

République slovaque

Place du tourisme dans l'économie

En 2006, les recettes du tourisme international de la Slovaquie ont représenté 2.7 % du PIB, comparativement à 2.6 % en 2005. Elles ont atteint 1 207.7 millions EUR, soit une augmentation de 24.2 % par rapport à 2005. En 2006, les dépenses des touristes slovaques à l'étranger se sont élevées à 841.6 millions EUR, comparativement à 679.8 millions EUR en 2005.

En 2006, le nombre de touristes (tourisme interne et tourisme récepteur) s'est accru de 4.5 % par rapport à l'année précédente, pour s'établir à plus de 3.5 millions. Le nombre de touristes étrangers a grimpé à 1.61 million, soit une augmentation de 6.4 % par rapport à l'année précédente. Les principaux marchés de la Slovaquie sont la République tchèque et la Pologne, qui ont respectivement représenté 28 et 14 % des arrivées en 2006.

En 2006, la Slovaquie comptait 2 490 établissements d'hébergement (contre 2 446 en 2005), qui offraient au total 48 173 chambres et 124 300 lits. Le pays comptait au total 19 504 entrepreneurs touristiques, soit une diminution de 3.7 % par rapport à l'année précédente.

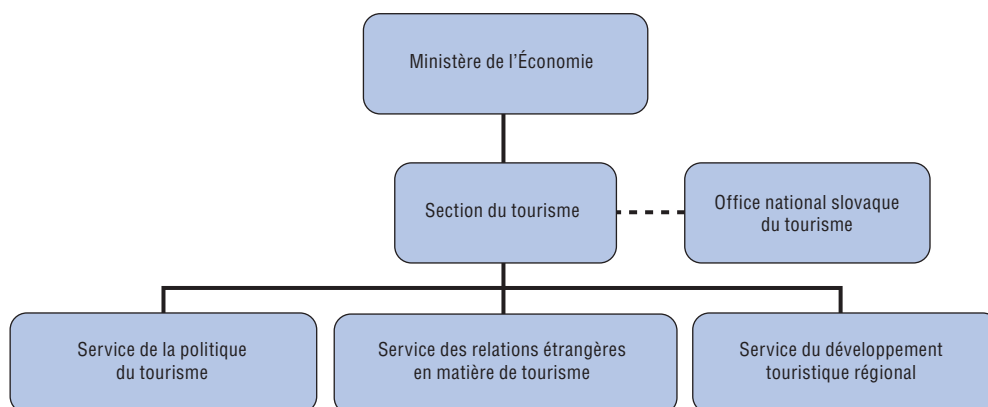
En 2006, le secteur du tourisme (établissements d'hébergement, restaurants et traiteurs) comptait 101 800 salariés (contre 90 300 en 2005), soit l'équivalent de 4.4 % de la main-d'œuvre active (4.1 % en 2005).

Organisation du tourisme

En Slovaquie, le tourisme relève du ministère de l'Économie (graphique 3.28). Le 1^{er} novembre 2006, l'ancien Département du tourisme de ce ministère est devenue la Section du tourisme. La Section comprend trois services : le Service de la politique du tourisme, le Service des relations étrangères en matière de tourisme et le Service du développement touristique régional.

La promotion de la Slovaquie en tant que destination touristique et les activités de commercialisation correspondantes relèvent de l'Office national slovaque du tourisme. Créé par le ministère de l'Économie en 1995, l'Office national slovaque du tourisme est un organisme à but non lucratif financé par l'État. Il est doté de deux bureaux en Slovaquie et de six à l'étranger (Allemagne, Pays-Bas, République tchèque, Autriche, Pologne et Fédération de Russie).

À la suite de la réforme du service public engagée en 2001, les responsabilités en matière de tourisme qui incombaient à la fonction publique locale (pour les districts et régions) ont été dévolues à huit organismes autonomes (administrations régionales) et municipalités. La réforme visait à renforcer les compétences locales au sein des régions et des localités visitées par les touristes et à faire jouer aux municipalités et aux villes un rôle

Graphique 3.28. **Organigramme des organismes de tourisme en République slovaque**

Source : OCDE, d'après les données du ministère de l'Économie, 2007.

crucial dans l'établissement des conditions préalables au développement touristique. La Section du tourisme organise régulièrement des réunions de travail avec les représentants des organismes autonomes de tourisme afin de coordonner le développement du tourisme dans des régions particulières.

Budget du tourisme

En 2005, le financement public du tourisme représentait au total 262.6 millions SKK ; en 2006, il a fait l'objet d'une augmentation considérable (soit 41.4 %) et a été porté à 371.4 millions SKK. Les pouvoirs publics ont également accès aux Fonds structurels de l'UE, lesquels s'établissaient à 488.1 millions SKK en 2005 et à 760.5 millions SKK en 2006.

Tableau 3.94. **Le financement du tourisme en 2005-06**

Unité	2005		2006	
	Budget de l'État	Fonds structurels de l'UE	Budget de l'État	Fonds structurels de l'UE
Budget ministériel	5 660		1 000	
Programme de soutien au développement du tourisme			15 616	
Office national slovaque du tourisme	103 812		85 616	
Soutien des entreprises de tourisme	75 510	146 428	80 763	94 223
Développement des infrastructures touristiques	45 079	244 047	134 605	504 769
Soutien à la promotion et aux informations touristiques	32 540	97 619	53 842	161 526
Total	262 601	488 094	371 442	760 518

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/284147034048>

Source : Ministère de l'Économie, 2007.

Ces dernières années, les autorités slovaques ont adopté plusieurs mesures pour appuyer les PME. Dans le secteur du tourisme, le Programme de soutien au développement touristique mis en œuvre par le ministère de l'Économie en coopération avec la Banque slovaque de garantie et de développement et financé par le budget de l'État visait à

stimuler les PME et à améliorer la qualité des services touristiques. Au cours de la période 2004-06, ce programme a appuyé 66 projets représentant au total 106 millions SKK.

La Slovaquie est membre de l'Union européenne dont elle peut utiliser les fonds structurels par le biais du programme opérationnel sectoriel Industries et Services pour la période 2004-06 afin de développer ses infrastructures touristiques, appuyer les activités des entreprises de tourisme et lancer des campagnes de commercialisation plus vastes. Ce programme a soutenu 23 projets dans le secteur public d'une valeur totale de 1 461 milliards SKK et 40 dans le secteur privé, représentant 1 300 milliards SKK. À la suite de l'adhésion à l'UE, les fonds structurels constituent la principale source de financement du développement du tourisme en Slovaquie. L'objectif poursuivi consiste à renforcer la compétitivité du secteur, à améliorer la qualité des produits et à surmonter les obstacles qualitatifs et quantitatifs présents dans les services touristiques.

Politiques et programmes liés au tourisme

Les pouvoirs publics ont approuvé en 2005 la Stratégie de développement touristique qui sera mise en œuvre jusqu'en 2013. La Stratégie dresse la liste des missions spécifiques à accomplir : création d'un système national d'informations touristiques ; relèvement du volume des fonds accordés par l'État pour les activités de promotion de la Slovaquie à l'étranger ; préparation d'une analyse des objectifs des touristes qui prennent leurs vacances en Slovaquie ; enfin, ciblage des activités de commercialisation touristique menées auprès des membres de l'UE. L'élaboration de cette stratégie est motivée par la nécessité de dessiner la vision d'avenir de la situation et de l'importance du tourisme dans l'économie dans le cadre du calendrier de la période de planification 2007-13 de l'UE.

Un plan d'action a été diffusé en 2006. La Stratégie de développement du tourisme a ensuite été réévaluée et revue par le ministère de l'Économie puis approuvée par les pouvoirs publics, en mai 2007.

Dans son plan d'action de 2006, le nouveau gouvernement s'est engagé à créer les conditions propres à favoriser le développement du tourisme et de l'hôtellerie, dans le but d'accroître la part du tourisme dans le PIB. Un compte satellite du tourisme sera établi afin de quantifier la valeur réelle du tourisme et de mesurer avec précision sa contribution à l'économie.

En 2005, l'Office national slovaque du tourisme a lancé une nouvelle campagne afin de promouvoir le tourisme en Slovaquie, de bâtir une marque solide et d'améliorer l'image de la Slovaquie en tant que destination attrayante. La campagne s'articule autour du slogan « Slovaquie : Petit Grand Pays », et a pour symbole un papillon. En 2005, l'Office national slovaque du tourisme a organisé une campagne destinée à appuyer le tourisme interne et à encourager les Slovaques à prendre leurs vacances dans leur pays. Un spot publicitaire a été réalisé pour la télévision et différentes manifestations sociales ont été organisées.

En mai 2007, l'Office du tourisme a inauguré un nouveau portail d'informations touristiques : www.slovakia.travel. Ce portail accessible en slovaque, en anglais et en allemand fournit des informations détaillées aux touristes potentiels ainsi qu'aux professionnels du secteur, par exemple des plans des villes slovaques, des informations sur les attractions touristiques, des forfaits de produits, des photographies de la Slovaquie et un calendrier des manifestations.

Encadré 3.17. **Synthèse des principales politiques et stratégies relatives au tourisme**

Stratégies du tourisme

- Renforcer la position du tourisme dans l'économie nationale.
- Faire de la Slovaquie une destination vacances plus attrayante.
- Accroître le volume de visites de touristes.
- Améliorer la structure des visiteurs en offrant des services de meilleure qualité.
- Appuyer la création de nouveaux emplois, principalement dans les régions ayant un bon potentiel touristique.

Politiques du tourisme

- Améliorer la compétitivité de la Slovaquie et son développement durable.
- Développer l'emploi et un marché du travail souple.
- Développement des régions et de l'entrepreneuriat.
- Présentation et promotion de la destination Slovaquie.

La législation nationale en matière de tourisme est harmonisée avec celle de l'UE et les principaux textes de loi en vigueur sont :

- la Loi sur les voyages organisés et les conditions d'exercice des bureaux et agences de voyages (Loi n° 281/2001 modifiée par la Loi n° 186/2006) ; et
- le décret du ministère de l'Économie de la Slovaquie réglementant la catégorisation et le classement des installations d'hébergement (décret n° 419/2001).

Principaux types de tourisme


Les principaux types de tourisme notés dans la Stratégie de développement touristique qui sera déployée jusqu'en 2013 pour lesquels la Slovaquie offre les meilleures conditions et qui devront être appuyés, développés et améliorés au plan qualitatif au cours des prochaines années sont :

- Le tourisme urbain et culturel.
- Le tourisme thermal et le tourisme santé.
- Le tourisme hivernal et les sports d'hiver.
- Le tourisme estival et les vacances au bord de l'eau.
- Le tourisme rural et l'agritourisme.

Profil statistique

Tableau 3.95. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et recettes**


	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Touristes (nuitées)	Milliers	1 399	1 387	1 401	1 515	1 612
<i>Dont :</i>						
République tchèque	Milliers	448	470	419	425	455
Pologne	Milliers	267	215	179	198	224
Allemagne	Milliers	189	176	188	194	190
Hongrie	Milliers	88	101	111	122	122
Autriche	Milliers	47	51	56	56	61
Recettes	Millions USD	724.0	863.0	901.3	1 209.8	1 513.4

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284204764722>

Sources : Institut national de statistique de Slovaquie ; Banque nationale de Slovaquie, 2007.

Tableau 3.96. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Départs ¹	Milliers	..	2 098	1 994	1 951	2 202
Dépenses	Millions USD	442.2	572.2	745.1	845.7	1 054.7


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284211064180>

1. Voyages d'affaires et visites à des amis et parents compris ; excursions à l'étranger non comprises.

Sources : Institut national de statistique de Slovaquie ; Banque nationale de Slovaquie, 2007.

Tableau 3.97. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Part des recettes touristiques (%) dans le produit intérieur brut	Pourcentage	3.1	3.0	2.6	2.2	2.6	2.7
Part du tourisme (%) dans l'emploi	Pourcentage	3.4	3.2	3.7	3.9	4.1	4.4
Part du tourisme (%) dans les exportations de services	Pourcentage	25.8	26.0	26.3	24.2	27.5	28.0
Entreprises de tourisme	Établissements	17 701	17 076	18 341	19 839	20 254	19 504
<i>dont :</i> Hôtels	Établissements	855	749	666	710	729	741
Tour opérateurs	Établissements	914	864	770	845	790	786
Agences de voyages	Établissements	392	373	317	374	420	425

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284225580475>

Sources : Institut national de statistique de Slovaquie ; Banque nationale de Slovaquie, 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.

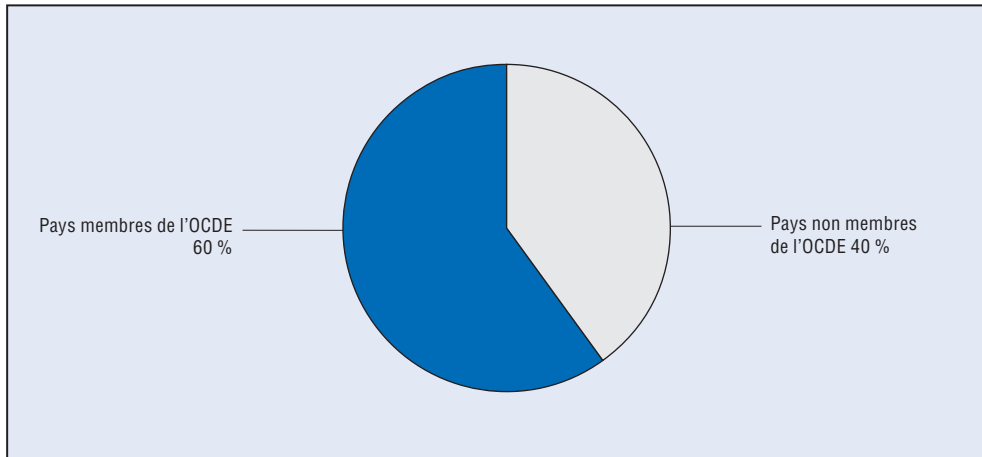
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation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

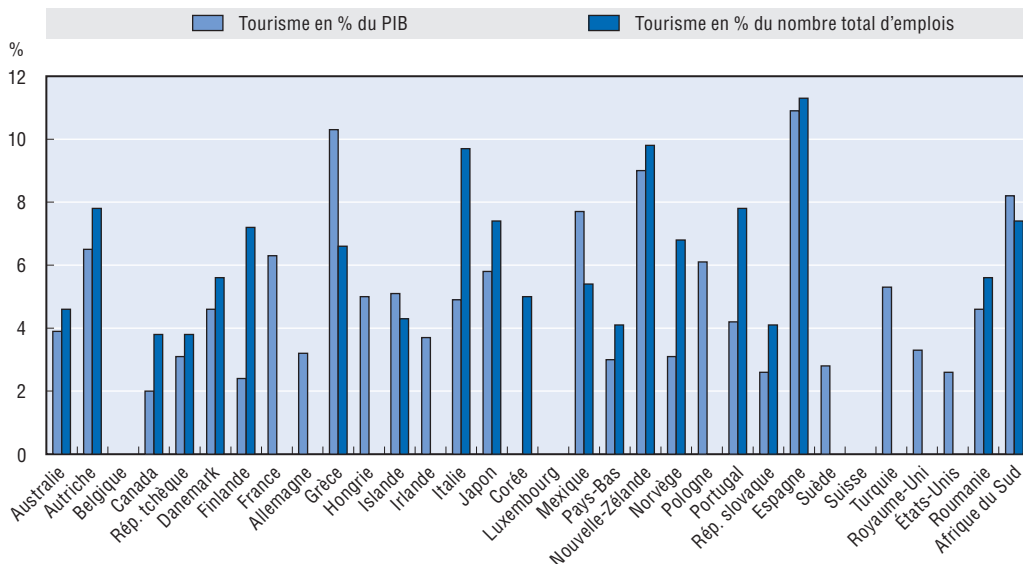



StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

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.

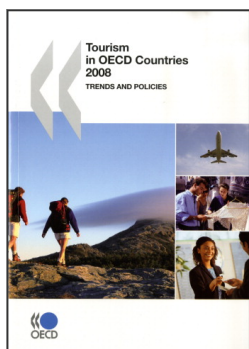
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire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

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-27-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.