

Norvège

Place du tourisme dans l'économie

Le tourisme a représenté 3.3 % du PIB et 6.3 % de l'emploi total en 2009, dernière année pour laquelle on dispose de données. Les effectifs du secteur ont enregistré un recul marginal en 2009.

En 2009 également, la consommation du tourisme interne a atteint 75 milliards NOK, et celle du tourisme récepteur 31 milliards NOK. Selon les chiffres préliminaires, les touristes auraient globalement dépensé 106 milliards NOK en 2010, dont 31 milliards NOK sont imputables aux touristes étrangers.

En 2009, le secteur comptait 13 999 entreprises, essentiellement des petites entreprises employant de 1 à 10 salariés, pour un chiffre d'affaires total de 89 milliards NOK.

Le nombre de nuitées recensées a progressé entre 2007 et 2010. En 2010, il s'est établi à 28.55 millions tous établissements confondus (hôtels, campings, cabines et auberges de jeunesse et familiales), en hausse de 2 % par rapport à 2009. Le nombre de nuitées internes a augmenté de 1 %, et celui des nuitées étrangères de 5 %. En 2010, les nuitées commerciales internes ont représenté 72 % de l'ensemble des nuitées commerciales. Le principal marché émetteur est l'Allemagne (20 % des nuitées commerciales étrangères en 2010), suivie de la Suède (12 %).

D'après les enquêtes sur les motivations des voyageurs, la plupart des touristes choisissent d'abord la Norvège pour sa nature préservée et ses normes environnementales élevées, puis pour sa culture et son mode de vie. D'autres facteurs importants sont le calme et la tranquillité, le rapport qualité-prix, la sécurité, le confort et l'hospitalité qu'offre le pays.

Organisation du tourisme

L'organisme national du tourisme de Norvège est une entreprise publique appelée *Innovation Norway* (graphique 4.24). Elle est chargée d'assurer la promotion internationale de la destination Norvège et de développer le secteur du tourisme à l'intérieur des frontières nationales. Son siège est à Oslo ; elle possède des bureaux régionaux dans les 19 provinces norvégiennes, et 33 bureaux à l'étranger, dont certains se situent dans les ambassades. Divers ministères coopèrent avec elle pour lancer différents projets relatifs au tourisme en Norvège. Ils assurent ainsi un financement public complémentaire du secteur.

Innovation Norway dirige de nombreux projets touristiques dans tout le pays, en coopération avec les bureaux régionaux, différents organismes nationaux, régionaux ou locaux, et les destinations touristiques.

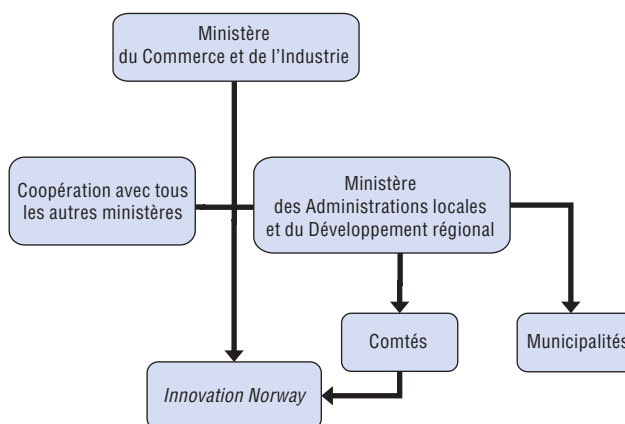
Au niveau local, la plupart des municipalités gèrent un bureau d'informations touristiques.

Organisation et relation entre l'autorité nationale chargée du tourisme et les provinces/régions

Au niveau national, la politique du tourisme est placée sous la responsabilité générale du ministère du Commerce et de l'Industrie. Les domaines d'action qui s'y rattachent relèvent toutefois des ministères compétents. Chaque année, une somme forfaitaire est proposée par le ministère et approuvée par le Parlement pour assurer la promotion de la destination Norvège et renforcer la compétitivité du secteur des voyages et du tourisme en Norvège.

Une fois que le Parlement a approuvé le budget de l'État, le ministère du Commerce et de l'Industrie indique à *Innovation Norway* les grands axes de la politique touristique pour l'année à venir. *Innovation Norway* prend les mesures nécessaires pour mettre en œuvre cette politique, et demande aux bureaux régionaux et aux bureaux à l'étranger d'assurer le suivi des priorités définies par le ministère.

Graphique 4.24. **Norvège : organigramme des organismes de tourisme**



Source : OCDE, d'après les données du ministère du Commerce et de l'Industrie, 2012.

Budget du tourisme

La principale source de financement des activités de promotion et de développement touristiques de la Norvège est le budget annuel de l'État. Toutefois, le financement public doit être assorti d'une contrepartie ou d'un cofinancement provenant du secteur des voyages et du tourisme pour ce qui concerne les activités relevant du marketing de la Norvège à l'étranger. En 2008, le financement au titre du budget de l'État était de 215 millions NOK, chiffre qui est passé à 235 millions NOK en 2009, et à 250 millions NOK en 2010.

Le tourisme n'est assujéti à aucun impôt direct en Norvège.

Politiques et programmes liés au tourisme

En décembre 2007, le ministère du Commerce et de l'Industrie a élaboré, dans le cadre d'une coopération étroite avec le secteur et les organismes touristiques, une stratégie nationale pour le secteur des voyages et du tourisme intitulée *Des expériences enrichissantes*. Celle-ci fait actuellement l'objet d'un réexamen ; le lancement d'une nouvelle stratégie nationale pour le tourisme est prévu au début de 2012, celle de 2007 restant en vigueur jusqu'à cette date.

Cette stratégie vise à enrichir l'expérience vécue par le touriste et poursuit trois principaux objectifs :

- **Croissance de la création de richesses dans le secteur du tourisme.** Les investissements dans le tourisme doivent obéir à l'objectif général de croissance du secteur, en particulier par le renforcement de la coopération et de la collaboration entre les acteurs concernés. La priorité donnée à l'innovation et à la formation appelle un renforcement des réseaux et de la collaboration à tous les niveaux. Les activités de marketing de la destination Norvège devront être coordonnées et exigent une collaboration de qualité entre les intervenants sectoriels et les pouvoirs publics.
- **Pérennisation des communautés rurales par le développement d'emplois à l'année dans le secteur du tourisme.** Le tourisme est important pour les zones rurales et permet de préserver un milieu attrayant. Cette activité connaît toutefois de fortes variations saisonnières, dont les effets se font plus particulièrement sentir en milieu rural. Un nombre plus important d'emplois à l'année contribue à stabiliser les populations et la main-d'œuvre dans les régions rurales de la Norvège, et améliore la qualité de vie.
- **Norvège – une destination durable.** Le tourisme durable suppose un développement de l'activité touristique soucieux de protection de l'environnement, mais aussi propice à la pérennisation des collectivités locales, à la stabilité et à la qualité de l'emploi, et à la durabilité économique des entreprises de tourisme. Le tourisme doit également s'attacher à minimiser les émissions de gaz à effet de serre et la production de déchets, ainsi qu'à préserver les paysages naturels et culturels. La définition établie par les pouvoirs publics de la notion de tourisme durable englobe également la responsabilité sociale.

Les domaines privilégiés sont l'innovation, le tourisme durable, la qualité, le savoir-faire, la mise en valeur de destinations, le marketing et l'organisation du secteur du tourisme.

Profil statistique

Tableau 4.138. **Norvège : tourisme interne avec nuitée(s)**

	Unité	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de séjours avec nuitée(s) ¹	Milliers	19 567	20 338	20 449	20 502	20 637	21 230

1. Établissements d'hébergement collectif.

Source : Office statistique de la Norvège.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726211>

Tableau 4.139. **Norvège : tourisme récepteur – arrivées internationales et recettes**

	Unité	2006	2007	2008	2009	2010
Total arrivées internationales ¹	Milliers	5 738	6 017	6 054	6 114	6 578
Visiteurs de la journée ¹	Milliers	1 298	1 308	1 326	1 338	1 400
Recettes voyages internationaux ²	Millions NOK	24 206	26 252	26 908	26 124	28 449

1. Chiffres révisés pour les années 2006 à 2009.

2. Chiffres préliminaires pour 2010.

Source : Institut d'économie des transports (TOI), Office statistique de la Norvège.


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726230>

Tableau 4.140. **Norvège : tourisme émetteur – départs internationaux et dépenses**

	Unité	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre de voyages touristiques	Millions	6.8	7.1	7.6	6.6	7.6
Dépenses voyages internationaux	Millions NOK	68 503	70 801	77 799	75 750	82 643 ¹

1. Chiffre préliminaire.

Source : Office statistique de la Norvège.


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726249>

Tableau 4.141. **Norvège : entreprises du tourisme**

	Unité	2006	2007	2008	2009	2010
Hôtels	Entreprises	2 688	2 784	2 778	2 819	2 786
Restaurants	Entreprises	7 359	7 906	7 715	7 749	7 781
Voyagistes	Entreprises	596	687	688	761	..
Agences de voyage	Entreprises	442	438	386	374	..
Autres ¹	Entreprises
Total	Entreprises

1. Les estimations correspondant aux entreprises classées dans les activités touristiques, selon les définitions du CST, en décembre.

Source : Office statistique de la Norvège.


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726268>

Tableau 4.142. **Norvège : emploi dans le tourisme**

	Unité	2006	2007	2008 ¹	2009 ¹	2010
Hôtels et restaurants	Milliers	56.3	60.2	61.6	60.5	..
Transport ferroviaire, tramways et transports suburbains	Milliers	6.3	6.5	6.3	6.4	..
Lignes d'autocars et taxis	Milliers	21.7	22.9	23.6	22.9	..
Transports maritime et côtier de voyageurs à l'étranger	Milliers	2.0	2.2	2.3	2.2	..
Transport intérieur par voie d'eau	Milliers	7.2	7.4	7.5	7.5	..
Transport aérien	Milliers	8.7	8.4	8.5	8.2	..
Agences de voyage	Milliers	4.4	4.8	4.9	4.9	..
Location de matériel de transport	Milliers	1.4	1.5	1.6	1.6	..
Activités cinématographiques, autres spectacles, agences de presse et activités culturelles	Milliers	22.5	22.6	23.1	23.3	..
Services de sports et de loisir	Milliers	1.4	1.5	1.5	1.5	..
Total emploi dans les activités touristiques	Milliers	132.0	137.8	140.9	139.0	..
Part des activités touristiques dans l'emploi total	%	6.4	6.4	6.3	6.3	..

1. Chiffres préliminaires.

Source : Office statistique de la Norvège, Compte satellite du tourisme.


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726287>

Tableau 4.143. **Norvège : place du tourisme dans l'économie nationale**

2009 ¹	Unité	Consommation du tourisme interne	Consommation du tourisme récepteur	Valeur ajoutée du tourisme
Services d'hébergement	Millions NOK	7 214	3 931	32 994 ²
Services de restauration	Millions NOK	9 959	5 255	
Services de transport de voyageurs	Millions NOK	25 387	6 600	26 226
Services d'agences de voyage, de voyagistes et de guides touristiques	Millions NOK	11 913 ³	193 ³	2 815
Services culturels	Millions NOK	2 012 ⁴	746 ²	15 819
Services récréatifs et autres services de loisirs	Millions NOK	1 084
Biens et autres services	Millions NOK	18 567	13 790	..
Total	Millions NOK	75 052	30 514	78 938

1. Chiffres préliminaires.

2. Y compris services d'hébergement et de restauration.

3. Y compris locations de voitures.

4. Y compris services culturels, services récréatifs et autres services de loisirs.

Source : Office statistique de la Norvège, Compte satellite du tourisme.



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726306>

Tableau 4.144. **Norvège : autres indicateurs économiques**

	Unité	2006	2007	2008 ¹	2009 ¹	2010
Part du tourisme interne dans la consommation finale	%	11.4	11.4	11.4	10.9	..
Part du tourisme dans le PIB	%	3.3	3.3	3.1	3.3	..

1. Chiffres préliminaires.

Source : Office statistique de la Norvège, Comptes nationaux et Compte satellite du tourisme.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888932726325>



Extrait de :
OECD Tourism Trends and Policies 2012

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/tour-2012-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2013), « Norvège », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/tour-2012-30-fr>

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>.