

Nouvelle-Zélande

Place du tourisme dans l'économie

Le tourisme international revêt une très grande importance pour l'économie de la Nouvelle-Zélande, puisqu'il représente 18.7 % du total des recettes d'exportation du pays. D'ici à 2012, les recettes du tourisme international, qui s'élevaient à 8.1 milliards NZD à la fin de l'exercice terminé en mars 2005, devraient augmenter de 6.5 % par an et les arrivées internationales, de 4 % par an. La croissance du tourisme a des incidences sur les infrastructures matérielles, les intentions d'investissement et les exigences concernant les compétences de la main-d'œuvre. Le secteur doit pouvoir s'appuyer sur une main-d'œuvre suffisante possédant les qualités voulues, en particulier pendant les périodes de pointe.

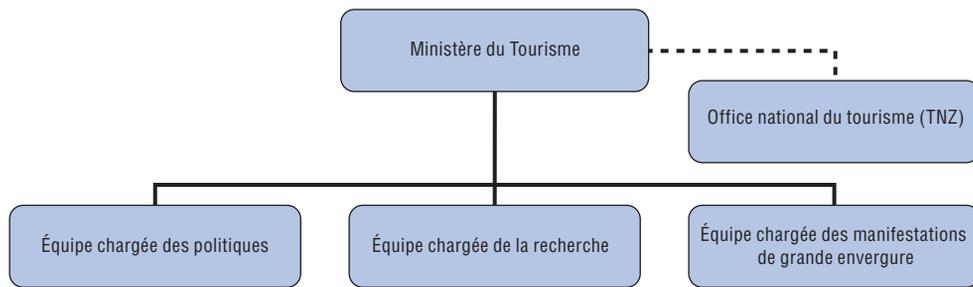
Les dépenses du tourisme interne pour l'exercice terminé en mars 2005 ont atteint 9.4 milliards NZD, et devraient augmenter de 2.7 % par an d'ici à 2012. Les effets directs et indirects du tourisme en Nouvelle-Zélande représentent 12.3 milliards NZD, soit quelque 9.0 % du PIB et cette activité occupe 9.8 % de la main-d'œuvre totale (tableau 3.80).

Entre 2002 et 2005, l'emploi dans le tourisme, qui a progressé de façon constante, s'est accru de 7.3 %. Le pays a accueilli 2.4 millions de touristes étrangers, dont environ 37 % provenaient d'Australie. Entre 2001 et 2005, les arrivées ont augmenté régulièrement et enregistré une hausse de quelque 24 %.

Organisation du tourisme

Le ministère du Tourisme, qui relève du ministère du Développement économique, met en œuvre la politique nationale du tourisme. Cette tâche consiste à prodiguer des conseils sur la politique centrale, et notamment à superviser l'Office national du tourisme, *Tourism New Zealand* (TNZ) ; à diffuser des études et des statistiques ; à fournir conseils et assistance dans le cadre des manifestations de grande envergure ; et, enfin, à veiller à l'administration des territoires et des biens faisant l'objet de concessions touristiques (graphique 3.24). L'Office national du tourisme est l'agence chargée de la commercialisation de la destination Nouvelle-Zélande et du développement des ressources du secteur touristique au plan national par le biais, par exemple, d'un dispositif national d'assurance qualité.

La Nouvelle-Zélande compte également 30 offices de tourisme régionaux contrôlés et exploités par les administrations locales et régionales et soutenus par le secteur du tourisme. Ils ont pour mission de commercialiser les destinations régionales de la Nouvelle-Zélande.

Graphique 3.24. **Organigramme des organismes de tourisme en Nouvelle-Zélande**

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

Budget du tourisme

Le budget 2005-06 de l'Administration nationale du tourisme s'élève à 6,8 millions NZD et celui de l'Office national du tourisme, à 69 millions NZD. Le financement du tourisme provient principalement des fonds consolidés, c'est-à-dire du budget général. Le ministère du Tourisme affecte chaque année un fonds spécial de 2,5 millions NZD au soutien des initiatives destinées à mettre en œuvre la Stratégie du tourisme à l'horizon 2010. Le ministère du Tourisme publie sur son site des informations concernant la mise en œuvre de cette stratégie, et notamment sur les initiatives qu'il finance.

Le ministère du Tourisme donne des conseils sur l'acquisition, par les pouvoirs publics, de services dispensés par l'Office national du tourisme et par l'Institut des arts maoris. Le ministre reçoit chaque année des comptes rendus financiers et des rapports sur les activités non financières de l'Office national du tourisme. Ces informations sont présentées dans la déclaration d'orientation, le protocole d'entente, l'accord relatif aux résultats et le rapport annuel. D'autres rapports sont réalisés au besoin sur une base trimestrielle.

Politiques et programmes liés au tourisme

Coopération avec le secteur du tourisme, les consommateurs et les autres parties prenantes

Le ministère du Tourisme travaille présentement en partenariat avec l'Association des professionnels du tourisme et l'Office national du tourisme à l'actualisation de la Stratégie du tourisme de la Nouvelle-Zélande à l'horizon 2010 (NZTS 2010 – voir encadré 3.13). La stratégie définit les perspectives et les orientations communes du tourisme considéré globalement du point de vue des parties prenantes des secteurs public et privé. Des consultations poussées ont été menées auprès des parties prenantes et la version préliminaire de la stratégie actualisée sera diffusée afin qu'elles puissent formuler leurs observations au cours du premier semestre de 2007.

Les entreprises de tourisme peuvent bénéficier de services d'aide au développement offerts dans le cadre des programmes de développement élaborés pour l'ensemble des entreprises par l'Agence néo-zélandaise de développement économique (*New Zealand Trade and Enterprise* (NZTE)). En outre, en 2005-06, les entreprises de tourisme maories ont bénéficié de services d'orientation fournis par le service de facilitation du tourisme maori, un partenariat composé d'organismes publics, à savoir le ministère du Développement des Maoris (*Te Puni Kokiri*) et le ministère du Tourisme, et de prestataires touristiques du secteur privé.

Encadré 3.13. **Stratégie du tourisme de la Nouvelle-Zélande à l'horizon 2010** (NZTS 2010)

La stratégie nationale de la Nouvelle-Zélande en matière de tourisme définit l'approche qu'adoptera le secteur du tourisme à l'égard de la croissance et du développement. L'option partenariat public-privé retenue au stade de l'élaboration de la stratégie a été renforcée et précisée dans le cadre du processus de mise en œuvre, et de nombreux exemples illustrent le rôle déterminant de ce type de partenariat (ainsi, l'Office national du tourisme a travaillé en étroite collaboration avec les offices de tourisme régionaux et les offices locaux d'informations touristiques pour améliorer les liens entre la commercialisation et la gestion des destinations.)

Encadré 3.14. **Principales évolutions de la politique du tourisme**

Les principales évolutions qui ont marqué la politique du tourisme se sont traduites par la formulation de conseils sur les politiques économiques, environnementales et sociales ayant des incidences sur le tourisme. Ces conseils ont porté notamment sur la mise en œuvre des programmes destinés à faire avancer l'exécution des recommandations formulées dans la Stratégie du tourisme à l'horizon 2010 et sur des objectifs publics plus larges liés au tourisme, par exemple les aspects touristiques des manifestations de grande envergure. Les activités de conseil englobent la diffusion et l'administration d'études et de données sur le tourisme pour faciliter la prise de décision des acteurs du tourisme. Elles portent enfin sur les intérêts de l'État en tant que propriétaire de l'Office national du tourisme et de l'Institut des arts maoris, et sur les terres et biens appartenant à l'État.

Le ministère du Tourisme actualise présentement son système de gestion du statut de destination autorisée par la Chine pour les voyages d'agrément de ses ressortissants afin d'assurer la qualité du tourisme et la situation de l'immigration. Les visiteurs sont protégés par un éventail de dispositions législatives relatives à la protection des consommateurs et bénéficient, pendant leur séjour en Nouvelle-Zélande, d'une assurance contre les accidents financée sur fonds publics.

Les principaux domaines d'intervention et les principaux programmes destinés à faire avancer les recommandations énoncées dans la Stratégie du tourisme à l'horizon 2010 sont :

- La compétitivité (productivité, innovation, qualité, etc.).
 - ❖ *Qualmark* (dispositif d'assurance-qualité mis en œuvre par l'Office national du tourisme).
- Le tourisme durable (aux niveaux environnemental, économique et social).
 - ❖ Projet de charte du tourisme durable (définition de pratiques commerciales durables).
 - ❖ Dispositif de planification du tourisme (pour répondre aux besoins des administrations locales en matière de planification).
 - ❖ Système de subventions en fonction de la demande touristique (versement de subventions destinées aux infrastructures des petites collectivités où les flux touristiques sont importants).

- Les ressources humaines (développement des compétences, pénurie de main-d'œuvre, obstacles présents sur le marché du travail, immigration et main-d'œuvre, etc.).
 - ❖ Stratégie élaborée en 2006 relativement à la main-d'œuvre et aux compétences dans le secteur du tourisme et de l'hébergement.
- La mise au point d'une culture de l'évaluation (évaluation comparative des résultats, des objectifs et des indicateurs).
 - ❖ Surveillance et évaluation de l'Office national du tourisme.
 - ❖ Affinement des indicateurs des résultats des activités de commercialisation.
- Le cadre législatif et réglementaire.
 - ❖ Amélioration de la réglementation applicable au statut de destination autorisée par la Chine (réglementation secondaire).
- Les activités internationales et intrarégionales.
 - ❖ Coopération économique Asie-Pacifique (APEC).
 - ❖ Comité permanent de l'Australie sur le tourisme (ASCOT).

Données et analyses du Compte satellite du tourisme

Le Compte satellite du tourisme de la Nouvelle-Zélande fait partie des données de base sur le tourisme. Il présente des informations économiques qui permettent de comprendre et de surveiller le niveau et l'incidence des activités touristiques en Nouvelle-Zélande. Il est exhaustif et compatible avec les principes directeurs de l'Organisation mondiale du tourisme, une institution spécialisée des Nations Unies.

Élaboration d'autres indicateurs (emploi, durabilité, résultats du secteur du tourisme)

Le ministère du Tourisme finance le Programme de recherche sur les résultats du tourisme, qui vise à mettre au point des indicateurs plus poussés pour mesurer les résultats du secteur et des entreprises de tourisme en termes financiers, économiques et de durabilité. Ce programme qui s'échelonne sur trois ans évalue les résultats obtenus selon les différentes catégories de voyageurs, examine l'investissement du secteur public dans les entreprises de tourisme et dresse une analyse comparative des résultats du tourisme.

Mesure des flux touristiques

Le ministère du Tourisme de Nouvelle-Zélande a mis en place un dispositif de mesure des flux touristiques. Il s'agit d'un système d'informations géographiques informatisé unique en son genre qui fournit une représentation visuelle des activités touristiques en Nouvelle-Zélande. Ce système utilise deux enquêtes contenant des données de base sur le tourisme, à savoir l'Enquête sur les visiteurs internationaux et l'Enquête sur le tourisme interne, ainsi que d'autres ensembles de données, afin de dresser un profil des flux touristiques présents et futurs en Nouvelle-Zélande. Les usagers sont à même de dégager des tendances de même que les contraintes susceptibles d'affecter la capacité.

Le système de mesure des flux touristiques a été conçu pour faciliter la prise de décisions d'investissement judicieuses et l'adoption de pratiques volontaristes en matière de politiques, de planification et d'affectation des ressources. Il s'adresse principalement aux planificateurs des administrations locales et du secteur touristique, aux offices de tourisme régionaux et aux entreprises de tourisme. Cet outil devrait faciliter une planification optimale en fonction des perspectives de croissance future du tourisme en Nouvelle-Zélande.

Profil statistique

Tableau 3.77. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et recettes**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
Visiteurs¹	Milliers	1 909	2 045	2 104	2 334	2 366
<i>Dont :</i>						
Australie	Milliers	632	634	703	857	876
Royaume-Uni	Milliers	212	237	265	284	307
États-Unis	Milliers	187	205	212	218	215
Japon	Milliers	149	174	151	165	155
Corée	Milliers	87	110	113	114	112
Recettes ¹	Millions NZD	6 763	7 093	7 660	7 811	8 067

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283573844524>

1. Nationaux résidant à l'étranger compris (année se terminant en mars).

Sources : Arrivées internationales ; Compte satellite du tourisme ; Office statistique de Nouvelle-Zélande, 2007.

Tableau 3.78. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
Départs	Milliers	1 287	1 293	1 374	1 730	1 868
Dépenses ¹	Millions NZD	2 741	2 987	..

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283616277037>

1. Année se terminant en juin.

Sources : Migration externe ; Enquête sur les voyageurs de retour au pays ; Office statistique de Nouvelle-Zélande, 2007.

Tableau 3.79. **L'emploi dans le secteur du tourisme**

	Unité	2002	2003	2004	2005
Nombre total d'emplois¹	Milliers	164	176	173	176
Emplois directs	Milliers	98	105	104	105
Emplois indirects	Milliers	66	71	69	71

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283625650116>

1. Équivalent temps plein ; exercice terminé en mars.

Sources : Compte satellite du tourisme ; Office statistique de Nouvelle-Zélande, 2007.

Tableau 3.80. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
Part du tourisme (%) dans le produit intérieur brut	Pourcentage	9.9	9.7	9.8	9.5	9.0
Part du tourisme (%) dans l'emploi	Pourcentage	..	10.0	10.4	10.0	9.8
Part du tourisme (%) dans les exportations	Pourcentage	16.4	16.2	18.1	19.3	18.7
Total des dépenses de tourisme	Millions NZD	15 255	16 095	17 054	17 351	17 483
Part du tourisme interne	Pourcentage	55.7	55.9	55.1	55.0	53.9
Nombre d'entreprises de tourisme	Milliers	..	281	295	324	334

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/283642452447>

Sources : Compte satellite du tourisme ; études sur la démographie des entreprises ; Office statistique de Nouvelle-Zélande, 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.

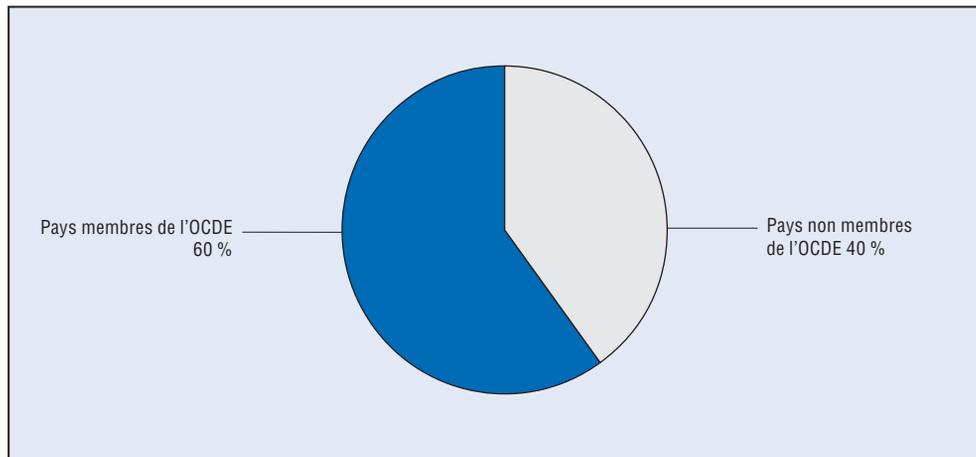
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation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

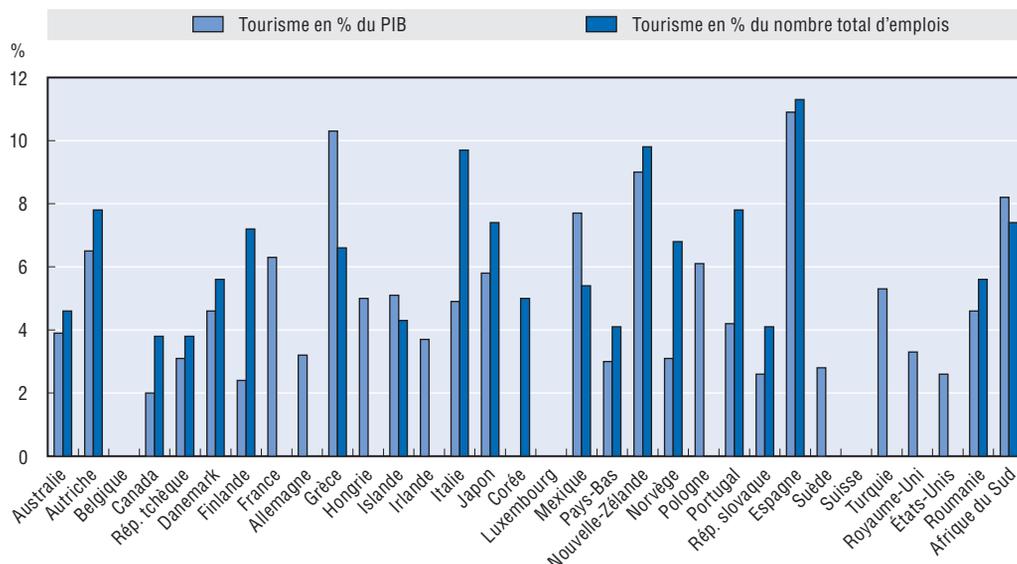


StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

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.

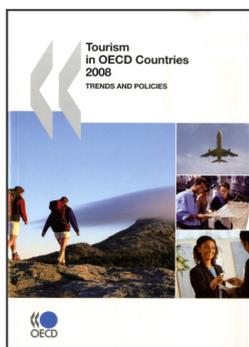
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire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

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-23-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.