

Nouvelle-Zélande

Place du tourisme dans l'économie

La contribution directe du tourisme au PIB de la Nouvelle-Zélande a été de 8.3 milliards NZD, ou 4 %, durant l'exercice clos en mars 2014, et sa contribution indirecte s'est élevée à 6.5 milliards NZD supplémentaires, ou 3.1 % du PIB. Le tourisme est la source la plus importante de recettes d'exportation de services du pays. Il emploie directement 94 100 personnes en équivalent temps plein (4.7 % de la main-d'œuvre) et génère 1.8 milliard NZD de recettes fiscales au titre de la taxe sur les biens et services.

Durant l'exercice clos en mars 2014, les arrivées de visiteurs internationaux séjournant plus de 24 heures se sont montées à 2.8 millions, une progression de 5.4 % par rapport à 2013. À 12 %, l'augmentation des recettes liées aux voyages internationaux a dépassé celle des arrivées pour atteindre 10.2 milliards. L'Australie est le premier marché émetteur de visiteurs, avec 43.7 % des arrivées et 27.6 % des dépenses. La Chine s'impose désormais comme le deuxième plus grand marché de visiteurs de la Nouvelle-Zélande : leur nombre a augmenté de 15.7 % au cours de l'année 2014 pour atteindre plus de 264 000, et leurs dépenses ont dépassé 1 milliard NZD, soit une augmentation très significative – 50 % – par rapport à 2013.

Des prévisions récemment publiées par le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi indiquent que les arrivées de visiteurs internationaux en Nouvelle-Zélande vont probablement progresser de 4 % par an pour atteindre 3.8 millions en 2021. Les dépenses touristiques devraient fortement augmenter pour passer de 7.4 milliards NZD en 2014 à 11.1 milliards NZD au même horizon, ce qui représente une hausse de près de 48.5 %.

Gouvernance et financement du tourisme

L'unité chargée de la politique du tourisme au sein du ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi conseille les autorités sur les orientations à prendre en matière de tourisme. Sa mission consiste notamment à travailler sur des stratégies destinées à renforcer les capacités du secteur, à encourager le développement de produits et services touristiques innovants, et à émettre des avis sur les investissements des pouvoirs publics dans les infrastructures touristiques, et gérer ces derniers. L'unité travaille en étroite collaboration avec d'autres entités administratives couvrant des domaines qui ont une incidence sur le tourisme, notamment la main-d'œuvre, l'immigration, les sciences et l'innovation, et la politique internationale. Elle rend compte au ministre du Tourisme.

Le service Données, suivi et gouvernance du ministère recueille, analyse et publie des informations sur le tourisme. Il contrôle également *Tourism New Zealand* (l'Office national du tourisme) et évalue l'efficacité des actions prises par les pouvoirs publics qui ont des répercussions sur le tourisme (le *Tourism Growth Partnership*, par exemple).

Tourism New Zealand est chargé de commercialiser le pays en tant que destination internationale en s'appuyant sur la campagne « 100% Pure New Zealand ». Ses fonctions officielles sont de développer, mettre en œuvre et promouvoir des stratégies pour le tourisme, et de fournir aux pouvoirs publics et au secteur touristique des conseils en la matière. Il a deux organismes subsidiaires, *Qualmark Limited* et *Visitor Information Network Incorporated*, qui déploient des efforts importants pour améliorer la qualité des produits et le taux de satisfaction des touristes.

Le pays compte 30 offices de tourisme régionaux qui ont pour mission de promouvoir leurs destinations régionales. Ils sont financés et gérés par les administrations locales et régionales ou par les cotisations annuelles des membres du secteur du tourisme local. Les offices de tourisme régionaux assurent le lien avec les opérateurs touristiques, les organismes de tourisme nationaux et l'administration locale et centrale.

Le budget de l'État consacré au tourisme pour la période 2015/16 est de 139.8 millions NZD. Il comprend :

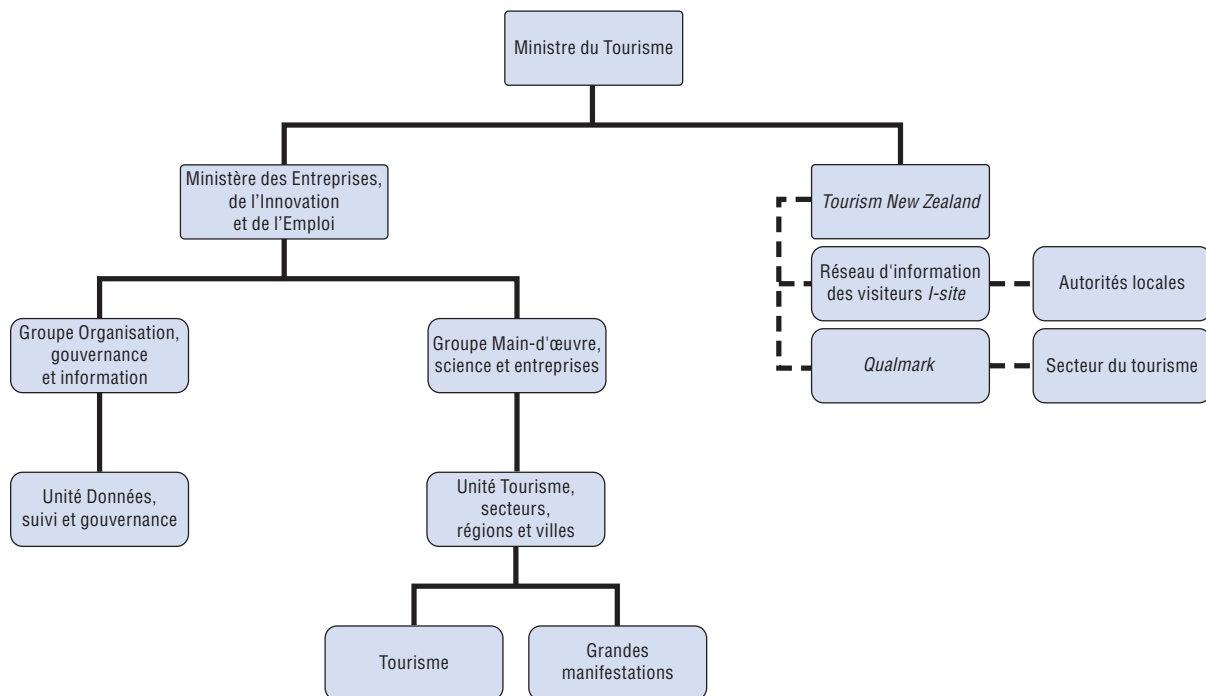
- une enveloppe de 115.85 millions NZD pour la commercialisation de la Nouvelle-Zélande en tant que destination touristique (gérée par *Tourism New Zealand*) ;
- une enveloppe de 10.403 millions NZD pour le *Tourism Growth Partnership* (administrée par le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi) ;
- une enveloppe de 6.12 millions NZD pour le *New Zealand Cycle Trail* ;
- une enveloppe de 3.202 millions NZD pour les données touristiques et l'analyse (gérées et fournies par le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi) ;
- une enveloppe de 2.542 millions NZD pour des conseils sur les orientations à prendre (fournis par le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi) ;
- une enveloppe de 1.601 million NZD pour permettre aux ministres du Tourisme de s'acquitter des fonctions de leur portefeuille ;
- une enveloppe de 0.082 million NZD pour les *Tourism Facilities Development Grants*.

Politiques et programmes liés au tourisme

La Nouvelle-Zélande est en bonne position pour profiter de la croissance future du tourisme, notamment en provenance de la région Asie-Pacifique. Toutefois, elle doit faire face à plusieurs problèmes et défis qui figurent parmi les priorités d'action des pouvoirs publics, à savoir en particulier :

- Relever la productivité du secteur touristique. Le secteur touristique a tendance à employer des personnes relativement peu qualifiées et à payer des salaires relativement bas – ce qui se traduit par une productivité du travail relativement faible. Les pouvoirs publics sont en train de mettre au point des stratégies pour combattre la saisonnalité, améliorer les compétences, encourager le recours à la technologie et soutenir la coopération dans tout le secteur.
- Accroître la rentabilité du secteur touristique. Pendant une grande partie des dix dernières années, les dépenses moyennes des visiteurs internationaux ont diminué en raison de l'évolution de la composition des arrivées de visiteurs. Des ressources complémentaires ont été allouées à *Tourism New Zealand* pour positionner la Nouvelle-Zélande en tant que destination à forte valeur ajoutée.

Nouvelle-Zélande : organigramme des organismes de tourisme



Source : OCDE, d'après le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi, 2016.

- Préserver la compétitivité de la Nouvelle-Zélande en tant que destination touristique. Il s'agit de différencier le produit « Nouvelle-Zélande » des destinations concurrentes, de délivrer des messages forts et motivants, et de traiter les problèmes de connectivité en créant un cadre réglementaire qui a favorisé la mise en place de nouveaux vols directs.
- Accélérer la réactivité du secteur à la demande actuelle et future, notamment celle provenant des marchés en pleine croissance que sont la Chine, l'Inde et l'Indonésie.
- Veiller à ce que les régions puissent tirer pleinement parti de leurs ressources, afin de lutter contre la tendance des visiteurs internationaux à se concentrer plus sur certaines régions que sur d'autres.

Le *Tourism Growth Partnership* (TGP) a été mis en place en 2013 pour stimuler l'innovation et accroître la productivité du secteur. Dans le cadre du TGP, les pouvoirs publics mettent à disposition 32 millions NZD sur quatre ans pour co-investir avec le secteur dans des projets commerciaux axés sur la demande. Les investissements du *Tourism Growth Partnership* visent principalement à soutenir : le développement du marché ; la croissance des marchés de visiteurs émergents et à forte valeur ajoutée ; l'amélioration des flux de visiteurs et de leur répartition régionale ; la reconstruction de Christchurch et de Canterbury, le redressement du nombre de visiteurs et l'attraction d'investissements dans la région ; une contribution améliorée des Maoris ; la mobilisation des caractéristiques culturelles uniques de la Nouvelle-Zélande ; et l'investissement dans des produits axés sur la demande.

Plusieurs initiatives et actions spécifiques illustrent la démarche pratique adoptée pour remédier aux problèmes du secteur touristique et relever les défis auxquels il fait face.

Le programme actuel d'amélioration de la collecte et de la diffusion de données touristiques précises et pertinentes a été développé plus avant.

Tourism Data Improvement Programme

Les pouvoirs publics néo-zélandais ont consacré 3 millions NZD par an à la collecte et à l'analyse de données sur le tourisme. En 2011, ils ont approuvé un programme de changement sur cinq ans destiné à améliorer la qualité et l'utilité des données qui aide le secteur du tourisme à relever et comprendre les tendances émergentes et à y faire face. Jusqu'à présent, le programme a consisté à remanier l'*International Visitor Survey* (qui estime les dépenses des visiteurs internationaux) et à mettre au point les tout premiers indicateurs et les toutes premières estimations au monde sur le tourisme régional (d'après les transactions électroniques, qui fournissent des informations sur l'évolution des dépenses des voyageurs internationaux et internes par région et par secteur). La priorité est maintenant à l'amélioration de la mesure des volumes et des dépenses du tourisme interne, des dépenses du tourisme régional et des dépenses des visiteurs internationaux voyageant sur des navires de croisière. La diffusion des données continue également d'être améliorée, à l'appui du programme stratégique *Tourism 2025* de la *Tourism Industry Association of New Zealand*, qui fait de la connaissance du marché un thème essentiel.

L'absence d'une main-d'œuvre et de compétences suffisantes et adaptées a conduit la *Tourism Industry Association of New Zealand* (TIANZ) à mettre au point une *People and Skills Strategy*. Elle se concentre sur deux domaines : les moyens (offre de main-d'œuvre) et les capacités (offre de compétences, de connaissances et de formation). ServiceIQ, l'organisme de formation professionnelle pour le secteur des services néo-zélandais, est également en train de mettre au point des feuilles de route pour les principaux centres d'accueil des visiteurs de la Nouvelle-Zélande afin de faire correspondre l'offre et la demande de compétences, mieux articuler différentes parties du secteur tertiaire, fournir des informations aux jeunes gens sur les lieux où ils sont susceptibles de trouver des débouchés et veiller à ce qu'il y ait les ressources nécessaires pour répondre aux futurs besoins. Les pouvoirs publics travaillent en étroite collaboration avec les différentes parties pour soutenir les initiatives du secteur et/ou éliminer les obstacles. Ils reconnaissent que les migrations temporaires continueront de jouer un rôle en comblant les très graves déficits de compétences et les pénuries de main-d'œuvre à court terme, et sont en train de modifier les formalités d'immigration pour les rendre plus efficaces.

En 2012/13, les pouvoirs publics ont lancé un examen du marché chinois en rapide croissance, afin de l'exploiter. Les actions qui en ont résulté sont notamment la signature d'accords de coopération, l'augmentation des ressources allouées à la commercialisation, le développement d'un outil en ligne permettant aux opérateurs de mieux se préparer à recevoir les visiteurs chinois et la simplification des processus de délivrance des visas.

L'augmentation des recettes du tourisme est l'une des principales priorités du *Major Events Development Fund* (MEDF) qui investit dans des grandes manifestations générant des bénéfices significatifs immédiats et à long terme. Parmi les manifestations en question, citons notamment l'escale à Auckland de la Volvo Ocean Race 2015, la Coupe du monde de cricket 2015 et la Coupe du monde U-20 de la FIFA.

La réalisation d'études sur la croissance régionale aide les régions à identifier leurs atouts et les possibilités qui s'offrent à elles, puis à déterminer quels investissements et actions sont nécessaires pour les concrétiser. Le tourisme est considéré comme une véritable aubaine qui mérite que l'on investisse davantage dans chacune des études entreprises à ce jour.

Les pouvoirs publics ont continué de soutenir la reprise du secteur touristique de Christchurch. En partenariat avec des organismes locaux, ils ont financé l'élaboration d'un *Visitor Sector Recovery Plan*, qui comprend des actions pour améliorer les liaisons aériennes, la construction d'hébergements et des campagnes de promotion.

Les activités extérieures constituent une partie importante de l'offre touristique de la Nouvelle-Zélande. Le pays est particulièrement réputé pour des activités novatrices telles que le saut à l'élastique, la marche sur glacier et le zorbing. Les *Health and Safety in Employment (Adventure Activities) Regulations 2011* imposent aux opérateurs de s'enregistrer auprès des pouvoirs publics, de mettre au point des plans de gestion de la sécurité et de se soumettre à des contrôles de sécurité. Pour les aider à respecter le délai de mise de novembre 2014, les pouvoirs publics ont mis en place toute une série de mesures comprenant : une campagne pour faire connaître les réglementations ; la mise au point de documents d'orientation, dont un modèle de plans de gestion de la sécurité ; et le recours à des conseillers spécialisés dans la sécurité pour travailler aux côtés des opérateurs et les aider à se préparer aux contrôles. Un autre exemple de soutien des pouvoirs publics aux activités extérieures est le *New Zealand Cycle Trail* (Nga Haerenga), qui a été créé en 2009 pour faire face à la récession économique en stimulant les économies régionales et en créant des emplois et de nouveaux flux touristiques. Depuis, le projet a reçu 54 millions NZD des pouvoirs publics, mais aussi 30 millions NZD des collectivités locales, pour créer 19 pistes cyclables tout-terrain, couvrant quelque 2 600 km (encadré 2.5).

La durabilité et la qualité de l'environnement sont cruciales pour l'avenir du tourisme en Nouvelle-Zélande. *Qualmark*, la norme de qualité détenue entre autres par *Tourism New Zealand*, inclut *Qualmark Environmental*, un système d'assurance officiel permettant d'évaluer le niveau de durabilité environnementale des entreprises touristiques, à l'aide de critères comprenant la conservation de l'eau, l'efficacité énergétique, la gestion des déchets, la préservation de l'environnement et le soutien communautaire.

Profil statistique

Tableau 1. Nouvelle-Zélande : tourisme interne, récepteur et émetteur

	2010	2011	2012	2013	2014
FLUX TOURISTIQUE, MILLIERS					
Tourisme interne					
Total des voyages du tourisme interne
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	15 872	17 681	16 599
Visiteurs de la journée (excursionnistes)
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement	47 422	51 263	49 753
Hôtels et établissements assimilés	37 649	38 069	38 500	39 261	41 518
Établissements spécialisés
Autres établissements collectifs
Hébergements privés
Tourisme récepteur					
Total des arrivées internationales	2 525	2 601	2 565	2 710	2 854
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	2 449	2 518	2 484	2 629	2 772
Visiteurs de la journée (excursionnistes)	76	83	81	82	82
Principaux marchés					
Australie	1 120	1 156	1 156	1 219	1 248
Chine	123	146	197	229	265
États-Unis	190	185	178	201	221
Royaume-Uni	234	230	190	192	194
Japon	88	69	72	75	81
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement
Hôtels et établissements assimilés	26 837	25 968	24 379	26 167	27 707
Établissements spécialisés
Autres établissements collectifs
Hébergements privés
Tourisme émetteur					
Total des départs internationaux	2 026	2 093	2 169	2 197	2 276
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)
Visiteurs de la journée (excursionnistes)
Principales destinations					
Australie	980	978	994	1 022	1 096
États-Unis	99	104	122	142	165
Fidji	97	101	105	112	130
Royaume-Uni	92	93	96	97	101
Chine	64	68	66	73	77
RECETTES ET DÉPENSES DE TOURISME, MILLIONS NZD					
Tourisme récepteur					
Total des recettes internationales
Recettes liées aux voyages internationaux	9 051	9 292	8 798	9 112	10 203
Recettes liées au transport international de passagers
Tourisme émetteur					
Total des dépenses internationales
Dépenses liées aux voyages internationaux	4 208	4 356	4 584	4 705	4 947
Dépenses liées au transport international de passagers

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353429>


Tableau 2. **Nouvelle-Zélande : entreprises et emploi dans le tourisme**

	Nombre d'établissements	Nombres de personnes employées				
		2010	2011	2012	2013	2014
Total	..	97 500	95 700	92 500	92 400	94 100
Industries touristiques	83 500
Service d'hébergement pour les visiteurs	3 186	..	14 500
Hôtels et établissements assimilés
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons	25 000
Transport de voyageurs	10 200
Transport aérien de voyageurs
Transport par chemin de fer de voyageurs
Transport routier de voyageurs
Transport par eau de voyageurs
Services liés au transport de voyageurs	4 700
Location d'équipement de transport
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation
Industrie des activités culturelles
Industrie des activités sportives et de loisirs
Commerce de détail de produits caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Autres industries caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré	29 100
Autres industries	11 900

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353430>Tableau 3. **Nouvelle-Zélande : consommation du tourisme interne**

Millions NZD

	Consommation du tourisme interne	2014	
		Consommation du tourisme récepteur	Consommation du tourisme intérieur
Total
Produits de consommation	12 384	9 613	21 997
Produits caractéristiques du tourisme	5 584	5 956	11 540
Service d'hébergement pour les visiteurs	1 084	1 089	2 173
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons	1 195	1 644	2 839
Transport de voyageurs	3 305	3 223	6 528
Transport aérien de voyageurs	2 213	2 009	4 222
Transport par chemin de fer de voyageurs
Transport routier de voyageurs
Transport par eau de voyageurs
Services liés au transport de voyageurs
Location d'équipement de transport
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation
Industrie des activités culturelles
Industrie des activités sportives et de loisirs
Biens caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Services caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Autres produits de consommation	6 800	3 656	10 456
Produits rattachés au tourisme
Produits de consommation non liés au tourisme
Produits autres que les produits de consommation

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353440>



Extrait de :
OECD Tourism Trends and Policies 2016

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/tour-2016-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2016), « Nouvelle-Zélande », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/tour-2016-30-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.