

Mexique

Place du tourisme dans l'économie

Selon le Compte satellite du tourisme pour 2005, le tourisme a représenté 7.7 % du PNB, et soutenu quelque deux millions d'emplois. La part de la consommation du tourisme interne s'est en outre établie à 81.3 % de la consommation finale, et la valeur ajoutée brute à 52 878 millions USD. En 2006, les recettes du tourisme international se sont élevées à 12 177 millions USD, soit 53 % de la valeur des exportations de services.

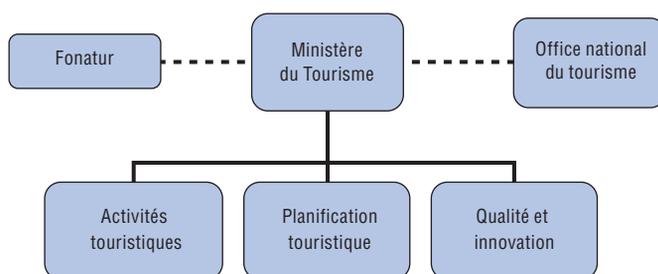
En 2006, 21.4 millions d'arrivées de touristes ont été enregistrées (excursions non comprises) soit quelque 8.6 % de plus qu'en 2002 mais 2.6 % de moins qu'en 2005. Les États-Unis, principal marché du Mexique, ont représenté 41 % des nuitées en 2006.

Organisation du tourisme

En 2006, le président du Mexique a rangé le tourisme parmi les priorités nationales. Le ministère du Tourisme est en train de concevoir une importante restructuration des trois entités chargées de la politique du tourisme au Mexique (graphique 3.22) :

- Le ministère du Tourisme est le principal organisme de l'administration fédérale. Il a pour mandat d'élaborer, coordonner et mettre en œuvre la politique du tourisme. Le ministère tient un registre de tous les prestataires de services touristiques, organise et publie les statistiques nationales du tourisme et négocie des accords internationaux visant à encourager les investissements et le tourisme au Mexique. Enfin, depuis 2007, le ministère du Tourisme fait partie intégrante du ministère de l'Économie et de la Compétitivité et du ministère des Infrastructures et du Tourisme, au sein de l'administration fédérale.
- Fonatur, le Fonds national pour le développement du tourisme, définit des perspectives de projets de développement touristique à grande échelle, conseille les administrations des États et appuie leurs programmes de planification relatifs aux projets de développement touristique locaux, participe à la construction des infrastructures essentielles dans les destinations touristiques et a pour mission de susciter la participation des investisseurs privés au développement de ces destinations.
- Office du tourisme du Mexique (voir Budget du tourisme).

Le district fédéral et environ 26 des 31 États mexicains ont fait du tourisme un domaine important de responsabilité pour lequel un ministère a été créé dans le cabinet de chaque gouverneur. Les 32 entités fédérales complètent les contributions de l'administration fédérale avec leurs propres ressources afin de mettre au point des programmes annuels d'investissement visant à améliorer les infrastructures touristiques locales.

Graphique 3.22. **Organigramme des organismes de tourisme au Mexique**

Source : OCDE, d'après le ministère du Tourisme, 2007.

Le ministère du Tourisme, Fonatur et l'Office national du tourisme travaillent en étroite collaboration avec les 32 entités fédérales. En 2007, l'Association nationale des gouverneurs a mis sur pied un groupe de travail sur le tourisme.

La nouvelle administration a également créé le Conseil consultatif du tourisme, qui regroupe des organes représentatifs des gouverneurs et des secrétaires au tourisme au niveau des États ainsi que les chambres de commerce.

Budget du tourisme

Les fonds affectés au tourisme par le Congrès sont principalement destinés au ministère du Tourisme. Le budget du ministère du Tourisme pour 2007 s'élève à 170 millions USD. En 2007, le ministère dépensera 48 millions USD afin d'encourager les États et les municipalités à apporter des fonds de contrepartie, pour un investissement total de 144 millions USD visant à améliorer les infrastructures touristiques locales et l'image des destinations touristiques.

L'Office national du tourisme (l'organisme national chargé du tourisme) ne reçoit que des fonds d'exploitation. Autonome depuis 1999, il affecte des fonds aux représentants des entreprises et encourage leur contribution financière – cet objectif n'est pas encore complètement atteint. Ses campagnes promotionnelles sont principalement financées par le biais des « droits des non-immigrants » acquittés par tous les étrangers qui entrent au pays, essentiellement en avion. En 2007, le budget des activités de promotion de l'Office national du tourisme s'élèvera, d'après les estimations, à 115 millions USD. Une taxe hôtelière de 2 % par touriste est également perçue.

Pour évaluer les résultats des dépenses publiques dans le secteur du tourisme, les administrations fédérale et des États ont entrepris d'élaborer une méthode de mesure de la rentabilité des dépenses publiques engagées dans la promotion du tourisme.

Politiques et programmes liés au tourisme

Le ministère du Tourisme met en œuvre les politiques suivantes pour rehausser la position du Mexique en tant que destination et améliorer sa compétitivité sur le marché mondial :

- Politiques des migrations et des visas : l'objectif visé est d'émettre des visas à l'échelle mondiale dans un délai maximum de six jours.
- Investissement direct : instaurer un guichet unique pour toutes les licences d'exploitation de projets touristiques délivrées par les ministères de l'administration fédérale.

- Implanter une culture de la formation continue en cours d'emploi.

Plusieurs modifications concernant les activités et politiques sont en cours.

Compétitivité

En ce qui concerne les politiques relatives des migrations et des visas, les autorités ont annoncé qu'à compter du 1^{er} mai 2007, tous les consulats ou ambassades du Mexique devront délivrer un visa dans un délai n'excédant pas douze jours suivant la réception d'une demande ; en septembre 2007, ce délai a été ramené à six jours.

Au premier semestre 2007, le ministère du Tourisme devait instaurer un nouveau dispositif permettant aux entreprises d'adresser à un guichet unique au siège du ministère toutes leurs demandes de permis d'exploitation. Cette initiative représente un important défi à relever pour les ministères de l'Environnement, des Affaires étrangères, des Communications et des Transports ainsi que pour d'autres ministères de l'administration fédérale qui œuvrent à l'amélioration de l'efficacité et aident les entreprises.

Pour stimuler la compétitivité dans le domaine des transports, le ministère du Tourisme a soutenu la croissance des compagnies aériennes à bas coût, qui représentent actuellement 30 % du marché du transport aérien du pays.

Ressources humaines

Les ministères du Tourisme et de l'Éducation publique sont en train de mettre sur pied un programme à grande échelle à l'intention des nouveaux entrants sur le marché du travail, et en particulier aux entrants non qualifiés. Leur objectif est d'encourager l'émergence d'une nouvelle culture de la formation continue et l'engagement à long terme des travailleurs à l'égard de l'amélioration de leurs compétences et de leur conditions de vie, tout en contribuant à rehausser la qualité des services dans les destinations touristiques du Mexique.

En ce qui concerne l'enseignement, le service chargé de l'éducation au ministère du Tourisme compte parmi ses objectifs au titre du Programme national d'enseignement touristique 2007 l'amélioration de la qualité de l'enseignement touristique assuré par le ministère dans le cadre des programmes de formation et d'enseignement du premier cycle.

Partenariats public-privé

Le Conseil consultatif du tourisme est formé des trois chambres de commerce ayant des activités liées au tourisme à l'échelle nationale. Le Conseil, à la tête duquel siège un président, se réunit trois fois par an. Les chefs d'entreprises sont encouragés à présenter leurs projets de même qu'à travailler de concert avec les administrations fédérale et des États afin de surmonter les obstacles au développement du tourisme. Le président de la Commission du tourisme du Sénat et celui de la Commission du tourisme de la Chambre des députés siègent également au Conseil consultatif du tourisme.

Le ministère du Tourisme et la Banque nationale de développement (NAFIN) sont en train de mettre au point, à l'intention des PME du secteur du tourisme, un nouveau programme portant principalement sur l'octroi de prêts afin de contribuer à améliorer leur compétitivité. Cette initiative s'ajoute à un programme similaire mis en œuvre par le ministère de l'Économie pour rehausser la compétitivité de 10 000 entreprises et qui s'étend jusqu'à la fin de 2012.

Pour encourager l'investissement direct étranger, le ministère du Tourisme est en train d'élaborer un dispositif d'autorisation rapide des investissements intérieurs dans les zones littorales. Ce projet devait voir le jour au cours du premier semestre de 2007.

Cadre législatif et réglementaire

Le Sénat et la Chambre des députés mènent présentement des consultations en vue d'élaborer une nouvelle législation générale sur le tourisme qui actualisera les dispositions législatives afin que le Mexique soit en mesure de relever les défis auxquels il est confronté, alors qu'il cherche à améliorer sa position sur le marché mondial.

L'intégration du ministère du Tourisme à deux ministères de l'administration fédérale est à la fois novatrice et bienvenue. Il est cependant souhaitable qu'à long terme, le poids du ministère du Tourisme soit reflété dans ses attributions légitimes, compte tenu du fait qu'il œuvre en coordination avec les principaux ministères décideurs dans ces domaines : construction de routes ; réglementation des activités économiques dans les zones littorales ; négociation d'accords internationaux relatifs au transport aérien ; conception et mise en œuvre des politiques des migrations et des visas ; et, enfin, en ce qui concerne de nombreux autres aspects relevant d'autres ministères de l'administration fédérale mais qui ont de fortes incidences sur le tourisme.

Principaux types de tourisme

Le ministère du Tourisme, en coopération avec d'autres entités fédérales, les administrations des États et les municipalités, a élaboré un programme intitulé *Pueblos Mágicos* qui prévoit la rénovation et la promotion de 30 villes afin de développer leur potentiel touristique et d'améliorer les conditions de vie de leurs habitants. En 2007, les entités participant à ce programme ont notamment consacré quelque 144 millions USD à l'amélioration des infrastructures touristiques locales, des services publics et des accès routiers ainsi qu'à la rénovation des musées et des sites culturels, afin de rehausser l'image de ces destinations touristiques. Ce programme a également stimulé des développements importants au plan local pour les collectivités situées à proximité des ces villes.

Technologie de l'information

Chacune des trois entités fédérales chargées du tourisme possède son site Internet. L'objectif poursuivi est de réaliser une page Internet unique, efficace et moderne, qui permettra aux voyageurs et aux investisseurs de saisir rapidement quelles sont les perspectives de voyages et d'investissement offertes au Mexique et d'acquérir en ligne la plupart des produits et services qu'ils ont choisis.

Profil statistique

Tableau 3.70. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et recettes**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Touristes (nuitées)	Milliers	19 667	18 665	20 618	21 915	21 353
<i>Dont :</i>						
États-Unis ¹	Milliers	8 525	8 765
Canada	Milliers	675	785
Espagne	Milliers	203	261
Royaume-Uni	Milliers	231	260
France	Milliers	160	173
Recettes	Millions USD	8 858	9 362	10 796	11 803	12 177

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283463151456>

1. Ces données couvrent les citoyens et résidents américains qui traversent la frontière par voie terrestre.

Sources : Ministère du Tourisme ; système d'information sur les migrations ; Banque du Mexique, 2007.

Tableau 3.71. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Départs	Milliers	11 948	11 044	12 494	13 305	14 002
Dépenses	Millions USD	6 060	6 253	6 959	7 600	8 108

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283464555567>

Sources : Ministère du Tourisme ; Banque du Mexique, 2007.

Tableau 3.72. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Part du tourisme (%) dans le produit national brut	Pourcentage	8.0	7.9	7.8	7.7	..
Part du tourisme (%) dans l'emploi ¹	Pourcentage	5.4	5.4	5.4
Part du tourisme (%) dans les exportations de services	Pourcentage	52.8	56.8	54.9	53.6	53.0
Compte satellite du tourisme						
Production brute	Millions USD	74 770	69 312	76 159
Consommation intermédiaire	Millions USD	27 012	25 102	27 697
Valeur brute ajoutée	Millions USD	47 758	44 210	48 461	52 878	..

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283511282733>

1. La part du tourisme dans l'emploi concerne les secteurs de services.

Source : Ministère du Tourisme, 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.

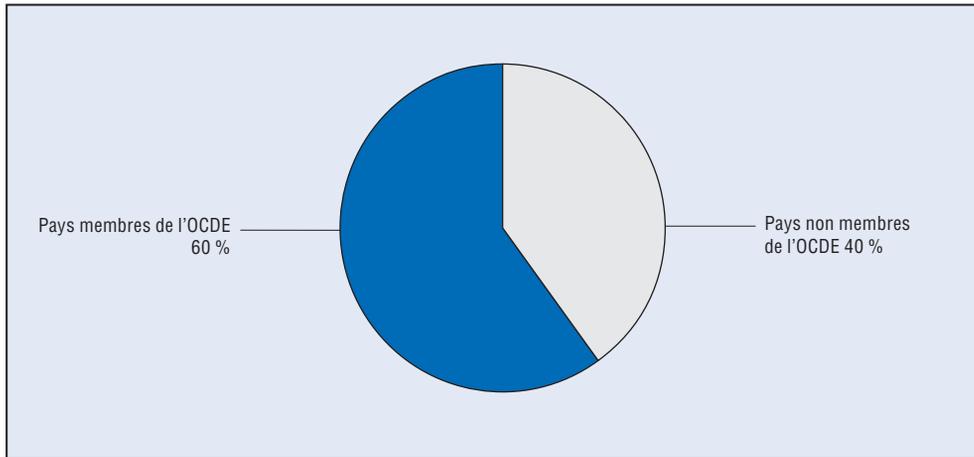
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation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

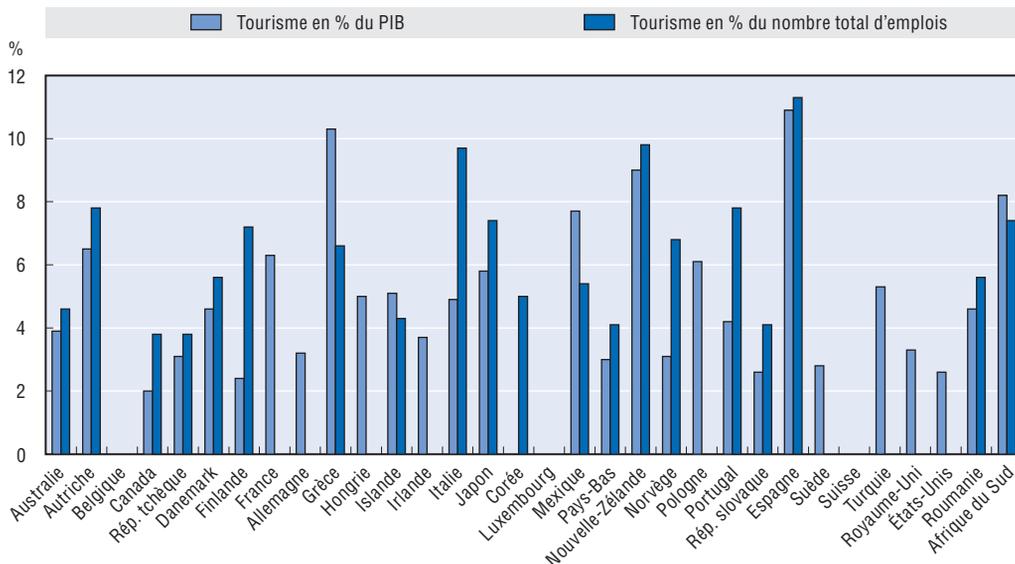


StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

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.

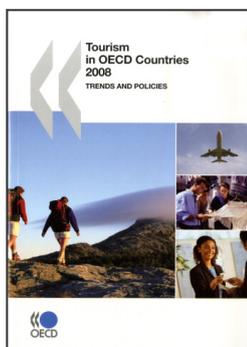
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire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

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-21-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 et toute carte 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.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.