

OECD *Multilingual Summaries*

OECD Tourism Trends and Policies 2014

Summary in French



Accédez au texte intégral: 10.1787/tour-2014-en

Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2014

Résumé en français

Dans les pays de l'OCDE, le tourisme est une activité majeure qui représente directement 4.7 % du PIB, 6 % de l'emploi et 21 % des exportations de services.

En 2012, les arrivées de touristes internationaux ont dépassé le milliard d'unités, et devraient atteindre 1.8 milliard d'ici 2030. Avec quelque 57 % de ces arrivées, en croissance de 3.6 % en 2012, les pays de l'OCDE jouent un rôle essentiel dans le tourisme mondial. Cependant, le ralentissement de la progression du nombre d'arrivées de touristes internationaux qui a été constaté ces dernières années dans la zone OCDE lui a fait perdre des parts de marché.

Les grandes économies émergentes du tourisme connaissent une croissance rapide de leur activité touristique, qui est supérieure à la moyenne de l'OCDE et à la moyenne mondiale, et modifie la structure du marché mondial du tourisme. La Chine en particulier est un pilier de cette croissance, et devrait conserver ce rôle au cours des prochaines années du fait de l'essor prévu de son économie.

Le tourisme interne occupe une grande place dans l'économie du tourisme, puisqu'il représente environ 78 % de la consommation touristique des pays de l'OCDE. Pris ensemble, le tourisme interne et le tourisme international sont en mesure de soutenir l'emploi et de créer de la valeur au niveau des territoires. Pour prospérer dans l'économie mondiale du tourisme, les destinations touristiques avancées se doivent de privilégier des politiques du tourisme actives.

L'édition 2014 de "Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE" propose une analyse approfondie des tendances du tourisme et des évolutions de l'action publique dans ce domaine dans 48 pays membres et partenaires de l'OCDE. Nourri par les résultats d'une enquête menée en 2013 auprès de ces derniers, ce rapport met en lumière les principales réformes intervenues dans l'organisation et la gouvernance du tourisme. Il s'intéresse aussi aux questions prioritaires à l'échelle nationale et internationale que sont notamment la facilitation des voyages et les politiques de visas, ainsi que le lien entre fiscalité et tourisme.

Le rôle de l'État vis-à-vis de la politique du tourisme change : l'accent est davantage mis sur la compétitivité, l'optimisation de l'emploi des ressources et la croissance durable. Par ailleurs, la politique du tourisme gagne en complexité en raison de ses influences croisées avec une palette grandissante de politiques publiques.

Les gouvernements recherchent des solutions qui préservent leur compétitivité et maximisent les atouts notamment économiques de l'essor du tourisme. Ils s'efforcent de rendre les voyages aussi faciles et efficaces que possible ; le défi consiste à encourager les voyageurs licites tout en satisfaisant aux priorités nationales économiques, sécuritaires ou autres.

La crise financière et économique mondiale a mis davantage sous tension les budgets publics qui soutiennent le tourisme en matière de commercialisation, de développement des infrastructures et de protection de l'environnement. La fiscalité du tourisme apporte à la puissance publique des ressources qui

contribuent à l'investissement public ; mais des diminutions de la fiscalité peuvent aussi, en même temps, stimuler la croissance du tourisme.

Priorités des politiques du tourisme

- Les politiques et la planification du tourisme sont de plus en plus adaptées à chaque pays et visent un horizon plus lointain. Elles gagnent aussi en dynamisme pour s'adapter aux réductions budgétaires, aux mutations des marchés du tourisme et aux évolutions démographiques.
- Les pays réforment leur gouvernance du tourisme afin de mieux traiter les enjeux interministériels complexes. Compte tenu du potentiel que recèle le tourisme en matière de création d'emplois, de promotion du développement régional et de recettes à l'exportation, la tendance est aussi à l'intégration du tourisme dans les plans économiques nationaux.
- Les pays mettent en œuvre de nouveaux modèles de financement et de partenariats afin d'alléger les pressions subies par les budgets du tourisme et de susciter plus de coopération et de participation de la part des acteurs du secteur, en particulier pour les activités de commercialisation. Ils s'intéressent aussi de plus près aux activités des organismes nationaux du tourisme, rationalisent les fonctions et les programmes de mise en œuvre des mesures publiques, et portent leur attention sur les marchés d'origine ainsi que sur les nouvelles technologies et les médias sociaux.
- Parallèlement, on observe une nette prise de conscience de l'importance du tourisme interne, capable de constituer une source stable de recettes en des temps incertains et de favoriser l'inclusion grâce à la promotion du tourisme social – qui est accessible à tous. Maints pays prennent des mesures pour stimuler leur marché interne.

Facilitation des voyages, tourisme et croissance

- Les pays du G20 ont pris conscience du rôle moteur des voyages et du tourisme pour la création d'emplois, la croissance économique et le développement, et se sont engagés à œuvrer en faveur du développement d'initiatives de facilitation des voyages. En Europe, de nouvelles estimations indiquent que les régimes de visas ont fait perdre, en 2012, 6.6 millions de voyageurs ressortissants de six grands marchés cibles, soit 5.5 milliards EUR de contribution directe au PIB.
- Pour faciliter les voyages, les gouvernements nationaux ont choisi des approches variées : simplification du traitement des visas, modifications des obligations de visa, mise en place de nouvelles formes d'autorisation de voyage, ou encore amélioration des procédures de passage aux frontières – visa électronique, visa à l'arrivée, traitement automatisé, programmes de voyageurs de confiance.

Fiscalité et tourisme

- Ces dernières années ont connu une hausse générale des taxes, redevances et frais touristiques, y compris dans le domaine du transport aérien, de l'environnement et des incitations aux investissements et aux dépenses.
- La justification de la fiscalité spécifique des activités du tourisme change d'un pays à l'autre. Outre la contribution aux recettes fiscales générales et le soutien à l'investissement public dans le développement du tourisme, le but est en général de récupérer le coût du traitement des passagers et de la protection de l'environnement, d'inciter les voyageurs à dépenser, de stimuler la création d'emplois et de financer des activités promotionnelles.
- Afin de stimuler le tourisme et l'emploi dans la filière, de nombreux pays appliquent à l'hôtellerie-restauration, essentiellement, un taux réduit de la taxe sur la consommation, ou prévoient pour les touristes des dispositifs incitatifs de remboursement de la TVA.
- Le secteur s'inquiète de la quantité de taxes dont doivent s'acquitter les opérateurs touristiques, des hausses régulièrement supérieures à l'inflation et du manque de relation claire entre ces taxes et le coût des prestations de services, qui aboutit bien souvent à une manne fiscale supérieure à l'objectif affiché.
- L'OCDE continuera de travailler avec les pays à mieux comprendre en quoi la fiscalité du tourisme pèse sur la compétitivité internationale et sur l'attrait des destinations.

Principales recommandations

- Il faut veiller à une plus grande cohérence des politiques gouvernementales pour stimuler le tourisme et la croissance économique. Les mesures prises en matière d'innovation, de transports,

de fiscalité, de qualité de service et de visas influent sur le désir de voyage et la compétitivité des destinations.

- Compte tenu des pressions que subissent les finances publiques de nombreux pays, les pouvoirs publics devraient se préoccuper davantage d'évaluer les politiques du tourisme. Un suivi, une évaluation et une analyse plus détaillés des impôts et incitations déjà en place, par exemple, doteraient les autorités d'outils permettant d'appliquer des politiques factuelles propices à une croissance du secteur du tourisme durable et à long terme.
- Les gouvernements et la filière touristique doivent développer les compétences qui permettront de rester en phase avec les évolutions du marché. Les médias numériques et sociaux imposent une transformation profonde des approches commerciales, promotionnelles et de service, y compris grâce au ciblage fin du consommateur et à un effort de communication avec les touristes adeptes des outils numériques.
- En raison de l'importance du transport aérien pour le tourisme et des risques associés au changement climatique, il convient de mieux aligner les politiques des transports et du tourisme avec la politique menée en matière d'énergies renouvelables au niveau national et international.
- Il faut adopter des mesures capables de repérer les voyageurs licites à faible risque se déplaçant beaucoup, pour faciliter la liberté et l'efficacité de leurs déplacements, en consacrant les ressources aujourd'hui sous contrainte aux actions les plus utiles pour sécuriser les frontières et répondre aux besoins notamment économiques et sécuritaires.

© OCDE

La reproduction de ce résumé est autorisée à condition que la mention OCDE et le titre original de la publication soient mentionnés.

Les résumés multilingues sont des extraits traduits de publications de l'OCDE parues à l'origine en anglais et en français.

Ils sont disponibles gratuitement sur la librairie en ligne de l'OCDE www.oecd.org/bookshop

Pour plus d'informations, contactez le service des Droits et traductions de l'OCDE, Direction des Affaires publiques et de la communication à l'adresse rights@oecd.org ou par fax au: +33 (0)1 45 24 99 30.

Service des Droits et Traductions de l'OCDE

2 rue André-Pascal, 75116

Paris, France

Consultez notre site Internet www.oecd.org/rights



Retrouvez le texte complet sur OECD iLibrary!

© OECD (2014), *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing.

doi: 10.1787/tour-2014-en