

Autriche

Place du tourisme dans l'économie

Selon les méthodes du compte satellite du tourisme, les effets directs du tourisme sur la valeur ajoutée en 2006 ont été de l'ordre de 16.5 milliards EUR, soit 6.4 % du PIB. En 2006, 168 000 personnes (contre 164 100 en 2005) travaillaient dans des hôtels, restaurants et établissements similaires, soit 5.1% de la main-d'œuvre totale du pays. Il s'agissait de femmes à 60 % environ.

En 2006, le nombre d'arrivées de touristes étrangers a été de 20.3 millions, soit 1.5 % de plus qu'en 2005, tandis que celui des touristes nationaux atteignait un total de 9.87 millions, soit 5.2 % de plus qu'en 2005. Le nombre de nuitées s'est élevé à 119.4 millions, soit 0.1 % seulement de plus qu'en 2005. Les recettes assurées par les visiteurs étrangers en 2006 ont été de 13.3 milliards EUR (compte non tenu des recettes liées aux transports), soit 2.7 % de plus que l'année précédente. Le tourisme représente plus d'un tiers (tableau 3.11) des exportations totales de services de l'Autriche. (Malgré l'augmentation de 3 % des dépenses de tourisme des Autrichiens à l'étranger en 2006, l'Autriche conserve un solde nettement positif de 5.8 milliards EUR dans le domaine du tourisme.) Bien que le nombre de visiteurs venus de son principal marché – l'Allemagne – ait récemment diminué, de petits marchés, en particulier ceux d'Europe centrale et orientale, sont en expansion.

Le nombre total d'établissements d'hébergement en Autriche a été de 60 900 unités durant la saison d'hiver 2005/06 et de 68 200 durant la saison d'été 2006. Il s'agit dans la majorité des cas de petites et moyennes entreprises, bien qu'au cours des dix dernières années, le nombre de lits des petits établissements (locations privées) ait diminué de 17 %, alors qu'il a augmenté dans les hôtels quatre et cinq étoiles de plus grande taille.

Organisation du tourisme

En Autriche, le tourisme fait partie de la politique économique globale et en particulier de la politique des PME. En vertu de la constitution autrichienne, le pouvoir législatif en matière de tourisme est détenu non par le gouvernement fédéral, mais par les neuf provinces fédérales du pays. Néanmoins, étant une activité généralement intersectorielle, le tourisme est affecté par de nombreuses lois fédérales, de même que par la législation de l'Union européenne, par exemple dans le domaine de la protection du consommateur.

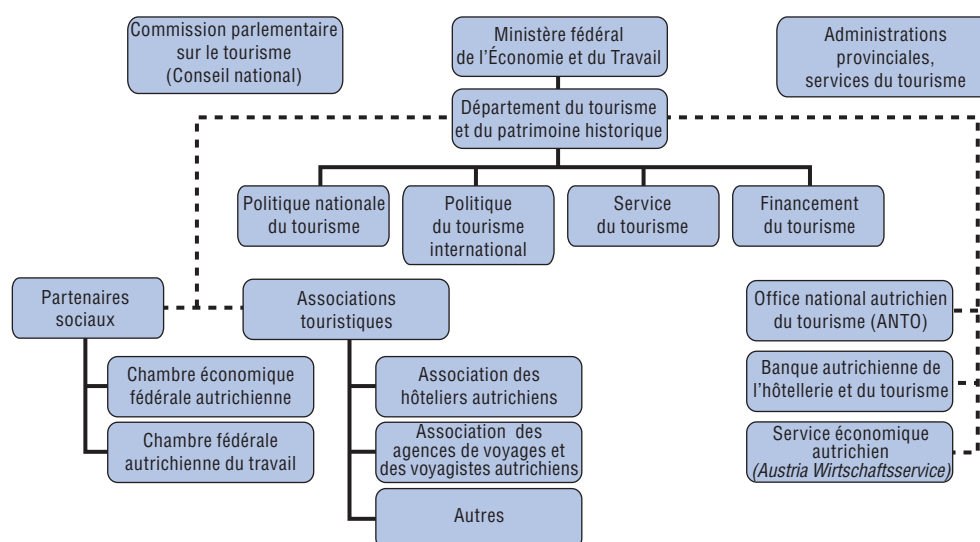
Au niveau national, la politique du tourisme relève du ministre fédéral de l'Économie et du Travail. En décembre 2006, le parlement autrichien a créé une nouvelle commission parlementaire sur le tourisme (graphique 3.5).

L'Office national autrichien du tourisme (ANTO, ou *Österreich Werbung*) est l'organisme national chargé de la commercialisation du tourisme. Il reçoit l'essentiel de son

financement du ministère fédéral de l'Économie et du Travail (75 %) et de la Chambre économique fédérale d'Autriche (25 %) et assure également des services payants à l'intention des entreprises de tourisme autrichiennes. Il a dans le monde 33 bureaux qui mènent des activités de commercialisation dans 61 pays, parfois avec le concours des représentants d'Austrian Trade, organisme chargé de la promotion du commerce extérieur qui fait partie de la Chambre économique fédérale autrichienne.

ANTO mène des activités stratégiques de commercialisation fondées sur sa connaissance des produits et une analyse des tendances du marché. Il a défini ses cinq axes d'action pour les années à venir : gérer et développer le label « Vacances en Autriche », soutenir l'innovation au niveau des nouvelles offres et des nouveaux produits, promouvoir l'internationalisation (c'est-à-dire la diversification) de la structure d'accueil de l'Autriche, encourager le tourisme tout au long de l'année et intensifier la coopération avec les partenaires.

Graphique 3.5. Organigrammes des organismes de tourisme autrichiens



Source : OCDE, d'après le Ministère fédéral de l'Économie et du Travail de l'Autriche, 2007.

Budget du tourisme

En 2006, l'administration nationale du tourisme disposait d'un budget d'environ 58 millions EUR, dont 27 millions pour l'aide et les prêts aux PME, et était gérée par la Banque autrichienne de développement du tourisme ; 24 millions EUR ont été accordés à ANTO, et 7 millions EUR supplémentaires ont été alloués par le ministère fédéral de l'Économie et du Travail sous la forme de subventions à la recherche et à d'autres projets. De plus, un total de 30 millions EUR de prêts au titre du Programme de relèvement européen a été mis à la disposition de PME du secteur du tourisme. En outre, les neuf provinces fédérales étaient toutes dotées de leurs propres budgets et programmes de développement du tourisme.

Politiques et programmes liés au tourisme

L'administration nationale du tourisme a pour objectifs d'améliorer la qualité et la compétitivité du secteur, et de contribuer au développement durable du tourisme. Un certain nombre de projets clés sont décrits ci-après.

Améliorer la qualité des données pour la prise de décisions et développer une culture de l'évaluation pour améliorer la productivité

Compte satellite du tourisme (CST)

La nécessité tout à la fois d'évaluer l'importance économique du tourisme et d'établir une plateforme pour suivre les évolutions actuelles a abouti à la mise en place d'un CST en Autriche à partir de 2001, avec 1999 pour première année de référence. Ce projet conjoint exécuté par Statistique Autriche et l'Institut autrichien de recherche économique est depuis lors mis en œuvre régulièrement. Pour l'exercice 2004, l'analyse économique du secteur du tourisme fournie par le CST a été complétée par des données relatives aux effets directs et indirects sur l'emploi. Cela a permis de déterminer pour la première fois la contribution totale de l'industrie du tourisme et des loisirs à l'emploi. Une ventilation régionale des principaux tableaux du CST a été effectuée pour les provinces fédérales de Vienne, de Haute-Autriche et de Basse-Autriche ; et il est prévu de faire de même prochainement pour les autres provinces fédérales.

Tourism Monitor Austria (T-MONA)

T-MONA, système novateur de suivi des visiteurs, a été inauguré en 2004. Il s'agissait d'un projet conjoint d'ANTO, du ministère fédéral de l'Économie et du Travail, de la Chambre économique fédérale d'Autriche, des neuf organisations provinciales du tourisme et de nombreuses régions. T-MONA est un système de gestion Internet conçu pour rassembler des données sur le comportement des voyageurs et des données sociodémographiques, qui donne une image actualisée du tourisme national et étranger en Autriche. La collecte directe des données obtenues dans le cadre d'enquêtes permet à ce système d'être immédiatement disponible pour l'analyse et également de présenter facilement les résultats sous forme de diagrammes ou de tableaux statistiques.

Encadré 3.3. Principales formes de tourisme en Autriche

Le système de suivi des visiteurs T-MONA (Tourism MONitor Austria) a été mis au point pour donner aux régions touristiques de l'Autriche des informations sur leurs points forts et leurs lacunes, leurs visiteurs et les raisons des choix géographiques de ces derniers.

Une analyse de toutes les régions indique que les principales motivations des visiteurs de l'Autriche sont les suivantes : 30 %, ski et snowboard ; 27 %, montagne et randonnée ; 18 %, sports nautiques et lacs ; 16 %, villes et culture et 15 %, stations thermales (des réponses multiples étaient possibles). L'Autriche figure également parmi les dix principales destinations internationales pour les réunions et conventions (ICCA, 2005). En 2005, les saisons d'hiver et d'été ont été d'importance plus ou moins égale, avec une soixantaine de millions de nuitées chacune.

Destination Management Monitor Austria (DMMA)

Le programme DMMA, qui a pour but de renforcer la compétitivité internationale des destinations et régions touristiques de l'Autriche, s'inscrit dans le prolongement d'un

programme stratégique du ministère fédéral de l'Économie et du Travail de 2002. Les 19 destinations participantes représentent ensemble plus de 23 % de la valeur ajoutée générée par le tourisme autrichien. Les membres de DMMA collaborent à divers projets, tels que des études de marché et la mise au point d'instruments professionnels de gestion et de commercialisation (www.dmma.at).

Systeme d'analyse comparative pour l'hôtellerie

Le nouveau système d'analyse comparative en ligne « *Webmark Hotellerie* » a été mis au point pour permettre à l'hôtellerie autrichienne d'accéder directement aux données et aux principales statistiques relatives à ce secteur pour être mieux à même de prendre des décisions stratégiques. Il comporte cinq modules fournissant des informations aussi bien quantitatives que qualitatives permettant une comparaison anonyme avec des pairs pour les principaux aspects de l'hôtellerie. Ce système est le fruit d'une initiative conjointe du ministère fédéral de l'Économie et du Travail, des neuf provinces fédérales, de la Division du tourisme et des loisirs de la Chambre économique fédérale autrichienne, de l'Association des hôtels autrichiens et de la Banque du tourisme autrichien. Ces organismes peuvent également l'utiliser pour prendre des décisions.

Aider les PME touristiques à affronter la concurrence mondiale

L'aide du secteur public à l'industrie touristique repose sur des partenariats public-privé. Le ministère fédéral de l'Économie et du Travail a chargé un organisme entièrement privé, la Banque du tourisme, de s'occuper des programmes de financement des PME touristiques. Ces programmes prévoient des mesures de cofinancement de l'UE. Avec eux, le ministère poursuit divers objectifs consistant notamment à encourager les investissements, à moderniser et développer les entreprises de tourisme et améliorer la qualité des logiciels et de la formation, à renforcer la coopération, à optimiser les structures financières des entreprises, à encourager la création d'entreprises nouvelles et à trouver de nouvelles sources de financement pour le secteur du tourisme (www.oeht.at).

Renforcement de la coopération et établissement de réseaux

Best Health Austria

Best Health Austria est un organisme créé par le ministère fédéral de l'Économie et du Travail qui fait maintenant appel à la coopération d'acteurs clés du secteur du tourisme autrichien. Il contrôle l'emploi du label de qualité « Best Health Austria » fondé sur le système officiel d'assurance de la qualité de l'Autriche. En mai 2007, une cinquantaine d'entreprises autrichiennes avaient reçu ce label de qualité et le processus d'accréditation était en cours pour une trentaine d'autres (www.besthealthaustria.com).

Culture Tour Austria

Culture Tour Austria est un programme stratégique de tourisme culturel lancé récemment par le ministère fédéral de l'Économie et du Travail, et celui de l'Éducation, des Arts et de la Culture. Il est le premier d'une série de programmes visant à promouvoir le développement et la modernisation du tourisme culturel. La mise au point d'une stratégie pour le futur projet « *Kulturtourismus Austria 2010+* » constitue un aspect majeur de l'effort de promotion du tourisme culturel en Autriche au cours des prochaines années. En dehors d'innovations organisationnelles et structurelles, les principaux projets consistent à préparer un catalogue de produits culturels autrichiens haut de gamme, à assurer une

gestion de qualité adaptée aux besoins du tourisme culturel et à instituer une coopération tournée vers l'avenir au niveau de la commercialisation de produits culturels de qualité (www.culturetour.at).

Améliorer la valorisation et la planification des ressources humaines

« *Tourisme, emploi et formation* » est un projet qui a pour but d'élaborer un train de mesures pour améliorer le potentiel de la main-d'œuvre grâce à une coordination avec les acteurs du secteur du tourisme. Le projet comprend quatre volets : futurs critères de succès dans le tourisme, situation du marché du travail, formation et éducation permanente dans le tourisme, et fiscalité applicable aux salariés du tourisme. En 2007 a été publié un guide intitulé « *Un emploi intéressant et plein d'avenir dans le secteur du tourisme et des loisirs* » qui fournit de précieux renseignements sur les possibilités d'éducation et de formation dans le domaine du tourisme. Ce manuel est destiné aux élèves, aux étudiants, aux enseignants, aux parents et à ceux qui sont en cours de recyclage.

Rôle de médiateur pour le secteur touristique

Depuis 1997, l'agence des services touristiques du ministère fédéral de l'Économie et du Travail sert de centre d'information pour les voyageurs au départ ou à l'arrivée en Autriche, les entreprises, les autorités et les organismes pour tout renseignement, plainte, demande de renseignements et autre requête en rapport avec le tourisme. Cette agence traite environ 2500 à 3000 demandes et plaintes par an. À titre spécial, elle offre des services gratuits de médiation en cas de différend entre les entreprises du secteur du tourisme (hôtels, restaurants, voyagistes) et les voyageurs.


Renforcer la coopération internationale et transnationale

La coopération bilatérale et multilatérale dans le domaine du tourisme vise à faire de l'Autriche un partenaire constructif, compétent et fiable pour le développement international du tourisme. L'Autriche contribue aux échanges internationaux de pratiques exemplaires et organise de nombreuses manifestations internationales. Le ministère fédéral de l'Économie et du Travail participe à un certain nombre de projets cofinancés par l'UE et exécutés en collaboration avec des pays voisins. En dehors de la constitution de réseaux et de la coopération, ces projets mettent l'accent sur le développement durable (par exemple les pistes cyclables, les parcs nationaux, l'écotourisme et les modes de transport non polluants), la culture et le tourisme (par exemple, les circuits de lieux de pèlerinage et de châteaux), le tourisme sanitaire et la commercialisation.

Profil statistique

Tableau 3.8. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et recettes**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Touristes (nuitées)¹	Milliers	18 611	19 078	19 374	19 952	20 269
<i>dont :</i>						
Allemagne	Milliers	10 349	10 468	10 256	10 367	10 107
Pays-Bas	Milliers	1 350	1 418	1 426	1 484	1 516
Italie	Milliers	995	1 090	1 101	1 102	1 106
Suisse	Milliers	817	888	896	895	926
Royaume-Uni	Milliers	685	663	722	757	802
Recettes touristiques	Millions EUR	11 578	11 917	12 203	12 904	13 255
Recettes liées aux billets de transport	Millions EUR	1 620	1 612	1 695	1 796	1 892


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281445065848>

1. Y compris les arrivées dans des locations privées.

Sources : Statistique Autriche et OeNB (Banque centrale d'Autriche), 2007.

Tableau 3.9. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Départs¹	Milliers	8 265	8 384	8 371	8 206	10 042
Dépenses de tourisme	Millions EUR	7 416	7 647	7 171	7 200	7 420
Dépenses liées au transport	Millions EUR	888	1 003	1 170	1 217	1 342


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281452607804>

1. Y compris les voyages d'affaires et les visites à des parents et amis, compte non tenu des excursions d'un jour à l'étranger.

Sources : Statistique Autriche et OeNB (Banque centrale d'Autriche), 2007.

Tableau 3.10. **Emploi dans le tourisme**


	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Emplois salariés dans le secteur du tourisme	Salariés	153 164	156 467	159 019	163 644	168 038
<i>dont :</i>						
Hôtels et structures d'hébergement similaires	Salariés	58 497	59 317	59 919	60 663	62 084
Restaurants	Salariés	86 443	88 832	90 656	93 451	97 604
Hommes	Salariés	59 484	61 043	62 411	64 451	66 470
Femmes	Salariés	93 680	95 424	96 608	99 194	101 567

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281400386464>

Source : BMWA BALI, sur la base des données de l'Association des organismes de sécurité sociale d'Autriche, 2007.

Tableau 3.11. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Agrégats du compte satellite du tourisme :						
Tourisme en % du produit intérieur brut ¹ (effets directs)	Pourcentage	6.5	6.8	6.3	6.5	6.4
Valeur ajoutée totale du tourisme ¹	Millions EUR	14 376	15 280	14 937	15 872	16 498
Consommation touristique totale	Millions EUR	26 097	27 419	27 939	29 229	30 381
dont : Visiteurs étrangers	Millions EUR	13 907	14 548	14 822	15 428	15 968
Visiteurs nationaux ²	Millions EUR	12 190	12 871	13 117	13 801	14 413
Tourisme en % de l'emploi ³	Pourcentage	..	7.7	7.7	7.8	..
Autres agrégats						
Tourisme en % des exportations de services	Pourcentage	42.4	41.6	40.2	38.1	35.9
Tourisme interne en % de la consommation finale ⁴	Pourcentage	10.9	11.2	11.0	11.1	11.2
Retour sur investissement du secteur	Pourcentage	4.6	3.9	3.8

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/281411834727>

1. Y compris les voyages d'affaires.
2. Y compris les dépenses de week-end et de séjour en résidence secondaire
3. Concept d'équivalents plein temps.
4. La consommation finale n'inclut pas les importations, la consommation touristique correspondant seulement aux voyages intérieurs.

Sources : Statistique Autriche, BMWA BALI, sur la base des données de l'Association des organismes de sécurité sociale d'Autriche, Université de Vienne, Faculté d'économie et d'administration des entreprises, KMU Forschung Autriche, 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.

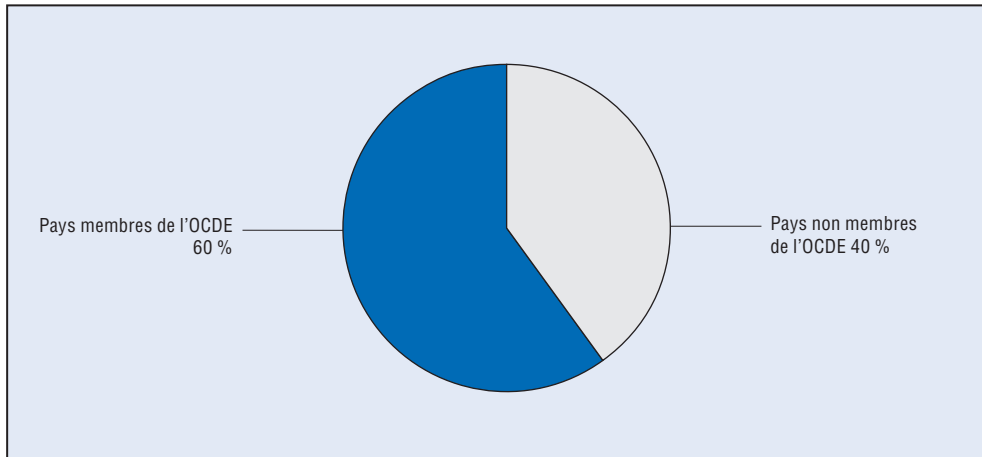
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation 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**

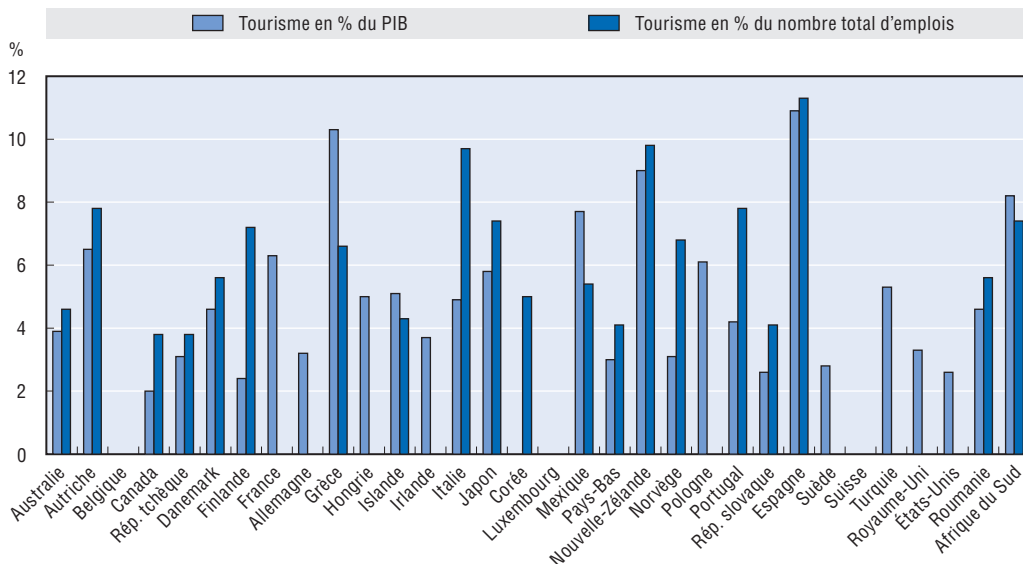



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

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.

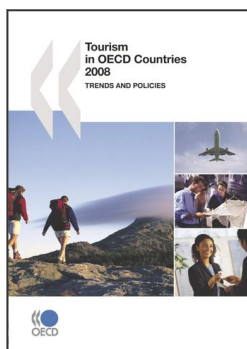
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire 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), « Autriche », dans *Tourism in OECD Countries 2008 : Trends and Policies*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-5-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>.