordé :

- 31.5 millions AUD sur quatre ans jusqu'à juin 2008 au Programme de développement du tourisme australien pour encourager le tourisme, en particulier dans les zones rurales et les diverses régions du pays. L'encadré 3.1 décrit un projet novateur réalisé dans la région du Victoria.

Encadré 3.1. Exemple d'innovation au musée de Sovereign Hill

Sovereign Hill est un grand musée interactif de la région du Victoria, qui recrée la vie quotidienne en Australie à l'époque de la ruée vers l'or des années 1850. Sovereign Hill offre un spectacle son et lumière intitulé « Du sang sur la Croix du sud », qui raconte l'histoire du camp d'Eureka en 1854. Le musée de Sovereign Hill proprement dit attire de nombreux visiteurs étrangers, mais la direction a remarqué que ce n'était pas le cas du spectacle son et lumière, dont 7 % seulement sont étrangers, contre 28 % de l'ensemble des visiteurs du musée. Avec une subvention de 100 000 AUD au titre du Programme de développement du tourisme australien (complétée par un financement d'un montant équivalent assuré par le musée), Sovereign Hill a réussi à améliorer le système de narration en langues étrangères. En utilisant des fréquences radios et des écouteurs, Sovereign Hill diffuse maintenant le récit en français, allemand, japonais, mandarin, cantonais et anglais. Un an après l'inauguration de ce système multilingue, Sovereign Hill a vu le nombre de visiteurs allemands, japonais et chinois assistant au spectacle augmenter respectivement de 28 %, 30 % et 100 %.

- 3.8 millions AUD sur quatre ans jusqu'à juin 2008 au Business Ready Programme for Indigenous Tourism, qui a pour but d'aider les entreprises de tourisme autochtones à améliorer leurs compétences dans le domaine du commerce et de la gestion afin de mieux comprendre le fonctionnement de l'industrie touristique.
- 3.7 millions AUD sur trois ans jusqu'à juin 2007 à la Tourism and Conservation Partnerships Initiative, qui a pour but de faciliter le développement des sites touristiques naturels.

Dans le cadre du budget fédéral 2006/07, l'État a accordé un montant de 3.9 millions AUD pour renforcer l'administration par l'Australie du Programme « China Approved Destination Status » (ADS).

Politiques et programmes liés au tourisme

Le DITR assure la liaison avec les ministères nationaux responsables de la politique de la main-d'œuvre au niveau national et sectoriel (encadré 3.2) et également avec les États et Territoires, par le biais d'entités telles que TMC et ASCOT, pour coordonner au niveau de l'ensemble de l'industrie touristique la façon d'envisager la politique de la main-d'œuvre. Le DITR a constitué un Groupe de travail conjoint secteur privé-secteur public sur le marché du travail dans le secteur du tourisme et de l'accueil. Ce groupe de travail collabore actuellement avec le ministère australien de l'Emploi et des Relations professionnelles en vue de réaliser une série d'études pilotes dans différentes régions touristiques qui permettront déterminer la nature et l'ampleur des pénuries de main-d'œuvre et de compétences au niveau régional.

Encadré 3.2. Principales évolutions de la politique du tourisme en 2006/07

- Poursuite de la mise en œuvre du Livre blanc sur le tourisme et de la politique gouvernementale correspondante.
- Poursuite de la mise en œuvre du Cadre du plan d'action visant à attirer durablement des visiteurs coréens.
- Mise en œuvre du plan d'action (« Embracing Change ») en direction des touristes japonais.
- Développement plus poussé d'autres marchés clés dans le monde entier.
- Mesures propres à amener les consommateurs internationaux à concrétiser leur intention de se rendre en Australie.
- Poursuite des négociations sur un accord relatif aux services aériens.
- Renforcement de l'industrie touristique pour mieux la préparer à faire face à des menaces.
- Mise en œuvre des recommandations de la Stratégie nationale d'investissement dans le tourisme.
- Mise en œuvre de la Stratégie relative aux marchés émergents.

Partenariats public/privé

En ce qui concerne les partenariats public/privé, un certain nombre de groupes préconisent une approche coordonnée de la politique nationale du tourisme en resserrant les liens entre les gouvernements, au sein du gouvernement et avec l'industrie touristique. Parmi ces groupes figurent le Conseil consultatif du ministre du Tourisme (TMAC) et le Comité consultatif national du tourisme et de l'aviation (NTAAC).

Le TMAC est un organisme qui, entre autres activités, donne des conseils sur des questions stratégiques influant sur le développement durable et la croissance de l'industrie touristique. Il est présidé par le ministre fédéral des Petites Entreprises et du Tourisme, et ses membres proviennent de l'industrie touristique, de TA, d'ASCOT et de la DITR.

Plusieurs mesures visent à assurer le développement des petites et moyennes entreprises (PME). En 2006, avec un financement de l'État, l'industrie du tourisme récepteur d'Australie a inauguré le Code de conduite applicable aux exportations de services touristiques. Ce programme d'accréditation volontaire auquel on peut accéder sur le site

www.qualitytourism.com.au comprend des normes de conduite qui ont pour but d'assurer un séjour réussi aux touristes étrangers en Australie en veillant au respect des normes éthiques et professionnelles ainsi que du principe d'intégrité. Le portail, créé en consultation avec l'industrie touristique, fournit également des informations et une assistance sur les programmes d'accréditation touristique sectoriels et génériques qui permettent de solliciter une accréditation en ligne et fournissent, par ailleurs, des ressources relatives à la modernisation des entreprises. Un Code de conduite volontaire à l'intention des voyageurs sur le marché coréen a été élaboré par le DITR et le Conseil australien des organisateurs de voyages touristiques en Corée, en consultation avec d'autres acteurs clés.

Parmi les membres du NTAAC figurent des fonctionnaires des ministères fédéraux du Tourisme et des Transports, des représentants de l'administration des États et Territoires, ainsi que des secteurs du tourisme et de l'aviation. Le NTAAC apporte à l'industrie touristique un appui solide et durable en établissant des relations de travail formelles entre les principaux acteurs de ces secteurs.

En février 2006, l'État a annoncé qu'il poursuivrait sa politique de libéralisation des accords relatifs aux services aériens internationaux. Les transports aériens internationaux sont un moteur de l'économie australienne et jouent un rôle crucial pour appuyer et développer l'industrie touristique. La politique actuelle de l'Australie dans ce domaine consistera donc à :

- Considérer l'objectif du « ciel ouvert » comme un but qu'il serait souhaitable de réaliser, au cas par cas, quand cela correspond à l'intérêt national.
- Reconnaître la contribution qu'une compagnie aérienne nationale apporte à l'économie.
- Négocier la capacité en anticipant sur la demande.
- Élargir l'accès à divers pivots aériens.
- Encourager les grandes compagnies aériennes étrangères à s'implanter durablement en Australie.
- Attirer des services vers les diverses régions d'Australie.
- S'efforcer de procéder à une libéralisation dans des cadres multilatéraux.

Tourisme autochtone

Le tourisme peut offrir de précieuses possibilités de création d'emplois, de stabilité sociale et de sauvegarde culturelle au sein des communautés autochtones. Des recherches indiquent également l'existence d'une forte demande de produits touristiques autochtones de la part des touristes nationaux et internationaux. Le Business Ready Programme for Indigenous Tourism (BRPIT) aide les opérateurs autochtones à créer, développer et exploiter avec succès des entreprises de tourisme en remédiant au manque de compétences en matière de gestion, de commerce et de planification stratégique. Ce programme, financé pour quatre ans à partir de 2004/05, permet à un certain nombre de mentors d'identifier des entreprises de tourisme autochtones dans leur région et d'améliorer les compétences de leurs responsables en matière de gestion et de planification, de rendre les entreprises mieux à même de commercialiser des produits ou services touristiques, et de faire en sorte qu'elles puissent opérer avec succès dans le cadre de l'industrie touristique australienne.

TA aide le secteur de l'éducation à faire de l'Australie une destination de « tourisme éducatif » plus attractive en utilisant ses sites Internet d'entreprises et de consommateurs

pour informer les étudiants étrangers de toutes les possibilités d'éducation qu'offre l'Australie, et notamment une brochure décrivant diverses options de voyage et d'études.


Compte tenu de l'augmentation prévue du nombre de visiteurs indiens et chinois au cours des dix prochaines années, l'État a réalisé une étude sur la stratégie nationale d'investissement dans le tourisme qui a examiné les questions se posant dans ce domaine.

Le Sustainable Tourism Cooperative Research Centre met actuellement au point des comptes satellites du tourisme pour les États et Territoires du pays. En outre, Tourism Research Australia a imaginé un nouveau concept de rendement, la valeur économique totale du tourisme récepteur (VETTR), pour mesurer la contribution financière du tourisme récepteur à l'économie. La VETTR correspond au montant total des dépenses de tourisme effectuées par les visiteurs en Australie, moins les principales fuites de ces dépenses au profit d'entités non australiennes (comme la partie des paiements qui va à des compagnies aériennes, des grossistes et des agents de voyages étrangers). Des estimations de la VETTR figurent maintenant dans l'Enquête sur les visiteurs internationaux.

Profil statistique

Tableau 3.5. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et recettes**


	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Visiteurs	Milliers	4 841	4 746	5 215	5 499	5 532
<i>dont :</i>						
Nouvelle-Zélande	Milliers	790	839	1 033	1 099	1 076
Royaume-Uni	Milliers	643	673	676	709	734
Japon	Milliers	715	628	710	685	651
États-Unis	Milliers	435	422	433	446	456
Chine	Milliers	190	176	251	285	308
Recettes	Millions AUD	18 342	19 041	20 656	22 086	..

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281350632551>

Source : Bureau de statistique australien, 2007.

Tableau 3.6. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**


	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Départs	Milliers	3 461	3 388	4 369	4 756	4 941
Dépenses	Millions AUD	11 156	11 119	13 925	14 738	..

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281360654782>

Source : Bureau de statistique australien, 2007.

Tableau 3.7. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06
Tourisme en % du produit intérieur brut	Pourcentage	4.5	4.4	4.2	4	3.9
Tourisme en % de la valeur ajoutée brute	Pourcentage	4.1	4	3.8	3.6	3.5
Nombre total de salariés du tourisme	Milliers	446.6	450.7	448.6	458.6	464.5
Tourisme en % de l'emploi total	Pourcentage	4.9	4.8	4.7	4.7	4.6

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281382133761>

Source : Bureau de statistique australien, 2007.

Synthèse

Le chapitre suivant décrit dans ses grandes lignes le secteur du tourisme dans 32 pays : les 30 membres de l'OCDE, la Roumanie et l'Afrique du Sud. Chaque section par pays comprend les cinq grandes rubriques suivantes :

- Place du tourisme dans l'économie.
- Organisation du tourisme.
- Budget du tourisme.
- Politiques et programmes liés au tourisme.
- Profil statistique.

Pour de plus amples détails, le tableau synoptique de l'annexe 3.A1 indique les principaux sites Internet des administrations nationales responsables du tourisme, des organismes touristiques nationaux et des autres organisations importantes par rapport au tourisme.

Ce chapitre porte essentiellement sur le tourisme international (récepteur et émetteur). Il comprend également des données partielles sur le tourisme interne fondées sur les sources du compte satellite du tourisme ou des enquêtes nationales. D'une façon générale, la plupart des pays ne fournissent pas régulièrement de données chiffrées sur le tourisme interne (nombre de voyages touristiques effectués chaque année), et ces données ne se prêtent guère à des agrégations et à des comparaisons internationales.

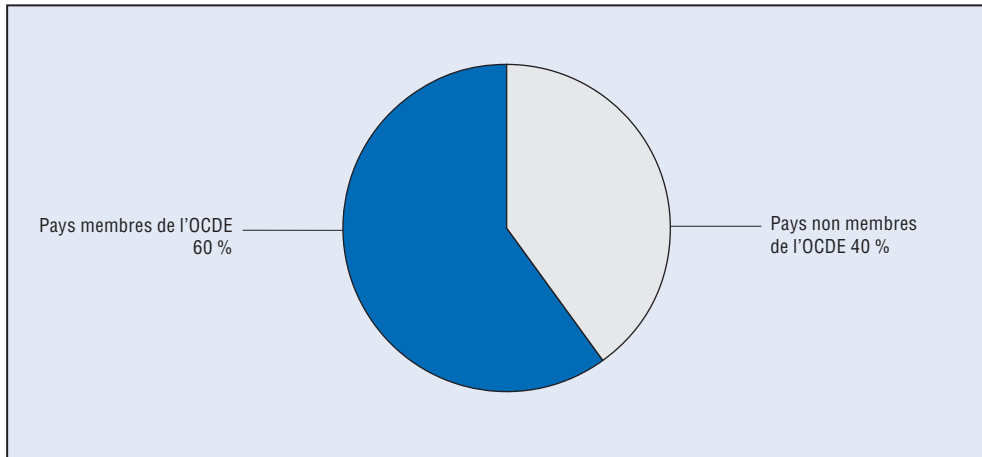
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation mondiale du tourisme). Dans les pays membres de l'OCDE, ce nombre a atteint 481.5 millions cette même année, et selon cette mesure, ces pays représentent 60 % de l'ensemble du tourisme international (graphique 3.1).

Huit des dix principales destinations touristiques du monde sont examinées dans le présent chapitre, la Chine et la Russie constituant les deux exceptions. Ces huit pays – France, Espagne, États-Unis, Italie, Royaume-Uni, Mexique et Autriche – ont totalisé 308.9 millions d'arrivées en 2005, soit 38.5% du total mondial.

Place du tourisme dans l'économie

L'importance du tourisme dans l'économie de ces 32 pays est très variable, mais d'une façon générale toutefois, ce secteur représente pour beaucoup d'entre eux une part importante du produit intérieur brut (PIB) et des exportations de services (voir chapitre 1, *Nouveau paradigme pour la politique du tourisme international*), et également une part considérable du nombre total d'emplois. Bien que les données disponibles pour ces

Graphique 3.1. **Arrivées de touristes internationaux au niveau mondial, 2005**

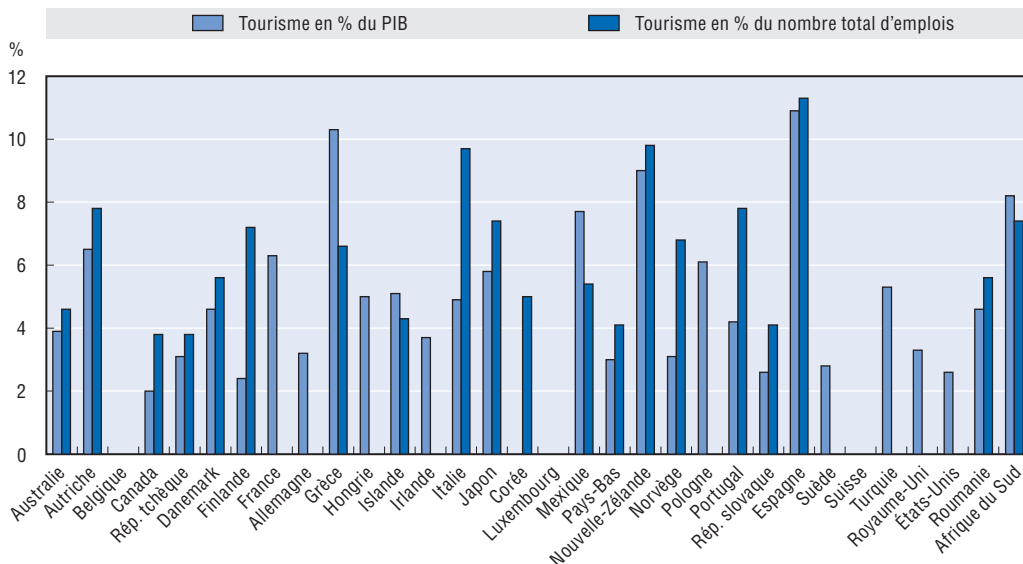


StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

mesures assurent une couverture variable (voir les sections consacrées aux différents pays), le graphique 3.2 donne une idée de l'importance du tourisme dans l'économie.

Il est clair que le tourisme joue un rôle économique important dans de nombreux pays examinés ici. Pour certaines grandes destinations du monde, il joue un rôle crucial du point de vue de l'emploi et des rentrées de devises.

Graphique 3.2. **Place du tourisme dans l'économie, 2006**



StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/280846825177>

Organisation du tourisme

La façon dont le secteur du tourisme est traité dans les structures étatiques est très variable d'un pays à l'autre. En outre, ces structures étant elles-mêmes à géométrie

variable, il est difficile de savoir exactement de quel portefeuille relève le tourisme. Toutefois, le fait que 15 pays membres de l'OCDE disposent d'un ministère ou d'un secrétariat d'État dont le titre comprend le mot « tourisme » témoigne de l'importance économique et politique croissante de ce secteur.

Plusieurs pays disposent d'un ministère du Tourisme spécialisé (Grèce, Mexique et Nouvelle-Zélande), mais dans la plupart des cas, le portefeuille du tourisme est rattaché aux ministères de l'Économie, de l'Industrie, du Commerce ou des PME (Allemagne, Australie, Autriche, Canada, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Norvège, Pays-Bas, Portugal, République slovaque, Roumanie, Suède et Suisse) et, dans quelques autres pays, aux ministères du Développement régional (République tchèque et Hongrie), de la Culture et des Sports (Irlande, Corée, Pologne, Turquie et Royaume-Uni), de l'Environnement (Afrique du Sud) ou des Transports (Japon).

Budget du tourisme

Les questions de taux de change et, tout spécialement, les différentes façons dont les gouvernements envisagent le financement public de ce secteur compliquent la comparaison des budgets du tourisme. Les sections par pays fournissent de plus amples détails à ce sujet.

On peut dire toutefois que d'une façon générale, le principal poste de dépenses publiques en faveur du tourisme recouvre le plus souvent les fonds accordés aux offices nationaux du tourisme – ou organismes équivalents – à des fins de commercialisation internationale. On peut dire, là encore d'une façon générale, que ce sont le plus souvent ces offices qui sont chargés de « vendre » le pays comme destination touristique aux visiteurs étrangers. Les régions ou destinations spécifiques sont ensuite responsables de leur propre promotion dans le pays concerné, mais les gouvernements nationaux dissuadent généralement les régions de se lancer elles-mêmes directement dans des opérations de commercialisation internationale qui sont souvent coûteuses. Dans certains pays comme les États-Unis, où l'on estime que le pays jouit par définition d'une grande notoriété internationale, les budgets de commercialisation internationale sont limités.

En ce qui concerne le tourisme interne, les pays sont de plus en plus conscients de l'intérêt économique qu'il y a à encourager les gens à prendre leurs vacances sans quitter le territoire national, tant au niveau de la balance des paiements (puisque sont évitées les dépenses liées à des vacances à l'étranger) qu'en raison du coup de fouet qu'un secteur du tourisme dynamique peut donner à l'économie. En conséquence, les offices nationaux du tourisme et autres organismes publics de tourisme s'emploient de plus en plus à faire connaître à la population le potentiel touristique de son propre pays.

Politiques et programmes liés au tourisme

Les investissements publics consacrés au tourisme varient beaucoup d'un pays à l'autre, et pour de plus amples détails, il convient de se reporter aux sections par pays.

En tant qu'activité économique permettant de créer des emplois et de la valeur ajoutée et d'assurer des rentrées de devises, le tourisme est de plus en plus considéré comme un secteur dans lequel des investissements publics peuvent se justifier, et ce dans un certain nombre de domaines. Les plus courants sont les suivants :

- Programmes d'investissement dans des infrastructures susceptibles de faciliter l'accès aussi bien des ressortissants du pays que des étrangers à l'industrie touristique.

- Programmes d'aide au secteur des petites entreprises, dans lequel les PME jouent un rôle prédominant d'un point de vue numérique ; programmes visant à améliorer la qualité du tourisme, le plus souvent par des activités de formation.
- Programmes visant à améliorer la qualité des installations et services touristiques (ce qui implique souvent l'instauration et le maintien de normes nationales de qualité et de systèmes d'agrément de la qualité).
- Systèmes d'agrément du personnel du secteur du tourisme (par exemple, octroi de licences aux guides touristiques).
- Mesures propres à créer un climat des affaires et de l'investissement favorable au secteur du tourisme et qui encourage le secteur privé à jouer un rôle d'investisseur de premier rang.

En outre, les gouvernements sont de plus en plus conscients du fait qu'ils peuvent faciliter l'accès des visiteurs étrangers à leur pays en suivant des politiques de plus en plus libérales dans le domaine du transport aérien. En ce qui concerne la politique environnementale et la conservation, ils participent également de façon plus directe à la promotion de politiques respectueuses de l'environnement qui réduisent les effets négatifs du tourisme sur le milieu naturel et pérennisent le plus possible leur industrie touristique.

Un certain nombre de pays s'intéressent concrètement au concept de partenariat public-privé dans le secteur du tourisme : ils financent des offices nationaux de tourisme et développent des réseaux de services touristiques consistant par exemple à donner des renseignements aux touristes au niveau local, et mettent aussi en œuvre des programmes d'investissement visant à attirer les investisseurs privés vers le secteur du tourisme en fournissant des fonds publics comme capital d'amorçage.

À l'initiative des autorités nationales, des conseils en matière d'action et des mesures de facilitation aident également de plus en plus l'industrie touristique et en particulier les petites entreprises à faire face à l'intensification rapide de la concurrence internationale dans le domaine du tourisme. On s'efforce maintenant très activement d'utiliser au maximum les technologies en ligne pour permettre aux entreprises de tourisme de s'accommoder et de tirer parti de la mondialisation rapide des marchés touristiques et de la commercialisation du tourisme. Les systèmes d'information et de réservation sont au cœur d'un grand nombre de ces initiatives du fait que les liaisons Internet directes entre les touristes et les prestataires de services se renforcent et qu'il est de moins en moins nécessaire de faire appel à des intermédiaires comme des agents de voyages.

Enfin, non seulement les gouvernements appliquent des politiques et programmes nationaux et encouragent la constitution de pôles d'activité et de réseaux dans le secteur du tourisme, mais ils sont de plus en plus conscients des avantages potentiels que peut assurer une coopération internationale au niveau de la commercialisation et de la promotion du tourisme, et jouent généralement un rôle de chef de file dans le développement de liaisons touristiques avec d'autres pays souvent voisins.

Résumé

En bref, le tourisme prend de l'importance aux yeux des gouvernements en tant qu'activité économique, ce qui justifie une attention particulière au niveau de la politique nationale. Dans beaucoup de pays, il est déjà plus important, du point de vue économique, que certains secteurs plus traditionnels, comme l'agriculture, auxquels les responsables

politiques accordaient jusqu'à présent davantage d'attention. La puissance publique prend conscience des avantages et risques potentiels inhérents au secteur du tourisme pour le développement de l'économie nationale. Un examen plus attentif de ce chapitre illustrera les nombreuses initiatives prises par les gouvernements dans ce secteur et aidera le lecteur à comparer l'expérience de son propre pays et les pratiques internationales exemplaires.

Références méthodologiques de base

Les définitions suivantes sont fondées sur les Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme (RIST) des Nations Unies et OMT (1994), Nations Unies, Madrid et New York.

Tourisme récepteur

Les *arrivées liées au tourisme récepteur* correspondent aux arrivées de visiteurs internationaux (ou non résidents) sur le territoire économique du pays de référence.

Les *visiteurs* comprennent : a) les *touristes* : un touriste est « un visiteur qui passe au moins une nuit dans un hébergement collectif ou privé dans le pays visité » ; b) les *visiteurs de la journée* : un visiteur de la journée est « un visiteur qui ne passe pas la nuit dans un hébergement collectif ou privé dans le pays visité ».

Lorsqu'une personne se rend dans le même pays plusieurs fois durant l'année, le nombre correspondant d'arrivées est enregistré. De même, si une personne visite plusieurs pays au cours d'un même voyage, son arrivée dans chaque pays est enregistrée séparément. Le nombre d'*arrivées* ne peut donc pas être supposé égal à celui des voyageurs.

Les *données sur les recettes touristiques* figurent dans la rubrique « voyage, crédits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses des visiteurs non résidents (touristes et visiteurs de la journée) » sur le territoire économique du pays de référence.

Les *données sur les recettes de transport* figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, crédits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent « aux dépenses de transport des visiteurs non résidents (touristes et visiteurs de la journée) » sur le territoire économique du pays de référence.

Tourisme émetteur

Les *départs* liés au tourisme émetteur correspondent aux départs de visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence.

Les *données sur les dépenses de tourisme* dans les autres pays figurent dans la rubrique « voyages, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire économique du pays de référence.

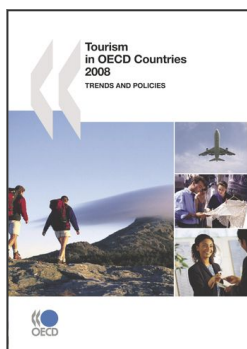
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire économique du pays de référence.

Symboles et sigles utilisés

. . Non disponible

Table des matières

Résumé	7
Chapitre 1. Nouveau paradigme pour la politique du tourisme international	13
Le tourisme : un secteur économique stratégique	14
Accroître la compétitivité et la productivité dans les industries liées au tourisme	18
Exploitation du potentiel des destinations	22
Le rôle de l'entrepreneuriat et de l'innovation	24
L'environnement commercial et les destinations touristiques concurrentielles	27
Bibliographie	31
Chapitre 2. Mondialisation, PME et développement du tourisme	33
2.A. Renforcer le rôle des PME dans l'industrie mondiale du tourisme	35
Introduction	36
Le tourisme : une industrie mondiale	36
Chaînes de valeur mondiales, réseaux et grappes d'entreprises	38
Modes de fonctionnement des PME et défis qu'elles doivent relever : conclusions des études de cas	42
Conclusions pour les PME	53
Implications pour l'action des pouvoirs publics	56
Bibliographie	61
Annexe 2.A1. Études de cas de l'industrie du tourisme	62
2.B. Libéralisation du commerce des services et développement du tourisme	65
Introduction	66
Définition et mesure du secteur du tourisme	66
Effets du tourisme sur l'ensemble de l'économie	67
Contraintes pesant sur le développement du tourisme : études de cas sur l'Afrique et l'Asie	72
Pratiques anticoncurrentielles nuisant au tourisme	84
Incidences quant à la politique à suivre	85
Conclusion	91
Notes	92
Bibliographie	92
Annexe 2.A2. Contraintes pesant sur le tourisme, réactions des pouvoirs publics et résultats dans les cinq pays faisant l'objet d'une étude de cas	94
Chapitre 3. Profils par pays : évolution de la politique du tourisme et tendances	97
Synthèse	101
Profils par pays	109-262
Annexe 3.A1. Les administrations nationales du tourisme et leurs sites Internet	263



Extrait de :
Tourism in OECD Countries 2008
Trends and Policies

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/9789264039773-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2008), « Australie », dans *Tourism in OECD Countries 2008 : Trends and Policies*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-4-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région. Des extraits de publications sont susceptibles de faire l'objet d'avertissements supplémentaires, qui sont inclus dans la version complète de la publication, disponible sous le lien fourni à cet effet.

L'utilisation de ce contenu, qu'il soit numérique ou imprimé, est régie par les conditions d'utilisation suivantes :

<http://www.oecd.org/fr/conditionsdutilisation>.