

## République tchèque

### Place du tourisme dans l'économie

Selon la méthodologie du compte satellite du tourisme (CST), l'industrie touristique de la République tchèque a représenté 3.1 % du PIB en 2005 (tableau 3.101) et celle des hôtels et restaurants, environ 1.8 %. Cette même année, le secteur du tourisme (hôtels et restaurants) a représenté 3.8 % du nombre total d'emplois. Les rentrées de devises se sont élevées à 3.76 milliards EUR en 2005, soit 3.8 % du PIB et 5.9 % des exportations, mais du fait de la forte croissance de l'économie nationale et de la stagnation du tourisme, la part de ce secteur dans les entrées de devises est en diminution.

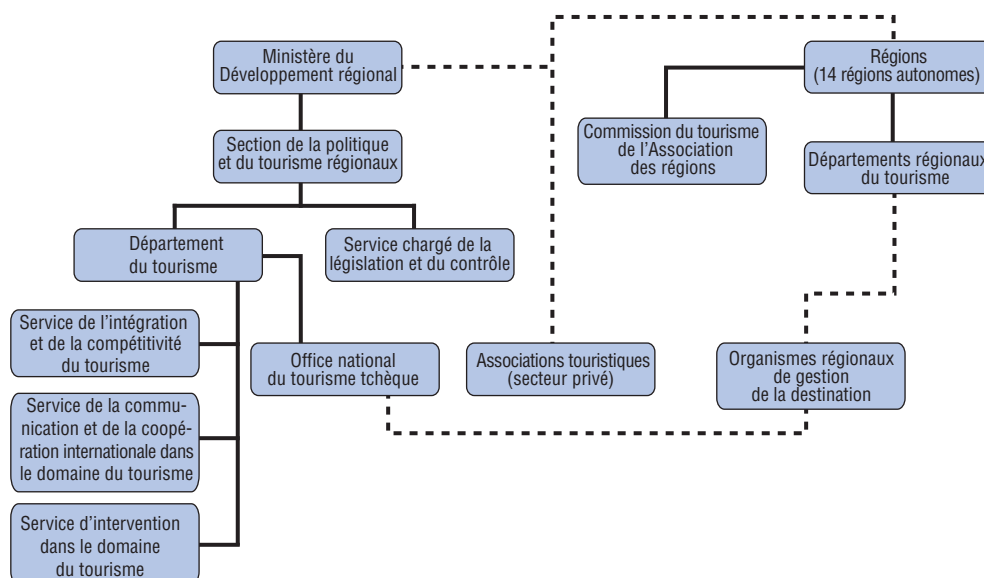
Le secteur du tourisme se caractérise par un niveau salarial nominal très inférieur à la moyenne nationale. Il comptait au total 50 233 entreprises en 2005.

Le nombre d'arrivées de visiteurs étrangers a atteint 23.4 millions en 2005 et représenté environ 39 % du nombre total de visiteurs. La valeur du tourisme a atteint 4.089 milliards EUR en 2005.

### Organisation du tourisme

Au niveau du gouvernement central, le Département du tourisme du ministère du Développement régional gère le développement du tourisme (graphique 3.29). Ce ministère

Graphique 3.29. **Organigramme des organismes de tourisme en République tchèque**



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

contribue : i) à la préparation de la législation pertinente ; ii) à la diffusion et à l'analyse de l'information statistique ; iii) au développement du tourisme au niveau régional et local ; iv) du développement des activités propres à améliorer la qualité des services touristiques ; et v) à la prise de mesures destinées à renforcer la coopération dans le domaine du tourisme.

L'Office national du tourisme tchèque (CzechTourism) est une organisation subventionnée par le ministère du Développement régional et chargée au premier chef de promouvoir durablement la République tchèque comme un pays ayant un potentiel touristique considérable. À cette fin, CzechTourism participe à des activités et expositions touristiques à l'étranger, compte 28 bureaux à l'étranger dans 27 pays, et gère la publicité du tourisme en République tchèque.

Le système administratif de la République tchèque comprenant 14 régions autonomes a été mis en place en 2000. Ce système de régions attendu de longue date a modifié sensiblement l'organisation du tourisme dans le pays, de telle sorte que les régions sont maintenant représentées individuellement par les administrations régionales, tandis que les collectivités et les municipalités représentent des intérêts locaux.

Le budget du ministère du Développement régional, de l'Office national du tourisme tchèque et des régions et la part du budget national que représentent les cofinancements assurés par les fonds structurels européens au titre du tourisme ont atteint au total un montant de 49.5 millions EUR en 2006, soit 46 % de plus que le chiffre de 2005, lui-même supérieur de 22 % à celui de 2004 (27.9 millions EUR). Le budget national du tourisme tchèque en 2006 s'est élevé à 9.69 millions EUR (soit une progression de 7.2 % par rapport à 2005), chiffre lui-même supérieur de 9.4 % à celui de 2004 (8.27 millions EUR).

Le tourisme est financé sur le budget du Département du tourisme du ministère du Développement régional dans le cadre des programmes suivants :

- **Programme national d'appui au tourisme :** l'appui fourni prend la forme de subventions systémiques à l'investissement financées sur le budget de l'État. Ces subventions ne peuvent excéder 50 % des dépenses autorisées pour un projet donné, le solde étant financé par les ressources propres du demandeur.
- **Programme conjoint d'opérations régionales :** l'appui fourni est financé par l'UE sous la forme de contributions du Fonds européen de développement régional (FEDER). Les fonds du FEDER peuvent couvrir jusqu'à 75 % des dépenses d'un projet, le solde étant couvert par l'État et les fonds propres du demandeur, dans des proportions qui varient en fonction du type de projet.

## Politiques et programmes liés au tourisme

Le principal document stratégique est le document décrivant la Politique nationale du tourisme approuvée par le gouvernement en 2002. Ce document définit une approche globale du développement du tourisme. Pour entrer dans l'UE en 2004, la République tchèque a dû mettre sa politique à jour au début de 2005. Les principales mesures prises sont résumées dans l'encadré 3.18.

Récemment, une nouvelle Politique nationale du tourisme a été établie pour la période 2007-13, qui correspond à la période de programmation de l'Union européenne. La République tchèque a pour but de mettre en œuvre toutes les recommandations de la Commission européenne dans le domaine du tourisme.

### Encadré 3.18. Principales mesures prévues par la Politique nationale du tourisme

- Mise en place et application du Compte satellite du tourisme (CST).
- Création et application d'un système pour recevoir l'assistance financière de l'Union dans le domaine du tourisme et en déterminer l'orientation à partir de 2006.
- Création d'un système d'information intégré pour le secteur du tourisme.
- Appui au développement de produits touristiques, axé essentiellement sur des secteurs comme le thermalisme, les congrès et le tourisme incitatif, le tourisme rural et écologique et le vélotourisme.
- Promotion plus efficace de la République tchèque comme destination touristique à l'étranger.
- Commercialisation plus efficace du tourisme en République tchèque.

Le ministère du Développement régional promeut une coopération étroite entre les acteurs du tourisme et une plus grande cohérence entre les politiques du tourisme. Parmi les principaux acteurs figurent les autorités régionales et locales, l'industrie, les associations (telles que la Fédération nationale des hôtels et restaurants, les associations de voyagistes et d'agences de voyages et l'Association des guides touristiques) et les destinations touristiques.

En tant que destination européenne importante par son patrimoine culturel, historique et naturel, le pays se concentre sur les types de tourisme suivants :


- Tourisme urbain et culturel, tourisme naturel, sportif et thermal
- Réunions, incitations, conventions et expositions (tourisme « RICE »).

En novembre 2006, le Bureau de statistique tchèque (CZSO) a publié les premiers résultats du compte satellite du tourisme national pour 2003/05. Le CZSO envisage actuellement de créer un CST régional. Il existe également une commission interministérielle chargée de coordonner le développement du tourisme, qui assure une liaison entre la politique du tourisme et les autres politiques et examine les moyens d'élaborer plus efficacement une politique nationale du tourisme.

## Profil statistique

Tableau 3.98. **Tourisme récepteur : arrivées internationales et consommation touristique**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Visiteurs<sup>1</sup></b>	Milliers	..	..	<b>19 004</b>	<b>22 517</b>	<b>23 387</b>
<b>Touristes (nuitées)</b>	Milliers	<b>5 405</b>	<b>4 743</b>	<b>5 076</b>	<b>6 061</b>	<b>6 336</b>
<i>dont :</i>						
Allemagne	Milliers	1 652	1 451	1 439	1 569	1 607
Royaume-Uni	Milliers	303	306	412	651	657
Italie	Milliers	317	250	281	391	405
États-Unis	Milliers	238	190	221	293	304
Pays-Bas	Milliers	242	190	239	274	296
Consommation touristique <sup>2</sup>	Milliards USD	..	..	3.56	4.58	5.08

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284233640186>


1. Les voyageurs en transit sont inclus dans le nombre de visiteurs.

2. Méthodologie du Compte satellite du tourisme (CST).

Sources : Bureau de statistique tchèque, Compte satellite du tourisme, 2007.

Tableau 3.99. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2003	2004	2005
Départs <sup>1</sup>	Milliers	36 074	36 650	36 190
Dépenses <sup>2</sup>	Milliards USD	2.21	2.44	2.71

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284263834281>


1. Données basées sur les statistiques frontalières.

2. Méthodologie du compte satellite du tourisme.

Sources : Bureau de statistique tchèque, Compte satellite du tourisme, 2007.

Tableau 3.100. **Emploi dans le tourisme**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Emploi dans les hôtels et restaurants</b>	Milliers	<b>159.4</b>	<b>171.7</b>	<b>170.7</b>	<b>174.8</b>	<b>181.7</b>
Hommes	Milliers	70.0	76.9	80.0 <sup>1</sup>	81.9	84.2
Femmes	Milliers	89.5	94.8	90.7 <sup>1</sup>	92.9	97.4


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284270557456>

1. Données estimatives.

Sources : Bureau de statistique tchèque, 2007.

Tableau 3.101. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2001	2002	2003	2004	2005
Tourisme en % du produit intérieur brut	Pourcentage	..	..	3.4	3.4	3.1
Tourisme en % de l'emploi	Pourcentage	3.4	3.6	3.6	3.7	3.8
Tourisme en % de la valeur ajoutée brute	Pourcentage	..	..	3.4	3.1	2.8

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/284347670144>

Sources : Bureau de statistique tchèque, Compte satellite 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.

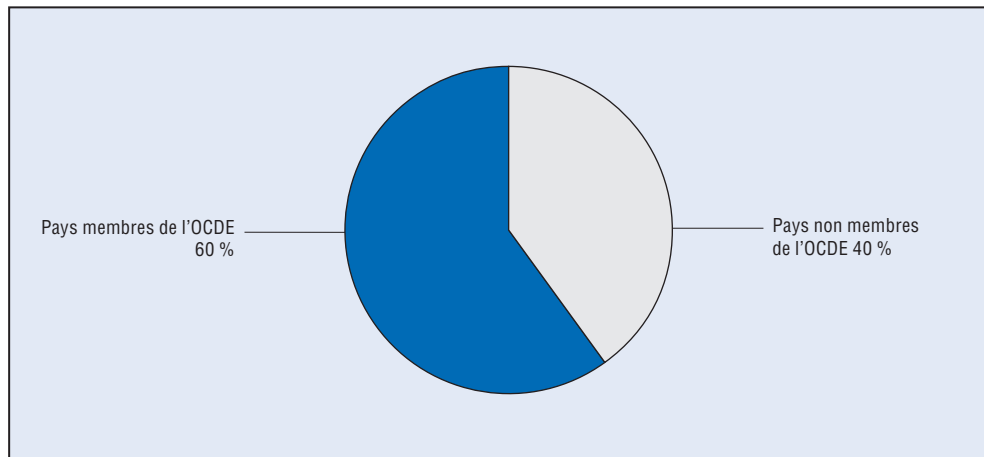
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation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

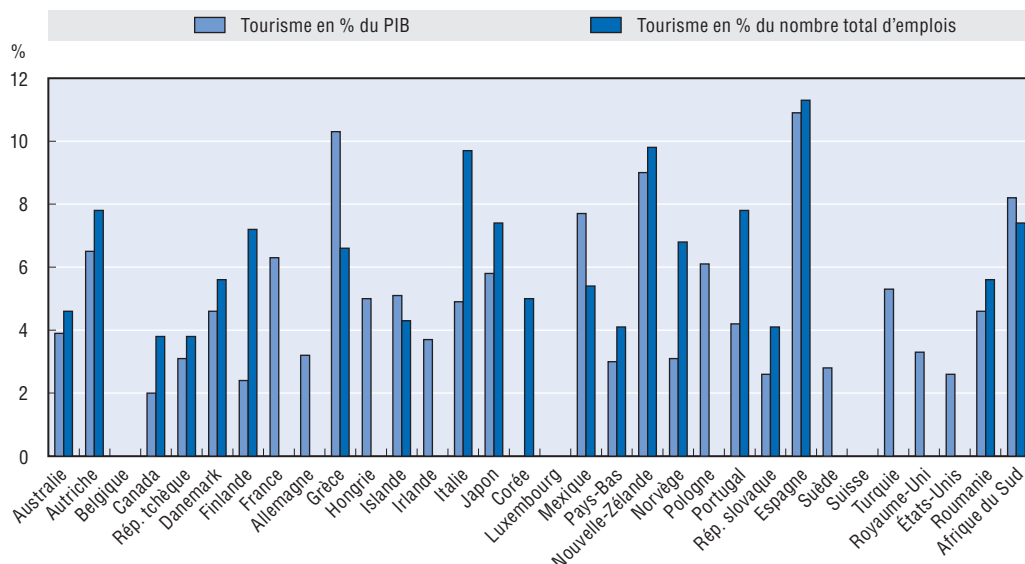


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/280843044188>

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.

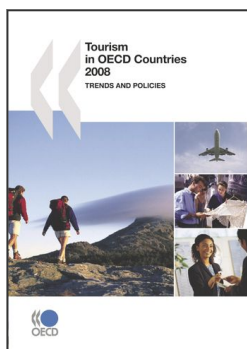
Les *données sur les dépenses de transport* dans d'autres pays figurent dans la rubrique « transport, services voyageurs, débits » de la balance des paiements de chaque pays et correspondent aux « dépenses de transport des visiteurs résidents (touristes et visiteurs de la journée) » en dehors du territoire économique du pays de référence.

#### Symboles et sigles utilisés

. . Non disponible

## Table des matières

Résumé .....	7
<b>Chapitre 1. Nouveau paradigme pour la politique du tourisme international</b> .....	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
<b>Chapitre 2. Mondialisation, PME et développement du tourisme</b> .....	33
<b>2.A. Renforcer le rôle des PME dans l'industrie mondiale du tourisme</b> .....	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
<b>2.B. Libéralisation du commerce des services et développement du tourisme</b> .....	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
<b>Chapitre 3. Profils par pays : évolution de la politique du tourisme et tendances</b> .....	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 tchèque », dans *Tourism in OECD Countries 2008 : Trends and Policies*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264039698-8-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>.