Suède

Place du tourisme dans l'économie

En Suède, le tourisme apparaît de plus en plus comme un moteur important de création d'emplois et d'entreprises ainsi que d'intensification du développement régional. Les séries chronologiques du Compte satellite du tourisme de la Suède, qui couvrent maintenant douze années, ont clairement démontré l'impact considérable du tourisme sur l'économie. En 2006, le tourisme a représenté près de 3 % du PIB.

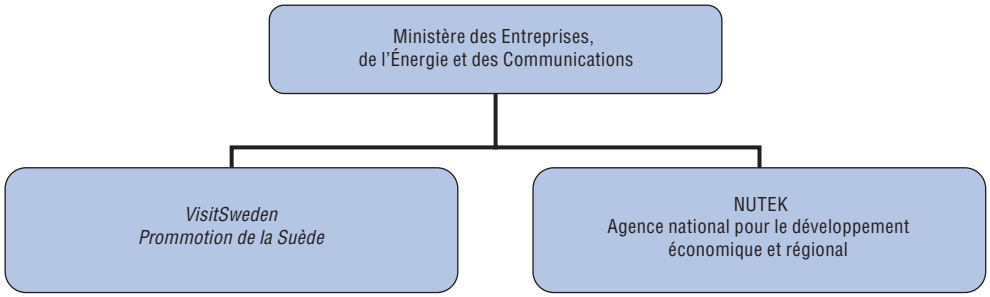
Pendant cette période, le nombre d'emplois dans le secteur du tourisme a augmenté de plus de 40 %, (pendant la même période, la croissance de l'emploi dans l'économie considérée dans son ensemble a été inférieure à 10 %.) Les dépenses des touristes étrangers (exportations) dépassent présentement les recettes au titre de l'exportation d'automobiles. En 2006 seulement, le tourisme a créé 16 500 nouveaux emplois.

Pendant la période 2002-06, le nombre de nuitées de touristes étrangers a grimpé de 12 % et les recettes de ces nuitées, de 46 %.

Organisation du tourisme

En Suède, deux organismes relevant du ministère des Entreprises, de l'Énergie et des Communications sont chargés du tourisme : *VisitSweden* et l'Agence nationale pour le développement économique et régional (NUTEK) (graphique 3.31). Depuis 2006, l'Autorité suédoise du tourisme est intégrée à l'Agence nationale pour le développement économique et régional, qui est l'organisme public chargé des questions de politique économique. L'Agence appuie les entreprises et l'entrepreneuriat dans le secteur des voyages et du tourisme en améliorant les compétences, la qualité et la coopération. Elle est également chargée d'élaborer des statistiques sur le tourisme et l'une de ses principales

Graphique 3.31. **Organigramme des organismes de tourisme en Suède**



Source : OCDE, d'après les données de l'Agence nationale pour le développement économique et régional (NUTEK), 2007.

LE TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCDE 2008 : TENDANCES ET POLITIQUES – ISBN 978-92-64-03968-1 – © OCDE 2008

responsabilités est de réunir et de diffuser des informations sur le développement du secteur des voyages et du tourisme en Suède.

VisitSweden, l'Office suédois du tourisme, est l'organisme national chargé de la promotion de la Suède en tant que destination des voyages d'affaires et d'agrément. *VisitSweden* (anciennement le Conseil suédois des voyages et du tourisme) appartient à parts égales à l'État suédois et au secteur suédois du tourisme. Il mène principalement des activités de commercialisation, d'information, de coordination et de diffusion auprès du secteur des voyages, des médias et des consommateurs.

Budget du tourisme

En 2007, le budget de *VisitSweden* et de l'Agence nationale pour le développement économique et régional s'établit à 111.1 millions SEK. Pendant la période 2002-05, les pouvoirs publics ont affecté des fonds spéciaux au titre du tourisme pour le financement de deux programmes : 40.5 millions SEK ont été consacrés à un programme d'innovation et 20 millions SEK à un programme de commercialisation des séjours en montagne. En 2007, un financement additionnel de 10 millions SEK a été consenti pour des activités de commercialisation internationale.

Politiques et programmes liés au tourisme

En 2001, un programme stratégique national pour le développement du secteur des voyages et du tourisme élaboré en collaboration avec les acteurs du tourisme a été soumis à l'approbation du ministère de l'Industrie, de l'Emploi et des Communications. En 2006, ce programme a fait l'objet d'une évaluation à la suite de laquelle, compte tenu de l'expérience des différentes parties prenantes, un nouveau projet de stratégie a été préparé et présenté aux pouvoirs publics, à la mi-mars 2007 ; une réponse devrait être diffusée sous peu.

Coopération avec le secteur du tourisme, les consommateurs et les autres parties prenantes

La coopération sous forme de partenariats public-privé et de réseaux est pratique courante dans le cadre du développement du tourisme et de l'exécution de différentes initiatives concernant les destinations et les activités à thème. Par exemple, *Nature's Best* est le premier label national de qualité pour l'écotourisme élaboré dans l'hémisphère Nord. Il a été inauguré en 2002, lors de l'Année internationale de l'écotourisme organisée sous l'égide de l'ONU.

Le label *Nature's Best* vise à permettre aux voyageurs de vivre une expérience inoubliable dans la nature. Il conjugue le souci d'une conservation responsable des ressources naturelles avec des modes de voyage plus favorables à l'environnement qui prennent en compte le patrimoine culturel, les collectivités locales et l'environnement. Le label *Nature's Best* a été conçu par des associations du secteur des voyages, des propriétaires de terrains, des associations de protection de la nature, des organisations sans but lucratif, les autorités publiques, des entreprises et des établissements de tourisme. Plus de 30 entreprises et 20 associations nationales ont pris part au processus d'établissement des critères d'attribution du label *Nature's Best*. La Société suédoise d'écotourisme est le principal organisme chargé de la gestion du label et du processus de certification.

Liens entre la politique du tourisme et d'autres politiques

- *Transports :* La préparation d'un outil de planification de voyages, *Hela Resan*, qui présente toutes les possibilités de voyages, permet au consommateur de rechercher l'itinéraire le mieux adapté pour une destination touristique donnée ou d'identifier une entreprise de tourisme dans le pays.
- *Éducation* : L'Agence nationale pour le développement économique et régional, dans le but d'élargir les connaissances et de rehausser la qualité de la formation touristique, a réalisé de nombreuses enquêtes sur l'éventail de formations accessibles dans le secteur du tourisme. Elle a également organisé des conférences sur la formation touristique en coopération avec le secteur et l'association des enseignants spécialisés en tourisme.
- *Commerce :* L'Agence nationale pour le développement économique et régional a organisé des conférences sur le commerce électronique.

Investissement direct étranger

L'Agence pour l'investissement en Suède (*Invest in Sweden*), l'association nationale des entreprises de tourisme *Swedish Travel*, la Fédération de l'industrie touristique et les parties prenantes au niveau régional travaillent en étroite collaboration pour encourager et accroître les investissements étrangers en Suède.

LE TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCDE 2008 : TENDANCES ET POLITIQUES – ISBN 978-92-64-03968-1 – © OCDE 2008

Profil statistique

Tableau 3.106. **Tourisme récepteur : nuitées des touristes internationaux et recettes**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Nuitées en établissements d'hébergement [1]	Milliers	**9 768**	**9 715**	**9 522**	**10 077**	**10 954**
Dont :						
Norvège	Milliers	2 541	2 466	2 306	2 464	2 708
Allemagne	Milliers	1 914	2 013	1 766	1 942	2 127
Danemark	Milliers	1000	1 024	960	974	1 042
Pays-Bas	Milliers	541	577	591	558	717
Royaume-Uni	Milliers	617	593	605	642	640
États-Unis	Milliers	392	365	383	421	412
Recettes	Millions SEK	51 592	50 188	53 619	63 236	75 413

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/284472216527

1. Nuitées en hôtel, en auberge de jeunesse et en camping.

Sources : Agence nationale pour le développement économique et régional ; Statistique Suède, 2007.

Tableau 3.107. **Tourisme émetteur : départs internationaux et dépenses**

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Départs	Milliers	12 888	12 649	13 967	12 597	12 591
Dépenses	Milliards SEK	70.9	66.6	74.7	80.5	84.9

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/284517780112

Sources : Agence nationale pour le développement économique et régional ; Statistique Suède ; Banque centrale de Suède (*Riksbank*), 2007.

Tableau 3.108. **L'emploi dans le secteur du tourisme**

	2002	2003	2004	2005[1]	2006[1]
Total	**125 766**	**125 458**	**122 956**	**135 058**	**151 619**
Hôtels et restaurants	51 392	50 425	50 150	56 684	65 970
Commerce	26 793	26 678	26 597	29 508	33 739
Transports	18 260	19 287	18 716	17 886	19 695
Agences de voyages	10 703	10 404	10 024	10 184	9 911
Culture et loisirs	9 338	10 030	9 706	11 313	12 793
Autres domaines	9 280	8 634	7 763	9 483	9 511

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/284532676410

1. Données préliminaires.

Sources : Agence nationale pour le développement économique et régional ; Statistique Suède, 2007.

Tableau 3.109. **Place du tourisme dans l'économie nationale**

	Unité	2002	2003	2004	2005[2]	2006[2]
Consommation totale du tourisme[1]	Millions SEK	171 804	170 989	176 100	194 415	215 502
Consommation totale du tourisme interne[1]	Millions SEK	120 206	120 801	122 482	131 179	140 089
Consommation du tourisme récepteur (exportations)[1]	Millions SEK	51 598	50 188	53 619	63 236	75 413
Valeur ajoutée[1]	Millions SEK	57 326	57 204	57 693	63 860	70 278
Part du tourisme dans le PIB	Pourcentage	2.86	2.76	2.66	2.84	2.94
Salariés	Milliers	126	125	123	135	152

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/284550608227

1. Prix courants.
2. Données préliminaires.

Sources : Agence nationale pour le développement économique et régional ; Statistique Suède, 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.

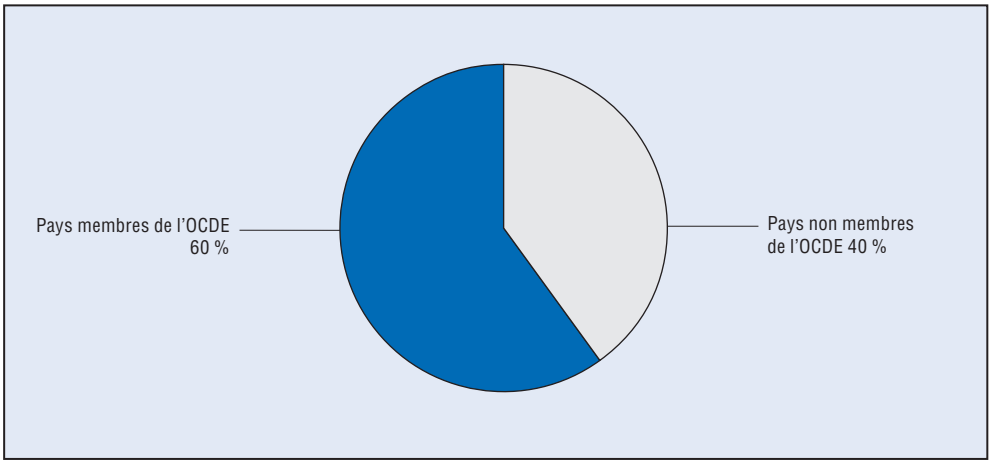
Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est toutefois enregistré pour presque tous les pays. Les données sur 2005, année la plus récente pour laquelle on dispose de données complètes, indiquent que le nombre total d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 802 millions (Organisation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

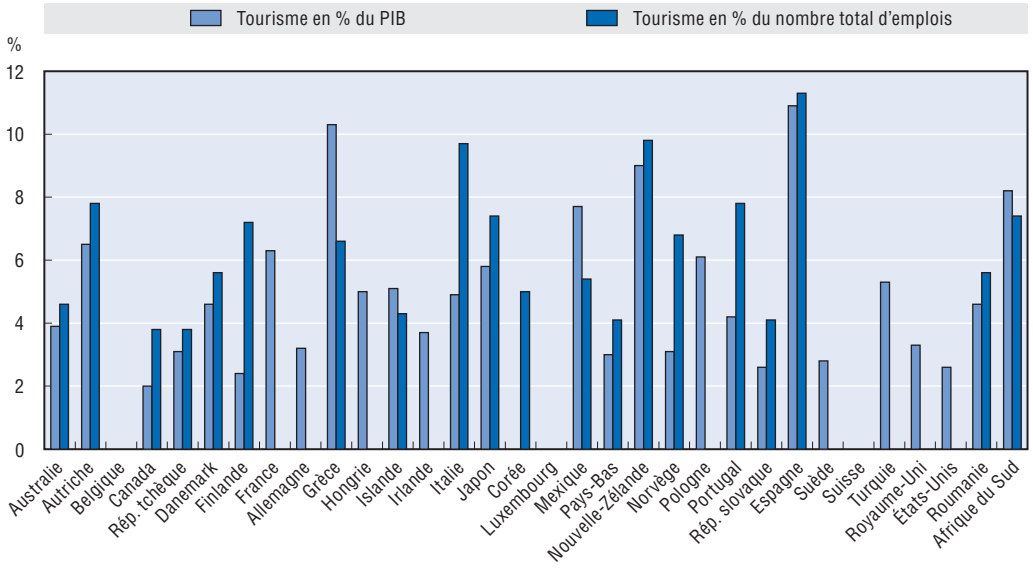


StatLink http://dx.doi.org/10.1787/280843044188

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

LE TOURISME DANS LES PAYS DE L'OCDE 2008 : TENDANCES ET POLITIQUES – ISBN 978-92-64-03968-1 – © OCDE 2008

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

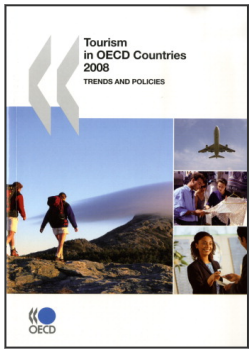
Chapitre 2. **Mondialisation, PME et développement du tourisme** 33

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), « Suède », dans *Tourism in OECD Countries 2008 : Trends and Policies*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/9789264039698-29-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.