

16°R

39201

Le Tourisme mondial



François VELLAS

ECONOMICA



NC

Le Tourisme mondial

16° R

39201

Le Journal
mondial

2113611

38

Le Tourisme mondial

64.2116293

François VELLAS

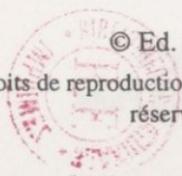
 **ECONOMICA**

49, rue Héricart, 75015 Paris

DL-07.02.1996 05399

© Ed. ECONOMICA, 1996

Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation et d'exécution réservés pour tous les pays.



La richesse touristique

Le tourisme international peut être aujourd'hui considéré comme une des premières activités économiques avec 12 % du PNB mondial et plus de 100 millions d'emplois directs. Depuis 1950 la croissance des arrivées et des recettes touristiques mondiales a été supérieure à celle de la croissance économique pour atteindre 528 millions de touristes internationaux en 1994 et 321 milliards de dollars de recettes touristiques mondiales.

Cependant cette "richesse" touristique est particulièrement concentrée vers un petit nombre de pays qui représentent un poids prépondérant dans les arrivées et les recettes touristiques mondiales. C'est ainsi que cinq pays (Etats-Unis, Italie, Espagne, France et Royaume-Uni) reçoivent plus de 42 % du total mondial des recettes touristiques internationales.

Ce nombre de touristes internationaux est d'autant plus important qu'il correspond à la définition de l'OMT selon laquelle est comptabilisée : "Toute personne qui se rend dans un pays autre que celui où elle a son lieu de résidence habituelle, mais autre que celui correspondant à son environnement habituel, *pour au moins une nuit et pas plus qu'une année*, et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le pays visité". De cette définition, sont par conséquent exclus les excursionnistes séjournant moins de 24 heures dans le pays visité et qui contribuent néanmoins souvent de façon significative à l'économie touristique de certaines régions frontalières et de nombreux petits pays insulaires qui reçoivent essentiellement des touristes de croisière.

Malgré une conjoncture économique médiocre dans la plupart des pays émetteurs de touristes internationaux, les flux touristiques ont continué de progresser avec + 3,0 %

d'arrivées en 1994. Les recettes sont aussi en progression sensible avec + 5,1 %.

Ces résultats exceptionnels démontrent à nouveau le caractère très dynamique du secteur touristique mondial qui continue son expansion alors qu'on enregistre dans de nombreux pays un ralentissement de la croissance économique et même une récession dans plusieurs pays notamment d'Europe. L'un des phénomènes les plus marquants de l'évolution actuelle du tourisme mondial est dû à une plus forte exigence du rapport qualité/prix qui contribue à renforcer la croissance des nouveaux pays touristiques d'Asie du Sud Est principalement Singapour, Hong-Kong, la Thaïlande et la Malaisie. C'est ainsi que la répartition de la richesse touristique mondiale se modifie rapidement au profit des Nouveaux Pays Touristiques d'Asie qui ont jusqu'à présent développé un tourisme de haut de gamme qui a permis d'enregistrer une croissance beaucoup plus rapide des recettes touristiques que des arrivées, ce qui est très différent des évolutions constatées dans les pays européens.

Parmi les autres évolutions récentes du marché touristique mondial, la multiplication des courts séjours contribue à renforcer la demande touristique intrarégionale, tandis que les voyages à longue distance maintiennent un rythme de croissance soutenue.

Cet ouvrage a pour but de présenter les données de base essentielles de l'économie du tourisme mondial et de ses perspectives d'évolution à l'horizon 2010. Il se compose de quatre parties :

- Le premier chapitre étudie les tendances actuelles du tourisme international dans le monde et analyse les prévisions d'évolution de l'Organisation Mondiale du Tourisme à l'horizon 2010.
- Le deuxième chapitre est consacré à la prise en compte de la répartition internationale des activités économiques du tourisme international avec l'analyse des courants touristiques par grande région avec l'Europe, l'Amérique, l'Afrique et l'Asie de l'Est et le Pacifique.
- Le troisième chapitre porte sur les relations entre développement touristique et évolution du transport aérien international avec notamment les enjeux des politiques touristiques des compagnies aériennes.
- Le quatrième chapitre analyse le rôle des grands opérateurs du tourisme mondial avec les chaînes hôtelières internationales et les principaux Tours Opérateurs mondiaux.

Le marché du tourisme international

Le tourisme mondial est caractérisé par de très fortes inégalités dans la répartition internationale des flux touristiques. Ainsi les pays en développement, bien qu'en progression, ne représentent que le tiers des arrivées de touristes internationaux dans le monde, soit d'après les statistiques de l'OMT, 32,5 % du total mondial en 1991 et 148,7 millions d'arrivées. En outre, selon les régions du monde, les différences demeurent considérables et ont tendance à s'accroître. Ainsi, entre 1975 et 1992, la part des pays d'Asie de l'Est et du Pacifique a plus que triplé passant de 3,9 % à 14 % du total des arrivées, alors que pendant la même période, la part des pays d'Asie du Sud stagnait avec seulement 0,70 % des arrivées de touristes internationaux dans le monde.

Ces évolutions sont amplifiées par la très forte concentration et régionalisation des flux touristiques. Ces deux caractéristiques expliquent la place des pays européens dans le tourisme mondial qui demeure prépondérante avec 60 % des arrivées de touristes internationaux dans le monde.

L'Europe bénéficie particulièrement des effets de la régionalisation du tourisme puisque près des trois quarts du tourisme international correspondent à des déplacements de résidents d'un pays dans un autre de la même région.

La demande touristique mondiale se caractérise donc par des évolutions qualitatives et quantitatives considérables qui influencent directement l'ensemble du marché touristique mondial.

1. Les faits marquants

Les arrivées de touristes internationaux dans le monde ont doublé en quinze ans. En 1975, l'Organisation Mondiale du Tourisme recensait 222 millions d'arrivées de touristes internationaux et 528 millions en 1994. Cependant pour la première fois le tourisme international a enregistré une crise significative en 1991, avec l'arrêt de la croissance et une relative stagnation avec un taux de progression des arrivées touristiques de seulement 1,6 %. Cependant, dès 1992, la progression des arrivées est redevenue significative avec + 8,5 % pour atteindre pour la première fois les 500 millions de touristes internationaux dans le monde.

TABLEAU 1
Le tourisme mondial : arrivées et recettes 1970-1994

| Années | Arrivées (millions) | % variation | Recettes (millions US\$) | % variation |
|--------|------------------------|----------------|--------------------------------|----------------|
| 1970 | 165 | — | 17 | — |
| 1980 | 284 | — | 103 | — |
| 1985 | 327 | 15,2 | 116 | 12,7 |
| 1986 | 340 | 3,4 | 140 | 21,1 |
| 1987 | 365 | 7,8 | 172 | 22,7 |
| 1988 | 400 | 9,6 | 199 | 15,7 |
| 1989 | 429 | 7,3 | 215 | 8,1 |
| 1990 | 455 | 6,2 | 261 | 21,1 |
| 1991 | 463 | 1,6 | 267 | 2,5 |
| 1992 | 502 | 8,6 | 303 | 13,7 |
| 1993 | 512 | 2,0 | 305 | 0,6 |
| 1994 | 528 | 3,0 | 321 | 5,1 |

Source : OMT. Organisation Mondiale du Tourisme, Tourisme Mondial, 1995.

Les recettes ne comprennent pas le transport international.

La ventilation des arrivées par mode de transport montre la remise en cause de la suprématie du transport routier qui n'est plus que de 44 % et la progression constante du transport aérien qui représente 43 % des arrivées en 1993. Le transport ferroviaire représente seulement 5 % des arrivées de touristes internationaux et demeure principalement concentré dans les pays européens.

Les recettes au titre du tourisme international (à l'exclusion des recettes au titre des transports internationaux) ont atteint en 1994, selon les estimations de l'OMT, 321 mil-

liards de \$. En 1980, les recettes touristiques mondiales étaient seulement de 103 milliards de dollars. La progression des recettes touristiques internationales est plus rapide et plus régulière que celle des arrivées de touristes. Ainsi pendant la crise de 1991, les recettes continuaient à progresser d'environ + 2,5 %, alors que les arrivées touristiques connaissaient une stagnation.

Les recettes touristiques mondiales voient leur part progresser par rapport aux recettes d'exportations. Entre 1985 et 1991, les recettes touristiques progressent de plus de 126 %, alors que les recettes d'exportations connaissent une augmentation de 80 %. Il en résulte que les recettes touristiques représentent une part plus importante des recettes d'exportation avec 7,7 % en 1991 et 8,3 % en 1993.

TABLEAU 2
Tourisme et commerce international
dans le monde 1987-1993

(En milliards US\$)

| Années | Exportation FOB | Recettes du tourisme international | % des recettes/ exportation |
|--------|--------------------|--|-----------------------------------|
| 1987 | 2 495 | 172 | 6,89 |
| 1988 | 2 825 | 199 | 7,04 |
| 1989 | 3 059 | 216 | 7,06 |
| 1990 | 3 439 | 261 | 7,59 |
| 1991 | 3 447 | 267 | 7,77 |
| 1992 | 3 675 | 304 | 8,27 |
| 1993 | 3 663 | 306 | 8,35 |

Source : Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

2. Les mouvements touristiques

Malgré une progression moins rapide que dans d'autres régions du monde, la suprématie de l'Europe demeure confirmée en 1994 pour les arrivées de touristes internationaux avec 60 % du total. Cependant, en termes de recettes les pays d'Europe ne représentent que 48 %. A l'inverse, l'Asie de l'Est et le Pacifique ainsi que l'Amérique bénéficient de recettes proportionnellement plus élevées qui s'expliquent par une proportion supérieure de touristes d'affaires et de touristes à haut pouvoir d'achat.

L'évolution des arrivées et des recettes du tourisme international par grandes régions du monde confirme la

– l'organisation de conférences de presse (cocktails de presse, divers débats) dans les principales villes de la région que l'on veut prospecter, avec invitation des professionnels ou représentants du tourisme social.

CONCLUSION

Le tourisme international se trouve actuellement à un tournant particulièrement important. Les grandes tendances qui ont régi le tourisme international depuis plus de quarante années sont désormais remises en question à grande échelle.

La croissance des marchés concerne à présent les flux les plus importants avec non seulement l'Europe et l'Amérique du Nord, mais aussi l'Asie Pacifique. Dès lors, l'environnement de l'économie du tourisme international est radicalement transformé avec un marché qui, du moins en apparence, impose les nouvelles règles d'action aux chaînes hôtelières et aux tours opérateurs. C'est ainsi que de nouvelles stratégies se mettent progressivement en place qui ont souvent pour effet de transformer les règles de la concurrence en favorisant les alliances et la création de grands groupes qui peuvent contrôler des segments entiers du marché.

Face à cette évolution, force est de constater que les pouvoirs publics ne disposent pas des moyens de conduire une politique d'ensemble du tourisme international qui pourrait à la fois garantir l'accès de tous aux loisirs et aux vacances, notamment en faveur des pays en développement, et de permettre un réel développement économique du secteur touristique dans son ensemble. Les gouvernements de nombreux pays n'ont pas suffisamment pris conscience du rôle stratégique que joue le tourisme international en tant qu'agent (ou obstacle) au développement économique national, régional ou local.

Dans ces conditions, la réussite ou l'échec des politiques de développement économique est souvent lié à la capacité des pouvoirs publics à assurer un bon fonctionne-

ment des services liés au tourisme qui sont un élément majeur pour le désenclavement et l'ouverture internationale.

Par conséquent, le marché du tourisme international doit permettre d'assurer une croissance qualitative et quantitative des services dans un climat de compétitivité mais aussi de rentabilité économique. Cette croissance touristique doit être également durable, c'est-à-dire respectueuse de l'environnement et même favorable à une revalorisation des éco-systèmes dans certaines parties des zones d'aménagement touristique.

Dans ces conditions, une coordination internationale des politiques du tourisme international apparaît de plus en plus souhaitable pour garantir un bon fonctionnement à long terme du marché et garantir la satisfaction de l'ensemble des besoins du développement économique des pays.

BIBLIOGRAPHIE

- Airline Business, *Economics indicators*, 1992.
- Cazes Georges, *Le Tourisme en France*, PUF, Que Sais-Je ?, Paris.
- Cazes Georges, *Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir ?*, Hatier, 1989.
- Frangialli Francesco, *La France dans le tourisme mondial*, Economica, Paris, 1991.
- Guibilato G., *Economie touristique*, Delta et Spes, 1983.
- Hollier R. et Subremon A., *Le tourisme dans la Communauté européenne*, PUF, Que-Sais-Je ?, 1990.
- ITA Press, Institut du Transport Aérien, Paris, 1990-1992.
- Lanquar Robert, *L'Economie du Tourisme*, PUF, Que Sais-Je ?, Paris.
- McDonnell Douglas, *Outlook for commercial aircraft 1991-2000*.
- Ministère du Tourisme, Direction des industries touristiques, Statistiques du tourisme, 1990.
- OACI, *Eléments indicatifs sur la réglementation des systèmes informatisés de réservation*, Montréal, 1988, et Code de conduite 1991.
- OMT, *Etude sur les systèmes informatisés de réservation (SIR)*, Madrid, 1992. *Tourisme à l'horizon 2000, Aspects qualitatifs influant sur sa croissance mondiale*, 1991. *Copendium des statistiques du tourisme*, 1989. *Le tourisme dans le monde, 1970-1990*.
- Pasqualini Jean-Pierre, Jacquot Bruno, *Tourisme, Organisation, Economie et Actions Touristiques*, Dunod, Paris, 1990.

- Pavaux J., *L'économie du transport aérien, La concurrence impraticable*, Economica, 1984. "Transports", in *Encyclopédie Economique*, X, Greffe, J. Mairesse, J.L. Reiffers, Economica, 1990.
- Pearce D., *Tourist Development*, Langman Scientific & Technical éd., New York, 1989
- PNUD, *La révolution touristique, avantages-inconvénients*, Nouveautés, Développement mondial, décembre 1989.
- Py P., *Le tourisme, un phénomène économique*, La Documentation française, 1986.
- Vellas François, *Economie et Politique du tourisme international*, Economica, 1985.
- Vellas François, *Tendances du Tourisme international*, Economica, 1987.
- Vellas François, *Le Tourisme*, Collection Cyclope, Paris 1992.
- Vellas François, *Le Transport Aérien*, Collection Cyclope, Economica, 1993.
- Wackerman, *Le Tourisme International*, A. Colin, Paris, 1988.

Les affirmations suivantes sont-elles vraies ou fausses ?

- 1) Le tourisme international a doublé en vingt ans. (Réponse page 8).
- 2) Les recettes touristiques en Europe sont proportionnellement supérieures aux arrivées touristiques. (Réponse page 26).
- 3) Le tourisme international dans les pays d'Europe de l'Est est plus important que dans les pays d'Europe du Nord. (Réponse page 28).
- 4) La France est le premier pays touristique du monde. (Réponse page 12).
- 5) Les pays d'Afrique par rapport au reste du monde ont des recettes touristiques proportionnellement plus importantes que les recettes d'exportations de la région Amérique. (Réponse pages 32 et 37).
- 6) Les pays de la Caraïbe ont un poids dans le tourisme international équivalant à celui de l'ensemble de l'Amérique du Sud. (Réponse page 32).
- 7) Les nouveaux pays industriels d'Asie sont également des nouveaux pays touristiques. (Réponse page 38).
- 8) Les produits touristiques ont une demande inélastique. (Réponse page 88).
- 9) Un forfait est un produit touristique. (Réponse page 86).
- 10) Pour calculer le prix d'un produit touristique il convient d'adopter des hypothèses de taux de remplissage. (Réponse page 105).
- 11) Les tours opérateurs allemands sont plus concentrés que les tours opérateurs britanniques. (Réponse page 94).

- 12) Les GDS ont été créés par les compagnies aériennes. (Réponse page 65).
- 13) L'Atlantique Nord est la ligne aérienne la plus importante. (Réponse page 53).
- 14) Qui est SABRE ? (Réponse page 66).
- 15) Les recettes touristiques représentent plus de 10 % des exportations mondiales. (Réponse page 9).
- 16) Le transport aérien international progresse moins rapidement que le tourisme international. (Réponse page 52).
- 17) Le transport aérien sera entièrement déréglementé dans l'UE à partir du 1^{er} Avril 1997. (Réponse page 57).
- 18) La politique d'Open Sky des Etats-Unis ne concerne que le trafic intérieur. (Réponse page 56).
- 19) La capacité hôtelière mondiale est principalement concentrée en Amérique du Nord. (Réponse page 76).
- 20) Holiday'Inn est la première chaîne hôtelière mondiale. (Réponse page 81).
- 21) AMADEUS est un système de réservation informatisé européen. (Réponse page 67).
- 22) La franchise hôtelière s'est développée en France principalement dans l'hôtellerie de chaînes deux étoiles. (Réponse page 81).
- 23) La chaîne Pullman appartient au Groupe ACCOR. (Réponse page 81).
- 24) Mac Donald est la première chaîne de restaurant aux Etats-Unis. (Réponse page 84).
- 25) Ulysse était-il un touriste ? (Réponse page 5).



TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCTION : La richesse touristique | 5 |
| CHAPITRE I : Le marché du tourisme international | 7 |
| 1. Les faits marquants | 8 |
| 2. Les mouvements touristiques..... | 9 |
| 3. Les nouvelles tendances et les prévisions..... | 13 |
| 3.1. Les prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme 2000-2010 pour le tourisme mondial..... | 14 |
| 3.2. Les prévisions d'évolution du tourisme par grandes régions..... | 16 |
| 3.3. Les perspectives d'évolution de la politique de développement touristique..... | 17 |
| CHAPITRE II : Les courants touristiques par région..... | 23 |
| 1. La demande touristique internationale en Europe ... | 23 |
| 1.1. Les arrivées de touristes internationaux | 24 |
| 1.2. Les recettes touristiques | 26 |
| 1.3. Les principales destinations..... | 26 |
| 2. La demande touristique internationale dans la région Amérique | 27 |
| 2.1. Les arrivées de touristes internationaux | 29 |
| 2.2. Les recettes touristiques | 31 |
| 2.3. Les principales destinations..... | 32 |
| 3. La demande touristique internationale en Afrique .. | 34 |
| 3.1. Les arrivées de touristes internationaux | 34 |
| 3.2. Les recettes touristiques | 36 |
| 3.3. Les principales destinations..... | 39 |
| 4. L'Asie et le Pacifique | 39 |
| 4.1. L'évolution des arrivées touristiques inter- nationales..... | 40 |

| | | |
|------|--|----|
| 4.2. | L'évolution des recettes touristiques..... | 41 |
| 4.3. | Les principales destinations..... | 43 |
| 5. | Le Moyen-Orient | 43 |
| 5.1. | Les arrivées de touristes internationaux | 45 |
| 5.2. | Les recettes touristiques | 46 |
| 5.3. | Les principales destinations..... | 46 |
| 6. | L'Asie du Sud..... | 47 |
| 6.1. | Les arrivées de touristes internationaux | 48 |
| 6.2. | Les recettes touristiques | 49 |
| 6.3. | Les principales destinations..... | 49 |

CHAPITRE III : Les transports aériens et les systèmes informatisés de distribution des produits touristiques

| | | |
|------|--|----|
| | | 51 |
| 1. | Les faits marquants | 51 |
| 1.1. | La concentration géographique des flux du transport aérien | 52 |
| 1.2. | La stabilisation du trafic non régulier..... | 52 |
| 1.3. | La progression de la région Asie-Pacifique | 54 |
| 2. | La Déréglementation du marché du transport aérien et l'évolution du trafic | 55 |
| 2.1. | La politique de Ciel Ouvert aux Etats-Unis | 56 |
| 2.2. | La libéralisation du transport aérien dans les pays de l'UE..... | 57 |
| 3. | Les Systèmes Globaux de Distribution (GDS) | 59 |
| 3.1. | Définition des GDS | 59 |
| 3.2. | Les Principaux GDS | 60 |
| 3.3. | Les principes de réglementation des GDS | 61 |

CHAPITRE IV : Chaînes hôtelières et tours opérateurs.....

| | | |
|------|--|----|
| | | 63 |
| 1. | L'hôtellerie dans le monde | 64 |
| 1.1. | L'évolution du nombre de chambres | 65 |
| 1.2. | L'offre hôtelière en Europe..... | 65 |
| 1.3. | L'offre hôtelière en Amérique | 66 |
| 1.4. | L'offre hôtelière en Afrique..... | 67 |
| 1.5. | L'offre hôtelière en Asie..... | 67 |
| 2. | Les chaînes hôtelières et de restauration..... | 69 |
| 2.1. | Les chaînes hôtelières volontaires..... | 69 |
| 2.2. | Les chaînes hôtelières intégrées | 70 |
| 2.3. | Les chaînes de restauration..... | 73 |
| 3. | Les Tours Opérateurs et les Produits Touristiques .. | 75 |
| 3.1. | Définition du voyage à forfait | 75 |
| 3.2. | Les principaux Tours Opérateurs | 79 |