

OCDE (2016), « Examen par l'OCDE des initiatives statistiques visant à mesurer le tourisme à l'échelon infranational », *Études de l'OCDE sur le tourisme*, 2016/01, Éditions OCDE, Paris.  
<http://dx.doi.org/10.1787/cf0cfa00-fr>



Études de l'OCDE sur le tourisme  
2016/01

## **Examen par l'OCDE des initiatives statistiques visant à mesurer le tourisme à l'échelon infranational**

OCDE

**ÉTUDE DE L'OCDE SUR LE TOURISME:**

**EXAMEN PAR L'OCDE DES INITIATIVES STATISTIQUES VISANT À MESURER LE  
TOURISME À L'ÉCHELON INFRANATIONAL**

Ce rapport est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les interprétations exprimées ne reflètent pas nécessairement les vues de l'OCDE ou des gouvernements de ses pays membres.

La publication de ce rapport a reçu l'approbation de Mme Lamia Kamal-Chaoui, Directrice du Centre pour l'entrepreneuriat, les PME, le développement local et le tourisme.

Ce rapport 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.

Ce rapport a été déclassifié sous la responsabilité du Comité du tourisme sous la référence CFE/TOU(2015)4/FINAL.

---

© OCDE 2016

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle et 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](mailto:rights@oecd.org).

---

## **À PROPOS DE L'OCDE**

L'OCDE est une organisation intergouvernementale pluridisciplinaire regroupant 35 pays membres qui fait participer à ses travaux un nombre croissant de pays non membres de toutes les régions du monde. La principale mission de l'OCDE aujourd'hui est d'aider les gouvernements à oeuvrer ensemble à la réalisation d'une économie mondiale plus forte, plus propre et plus juste. À travers son réseau de 250 groupes de travail et comités spécialisés, l'OCDE est un forum où les gouvernements peuvent comparer leurs expériences de l'action publique, rechercher des solutions à des problèmes communs, identifier les bonnes pratiques et coordonner les politiques nationales et internationales.

Les pays membres de l'OCDE sont : l'Allemagne, l'Australie, l'Autriche, la Belgique, le Canada, le Chili, la Corée, le Danemark, l'Espagne, l'Estonie, les États-Unis, la Finlande, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Irlande, l'Islande, Israël, l'Italie, le Japon, la Lettonie, le Luxembourg, le Mexique, la Norvège, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la République slovaque, la République tchèque, le Royaume-Uni, la Slovénie, la Suède, la Suisse et la Turquie. La Commission européenne participe aux travaux de l'OCDE.

## **À PROPOS DU COMITÉ DU TOURISME**

Ce rapport a été préparé par le centre pour l'entrepreneuriat, les PME, le développement local et le tourisme de l'OCDE dans le cadre du programme de travail du comité du tourisme. Créé en 1948, le Comité du tourisme est le forum de l'OCDE chargé de partager et d'observer les politiques et les changements structurels qui affectent le développement du tourisme national et international

Répondre aux grands défis auxquels est confronté le secteur du tourisme et réaliser tout le potentiel économique du tourisme sont deux axes qui nécessitent une approche intégrée et plurielle de l'élaboration des politiques du tourisme à de nombreux niveaux et dans bien des secteurs de gouvernement. Dans ce contexte, les pays membres de l'OCDE ne voient que des avantages à coopérer pour relever les enjeux économiques et les défis du développement durable et de l'emploi, et promouvoir la performance des politiques du tourisme, ainsi que l'évaluation, l'innovation et la libéralisation dans le secteur du tourisme. Il apparaît par ailleurs crucial de coopérer plus étroitement avec les grandes économies émergentes pour renforcer l'impact de ces travaux.

Le site web du comité du tourisme [www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/](http://www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/) fournit des informations détaillées quant aux activités de l'OCDE sur le tourisme.

## REMERCIEMENTS

Alain Dupeyras, responsable du tourisme, OCDE, a rédigé et coordonné ce rapport.

Ce rapport a bénéficié des contributions de 11 pays membres de l'OCDE : l'Australie, l'Autriche, le Canada, le Danemark, la Finlande, la France, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, l'Espagne, la Suisse et le Royaume-Uni.

Les instituts statistiques, les administrations nationales du tourisme, les organisations nationales du tourisme et les autres organisations régionales ont étroitement travaillé avec le secrétariat de l'OCDE (Alain Dupeyras et Laetitia Reille) pour identifier les initiatives statistiques visant à mesurer le tourisme à l'échelon infranational, et à présenter précisément les méthodologies, les bonnes pratiques et une illustration des principaux résultats.

Ce rapport a bénéficié d'importantes contributions, commentaires et orientations de décideurs et d'experts des pays membres de l'OCDE ainsi que des économies partenaires pour aider à évaluer avec précision les politiques actuelles et les bonnes pratiques.

## TABLE DES MATIÈRES

Vue d'ensemble .....	7
Australie – Mise au point de profils touristiques des zones administratives locales .....	11
Autriche – Visualisation des données relatives au tourisme régional grâce à des cartes interactives .....	17
Canada – Mesurer les retombées économiques du tourisme dans les régions .....	23
Danemark – Concevoir un compte satellite du tourisme régional .....	27
Finlande – Mesurer les effets positifs des loisirs et du tourisme dans les aires protégées .....	33
France – Mesurer l'emploi et la richesse dégagée touristiques au niveau local .....	39
Irlande – Utiliser les registres des entreprises dans l'analyse du secteur touristique en régions .....	45
Nouvelle-Zélande – Analyser les dépenses touristiques régionales au moyen des transactions électroniques par carte .....	53
Espagne – Mesurer la durabilité du tourisme au niveau régional .....	61
Suisse – Procéder à l'évaluation comparative de la compétitivité des destinations touristiques et des régions .....	67
Royaume-Uni – Optimiser la veille touristique au niveau régional .....	71
Références .....	77

### Tables

Tableau 1. Principaux indicateurs touristiques pour Coffs Harbour, Nouvelle-Galles-du-Sud, Australie .....	14
Tableau 2. Statistiques du tourisme pour Coffs Harbour, Nouvelle-Galles-du-Sud, Australie .....	14
Tableau 3. L'impact économique du tourisme dans l'Ontario, Canada, 2013 .....	24
Tableau 4. Consommation touristique par type d'hébergement, Danemark, 2014 .....	29
Tableau 5. Dépenses touristiques par produit et région, Danemark, 2014 .....	29
Tableau 6. Consommation touristique, effets induits et multiplicateurs, Danemark, 2014 .....	30
Tableau 7. Part de la consommation touristique dans l'offre totale par région, Danemark, 2014 .....	30
Tableau 8. Emplois générés par le tourisme, Danemark, 2014 .....	31
Tableau 9. Emplois totaux, Danemark, 2014 .....	31
Tableau 10. Part des emplois touristiques par région, Danemark, 2014 .....	31
Tableau 11. Nombre d'emplois liés au tourisme par région, France métropolitaine, 2011 .....	42
Tableau 12. Répartition de la richesse dégagée par le tourisme local, France, 2011 .....	42
Tableau 13. Les 15 destinations les plus prisées des Alpes, Suisse, 2014 .....	68

### Figures

Graphique 1. Indicateurs couverts par la visualisation des données du tourisme en Autriche .....	18
Graphique 2. Intensité touristique dans les municipalités autrichiennes pendant l'hiver 2014-15 .....	19
Graphique 3. Arrivées de touristes allemands dans les régions touristiques autrichiennes pendant l'hiver 2014-15 .....	20

Graphique 4. Emplois créés par le tourisme par secteur, Danemark, 2014 .....	30
Graphique 5. La valeur totale d'un parc national, Finlande .....	36
Graphique 6. Les zones littorales en Normandie : nettement les plus touristiques .....	41
Graphique 7. Entreprises – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011 .....	47
Graphique 8. Emploi – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011 .....	48
Graphique 9. Chiffre d'affaires – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011 .....	49
Graphique 10. Taux de survie des entreprises par région, Irlande, 2011 .....	50
Graphique 11. Indice des dépenses mensuelles - dépenses internationales totales, trois derniers mois, Nouvelle-Zélande .....	56
Graphique 12. Dépenses régionales des Chinois en Nouvelle Zélande, 2012 .....	57
Graphique 13. Dépenses touristiques par organisation régionale de tourisme en Nouvelle-Zélande .....	58
Graphique 14. Durabilité du tourisme en Andalousie – Domaine de la qualité .....	65
Graphique 15. Structure hôtelière dans certaines destinations alpines, 2000 et 2014 .....	68
Graphique 16. Indice permettant de mesurer l'attractivité et la diversité des offres estivales, 2014 .....	69
Graphique 17. Valeur ajoutée brute des filières touristiques au Royaume-Uni, 2013 .....	72
Graphique 18. Dépenses touristiques estimées au Royaume-Uni, 2013 .....	73
Graphique 19. Coefficients touristiques des sous-régions d'Angleterre et du Pays de Galles, 2013 .....	73
Graphique 20. Valeur ajoutée brute directe du tourisme au Royaume-Uni, 2013 .....	74

## Vue d'ensemble

Les régions et les villes jouent un rôle grandissant dans le développement du tourisme et la conception des politiques. Le tourisme produit, à l'échelle de l'économie tout entière, des effets importants et très variables d'un territoire à l'autre (selon que l'on se situe en zone urbaine, rurale, côtière ou montagneuse, par exemple), que ce soit sur le plan du nombre de visiteurs, du type de tourisme, de la saisonnalité, des recettes, de la valeur ajoutée par visiteur ou de la création d'emplois.

L'un des principaux défis consiste, pour les pays, à mettre en place à l'échelon infranational un système d'information et de statistiques sur le tourisme permettant d'obtenir en temps voulu des données robustes, suffisamment détaillées et permettant des comparaisons d'une région à l'autre et par rapport aux chiffres nationaux. De nombreux efforts ont été déployés, ces vingt dernières années, pour mieux mesurer du point de vue économique le tourisme à l'échelon national (avec, par exemple, le compte satellite du tourisme), mais les efforts ont été moindres à l'échelon infranational.

L'échelon infranational peut correspondre à une région, une ville ou un autre type de « destination touristique ». Le niveau de la destination touristique est très important : la destination est la zone géographique choisie par le visiteur en raison de son offre sur le plan des attractions, des hébergements, de la restauration et des loisirs/activités. Pourtant, la destination touristique est souvent difficile à prendre en compte du point de vue statistique, car elle ne correspond pas nécessairement aux échelons administratifs pour lesquels les indications sont généralement disponibles.

Le présent examen vise principalement à sensibiliser aux diverses incidences du tourisme à l'échelon régional et local et à permettre à ces incidences d'être mieux comprises et mesurées grâce à une mutualisation des initiatives réussies et novatrices menées par les pays en matière de statistiques locales du tourisme. Cet examen contribuera à la mise au point de données et d'analyses fiables à l'échelon régional et local, au service des entreprises et des décideurs publics.

L'examen présente des initiatives statistiques prises en Australie, en Autriche, au Canada, au Danemark, en Espagne, en Finlande, en France, en Irlande, en Nouvelle-Zélande, au Royaume-Uni et en Suisse. La plupart de ces initiatives sont pilotées par les offices statistiques nationaux et/ou les offices nationaux du tourisme. Quelques-unes résultent d'un partenariat entre le secteur public et le secteur privé. Ces initiatives portent sur un large éventail de problématiques telles que l'impact économique total du tourisme ; l'impact économique direct du tourisme ; les emplois liés au tourisme ; la démographie des entreprises ; les dépenses et recettes liées au tourisme et les visiteurs permettant une forte rentabilité ; la visualisation des données ; la compétitivité régionale ; et la durabilité.

À l'échelon national, il existe indéniablement un socle important de connaissances et d'expériences s'agissant d'évaluer l'impact du tourisme sur les régions, les villes et les autres destinations. Toutefois, ces connaissances restent très disparates. Les travaux entrepris à l'échelon infranational sur les statistiques du tourisme portent sur un large éventail de questions : en matière de tourisme récepteur, enquêtes auprès des visiteurs et recettes ; enquêtes auprès des professionnels (baromètres et enquêtes, offre d'hébergements, taux d'occupation) ; visites d'attractions et de manifestations ; indicateurs régionaux/locaux du tourisme ; études d'impact économique ; études en rapport avec les investissements ; comptes satellites du tourisme à l'échelon régional ; et emploi. Ces indications propres au secteur du tourisme sont généralement complétées par des indicateurs généraux axés sur la démographie, le PIB, la main-d'œuvre, l'environnement, l'occupation des sols ou l'innovation.



À l'échelon international, les activités et discussions menées sur ce thème progressent. L'Organisation mondiale du tourisme a notamment publié un ensemble de directives en vue de la conception d'un système d'information sur le tourisme à l'échelon régional en 2012, puis un document thématique sur le compte satellite du tourisme à l'échelon régional en 2013. Le présent examen n'a pas pour objet de mettre au point une nouvelle méthodologie internationale.

Les données relatives au tourisme à l'échelon infranational permettent rarement d'effectuer des comparaisons entre les régions et par rapport aux chiffres nationaux. Les données sont souvent peu ventilées, ne sont pas toujours bien analysées et partagées et ne sont pas nécessairement valables du point de vue statistique. La volonté de faire évoluer les méthodes et de produire des données permettant d'estimer le tourisme à l'échelon infranational continue de se heurter à des faiblesses de la base statistique, à des capacités trop faibles et à l'insuffisance des fonds consacrés à la mise au point de statistiques du tourisme.

On manque de données robustes et présentant un intérêt pour la politique du tourisme, ce qui empêche de bien comprendre le contexte local. Pourtant, disposer de bonnes indications et données pourrait permettre de galvaniser les acteurs locaux, de renforcer les performances des politiques et des programmes ou encore de favoriser des projets d'investissement ou de développement. Les organismes chargés du développement du tourisme à l'échelon infranational sont donc de plus en plus disposés à jouer un rôle actif s'agissant de mesurer le tourisme.

Pour disposer d'indications satisfaisantes du point de vue qualitatif et quantitatif sur le tourisme à l'échelon infranational, il faut relever un nombre important de défis. Il faut notamment :

- renforcer la gouvernance s'agissant de l'élaboration des statistiques du tourisme afin d'éviter les problèmes de chevauchement et de manque de cohérence, associer tous les acteurs et obtenir les fonds nécessaires ;
- définir une vision commune des besoins en termes d'information statistique, en partenariat avec les principaux acteurs du secteur, en adoptant une perspective à la fois horizontale et verticale ;
- veiller à ce que les capacités institutionnelles et humaines nécessaires à l'élaboration de ces statistiques du tourisme soient disponibles et le restent au fil du temps ;
- déterminer les frontières du territoire à observer, en tenant compte de la conception et des limites du système statistique général.

Les travaux de l'OCDE soulignent le rôle crucial des administrations centrales s'agissant d'associer horizontalement et verticalement toutes les parties prenantes dans le cadre d'une démarche à l'échelle de l'ensemble de l'administration, y compris s'agissant de mesurer le tourisme.

Le compte satellite du tourisme (CST) peut constituer une bonne base conceptuelle pour mesurer le tourisme à l'échelon régional, avec des outils tels que les comptes satellites du tourisme à l'échelon régional (CSTR). Ces dernières années, de nombreux pays dont l'Australie (plusieurs régions), l'Autriche (Haute-Autriche, Basse-Autriche et Vienne), la Belgique (Région flamande et Région wallonne), le Canada (plusieurs régions), le Danemark (plusieurs régions), l'Espagne (Andalousie, Canaries, Castille-et-León, Pays basque, Madrid), les États-Unis (Floride et Louisiane), l'Inde (États du Madhya Pradesh et du Kerala), la Finlande (plusieurs régions), la France (La Réunion), le Japon, la Norvège (plusieurs régions) et le Royaume-Uni (Pays de Galles) ont mis au point des CSTR, ou des produits proches.

Un CSTR offre une base robuste de connaissances pour l'action publique dans le domaine du tourisme, mais il existe de nombreux obstacles pratiques à sa mise au point :

- Il faudrait que les organismes régionaux aient les ressources et les capacités statistiques requises pour piloter la mise au point du CSTR – ce qui est rarement le cas ;
- Il faudrait une volonté institutionnelle de créer une base statistique complète et de construire une matrice à forte intensité de données présentant les produits par secteur ;
- La qualité des données statistiques sur le tourisme disponibles à l'échelon régional est souvent insuffisante – il est donc très difficile d'adapter pleinement le CST à l'échelon régional ;
- Les implications sur le plan de la mise au point, des aspects pratiques et des coûts sont importantes. La mise au point implique un travail important, même dans les pays dotés d'un système robuste de comptes régionaux ;
- Un CSTR n'offre pas nécessairement aux responsables publics ce qu'ils attendent en termes d'outils permettant d'analyser l'impact du tourisme :
  - Un CSTR ne peut pas montrer quels visiteurs offrent les plus hauts niveaux de valeur ajoutée par voyage ;
  - Un CSTR peut être d'un intérêt limité pour estimer les effets indirects du tourisme ;
  - Un CSTR accorde peu de place à la question des emplois liés au tourisme.

Pour ces raisons, le CSTR reste souvent un projet irrégulier et un exercice ponctuel. Peu de pays en ont fait un projet permanent. De nombreux pays et régions sont à la recherche de modèles plus simples pour estimer les incidences économiques du tourisme, en utilisant, pour certains, le CSTR comme outil de départ.

La plupart des initiatives statistiques présentées montrent qu'il est complexe de mesurer le tourisme, surtout à l'échelon régional et local, et qu'il est donc difficile de trouver une méthodologie permettant d'obtenir des données robustes et récentes tout en étant gérable au fil du temps, à un coût raisonnable.

On peut tirer quelques enseignements des initiatives statistiques présentées :

- Les échantillons de taille importante et les séries chronologiques longues sont irremplaçables s'agissant d'obtenir des données régionales robustes (par exemple, en Australie, le profil touristique des zones administratives locales se fonde sur de vastes enquêtes).
- S'appuyer sur de vastes bases de données existantes permet de ne supporter que des coûts marginaux pour la compilation des données (par ex., l'analyse irlandaise des entreprises du tourisme s'appuie sur les statistiques de démographie des entreprises).
- Il y a beaucoup à gagner à exploiter l'information issue de toutes les sources de données régionales disponibles (par ex., en France, les chiffres de l'emploi dans le secteur du tourisme et de la richesse à l'échelon local ; au Royaume-Uni, la veille touristique à l'échelon régional) et à s'appuyer davantage sur les sources de données et méthodologies du

secteur privé (par ex. : programme de *benchmarking* pour les destinations touristiques suisses).

- Les méthodes *ad hoc* exclusivement fondées sur de nouvelles enquêtes sont plus complexes à gérer au fil du temps et plus coûteuses, et elles ont tendance à produire des chiffres moins fiables.
- Les nouvelles technologies recèlent un potentiel considérable s'agissant de diffuser les statistiques de façon plus interactive et visuelle, ce qui permet de mieux servir toute la gamme des utilisateurs à l'échelon régional (par ex., cartes interactives de l'Autriche sur le tourisme régional, indicateurs néo-zélandais sur le tourisme régional, évaluation par l'Espagne de la durabilité du tourisme à l'échelon régional).
- Certaines initiatives impliquent un effort considérable sur le plan statistique, et elles sont difficiles à pérenniser du fait de leur complexité (sources multiples, haut niveau de détail), de leur coût et de l'évolution des capacités techniques au fil du temps.
- Les données massives représentent indéniablement une piste intéressante, et plusieurs pays se sont engagés dans cette voie (par ex., indicateurs néo-zélandais sur le tourisme régional).
- Quand ils sont fondés sur des données robustes et sur des hypothèses méthodologiques fiables, les modèles d'impact économique constituent un outil souple et ouvert pour produire des statistiques, et tout particulièrement pour mesurer l'impact économique total du tourisme sur l'économie régionale ou l'impact d'événements spécifiques sur le tourisme régional (par ex., modèle d'impact économique régional du tourisme pour l'Ontario, au Canada).
- La démarche ascendante et la possibilité de créer des rapports locaux sur le tourisme sont très appréciées des responsables publics, des acteurs du tourisme et des autres utilisateurs (par ex., modèle d'impact économique régional du tourisme pour l'Ontario, au Canada, et comptes satellites du tourisme à l'échelon régional pour le Danemark).
- Il est essentiel d'assurer un suivi de haute qualité des visiteurs à l'échelon local, surtout dans les zones protégées, afin de comprendre les incidences positives et négatives et afin d'adapter l'action menée et les investissements ultérieurs (par ex., la Finlande mesure les avantages des activités de loisirs et de tourisme dans les zones protégées).
- Bon nombre des initiatives statistiques présentées dans le présent rapport mettent en relief l'importance d'une coordination entre les activités de recherche et la pratique, entre les entités chargées de l'action publique et les offices statistiques, et avec les parties prenantes du secteur.

La plupart des pays font face aux mêmes besoins et aux mêmes difficultés s'agissant de mesurer le tourisme à l'échelon infranational. Nombre des initiatives statistiques présentées dans le présent examen seraient transférables à d'autres pays. En effet, dans la plupart des pays de l'OCDE dotés de systèmes statistiques raisonnablement aboutis, des sources existent pour les données de base. Pour certaines des initiatives statistiques présentées, la possibilité existe également d'élaborer des statistiques comparables à l'échelle internationale.

Les lecteurs du présent rapport sont vivement encouragés à consulter, de plus, les indications d'ordre méthodologique, analytique et visuel plus détaillées mises à leur disposition sur internet, et/ou à contacter les organismes chefs de file concernés.

## Australie – Mise au point de profils touristiques des zones administratives locales

### *Description et logique*

Ce projet est piloté par l'organisme *Tourism Research Australia* (TRA).

TRA, qui produit un large éventail de données de recherche sur le tourisme à l'échelon du pays, des États/territoires et des régions, a mis au point des profils des zones administratives locales (*Local Government Area Profiles* – LGA) à l'usage du secteur du tourisme et des autorités locales compétentes. Ces profils peuvent être utilisés par les chercheurs, les urbanistes, les responsables publics, les promoteurs, les investisseurs et les chefs d'entreprise locaux. Ils offrent un instantané exhaustif de l'activité touristique de la zone. Les données sont recueillies, pour l'essentiel, à partir de deux enquêtes : l'*International Visitor Survey* (IVS), qui porte sur les visiteurs internationaux, et la *National Visitor Survey* (NVS), qui porte sur les visiteurs nationaux. Les profils intègrent également des données issues de l'office statistique australien (*Australia Bureau of Statistics* – ABS) : des estimations relatives à la population et des données sur les professionnels du tourisme (issues des statistiques de l'ABS sur les entreprises australiennes). Les données en provenance de l'ABS seront plus nombreuses lors du prochain cycle de publication, car on procédera à un croisement grâce à un système d'information géographique (SIG).

En complément de ces profils, des comptes satellites du tourisme à l'échelon des États sont établis en étroite collaboration avec l'ABS. Ces comptes mettent en relief l'importance économique du tourisme pour les États et territoires australiens (voir [http://www.tra.gov.au/research/State-Tourism-Satellite-Accounts 2014-15.html](http://www.tra.gov.au/research/State-Tourism-Satellite-Accounts%2014-15.html)). Ces rapports présentent des indicateurs clés tels que la consommation de tourisme (directe et indirecte) et la valeur économique du tourisme (poids du tourisme dans le produit intérieur brut des États et dans la valeur ajoutée brute et emplois directs et indirects liés au tourisme). De plus, certains États ont fait établir leurs propres comptes satellites afin de produire des indicateurs économiques pour les régions touristiques situées sur leur territoire. Du fait de la diversité des intervenants, ces rapports peuvent être établis selon des méthodologies différentes. À plus long terme, l'objectif est de parvenir à une démarche plus cohérente en la matière (voir, par exemple : <http://tra.gov.au/research/Queensland-regional-tourism-satellite-account.html>).

Les profils de zones administratives locales offrent une vue d'ensemble des voyages internationaux et internes, des professionnels du tourisme et de la population pour la zone administrative locale concernée. Ils offrent également des indications sur les visiteurs, les nuitées et, surtout, les dépenses. Les tableaux rassemblent des aspects importants des voyages vers une zone, tels que, par exemple, l'objet de la visite, le type d'hébergement et les caractéristiques des visiteurs (par ex. : type de groupe de voyageurs).

### *Méthodologie*

Mesurer l'activité économique liée au tourisme à l'échelon infranational ou régional constitue l'un des principaux axes de travail de TRA. Sur le plan de la collecte de données, TRA réalise deux grandes enquêtes sur les voyages qui, sur le plan du *type* de données recueillies, sont similaires à de nombreuses autres enquêtes réalisées sur le même thème dans le monde entier. En revanche, ces enquêtes sont d'une ampleur relativement exceptionnelle, puisqu'elles portent sur 40 000 visiteurs s'agissant de l'enquête sur les visiteurs internationaux (IVS) et sur 120 000 résidents s'agissant de l'enquête sur les visiteurs nationaux (NVS). TRA a récemment mis en place, pour l'enquête NVS de 2014, un échantillon rassemblant deux catégories : les utilisateurs de lignes téléphoniques fixes et les utilisateurs de téléphones portables. Si les enquêtes de TRA permettent d'obtenir des estimations robustes à l'échelle infranationale/des États, c'est principalement en raison de deux facteurs :

- Le financement d'échantillons de grande taille permet d'obtenir des statistiques régionales fiables pour chacun des huit États et territoires australiens ainsi que pour les régions de destination et les zones administratives locales jouant un rôle important dans le tourisme en Australie.
- La longévité de ces deux enquêtes a permis d'affiner et de stabiliser les méthodes suivies pour analyser et modéliser les données économiques locales.
- Les échantillons sont bien conçus, avec un accès à des indications pertinentes et de qualité sur l'échantillonnage et les éléments de comparaison.

Il est moins complexe d'effectuer des mesures et des comptes rendus sur les unités géographiques non standards telles que les « zones administratives locales », car TRA stocke, lors de la collecte des données d'enquête, les coordonnées géographiques des sites visités.

Toutes les données relatives aux voyages proviennent des enquêtes NVS et IVS de TRA. On examine les données pour chaque zone administrative locale afin de déterminer si l'échantillon est de taille suffisante et si l'erreur standard relative (pour la NVS et l'IVS) est suffisamment raisonnable pour produire un profil touristique fiable pour chaque zone administrative locale. Les données sont combinées sur une période de quatre ans, et on en tire une moyenne annuelle pour le profil. Cela permet d'accroître la taille de l'échantillon tout en réduisant l'erreur standard relative. Quand on ne dispose pas, au sujet d'une zone administrative locale, de données suffisamment robustes pour être exploitées, elles ne sont pas publiées. Quand des estimations ne sont pas suffisamment fiables pour être publiées, elles ne sont pas fournies, et la mention « NP » (non publié) est indiquée dans la case correspondante. Des profils pour les zones administratives locales ont été préparés pour la période 2011 à 2014. Les rapports sont mis à jour une fois par an.

Les profils présentent des données aussi bien sur la demande que sur l'offre de tourisme dans les zones administratives locales de tous les États et territoires australiens. Ils présentent également des estimations de population et des statistiques sur les professionnels du tourisme issues de l'office statistique australien (l'ABS).

Pour les données relatives à la demande de tourisme, on trouve :

- un récapitulatif des visiteurs internationaux et internes, des nuitées et des dépenses ;
- des profils des visiteurs internes passant la nuit et des visiteurs internationaux, y compris des données sur :
  - les trois principaux marchés internationaux ;
  - l'objet de la visite ;
  - la durée moyenne du séjour ;
  - les principaux types d'hébergements utilisés ;
  - la dépense moyenne par nuitée dans les hébergements commerciaux ;
  - les types de groupes de visiteurs ;

- le profil national et les profils des États, à des fins de comparaison.
- des estimations modélisées des dépenses d’hébergement et de la dépense moyenne par nuitée et par voyage pour les visiteurs internes à la journée ou passant la nuit et les visiteurs internationaux, quand ces estimations sont publiables.

Pour les données relatives à l’offre de tourisme, on trouve :

- un récapitulatif des professionnels du secteur du tourisme.

Pour les profils des zones administratives locales, on a recours à des estimations de dépenses tirées du processus de modélisation des dépenses régionales utilisé par TRA pour les visiteurs internes à la journée ou passant la nuit et pour les visiteurs internationaux.

On estime les dépenses des visiteurs internes à la journée ou passant la nuit en réunissant trois volets :

- Les dépenses au domicile, qui sont directement affectées à la région touristique d’origine.
- Les dépenses de transport à longue distance, qui sont réparties à égalité entre la région touristique d’origine et la région touristique de destination.
- Les dépenses détaillées sur place, qui sont ventilées en fonction de la répartition des nuitées passées dans les différentes régions touristiques pour les visiteurs passant la nuit, et en fonction de la répartition des différentes visites pour les visiteurs à la journée.

On estime les dépenses internationales en ventilant les dépenses d’hébergement, les dépenses d’alimentation et de boisson (ces trois types de dépenses étant rassemblées sous l’appellation « AFB ») et les dépenses liées aux séjours organisés (les séjours « à forfait ») en fonction du nombre de nuitées passées dans chaque région touristique.

TRA a ouvert la voie à d’autres travaux de recherche en rendant publiques les données d’enquête relatives aux dépenses de tourisme dans les États ; TRA a aussi enrichi ces données d’enquête afin de créer des comptes satellites du tourisme (CST) pour les États et, de plus, s’est doté d’une capacité interne de modélisation lui permettant d’analyser l’impact économique du tourisme. En substance, TRA a mis au point deux modèles : un modèle de CST pour les États et un modèle d’équilibre général calculable (MEGC) pour le tourisme dans les États.

### ***Principaux résultats***

On trouvera ci-dessous, à titre d’exemples, des tableaux tirés du profil de la zone administrative locale de Coffs Harbour, en Nouvelle-Galles-du-Sud. Le tableau 1 offre un récapitulatif des principaux indicateurs relatifs aux visiteurs (internes et internationaux) de cette zone administrative locale.

**Tableau 1. Principaux indicateurs touristiques pour Coffs Harbour, Nouvelle-Galles-du-Sud, Australie**

	International	Interne		Total
		Passant la nuit	À la journée	
Visiteurs (en milliers)	66	725	768	1 559
Nuitées (en milliers)	421	2 375	..	2 796
Séjour moyen (en nuitées)	6	3	..	4
Dépenses (en millions d'AUD)	22	377	120	519
Dépense moyenne par voyage (en AUD)	340	520	144	333
Dépense moyenne par nuitée (en AUD)	53	159	..	143
Dépense moyenne par nuitée en hébergement commercial (en AUD)	60	179	..	164

Source : Zone administrative locale de Coffs Harbour, profil touristique de la Nouvelle-Galles-du-Sud (Australie).

Les résultats sont également ventilés en fonction d'un certain nombre de critères, parmi lesquels l'objet du voyage, le type de groupe de voyageurs et l'hébergement. S'agissant du marché international, une catégorie spéciale a été créée, parmi les hébergements, pour les voyageurs de type routards (tableau 2).

**Tableau 2. Statistiques du tourisme pour Coffs Harbour, Nouvelle-Galles-du-Sud, Australie**

	International	Interne		Total
		Passant la nuit	À la journée	
Motif du voyage (en milliers de visiteurs)				
Vacances	57	352	416	825
Visite à des amis ou parents	6	230	101	337
Déplacement professionnel	..	97	..	..
Autres	2	48	177	227
Type de groupe de visiteurs (en milliers de visiteurs)				
Voyageurs individuels	31	116	..	147
Couples	19	237	..	256
Familles	4	199	..	203
Amis/parents voyageant ensemble	11	138	..	149
Hébergement (en milliers de nuitées)				
Hôtel ou similaire	45	766	..	811
Domicile d'un ami ou parent	122	666	..	788
Camping/parc à caravanes commercial	34	445	..	479
Routard	73	..	..	..
Autres	147	492	..	639

Source : Zone administrative locale de Coffs Harbour, profil touristique de la Nouvelle-Galles-du-Sud (Australie).

### ***Poursuite de la démarche adoptée***

Le projet sera entièrement automatisé et mis à disposition sous forme de cartes interactives sur le site web de TRA. Il intégrera également, grâce à un SIG, des données issues de tierces parties. La base de données relative aux zones administratives locales sera intégrée à un programme pleinement interactif de tabulation croisée permettant aux utilisateurs intensifs de manier les données beaucoup plus facilement qu'avec des rapports statiques.

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Les estimations figurant dans les profils des zones administratives locales au sujet du nombre de visiteurs et de nuitées se fondent sur des données tirées des enquêtes NVS et IVS, et donc sur un échantillonnage des visiteurs se rendant en Australie ou se déplaçant au sein de l'Australie. Comme pour toutes les enquêtes, la question de la variabilité de l'échantillonnage se pose. En d'autres termes,

les résultats d'enquête peuvent différer des résultats qui auraient été obtenus si tous les visiteurs avaient été interrogés dans le cadre d'un recensement. Les données ainsi recueillies sont considérées comme fiables en raison de la conception des échantillons cibles, de l'ampleur des échantillons obtenus et du bien-fondé de la méthodologie d'enquête, qui permet le contrôle des définitions et des variables liées au tourisme.

Une hypothèse de base veut que, plus un échantillon est grand (en l'occurrence, plus le nombre de visiteurs interrogés est grand), plus le résultat est fiable (en partant du principe que l'enquête a été bien conçue). Inversement, les résultats fondés sur des échantillons de taille réduite sont moins fiables. Cela signifie que les estimations portant sur une échelle réduite (notamment à l'échelon local) sont moins fiables que les estimations formulées à l'échelon d'un État. Dans ce contexte, combiner des estimations portant sur un certain nombre d'années et travailler à partir de chiffres moyens (profilage) représente souvent une meilleure méthode pour comprendre les visites réalisées dans une zone locale.

Dans la mesure du possible, il convient d'utiliser les statistiques issues des profils touristiques de zones administratives locales en conjonction avec d'autres sources d'information. TRA s'emploiera, dans les années qui viennent, à enrichir les rapports d'indications complémentaires.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Les autres pays font face aux mêmes défis s'agissant de mesurer le tourisme à l'échelon infranational ; cette démarche leur est transférable.

### ***Pour en savoir plus***

Contact – Tourism Research Australia, [tourism.research@tra.gov.au](mailto:tourism.research@tra.gov.au).

Tourism Research Australia (2016),  
[http://tra.gov.au/Tourism\\_in\\_Local\\_Government\\_Areas\\_2016/LGA\\_Profiles/index.html](http://tra.gov.au/Tourism_in_Local_Government_Areas_2016/LGA_Profiles/index.html)





## **Autriche – Visualisation des données relatives au tourisme régional grâce à des cartes interactives**

### ***Description et logique***

Ce projet est piloté par l'office statistique national, Statistics Austria.

Une demande croissante s'exprime en faveur de systèmes d'information géographique (SIG) et d'une meilleure présentation et visualisation des données statistiques à l'échelon régional/local. Les professionnels de la statistique recommandent désormais fortement la mise en place et la fourniture de tels systèmes. Statistics Austria a mis au point des cartes interactives (i.MAP) pour des thèmes précis (population, éducation, agriculture et sylviculture, tourisme et comptes nationaux). Les données peuvent être visualisées sur des cartes régionales, municipales ou de district. Les cartes interactives peuvent également être intégrées aux sites web des utilisateurs.

Les principaux objectifs de cette initiative sont les suivants :

- offrir la possibilité de créer des cartes en fonction des besoins de l'utilisateur ;
- analyser les données en fonction de différentes variables/différents indicateurs (par ex. : qualité, occupation des lits) à l'échelon régional ;
- servir de base à des activités de planification du tourisme et de comparaison entre les régions ;
- repérer les parts de marché et visualiser l'évolution du marché en fonction des pays d'origine ;
- révéler l'intensité touristique en combinant données touristiques et données démographiques.

Depuis 2011, Statistics Austria fournit gratuitement des cartes interactives en ligne pour les utilisateurs intéressés. Pour les régions et les municipalités, un outil de comparaison présente de façon visuelle la ventilation des variables, essentiellement à partir de statistiques relatives aux hébergements. Les cartes interactives permettent aux utilisateurs de comparer les variables relatives au tourisme à une échelle régionale détaillée.

### ***Méthodologie***

Pour les statistiques relatives aux hébergements, Statistics Austria travaille en étroite coopération avec les municipalités. Les données relatives aux hébergements portent sur les nuitées et sur les capacités des établissements de tourisme ; elles couvrent les municipalités qui font état de plus d'un millier de nuitées par an, soit environ les deux tiers du total. Des données mensuelles sont fournies sur les arrivées de touristes et les nuitées, par type d'hébergement et par pays d'origine. Les statistiques relatives aux capacités d'hébergement sont réunies une fois par an. Les résultats portent sur 67 000 établissements d'hébergement, commerciaux comme privés. La visualisation des données est possible pour les éléments suivants :

- 1 559 municipalités déclarantes ;
- environ 120 destinations touristiques ;

- 19 types d'hébergements ;
- environ 70 pays d'origine (y compris les provinces autrichiennes et sept régions allemandes) ;
- les chiffres par mois, par saison (été et/ou hiver) et par année civile.

Dans le cadre de cette méthodologie, plusieurs indicateurs sont définis (graphique 1). Les cartes interactives couvrent la saison hivernale ou la saison estivale.

**Graphique 1. Indicateurs couverts par la visualisation des données du tourisme en Autriche**

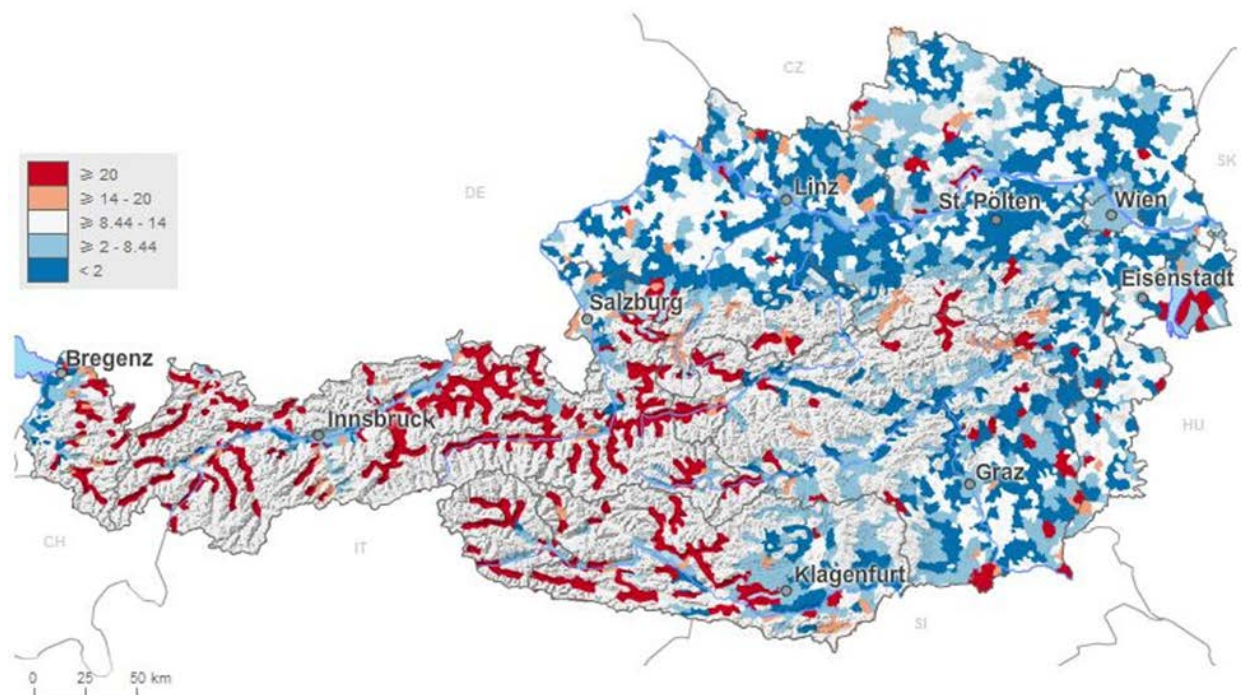
Indicateur / Filtre	Information pouvant être obtenue
Arrivées / Période et pays d'origine	L'indicateur montre l'origine des visiteurs (visiteurs du tourisme interne ou récepteur)
Séjours avec nuitée / Période et pays d'origine	L'indicateur montre l'origine des visiteurs (visiteurs du tourisme interne ou récepteur).
Durée moyenne du séjour / Période et pays d'origine	La durée moyenne du séjour permet de distinguer entre différents motifs de voyage (déplacement professionnel ou déplacement pour raison de santé, par exemple). Ainsi, dans les destinations urbaines, la durée des séjours n'est pas la même que dans les zones rurales ; il en va de même selon que l'on est en présence d'une destination estivale ou hivernale.
Part de marché / Période et pays d'origine	Cet indicateur illustre le poids absolu d'une destination dans l'ensemble des séjours avec nuitées, par rapport à l'ensemble des autres destinations autrichiennes.
Progression moyenne / Période et pays d'origine	Cet indicateur illustre, pour une destination, le taux moyen de progression des séjours avec nuitées en provenance de pays d'origine spécifiques sur les cinq dernières périodes (une période pouvant être un mois, un trimestre, une saison, une année, voire une décennie).
Part des hôtels 4 et 5 étoiles / Période	Cet indicateur, qui peut être vu comme un indicateur de qualité, montre le poids des hôtels 4 et 5 étoiles dans l'ensemble des séjours avec nuitées au sein d'une destination.
Intensité touristique / Période	Cet indicateur correspond au rapport entre les touristes passant la nuit dans une destination et la population totale de cette destination sur une période donnée.
Taux net d'occupation des lits / Période	Cet indicateur permet de comparer les destinations en fonction de leurs taux d'occupation.

Source : Statistics Austria.

### **Principaux résultats**

Les données relatives aux arrivées et aux nuitées sont disponibles à l'échelon municipal pour 70 pays d'origine, par type d'hébergement (commercial ou privé) et par mois, saison et année depuis 1972. Le recours à des cartes interactives permet de disposer de nombreuses options analytiques, en fonction de ce que l'on recherche. Par exemple, l'analyse peut porter sur les régions préférées des touristes internes, sur l'intensité touristique locale ou sur la part de marché du segment du luxe dans les nuitées. Le graphique 2 illustre l'intensité touristique pour l'hiver 2014-15. Les zones bleues correspondent aux municipalités dotées d'un niveau relativement faible d'intensité touristique, et les zones rouges à des niveaux élevés d'intensité touristique.

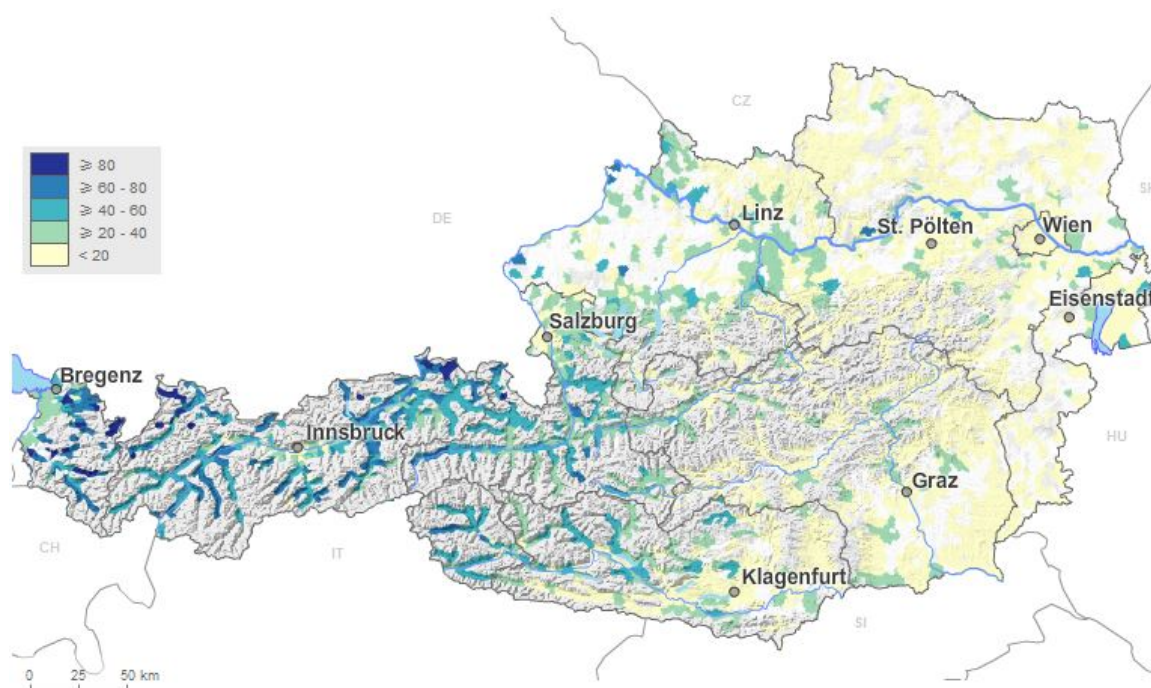
**Graphique 2. Intensité touristique dans les municipalités autrichiennes pendant l'hiver 2014-15**



Source : Statistics Austria, [http://www.statistik.at/web\\_en/publications\\_services/interactive\\_maps/index.html](http://www.statistik.at/web_en/publications_services/interactive_maps/index.html)

Les régions correspondent à des destinations homogènes en termes d'offre touristique (par ex. : régions de lacs, régions montagneuses, régions axées sur le bien-être et le tourisme doux, villes). Les cartes interactives permettent de regrouper des municipalités au sein de destinations touristiques plus larges. Les données relatives aux visiteurs du système T-Mona éclairent les habitudes des touristes résidents et non-résidents. Le graphique 3 ci-dessous, qui se fonde sur un indicateur et un filtre différents que dans le graphique précédent, fournit des indications sur l'importance du marché allemand dans les différentes régions touristiques en montrant, pour chaque région, le poids des arrivées de visiteurs allemands au sein des arrivées totales. Plus la couleur est foncée, plus le marché allemand est important pour la destination. On constate que ce sont surtout les régions de l'Ouest et du Sud-Ouest qui dépendent fortement des touristes allemands.

**Graphique 3. Arrivées de touristes allemands dans les régions touristiques autrichiennes à l'hiver 2014-15**



Source : Statistics Austria, [http://www.statistik.at/web\\_en/publications\\_services/interactive\\_maps/index.html](http://www.statistik.at/web_en/publications_services/interactive_maps/index.html)

### ***Poursuite de la démarche adoptée***

Statistics Austria continuera de développer la visualisation de données grâce à des cartes interactives. L'objectif consiste avant tout à continuer de visualiser le tourisme interne et international à un niveau géographique détaillé et, simultanément, à chercher à intégrer d'autres données spatiales. Statistics Austria s'emploie à créer de nouveaux indicateurs et filtres, à intégrer des variables non touristiques telles que des statistiques liées à l'agriculture, à l'énergie ou à l'environnement ainsi qu'à enrichir le système des cartes interactives en recourant à d'autres statistiques en matière de tourisme et de voyages (données relatives aux voyages au sein de la balance des paiements, par exemple).

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Les informations structurelles fournies par les cartes interactives permettent aux décideurs du secteur du tourisme d'analyser, d'adopter et de mettre en place des initiatives visant à promouvoir leurs destinations. Cet outil peut aussi être utilisé pour faire connaître les résultats des mesures adoptées pour attirer les touristes. Des indications complémentaires provenant de statistiques sur des domaines tels que la démographie, l'agriculture ou l'environnement pourraient enrichir cet ensemble d'indicateurs, sous réserve que de telles indications soient disponibles à l'échelle locale.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Il est possible de transposer les cartes interactives à d'autres pays pour lesquels des indications relatives à l'offre et à la demande de tourisme sont disponibles à l'échelon régional. La pertinence d'une telle solution dépendra des besoins des utilisateurs des autres pays. Une meilleure

compréhension des performances régionales pourrait susciter un fort intérêt politique dans de nombreux pays, surtout quand les politiques du tourisme sont élaborées dans le cadre d'une démarche ascendante.

***Pour en savoir plus :***

Contact – Statistics Austria

[http://www.statistik.at/web\\_en/publications\\_services/interactive\\_maps/index.html](http://www.statistik.at/web_en/publications_services/interactive_maps/index.html)

Eurostat - Statistiques illustrées – <http://ec.europa.eu/eurostat/web/regions>

INSPIRE – Infrastructure d'information spatiale dans la Communauté européenne –  
<http://inspire.jrc.ec.europa.eu/>.

Portail des données de l'OCDE– <http://data.oecd.org/>

Comité d'experts sur la gestion de l'information géospatiale à l'échelle mondiale – <http://ggim.un.org/>



## Canada – Mesurer les retombées économiques du tourisme dans les régions

### *Description et logique*

Ce projet est piloté par le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario.

Le ministère donne accès au Modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale (MCRTER) sur internet afin de permettre aux organisations et aux particuliers qui travaillent dans le secteur touristique ou qui s'y intéressent d'établir plus facilement l'impact économique des dépenses des visiteurs et des entreprises dans ce domaine sur les économies locale et provinciale.

La méthodologie a été mise au point par le *Centre for Spatial Economics* pour la Direction chargée de la recherche sur le tourisme du ministère du Tourisme de l'Ontario. Le but du modèle est de prévoir l'impact économique des événements touristiques et du développement des infrastructures dans ce domaine au niveau sous-provincial dans l'Ontario.

La version actuelle du MCRTER est utilisée depuis 2004. Depuis lors, la base de données du MCRTER est tenue à jour annuellement et quelques modifications mineures et améliorations ont été apportées aux programmes d'origine. Une version améliorée a été mise au point en 2008, qui intègre : i) davantage de détails sur le secteur du tourisme ; ii) une méthodologie révisée en ce qui concerne les impôts indirects ; iii) une méthodologie améliorée en ce qui concerne les impôts directs ; et iv) une méthodologie améliorée en ce qui concerne les impôts locaux.

### *Méthodologie*

Le MCRTER est un outil adaptable capable de fournir une analyse d'impact économique détaillée pour différentes zones géographiques sélectionnées par l'utilisateur. Le MCRTER peut être utilisé pour ventiler les dépenses directes totales des touristes entre différents territoires géographiques. Il peut également être utilisé pour estimer l'impact économique d'événements touristiques spécifiques ou les répercussions en termes d'offre par filière touristique ou type de projet d'investissement, et ce à différents niveaux géographiques. Enfin, l'application peut être utilisée pour examiner l'impact de l'activité du secteur touristique du côté de l'offre ou de la demande au niveau de la province.

Le MCRTER produit les données suivantes :

- retombées directes, indirectes et induites estimées des activités liées au tourisme sur le produit intérieur brut (PIB), le revenu du travail et l'emploi ;
- retombées directes et totales estimées des activités liées au tourisme sur les recettes fiscales fédérales, provinciales et municipales ;
- le MCRTER est essentiellement un modèle d'entrées-sorties plurirégional avec 49 divisions de recensement, 14 régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement et 13 régions de voyage, ou encore l'ensemble de la province.

Les retombées économiques de chacune de ces applications vont au-delà de celles d'un modèle d'entrées/sorties ouvert traditionnel. Il est possible de faire du MCRTER un modèle fermé par rapport aux ménages et aux investissements, ce qui permet (i) d'isoler l'impact sur l'activité économique du revenu supplémentaire découlant de l'activité du secteur touristique versé aux ménages, et (ii) de rendre compte de l'impact de l'évolution de l'activité économique sur l'investissement des entreprises.



Le MCRTER produit des estimations sur les retombées directes, indirectes et induites de sorte que l'utilisateur peut choisir d'activer ou de désactiver les retombées induites. Il peut également fournir des estimations de l'impact sur les recettes de l'administration fédérale générées dans l'Ontario ainsi que sur les recettes des administrations provinciales et locales en fonction de taux d'imposition définis par l'utilisateur.

Une spécificité du MCRTER est qu'il est directement accessible en ligne aux utilisateurs. La version pour une seule région du modèle peut être utilisée pour estimer l'effet d'événements liés au tourisme. Le MCRTER ne conserve pas les informations fournies par l'utilisateur. Toutes les données saisies par l'utilisateur sont supprimées à la fin de la session.

La version du modèle prévue pour la province (non accessible en ligne) est utilisée par le ministère du Tourisme pour estimer l'impact économique des dépenses touristiques partout dans l'Ontario.

### *Principaux résultats*

Le tableau 3 présente l'impact économique du tourisme dans l'Ontario en 2013.

**Tableau 3. Impact économique du tourisme dans l'Ontario, Canada, 2013**

	Recettes du tourisme	Dépenses des visiteurs
	CAD	
Dépenses	28 541 059 260	22 743 721 719
Retombées totales		
Produit intérieur brut (valeur ajoutée)	25 260 734 862	19 363 245 461
Emploi (emplois)	362 365	288 342
Revenu du travail	16 491 614 912	12 312 027 554
Recettes fiscales de l'État	12 178 595 222	9 563 606 245
Recettes fiscales provinciales	4 893 636 961	3 837 799 174
Recettes fiscales municipales	1 272 419 201	999 594 440
Recettes fiscales fédérales	6 012 539 060	4 670 493 208
Retombées directes		
Produit intérieur brut (valeur ajoutée)	12 517 112 641	9 563 606 245
Emploi (emplois)	221 806	180 515
Revenu du travail	8 304 356 995	6 018 446 251
Recettes fiscales de l'État	6 526 144 934	5 136 877 984
Recettes fiscales provinciales	2 899 231 912	2 307 644 463
Recettes fiscales municipales	689 329 391	551 587 554
Recettes fiscales fédérales	2 937 583 631	2 277 645 967

Source : Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario, Modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale du Canada, Statistique Canada.

Le modèle permet à l'utilisateur de définir la zone géographique où se déroule l'activité, l'autre zone géographique pour laquelle les retombées sont à estimer, l'année pour laquelle les retombées sont à estimer, l'inclusion ou non des retombées induites, et l'inclusion ou non de l'impôt foncier. Selon le projet, il sera également demandé à l'utilisateur de saisir des données sur les dépenses des visiteurs ou sur les charges d'exploitation ou les investissements. L'utilisateur peut choisir parmi plusieurs options et étudier les retombées économiques i) des dépenses des visiteurs ; ii) des activités d'une entreprise ; iii) d'un investissement dans une installation touristique ; ou iv) de l'activité du palais des congrès.

***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Les informations sur les retombées économiques sont d'une importance cruciale pour faire comprendre la valeur du tourisme aux décideurs fédéraux, provinciaux et locaux.

Les retombées économiques résultant du MCRTER sont justifiables. La méthodologie utilisée pour construire le modèle et la base de données est parfaitement étayée. Si le modèle est intrinsèquement statique et ne fournit qu'une analyse statique comparative, il offre à l'utilisateur la possibilité de dégager des estimations d'impact économique pour l'année en cours, les années passées et les années futures.

***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Les modèles permettant d'estimer les retombées économiques sont couramment utilisés au niveau régional/local par les pays. Ils sont particulièrement utiles pour un secteur tel que celui du tourisme dans lequel il est nécessaire de mesurer non seulement les effets directs mais également les effets indirects et induits, ainsi que d'autres types de retombées (sur les recettes fiscales, par exemple). Différentes méthodologies sont utilisées à travers le monde. Elles exigent de solides données sur les tableaux régionaux d'entrées-sorties, ainsi que sur les voyages internationaux et internes. Dans la mesure où ces sources de données existent, ce type de modèle est facilement transférable à d'autres pays.

***Pour en savoir plus***

Contacts – Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario (travaux de recherche sur le tourisme et compétitivité du secteur) et *Centre for Spatial Economics*

Centre for Spatial Economics (2008), [Modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale \(MCRTER\)](#)

Pour utiliser le modèle : <http://www.mtr-treim.com/webtreim/fr/main.aspx>



## Danemark – Concevoir un compte satellite du tourisme régional

### *Description et logique*

Le projet est piloté par l'agence *VisitDenmark*.

La principale tâche de *VisitDenmark* est de promouvoir la destination touristique Danemark. L'agence analyse également les tendances internationales en matière de tourisme et mesure les effets économiques du tourisme. Une partie des fonds publics reçus par *VisitDenmark* doit être utilisée à cet effet.

*VisitDenmark* et le *Centre for Regional and Tourism Research* (CRT) travaillent avec les comptes satellites du tourisme régionaux pour le Danemark depuis 2004, le premier compte ayant été rendu public en 2006. Le compte satellite du tourisme régional danois contient des informations sur les dépenses touristiques en produits par « origine du touriste » et par type de tourisme et effets totaux (directs, indirects et induits) sur la valeur ajoutée brute, l'emploi et les impôts par secteur. Les résultats pouvant être décomposés jusqu'au niveau municipal, le compte satellite du tourisme régional danois constitue un outil de planification très utile pour tous les échelons de l'administration lors de l'élaboration et de la documentation des stratégies touristiques. Les données sur les effets multiplicateurs qui en résultent – c'est-à-dire les effets totaux liés aux dépenses touristiques – sont très utilisées.

Depuis 2004, *VisitDenmark* finance le développement et l'amélioration du module sur le tourisme du modèle macroéconomique inter-régional du CRT pour le Danemark appelé SAM-K/LINE. Grâce à ce modèle, il est possible d'estimer les effets économiques de la consommation touristique ; sa portée a été élargie et il couvre maintenant également le « tourisme non marchand ». Les principales parties du modèle SAM-K/LINE sont financées par les cinq régions danoises et par *VisitDenmark*. Les régions utilisent le modèle pour beaucoup de choses – en particulier des analyses concernant le marché du travail.

Des rapports reprenant les principaux résultats sont publiés tous les ans et les destinations locales peuvent commander des rapports spéciaux pour leur zone géographique.

### *Méthodologie*

Le compte satellite du tourisme régional danois est construit principalement à partir d'une méthode « ascendante », c'est-à-dire qu'il repose sur des données concernant la demande – à savoir les statistiques sur l'hébergement et les dépenses touristiques. Les données en question sont donc des « quantités » et des « prix ».

Les « quantités » sont des statistiques sur les nuitées et les visites à la journée. Les statistiques d'hébergement provenant des établissements d'hébergement marchands sont collectées par *Statistics Denmark*. Elles sont complétées par des estimations des nuitées dans les établissements marchands non couverts par *Statistics Denmark* et par des données sur le tourisme non marchand – interne et récepteur – recueillies à l'occasion d'enquêtes ponctuelles, ou auprès d'autres sources, et utilisées ensuite pendant plusieurs années.

Les « prix » sont les dépenses quotidiennes des touristes. La source principale est l'enquête sur le tourisme réalisée tous les trois ans par *VisitDenmark*, au cours de laquelle les clients des hébergements professionnels couverts par *Statistics Denmark* sont interrogés sur leurs dépenses quotidiennes dans

différentes catégories de biens et services. Au total, 12 500 touristes sont interrogés en face à face dans le cadre de cette étude, ce qui permet, dans la plupart des cas, de calculer les dépenses quotidiennes par hébergement, marché, motif, au niveau NUTS 2, NUTS 3 ou même municipal. Pour ce qui est des « quantités », des enquêtes ponctuelles couvrent la composition des dépenses pour le tourisme non marchand.

Les données sur le tourisme relatives à la demande sont saisies dans le modèle SAM-K/LINE qui regroupe des données des comptes nationaux, des tableaux d'entrées-sorties, des données sur la production régionale et des données provenant de registres des personnes et des entreprises. Le modèle SAM-K/LINE relie les données sur la demande et l'offre tirées des comptes nationaux régionalisés et calibre les effets économiques induits sur le tourisme. Lors de ce processus, les données sur la consommation touristique sont complétées par des informations sur la consommation touristique dans des catégories non couvertes par les enquêtes courantes sur les dépenses. Pour ce faire, les données des comptes nationaux et d'autres sources de données sont utilisées – le compte satellite du tourisme régional danois présente donc également un aspect « descendant ».

Le compte satellite du tourisme régional danois présente toutefois des lacunes par rapport à la méthodologie du CST. Pour l'instant, il n'inclut ni ne compile les effets du tourisme émetteur sur l'économie danoise, et il n'intègre pas encore certains produits touristiques spécifiques, comme la consommation touristique sur les vols internationaux. Le compte satellite du tourisme régional danois se concentre donc actuellement sur la consommation touristique au Danemark.

Au fil du temps, des modifications et améliorations ont été apportées aux sources de données et aux méthodes d'estimation dans le compte satellite du tourisme régional danois. Ses résultats ne peuvent donc pas être comparés dans le temps et il ne s'agit que d'un outil structurel. Si l'on s'intéresse au développement diachronique du tourisme au Danemark, des données telles que le développement des secteurs NACE liés au tourisme et les statistiques d'hébergement sont des points de départ possibles pour l'analyse.

### ***Principaux résultats***

Tel que mentionné dans les tableaux 4 à 10, les résultats du compte satellite du tourisme régional danois sont fortement utilisés au niveau national et local à des fins politiques et dans le cadre de l'élaboration des stratégies touristiques. Au niveau national, les touristes au Danemark dépensent 87 milliards DKK, dont 41 % peuvent être attribués au tourisme récepteur. Ces 87 milliards DKK sont plus ou moins uniformément répartis entre le tourisme marchand (hôtels et résidences de vacances, par exemple) et non marchand (visites à des amis et à la famille, tourisme à la journée et dépenses effectuées par les propriétaires-occupants des maisons de vacances).

Le compte satellite du tourisme régional peut également analyser les dépenses consacrées à des produits spécifiques. Le tourisme dans la Région de la Capitale est dominé par les hôtels : il n'est donc pas surprenant qu'une part plus grande des dépenses touristiques soit consacrée à l'hébergement lui-même et aux produits touristiques en général, par comparaison avec d'autres régions au Danemark où sont utilisés des hébergements meilleur marché et où davantage de personnes, préparant elles-mêmes leurs repas lorsqu'elles séjournent dans un camping ou dans des résidences de vacances, achètent de la nourriture dans des commerces de détail et non dans les restaurants et cafés.

Si l'on s'intéresse aux effets induits au niveau national, le résultat le plus utilisé est le nombre d'emplois créés – 122 500, soit à peu près 1.4 emploi par million de DKK dépensé par les touristes. Le multiplicateur équivalent pour la valeur ajoutée est de 0.51 et de 0.4 pour les impôts. Il est également possible de regarder quelle est la part des produits touristiques dans l'offre totale de produits au niveau

national et local. Les disparités entre les régions peuvent entre autres choses s'expliquer par les structures industrielles générales dans les régions, et renseignent ainsi sur l'importance relative du tourisme dans chacune d'elles. Si l'on se livre au même exercice au niveau municipal, on constate que certaines municipalités sont très dépendantes du tourisme (jusqu'à 10 % de l'offre totale). Il est également possible d'analyser l'importance du tourisme en termes d'emplois.

**Tableau 4. Consommation touristique par type d'hébergement, Danemark, 2014**

	Total		Récepteur		Interne	
	Millions DKK	%	Millions DKK	%	Millions DKK	%
Total	94 723	100	37 243	100	57 480	100
Tourisme commercial	48 386	51	24 344	65	24 042	42
Hôtels, loisirs	13 849	15	7 750	21	6 099	11
Hôtels, travail	13 304	14	4 858	13	8 446	15
Villages de vacances	1 685	2	699	2	986	2
Campings	4 657	5	1 590	4	3 068	5
Auberges de jeunesse	933	1	325	1	607	1
Résidences de vacances	12 068	13	8 373	22	3 695	6
Ports de plaisance	521	1	181	0	339	1
Festivals	842	1	154	0	688	1
Fermes	128	0	22	0	107	0
Croisières	400	0	393	1	7	0
Tourisme non marchand	46 337	49	12 899	35	33 438	58
Maisons de vacances personnelle	6 519	7	0	0	6 519	11
Maisons de vacances prêtées	1 095	1	0	0	1 095	2
Famille/amis	9 443	10	6 652	18	2 791	5
Visites d'une journée, loisirs	17 020	18	6 247	17	10 773	19
Visites d'une journée, travail	12 260	13	0	0	12 260	21

Source : VisitDenmark.

**Tableau 5. Dépenses touristiques par produit et région, Danemark, 2014**

	Produits touristiques	Détail	Autres produits	Total
		%		Milliards DKK
Région de la Capitale	57	28	16	37 830
Jutland-Central	52	26	22	16 495
Jutland-du-Nord	42	36	22	10 995
Zélande-du-Nord	42	32	26	10 303
Danemark-du-Sud	51	28	21	19 100
Danemark	51	29	20	94 723

Source : VisitDenmark.

**Tableau 6. Consommation touristique, effets induits et multiplicateurs, Danemark, 2014**

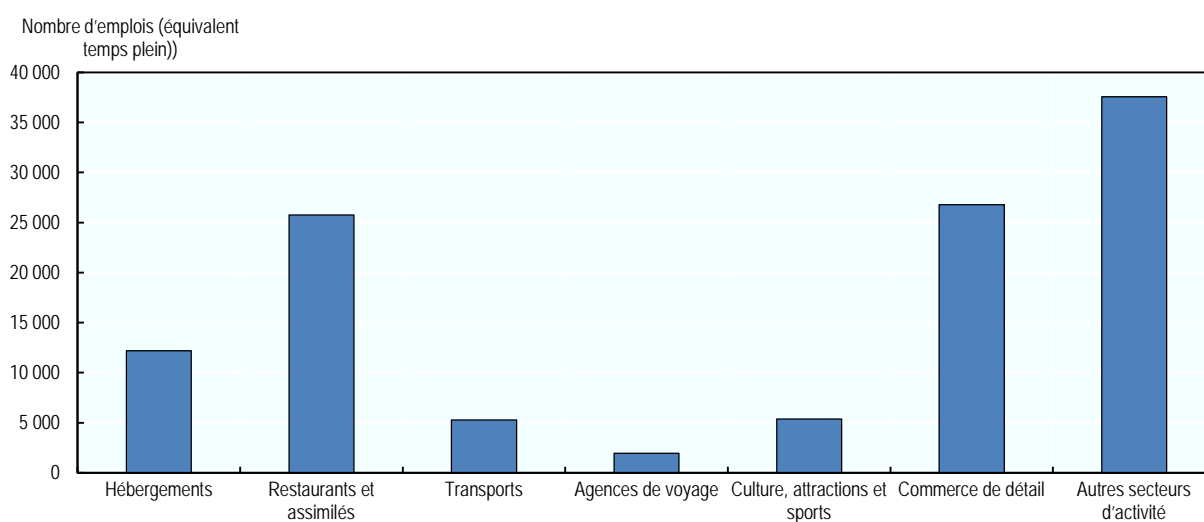
	Chiffres clés	Effet d'une consommation touristique d'1 million DKK	Multiplicateurs
	Milliards DKK	DKK	
Consommation touristique	94.7	1 000 000	1
Valeur ajoutée - effets directs	29.0	305 985	0.31
Valeur ajoutée - effets induits totaux	55.1	582 183	0.58
IRPP	14.9	157 271	0.16
TVA, redevances et impôts sur les sociétés	24.2	255 058	0.26
Impôts, total	39.1	412 329	0.41
Emplois (équivalent temps plein)	114 900	1.21	

Source : VisitDenmark.

**Tableau 7. Part de la consommation touristique dans l'offre totale par région, Danemark, 2014**

	Consommation touristique	Offre totale	Part
	Millions DKK		%
Région de la Capitale	37 830	1 868 407	2.0
Jutland-Central	16 495	1 035 099	1.6
Jutland-du-Nord	10 995	441 761	2.5
Zélande-du-Nord	10 303	496 761	2.1
Danemark-du-Sud	19 100	960 264	2.0
Total	94 723	4 862 979	1.9

Source : VisitDenmark.

**Graphique 4. Emplois créés par le tourisme par secteur, Danemark, 2014**

Source : VisitDenmark.

**Tableau 8. Emplois générés par le tourisme, Danemark, 2014**

Équivalent temps plein

	Filières touristiques	Secteur du commerce de détail	Autres secteurs	Total
Région de la Capitale	20 334	9 820	13 292	43 446
Jutland-Central	8 823	4 411	6 902	20 136
Jutland-du-Nord	5 833	3 898	4 910	14 641
Zélande-du-Nord	5 710	3 451	4 845	14 007
Danemark-du-Sud	9 844	5 202	7 625	22 671
Danemark	50 544	26 782	37 574	114 900

Source : VisitDenmark.

**Tableau 9. Emplois totaux, Danemark, 2014**

Équivalent temps plein

	Secteur touristique	Commerce de détail	Autres secteurs	Total
Région de la Capitale	104 530	212 398	669 450	986 377
Jutland-Central	43 760	189 851	394 165	627 776
Jutland-du-Nord	20 662	78 999	172 163	271 824
Zélande-du-Nord	22 239	85 556	206 288	314 083
Danemark-du-Sud	41 675	172 276	345 448	559 398
Danemark	232 866	742 358	1 789 913	2 765 137

Source : VisitDenmark.

**Tableau 10. Part des emplois touristiques par région, Danemark, 2014**

	Secteur touristique	Commerce de détail	Autres secteurs	Total
	%			
Région de la Capitale	19	5	2	4
Jutland-Central	20	2	2	3
Jutland-du-Nord	28	5	3	5
Zélande-du-Nord	26	4	2	4
Danemark-du-Sud	24	3	2	4
Danemark	22	4	2	4

Source : VisitDenmark.

***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Malgré ses défauts, le compte satellite du tourisme régional danois est reconnu comme un outil utile et n'est pas étranger à l'intérêt politique croissant pour le tourisme enregistré au Danemark ces dernières années. La démarche ascendante et les possibilités de faire des rapports structurels locaux sur le tourisme sont très appréciées. La principale difficulté concerne la mise en œuvre et le coût des enquêtes et du modèle macroéconomique sur lequel s'appuie le compte satellite du tourisme régional, notamment pendant les phases initiales. De plus, l'absence de séries chronologiques comparables peut constituer un problème pratique et une frustration pour les destinations locales qui veulent collecter des données sur les effets de nouvelles actions et politiques en faveur du tourisme. Les évolutions envisageables sont notamment des enquêtes numériques auprès des consommateurs sur les



applications et sites internet, et d'une façon générale le traitement massif des données qui pourrait permettre d'actualiser l'ensemble des données du compte satellite du tourisme régional danois et ainsi de mieux rendre compte des réalités à l'échelle locale – au moins s'agissant des dépenses touristiques.

***Pour en savoir plus***

Contact – VisitDenmark

Madsen, B. et J. Zhang (2010), Towards a New Framework for Accounting and Modelling the Regional and Local Impacts of Tourism, *Economic System Research*, vol. 22, n° 4, pp. 313-340.

ONU/OMT/OCDE/Eurostat (2008), *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*.

Zhang, J. (2005), *Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark*, AKF Forlaget.

Zhang, J. et A. Hedetoft (2011), *Tourism Satellite Accounts and Tourist Consumption Patterns in Denmark*, *Økonomi og Politik*, vol. 84, n° 4, pp. 25-39.

Zhang, J. (2014a), *Assessing the Economic Importance of Meetings Activities in Denmark*, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 14, n° 3, pp. 192–210.

Zhang, J. (2014b), *Tourist attraction development in Denmark and its impact on regions*, *Management Studies*, vol. 2, n° 4, pp. 254-268.

Østergaard, M. Z. et P. Lubson (2013), *Turismens økonomiske betydning i Danmark 2011*. VisitDenmark.

## Finlande – Mesurer les effets positifs des loisirs et du tourisme dans les aires protégées

### *Description et logique*

Ce projet est piloté par *Metsähallitus* et *Parks & Wildlife Finland*.

Les parcs nationaux ainsi que d'autres aires protégées ont de multiples effets positifs sur le plan socioéconomique. Nombre de ces bienfaits sont intuitivement perceptibles et la population elle-même peut les ressentir, et les ressent, mais ils ne sont pour l'essentiel ni mesurés ni portés à la connaissance de tous. Par conséquent, ils ne sont appréciés à leur juste valeur ni par les décideurs ni par le grand public, et les financements publics visant à créer et entretenir des aires protégées sont jugés peu prioritaires. Nous décrivons ici le système finlandais mis au point pour mesurer et rendre compte des effets positifs des loisirs et du tourisme sur le plan socioéconomique dans les aires protégées.

En Finlande, l'unité *Parks & Wildlife Finland* de *Metsähallitus* est chargée de gérer l'ensemble des parcs nationaux et autres aires protégées détenues par l'État au moyen de fonds prélevés sur le budget public. Il y a une forte demande d'informations sur les bienfaits socioéconomiques des aires protégées : outre la volonté de contrôler l'efficacité de la gestion de la préservation de la biodiversité, de nombreux politiciens, décideurs locaux et bailleurs de fonds souhaitent également avoir des informations sur les retombées économiques de la protection environnementale. Si les valeurs socioéconomiques liées aux aires protégées ne peuvent pas toutes être appréciées en termes économiques (comme les valeurs culturelles par exemple), une partie de celles liées à l'utilisation peut être isolée en estimant l'impact de la fréquentation des parcs, c'est-à-dire la manière dont l'argent dépensé par les visiteurs est orienté vers l'économie locale et s'y accumule.

Outre la mise en évidence des effets positifs des investissements publics, le fait d'appréhender les retombées économiques des dépenses des visiteurs peut également servir à mieux faire accepter l'idée des parcs nationaux parmi les parties prenantes. C'est également un bon point de départ pour planifier le développement socioéconomique d'une zone, par exemple en y créant de nouvelles entreprises. La comparaison des bienfaits économiques entre différents parcs peut aussi fournir des renseignements utiles sur certains facteurs de réussite reproductibles ailleurs.

Afin d'estimer les effets socioéconomiques positifs des parcs nationaux et d'autres aires protégées de premier plan détenues par l'État, *Parks & Wildlife Finland* et le *Finnish Forest Research Institute* (Metla, qui fait maintenant partie du *Natural Resources Institute Finland*) ont mis au point en 2009 une méthode standardisée facile à utiliser permettant d'évaluer chaque année les retombées économiques cumulatives locales de la fréquentation des parcs (Huhtala et al., 2010). Elle est axée sur la quantification des bienfaits économiques associés aux loisirs et au tourisme de plein air dans les parcs nationaux finlandais et dans d'autres aires protégées, notamment les activités telles que la randonnée, le ski, la pêche et le camping. La méthode s'inspire du *Money Generation Model 2* américain (MGM2, Stynes et al., 2000) mis au point par le *National Park Service* aux États-Unis.

En 2010, la méthode a été intégrée dans la base de données nationale recensant les informations sur les visiteurs (ASTA) de *Parks & Wildlife Finland*, créée à l'origine pour estimer la demande de loisirs dans les parcs nationaux et d'autres aires protégées et de loisir. Cette intégration permet maintenant d'estimer et de rendre compte chaque année des effets positifs associés aux dépenses des visiteurs pour chaque aire protégée de premier plan.

Pour estimer les retombées économiques locales des visiteurs dans une aire protégée, il est fondamental de disposer d'un système de suivi des visiteurs standardisé et très complet, incluant à la fois des registres des visiteurs et des enquêtes auprès de ces derniers. Au moment de mettre au point le

modèle de calcul des impacts économiques, *Parks & Wildlife Finland* disposait déjà d'un système équivalent (Kajala et al., 2007). Les frais ont ainsi pu être limités, grâce à la possibilité d'utiliser des informations sur les visiteurs déjà collectées à d'autres fins. Même si la création et la gestion d'un tel système de suivi et d'information sur les visiteurs exigent des investissements importants en temps et en ressources, d'après l'expérience de *Parks & Wildlife Finland*, on peut en tirer des enseignements riches et diversifiés.

### **Méthodologie**

Le modèle d'évaluation adopté s'inspire du *Money Generation Model 2* (MGM2) américain. Il réunit des informations sur trois variables essentielles : le nombre de visites, les dépenses des visiteurs et un ensemble de multiplicateurs qui rendent compte de la manière dont les dépenses des visiteurs circulent et se multiplient dans l'économie locale. Les données pourraient être tirées d'un système de suivi des visiteurs standardisé et complet existant, qui se sert à la fois des registres et des enquêtes sur les visiteurs, et d'une base de données nationale recensant les informations sur les visiteurs (ASTA) de *Parks & Wildlife Finland*.

La précision des estimations des dépenses et des retombées dépend en grande partie des données en entrée, à savoir le nombre de visiteurs, les chiffres des dépenses des visiteurs et les multiplicateurs décrivant les flux monétaires dans l'économie locale. Pour estimer les retombées économiques de la fréquentation des parcs de manière continue au niveau national, il est donc fondamental de disposer de données de suivi des visiteurs standardisées très complètes, notamment des décomptes des visiteurs et des enquêtes auprès des visiteurs. *Parks & Wildlife Finland* disposait déjà d'un système de suivi, dénommé ASTA (système de bases de données recensant des informations sur les visiteurs), qui s'est avéré très utile puisqu'un nouveau calcul des effets des dépenses des visiteurs a pu y être intégré.

### **Principaux résultats**

D'après les statistiques, les parcs nationaux finlandais ont reçu en 2015 quelque 2.6 millions de visiteurs. Les effets positifs de ces visites pour les économies locales ont été estimés de moins de 0.1 million EUR à 36.5 millions EUR par parc, et de 0 à 366 années-personnes (en équivalent temps plein) en termes d'emplois créés. La synthèse des effets positifs au niveau national montre que les retombées économiques locales des dépenses des visiteurs des parcs nationaux seules (39 aires au total) s'élevaient à 141.4 millions EUR et 1 400 années-personnes en 2015. Chacun de ces chiffres est également disponible pour d'autres aires protégées détenues par l'État (*Metsähallitus*, 2016). Les répercussions économiques locales les plus importantes sont visibles dans les parcs nationaux situés près de centres touristiques où les visiteurs séjournent plus longtemps et où l'offre de services touristiques est plus importante.

Le rapport coûts-avantages des parcs nationaux finlandais est bon. Les effets positifs pour l'économie locale sont en moyenne dix fois supérieurs à ceux des investissements publics dans les services de randonnée par an. Pour les parcs nationaux situés à proximité de stations de ski, le rapport entrées-sorties moyen est encore supérieur, à savoir 14 EUR. Près des grandes villes et de la zone métropolitaine d'Helsinki, les impacts des visites sont principalement des effets positifs en termes de loisirs et de santé.

Les effets des dépenses des visiteurs dans les aires protégées ont été l'un des principaux facteurs ayant convaincu les décideurs, il y a quelques années, des multiples retombées positives des investissements publics dans ces zones de Finlande. Au bout du compte, les réductions budgétaires prévues pour la gestion des parcs n'ont pas été appliquées. De plus, les différences entre les retombées économiques locales d'un parc national à l'autre ont sensibilisé les entreprises de tourisme régional et

de plein air, les aménageurs et les administrateurs aux éventuels débouchés commerciaux offerts par les aires protégées. La nécessité d'investir tant dans les activités de gestion que dans le développement du secteur privé pour dégager des revenus substantiels pour les régions s'est également imposée. Outre la mise en évidence des effets positifs des investissements publics, le fait d'appréhender les retombées économiques des dépenses des visiteurs peut également servir à mieux faire accepter l'idée des parcs nationaux parmi les parties prenantes.

### ***Poursuite de la démarche adoptée***

*Parks & Wildlife Finland* tient la méthodologie à jour, les multiplicateurs utilisés dans le modèle ayant par exemple été actualisés en 2014 (Vatanen et Kajala, 2015). *Parks & Wildlife Finland* suit les évolutions méthodologiques internationales, en particulier celles intervenant au sein du *National Park Service* aux États-Unis, dont il s'est inspiré pour créer le modèle adopté par la Finlande. Aux États-Unis, l'analyse de 2012 a été l'occasion d'une révision majeure des analyses des effets des dépenses des visiteurs des parcs nationaux, avec la mise au point du modèle sur les effets des dépenses des visiteurs (VSE) qui a remplacé le précédent *Money Generation Model 2* (MGM2). Le modèle VSE mesure les effets économiques annuels des dépenses des visiteurs des parcs nationaux tandis qu'elles circulent dans l'économie au niveau des parcs, des États, des régions des parcs nationaux et du pays (*United States National Park Service*, 2016).

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

L'un des principaux enseignements tirés pendant l'étude est l'importance de la coopération entre la recherche et la pratique, c'est-à-dire entre des organisations comme le *Finnish Forest Research Institute*, Metla et *Parks & Wildlife Finland*. L'association de connaissances théoriques et pratiques a permis d'obtenir des renseignements utiles pour mettre au point la méthode, et a significativement rehaussé le niveau de confiance dans les résultats.

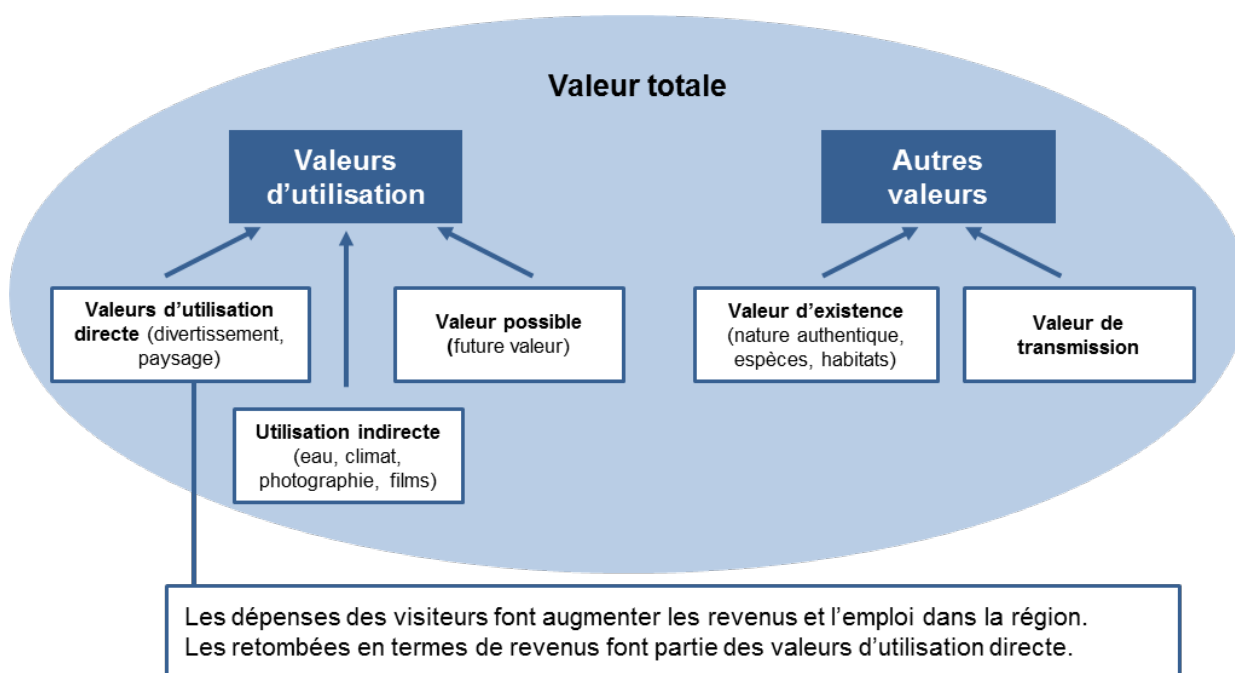
Avant la création de la méthode, il existait plusieurs études de cas sur les retombées économiques locales de la fréquentation des parcs. Toutefois, ces études utilisent des méthodologies variées et leur mise en œuvre est relativement onéreuse. L'un des principaux objectifs de Metla et de *Parks & Wildlife Finland* a donc été de veiller à la comparabilité des résultats d'un point de vue géographique et chronologique, ainsi qu'à la fiabilité et à l'exploitabilité de la méthode sur le long terme. Dans l'évaluation finlandaise, la comparabilité est désormais assurée par une collecte de données (via la base de données ASTA) et une méthodologie standardisées au niveau national. Les résultats ont également été comparés à des études antérieures pour vérifier leur fiabilité. La méthode mise au point est pratique et peut être utilisée par tout un chacun au sein de l'organisme.

Cette démarche a renforcé l'hypothèse selon laquelle, pour pouvoir estimer en continu l'impact économique de la fréquentation des aires protégées, il est indispensable de mettre en place au préalable un système de suivi permanent et standardisé. Cela est relativement facile en Finlande car tous les parcs nationaux sont gérés par un organisme gouvernemental qui pratique déjà le suivi des visiteurs. *Parks & Wildlife Finland* a mis sur pied un groupe d'experts baptisé SMART (experts en matière de durabilité et de gestion des loisirs et du tourisme) dont la mission est de conseiller et de guider les parcs nationaux et d'autres aires protégées de premier plan pour les questions de suivi du nombre de visiteurs, et de poursuivre le développement des méthodes de suivi. Ce travail de conseil est nécessaire pour maintenir un suivi des visiteurs de grande qualité, lequel est crucial pour obtenir des résultats fiables sur l'impact économique. D'autre part, il semble que l'utilisation de données de suivi du nombre de visiteurs pour en estimer l'impact économique ait accru la motivation même face à ce suivi : dans de nombreux parcs nationaux, l'importance des investissements dans un système de suivi

du nombre de visiteurs est maintenant mieux comprise qu'avant. Ces investissements sont amplement rentabilisés du fait de la diversité des informations obtenues.

Enfin, il est important de garder à l'esprit le fait que si les retombées économiques locales dus aux dépenses de loisir des visiteurs des parcs sont des informations importantes qui peuvent influencer sur la prise de décisions, cette méthode ne décrit et ne prend en compte que certains types de valeurs. En Finlande, à partir du moment où l'on a appréhendé et fait connaître les effets positifs associés aux dépenses des visiteurs, il a été plus facile de mettre en avant tous les autres types de valeurs associées aux aires protégées ; ainsi, *Parks & Wildlife Finland* a récemment mis au point des méthodes de mesure des bienfaits perçus de la fréquentation des aires protégées en termes de santé et de bien-être (graphique 5).

**Graphique 5. Valeur totale d'un parc national, Finlande**



Source : Parks & Wildlife Finland.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

La méthodologie a été présentée à l'occasion de différentes conférences internationales au cours des sept dernières années et de nombreux pays se sont dits désireux d'en appliquer une semblable. La méthodologie de base est universellement applicable ; jusqu'à présent, la difficulté a été de trouver des ressources pour obtenir les données systématiques qu'exige le modèle, à savoir le volume de visites, des données sur les dépenses des visiteurs, les profils des visiteurs et les multiplicateurs économiques locaux pour chaque aire protégée.

### ***Pour en savoir plus***

Contact – Metsähallitus, Parks & Wildlife Finland

- Huhtala, M., L. Kajala et E. Vatanen (2010), Local economic impacts of national park visitors' spending in Finland: The development process of an estimation method, Working Papers of the Finnish Forest Research Institute, n° 149, ([www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp149-en.htm](http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp149-en.htm)), consulté le 7 avril 2016.
- Kajala, L., A. Almik, R. Dahl, L. Dikšaitė, J. Erkkonen, P. Fredman, F. Jensen Søndergaard, K. Karoles, T. Sievänen, H. Skov-Petersen, O. I. Vistad et P. Wallsten (2007), Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries. TemaNord 2007:534. 156 p. + annexes.
- Metsähallitus (2016), National Parks and Hiking Areas Generate Income to Local Businesses in Finland <http://www.metsa.fi/web/en/economicbenefitsofnationalparks>, consulté le 7 avril 2016.
- Parks & Wildlife Finland (2016), Outdoor recreation in state-owned land and water areas in Finland <http://www.metsa.fi/web/en/outdoor-recreation>, consulté le 7 avril 2016.
- Stynes, D. J., D. P. Propst, W.-H. Chang et Y. Y. Sun (2000), Estimating National Park Visitor Spending and Economic Impacts; The MGM2 Model, <https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/reports.htm#manuals>, consulté le 7 avril 2016.
- United States National Park Service (2016), US National Park Service > Economics: Visitor Spending Effects, <http://www.nature.nps.gov/socialscience/economics.cfm>, consulté le 7 avril 2016.
- Vatanen, E. et L. Kajala (2015), Update of multipliers used by the method assessing the local economic impacts of national parks, hiking areas and other protected areas valuable as nature tourism destinations, 2014 (en finnois, résumé en anglais), <http://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Asarja/a213.pdf>, consulté le 7 avril 2016.
- .



## France – Mesurer l'emploi et la richesse dégagée touristiques au niveau local

### *Description et objectifs*

Le projet est piloté par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).

L'INSEE a mis au point une méthodologie permettant d'estimer l'emploi et la richesse dégagée touristiques au niveau des communes, et notamment :

- l'emploi touristique par secteur (regroupement d'activités) ou la capacité touristique (touristicité) ;
- l'emploi touristique ventilé par âge moyen, sexe, catégorie socio-professionnelle, âge, condition d'emploi, salaires bruts et nets, et horaires moyens ;
- l'évolution de l'emploi touristique entre l'année de référence et la dernière année pour laquelle on dispose de données ;
- la richesse dégagée des activités touristiques pour un territoire, permettant de juger de leur poids économique.

### *Méthodologie*

La méthodologie a été révisée en 2014. Elle est notamment devenue plus restrictive s'agissant du champ des activités associées, et supprime certaines activités pour lesquelles le tourisme n'est pas le facteur explicatif principal de la saisonnalité.

### *Calcul de l'emploi touristique*

La méthode repose sur la notion d'emploi résidentiel, qui représente le nombre d'emplois par activité nécessaire à la population habituellement présente sur un territoire (hors touristes). L'emploi touristique estimé correspond aux emplois générés par la fréquentation touristique, c'est-à-dire à l'emploi directement imputable à la présence de touristes sur un territoire. Seuls les emplois directs sont pris en compte. L'emploi touristique sur un territoire est égal à la différence entre l'emploi total et le ratio d'emploi résidentiel (excepté les activités 100 % touristiques pour lesquelles tout l'emploi est considéré comme touristique). La méthode exclut la majorité des moyens de transport et des agences de voyage car ils permettent certes de se rendre sur le lieu de tourisme, mais ne constituent pas une dépense sur le territoire. Les sources de données sont les Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour l'emploi salarié et l'ACOSS (Agence centrale des organismes de sécurité sociale) pour l'emploi non salarié.

La manière d'estimer l'emploi touristique est la suivante :

- Les activités 100 % touristiques sont celles qui n'existeraient pas sans la présence de touristes (l'hébergement, par exemple). Pour ces activités l'ensemble de l'emploi sera considéré comme touristique.
- Les activités touristiques sont celles qui sont dépendantes de la présence de touristes, mais dont une partie de l'emploi est imputable aux personnes qui résident sur le territoire (par exemple restauration, débits de boisson). Pour ces activités, quelle que soit la touristicité du



territoire, en période creuse, l'emploi est dédié aux résidents ou aux personnes présentes pour y travailler. Le ratio national moyen d'emploi par habitant, calculé sur l'ensemble des bassins de vie au moment où l'activité est la plus faible, permet donc le calcul d'un emploi résidentiel théorique dans chaque bassin de vie. Par différence avec l'emploi total du bassin de vie, on en déduit l'emploi touristique du bassin de vie qu'on affecte ensuite à chaque commune, avec comme clé de répartition l'emploi 100 % touristique de la commune.

- Les activités « peu touristiques » sont celles qui existent sans la présence de touristes, mais qui peuvent connaître un surplus d'activité temporaire lié à la présence de touristes sur le territoire, précisément en raison de son caractère touristique. On calcule comme précédemment un niveau d'emploi résidentiel théorique, mais ici propre à chaque bassin de vie afin de prendre en compte les spécificités locales du bassin. Cet emploi résidentiel théorique est l'emploi total moyen des mois les plus creux pour chaque activité. L'emploi touristique sera alors seulement la partie de l'emploi supérieure à ce niveau d'emploi théorique. On affecte ensuite une part de cet emploi à chaque commune, avec comme clé de répartition l'emploi 100 % touristique de la commune.

Différentes variables ont été retenues pour les données concernant l'emploi touristique salarié :

- âge moyen et trois tranches d'âge ;
- sexe (hommes, femmes) ;
- catégorie socio-professionnelle (cadres, professions intermédiaires, ouvriers, employés, autres) ;
- condition d'emploi (temps complet, temps partiel) ;
- salaire net horaire moyen ;
- salaire brut horaire moyen.

Pour les emplois non salariés, seuls l'âge et le sexe ont été retenus.

Ces données spécifiques fournissent à la fois des renseignements et des détails sur l'emploi dans le tourisme, mais elles reposent sur des suppositions et doivent donc être considérées avec prudence. Elles sont en effet basées sur l'hypothèse que la structure de l'emploi touristique est la même que celle de l'emploi total. Il faut donc entourer de précautions l'utilisation de ces données.

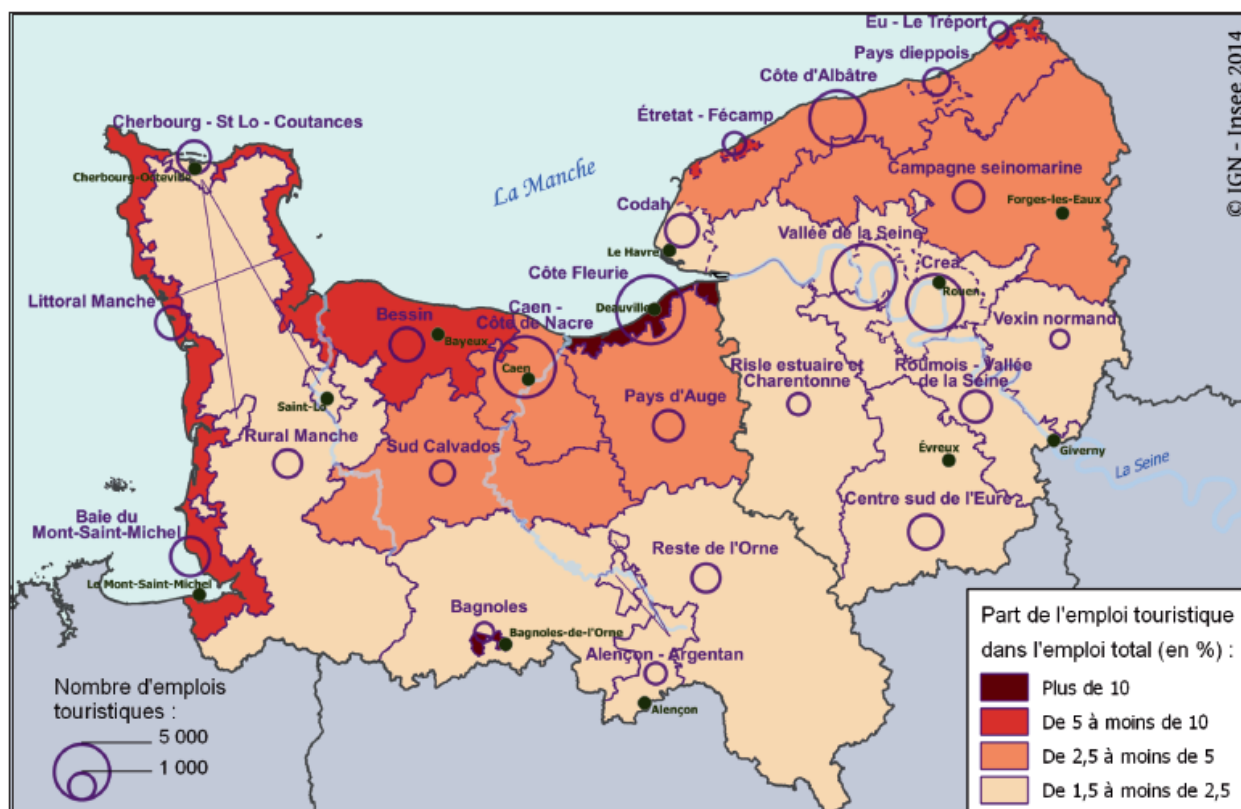
#### *Calcul de la richesse dégagée touristique*

La méthode permet également de calculer la richesse dégagée touristique. La richesse dégagée est une notion économique qui permet d'évaluer l'importance de l'activité économique dans un territoire donné. Comme pour l'emploi, la richesse dégagée touristique correspond à la richesse générée par la fréquentation touristique sur ce territoire. Le concept de richesse dégagée est issu de la valeur ajoutée des entreprises et est à considérer comme une mesure indirecte du poids de l'activité économique. La richesse dégagée n'est pas comparable au PIB. Ces données permettent par exemple de hiérarchiser le poids des principales activités touristiques d'un territoire ou de comparer le poids « économique » de ces activités à leur poids en termes d'emploi. La source des données est le Fichier économique enrichi de l'INSEE.

### Principaux résultats

La nouvelle méthodologie permet d'estimer précisément les zones où la part de l'emploi touristique est la plus importante sur le territoire (graphique 6 et tableau 11).

**Graphique 6. Les zones littorales normandes sont nettement les plus touristiques**



Source : DADS 2011, ACOSS 2011 ; traitements Insee,

[http://www.insee.fr/fr/insee\\_regions/haute-normandie/themes/aval/aval14148/img/aval14148.pdf](http://www.insee.fr/fr/insee_regions/haute-normandie/themes/aval/aval14148/img/aval14148.pdf)

**Tableau 11. Nombre d'emplois liés au tourisme par région, France métropolitaine, 2011**

	Emploi touristique lié au tourisme local	Emploi touristique non lié au tourisme local	Emploi touristique total	Part dans l'emploi total
	000 emplois			%
Ile-de-France	261	133	395	7
Rhône-Alpes	119	28	147	5
Provence-Alpes-Côte d'Azur	116	24	140	7
Aquitaine	54	11	65	5
Bretagne	46	11	57	4
Languedoc-Roussillon	49	8	57	6
Pays de la Loire	41	12	53	4
Midi-Pyrénées	39	12	51	4
Nord-Pas-de-Calais	32	13	45	3
Alsace	25	9	34	4
Centre-Val de Loire	25	8	33	3
Lorraine	21	8	30	3
Bourgogne	20	9	28	4
Poitou-Charentes	24	4	28	4
Basse-Normandie	23	4	27	5
Picardie	17	7	24	4
Haute-Normandie	15	6	22	3
Auvergne	17	4	22	4
Champagne-Ardenne	12	5	17	3
Corse	12	2	14	11
Franche-Comté	11	3	14	3
Limousin	8	3	11	4
France métropolitaine	986	325	1 310	4

1. Hors agriculture, fonction publique d'État et particuliers employeurs.

Source : Insee, DADS 2011.

La méthode permet aussi de déterminer la richesse touristique dégagée par le tourisme local (tableau 12).

**Tableau 12. Répartition de la richesse dégagée par le tourisme local, France, 2011**

	Emploi total <sup>1</sup>	Emploi touristique	Part de l'emploi touristique dans l'emploi total	Part des non salariés dans l'emploi touristique
	000 emplois		%	
Espaces urbains, dont :	15 943	529	3	12
Unité urbaine parisienne	5 738	251	4	10
Grandes unités urbaines	2 825	101	4	13
Unités urbaines moyennes	7 379	176	2	14
Littoral, dont :	2 532	194	8	17
Littoral méditerranéen	1 174	89	8	16
Littoral atlantique breton	862	70	8	18
Littoral manchois	400	24	6	15
Littoral corse	96	11	11	16
Stations de ski, dont :	207	64	31	27
Stations de ski de haute montagne	160	57	36	28
Stations de ski de moyenne montagne	48	7	15	22
Massifs, dont :	6 340	199	3	23
Massif de haute montagne	1 022	44	4	20
Massif de moyenne montagne	1 637	55	3	21
Petites unités urbaines	3 681	100	3	25

1. Hors agriculture, fonction publique d'État et particuliers employeurs.

Source : Insee, DADS 2011.

***Poursuite de la démarche adoptée***

Cette méthode d'estimation a été révisée récemment. Depuis 2014, plusieurs régions françaises l'ont mise en œuvre (Haute-Normandie, Île-de-France, Lorraine, Picardie). La mise en œuvre devrait se poursuivre dans d'autres régions, et permettre à terme, sur la base des résultats obtenus et de l'analyse des estimations, de poursuivre la consolidation de cette méthodologie.

***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Les données sur l'emploi touristique et la richesse dégagée par le tourisme au niveau local intéressent au plus haut point les décideurs locaux. La méthodologie permet de réaliser des comparaisons entre régions et une typologie assez fine de l'impact du tourisme en fonction des territoires (urbain, littoral, stations de ski, montagne). C'est un nouvel outil pour accompagner la mise en place de politiques du tourisme au niveau local, et mieux appréhender la saisonnalité de l'emploi touristique au niveau local.

***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Cette méthode s'appuie sur des sources de données très détaillées concernant la nature de l'emploi et la qualification, les dates de début et de fin de période de paie, le nombre d'heures salariées, la condition d'emploi (temps complet, temps partiel), le montant des rémunérations versées, etc. Ces informations sont complétées par d'autres données, notamment de fréquentation hôtelière, et économiques et financières sur les établissements. Cette méthode pourrait être transposable dans un pays qui disposerait de données de caractère similaire.

***Pour en savoir plus***

Contact – Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)

*Méthode d'estimation de l'emploi et de la richesse dégagée touristiques AT47*, INSEE, janvier 2014.

Lettre d'information INSEE Haute-Normandie n° 148 « *Les retombées économiques du tourisme en Normandie* », juin 2014.

Lettre d'information INSEE Lorraine n° 333 « *21000 emplois touristiques en Lorraine* », février 2014.

Lettre d'information INSEE Picardie n° 7 « *L'emploi touristique en Picardie : une dynamique de croissance* », avril 2015.

Lettre d'information INSEE Île-de-France n° 20 « *L'Île-de-France, première région touristique française* », juin 2015.

Lettre d'information INSEE Première n° 1555 « *Un million d'emplois liés à la présence de touristes* », juin 2015.



## **Irlande – Utiliser les registres des entreprises dans l'analyse du secteur touristique en régions**

### ***Description et logique***

Le projet est piloté par le *Central Statistical Office* d'Irlande

La démarche consiste à soutenir des initiatives des pouvoirs publics en Irlande pour développer des systèmes nationaux et régionaux de gestion des destinations ainsi qu'un ensemble d'indicateurs sur les destinations.

Les registres des entreprises sont la base à partir de laquelle toutes les statistiques sur les entreprises sont compilées. En plus de fournir des cadres d'échantillonnage et de pondération, ils constituent une riche source d'information sur les structures économiques et industrielles nationales et régionales. La couverture très complète des registres des entreprises est particulièrement utile dans le contexte du tourisme, qui est un secteur morcelé dispersé entre diverses filières. De grands ensembles de données tels que ces registres ont l'avantage d'être déjà bien établis et suffisamment vastes pour offrir des données infranationales robustes.

Cette initiative montre comment les registres des entreprises peuvent servir de source pour générer une nouvelle série d'indicateurs touristiques relatifs à l'offre. Elle fournit un profil de la démographie des entreprises et de l'emploi pour la filière touristique en Irlande au niveau du comté (niveau NUTS 4).

Ces travaux de recherche entrepris par le *Central Statistics Office* proposent une nouvelle méthode pour mesurer et appréhender les activités de la filière touristique en Irlande à partir de données administratives corrélées.

### ***Méthodologie***

Les données sources principales sont les statistiques sur la démographie des entreprises, publiées par le *Central Statistics Office* en Irlande, en conformité avec la législation de l'UE. Cet ensemble de données présente l'avantage d'être déjà compilé et de ce fait, le seul coût d'utilisation de ces données est le coût marginal correspondant à la réalisation de nouvelles analyses. Les statistiques sur la démographie des entreprises proviennent du registre des entreprises, qui couvre (presque) toutes les entreprises en activité dans le pays.

Les principales variables disponibles dans le registre des entreprises sont la localisation, le statut juridique et la taille de l'entreprise, le nombre de salariés et de personnes embauchées, et le chiffre d'affaires total (il convient toutefois de noter que la qualité des données sur le chiffre d'affaires n'est pas suffisamment bonne pour permettre leur publication). Les autres informations qui seront disponibles à l'avenir incluront la nationalité des capitaux.

Les statistiques sur la démographie des entreprises fournissent des données sur la population d'entreprises en activité dans l'État, notamment sur les créations (entrées) et disparitions (sorties ou cessations d'activité) d'entreprises, ainsi que des informations sur leur taux de croissance et de survie (espérance de vie). Ces statistiques sont également utilisées pour générer des indicateurs de l'activité entrepreneuriale et des facteurs qui la renforcent ou la freinent, et pour comprendre la contribution d'entreprises nouvellement créées à la création d'emplois.

Les informations fournies reposent sur la démographie des entreprises et de l'emploi dans la filière touristique, que les produits et services vendus par ces entreprises aient ou non été consommés

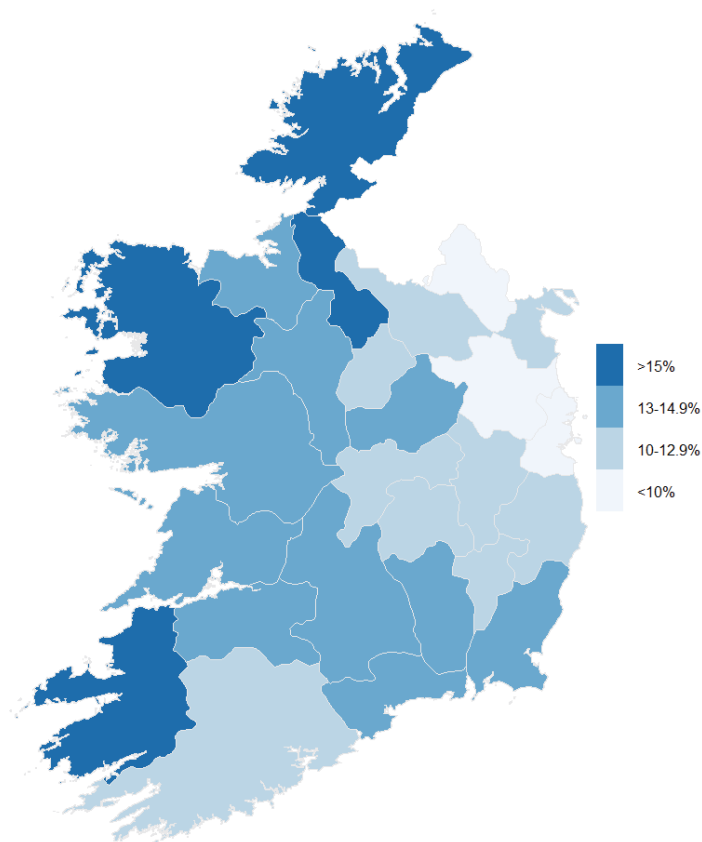
par des touristes. En d'autres termes, les analyses ne fournissent pas d'informations sur les entreprises et l'emploi créés par la demande touristique sous forme numérique.

De nouveaux indicateurs baptisés *Tourism Dependency Ratios* sont définis et élaborés. Ces ratios permettent d'analyser et d'appréhender l'offre touristique d'un point de vue spatial. Il s'agit du rapport de la filière touristique à l'économie totale pour une région (nationale ou régionale) et une variable (population d'entreprises, emploi total ou chiffre d'affaires total, etc.) donnée.

Si le registre des entreprises couvre la population totale d'entreprises en activité en Irlande, le calcul d'agrégats régionaux requiert quelques précautions. La répartition géographique de chaque entreprise est une approximation puisqu'il n'existe actuellement aucune source administrative détaillée avec leur localisation exacte. Par conséquent, l'activité au niveau du comté est déterminée par l'adresse où l'entreprise est enregistrée fiscalement, et non là où les activités de l'entreprise se déroulent. Généralement, il en résulte un déséquilibre en termes d'emploi au profit de Dublin, la capitale.

### ***Principaux résultats***

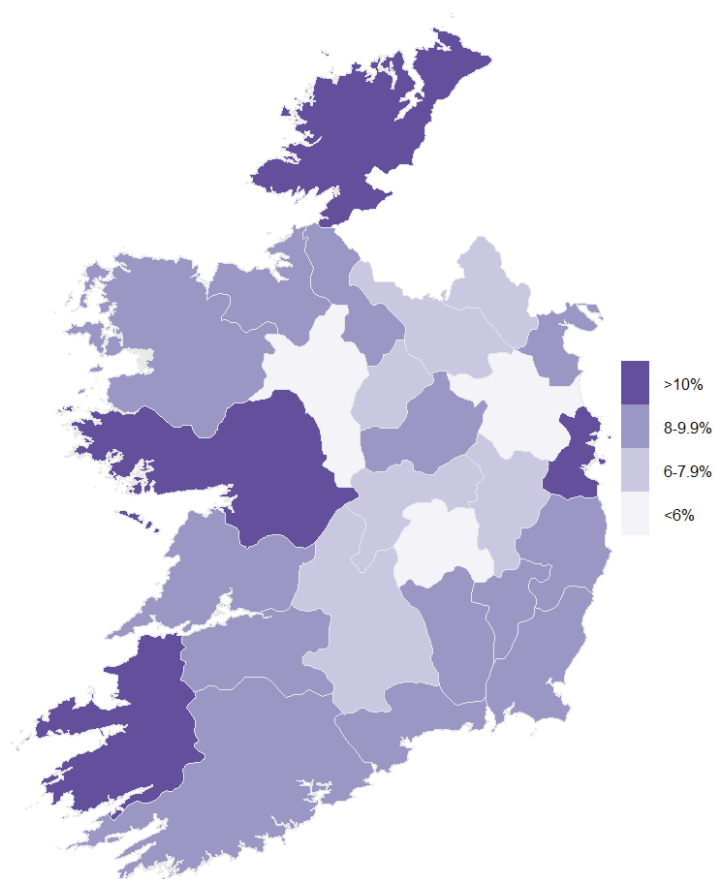
L'un des principaux objectifs de cette initiative est de mettre au point une démographie régionale pour mieux illustrer l'importance relative des filières touristiques pour chaque région. Le graphique 7 montre que les taux de dépendance aux entreprises de tourisme est très variable d'un comté irlandais à l'autre. Par exemple, les entreprises de tourisme sont relativement plus importantes pour les comtés le long du littoral occidental, et considérablement moins importantes en termes relatifs pour la région du Grand Dublin et de Cork.

**Graphique 7. Entreprises – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011**

Source : J. Delaney et S. MacFeely, *Central Statistics Office* d'Irlande.

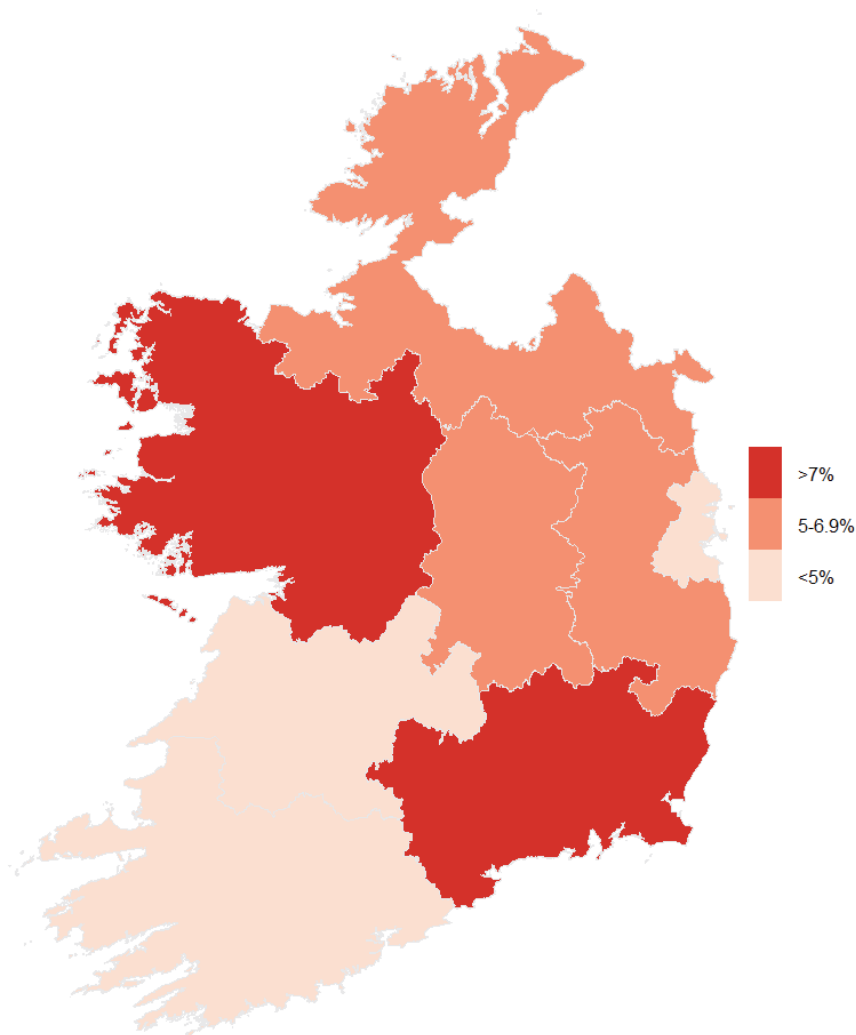
Le graphique 8 montre l'importance de l'emploi dans le tourisme pour différents comtés. Il indique également que la composition de l'emploi à Dublin est assez différente de celle du secteur touristique d'autres comtés, avec une dépendance moindre vis-à-vis de la restauration et de l'hébergement, mais plus importante en ce qui concerne par exemple les transports, ainsi que les arts, le divertissement et les loisirs. Cette réalité est le reflet de la diversité de l'économie de Dublin et en particulier de l'importance des infrastructures aéroportuaires et portuaires et des autres infrastructures touristiques et sportives.



**Graphique 8. Emploi – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011**

Source : J. Delaney et S. MacFeely, *Central Statistics Office* d'Irlande.

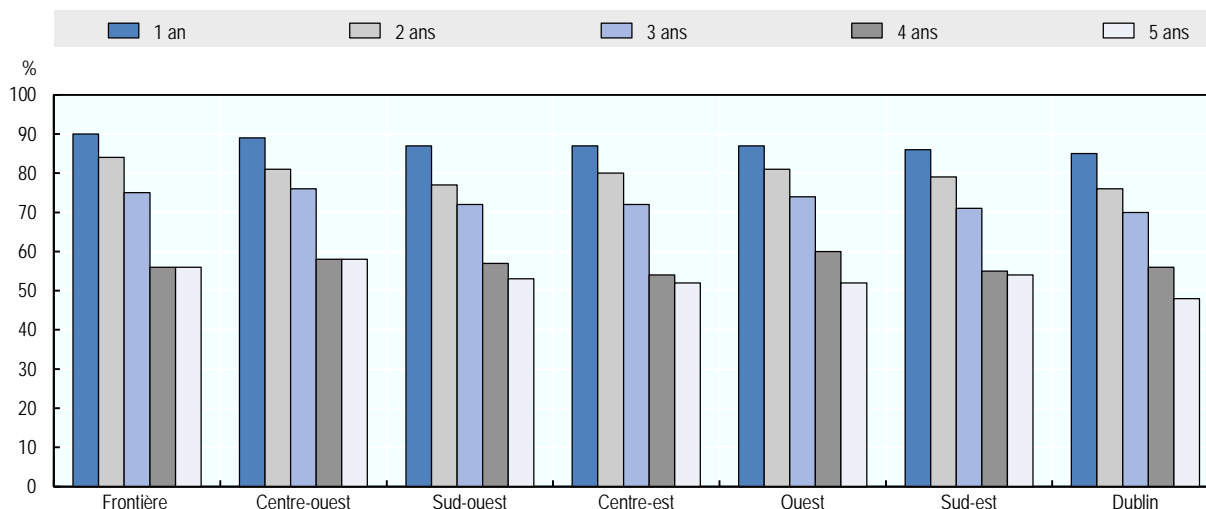
Les taux de dépendance au chiffre d'affaire du tourisme sont très irréguliers par rapport aux taux de dépendance au tourisme du point de vue des entreprises et de l'emploi. Pour cette raison, les taux de dépendance au tourisme pour le chiffre d'affaires ont été déterminés en faisant une moyenne sur la période 2009-11 et sont présentés au niveau NUTS 3 de manière à obtenir des données plus stables. Ces taux vont d'un faible 3 % dans le sud-ouest à un pourcentage élevé de près de 9 % dans l'ouest (graphique 9).

**Graphique 9. Chiffre d'affaires – Taux de dépendance au tourisme par comté, Irlande, 2011**

Source : J. Delaney et S. MacFeely, *Central Statistics Office* d'Irlande.

La démographie des entreprises fournit également des informations sur les taux de création, de cessation d'activité et de survie des entreprises par classe NACE et région NUTS 4, ce qui donne des renseignements utiles sur les résultats relatifs et l'espérance de vie des différents secteurs du tourisme.

Les taux de création, de cessation d'activité et de survie régionaux peuvent être très variables. Le graphique 10 présente l'évolution des taux de survie pour la filière touristique au niveau NUTS 3. Si les tendances sont relativement proches d'une région à l'autre, les taux de survie sont clairement plus faibles à Dublin, où au bout de cinq ans 48 % seulement des entreprises créées en 2006 sont encore en activité (contre 58 % dans la région centre-ouest).

**Graphique 10. Taux de survie des entreprises par région, Irlande, 2011**

Source : J. Delaney et S. MacFeely, *Central Statistics Office* d'Irlande.

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

L'ensemble de données sur la démographie des entreprises a l'avantage d'être déjà compilé ; de ce fait, le seul coût d'utilisation de ces données est le coût marginal correspondant à la réalisation de nouvelles analyses. Lorsque ces données sont reliées à d'autres sources de données administratives au niveau des microdonnées, leur poids s'accroît significativement. C'est le cas par exemple des informations et analyses complémentaires, tels que les taux de dépendance au tourisme.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Les données administratives telles que celles des registres des entreprises et les informations démographiques constituent une source solide et permettent la réalisation d'analyses comparatives avec d'autres secteurs économiques au niveau des macro- et des microdonnées. Elles sont déjà compilées pour alimenter l'ensemble plus vaste de statistiques sur les entreprises ; leur utilisation est donc relativement peu onéreuse et elles n'imposent pas de charge supplémentaire aux répondants ou aux entreprises. De ces données découlent différents indicateurs sur les entreprises et divers indicateurs sociaux solides et aisément compréhensibles au niveau régional. La méthode des données administratives corrélées est applicable dans différents pays et adaptable à différents contextes.

Il existe des registres d'entreprises structurés dans la plupart des pays dotés de systèmes de statistiques relativement développés, de sorte que la méthode présentée est facilement transférable et qu'il est possible de mettre au point des indicateurs comparables au plan international en réutilisant des sources statistiques déjà harmonisées.

### ***Pour en savoir plus***

Contact – Central Statistical Office d'Irlande

Delaney, J. et S. MacFeely (2014), « Extending Supply Side Statistics for the Tourism Sector: A new approach based on linked-administrative data », *Journal of the Social and Statistical Inquiry Society of Ireland*, à paraître.

MacFeely, S., J. Delaney et F. O'Donoghue (2013), « Using Business Registers to conduct a regional analysis of Enterprise Demography and Employment in the Tourism Industries: Learning from the Irish Experience », *Tourism Economics*, vol. 19, n° 6, pp. 1293-1316.



## Nouvelle-Zélande – Analyser les dépenses touristiques régionales au moyen des transactions électroniques par carte

### *Description et logique*

Le projet est piloté par le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi.

Le tourisme international joue un rôle important dans l'économie néo-zélandaise, avec une contribution de 30 milliards NZD au PIB du pays en 2015 (*Statistics New Zealand*, 2015). La *Tourism Industry Association* de Nouvelle-Zélande s'est fixé comme objectif ambitieux d'atteindre 41 milliards NZD d'ici 2025 en améliorant la compétitivité du tourisme.

En 2012, le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi a lancé une action en faveur d'indicateurs du tourisme régional (*regional tourism indicators* ou RTI), dans le but de mieux appréhender le tourisme au niveau régional. Les RTI sont conçus pour fournir des données récentes sur les dépenses touristiques, qu'il s'agisse de voyageurs internationaux ou internes, dans les différentes régions de Nouvelle-Zélande. Les RTI utilisent les données issues des transactions électroniques par carte comme source. Les indicateurs peuvent aider à la formulation de la stratégie de promotion des différentes régions, apporter une contribution à l'organisation de grands événements, éclairer les travaux des pouvoirs publics visant à attirer et prendre en compte davantage des marchés spécifiques, et accroître la valeur des visiteurs internationaux.

Les RTI ont été mis au point pour répondre au besoin de mieux comprendre où les visiteurs se rendent dans le pays, à quoi ils dépensent leur argent, comment se modifient les comportements selon la saison et quels sont les impacts des événements. Les données des RTI remontent jusqu'à janvier 2008. Elles sont compilées tous les mois, et peuvent être synthétisées sous forme de données mensuelles, semestrielles ou annuelles.

### *Méthodologie*

L'utilisation de données d'enquêtes pour isoler les informations sur les dépenses dans différentes régions coûterait cher puisqu'elle exige un échantillon de grande taille pour fournir les données au niveau de détail requis.

*Statistics New Zealand* utilise des données issues des transactions électroniques par carte pour fournir des mesures récentes des ventes au détail. Les transactions électroniques par carte sont constituées de deux séries :

- des données internationales provenant de Paymark (par le biais de MarketView) – système utilisé par environ 74 000 commerçants et plus de 70 % des détaillants néo-zélandais ; et
- des données nationales recueillies par le biais de MarketView, relatives aux dépenses électroniques anonymes réalisées avec des cartes de la Bank of New Zealand (BNZ). BNZ détient environ 20 % du marché néo-zélandais des cartes bancaires et est à peu près représentative de la Nouvelle-Zélande sur le plan géographique (ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi, 2013).

En ce qui concerne les données internationales, toutes les dépenses intégrées à l'ensemble de données des RTI sont considérées comme liées au tourisme. S'agissant des données intérieures, les

dépenses touristiques internes sont définies comme toutes les dépenses réalisées par des détenteurs de cartes auprès de commerçants situés hors de leur zone de résidence<sup>1</sup>.

Les données des RTI incluent toutes les transactions effectuées avec des cartes de débit, de crédit et de paiement auprès de commerçants basés en Nouvelle-Zélande et toutes les transactions avec présentation de carte sur le point de vente. C'est pour identifier les modifications dans le temps que l'ensemble de données s'avère le plus utile. Les RTI permettent de voir plus précisément quels marchés de visiteurs viennent dans une région donnée, de vérifier si la composition du marché évolue dans le temps et d'identifier les marchés en pleine croissance.

Les variables utilisées sont les suivantes :

- Origine du commerçant : autorité régionale (intérieure).
- Origine du détenteur de carte : autorité du pays ou territoriale (intérieure).
- Type de commerçant : tous les commerçants ont reçu un code ANZISIC 2016 (*Australia and New Zealand Standard Industry Classification*). Un commerçant ne peut recevoir qu'un seul code ANZSIC, qui est défini en fonction de sa principale source de revenu.
- Mois et année.

Pour faciliter les relevés, les secteurs ANZSIC ont été regroupés en catégories :

- Hébergement
- Services culturels et récréatifs
- Éducation
- Restauration et débits de boissons
- Commerce de détail – Alimentation
- Commerce de détail – Carburants
- Ventes non liées au tourisme
- Commerce de détail – Autres
- Transports (dont agences de voyage et voyagistes)

La méthodologie fixe ses propres limites. Les données des RTI excluent :

---

1. Sont également exclues des données les relations entre le détenteur de carte et la zone où se situent les commerçants lorsque le profil des dépenses indique que le détenteur de la carte se comporte comme si la zone où se situent les commerçants était locale. Une liste complète des relations entre le détenteur de carte et la zone où se situent les commerçants définies comme locales est fournie dans la feuille Excel.

- les transactions effectuées avec des espèces, des chèques ou les transactions de location-vente ;
- les transactions effectuées sans présentation de carte (paiement de factures, commandes par correspondance, achats par téléphone et par internet avec une carte de crédit, prélèvements automatiques sur une carte de crédit, etc.), lorsque la carte n'est pas physiquement présente au niveau du terminal du point de vente – hors dépenses prépayées ;
- les transactions effectuées par des détenteurs de cartes néo-zélandais lorsqu'ils sont à l'étranger ;
- les paiements automatiques ou prélèvements automatiques sur des comptes bancaires ;
- les transactions effectuées avec des cartes de crédit d'entreprises car leur localisation est affectée au siège et non au lieu d'utilisation de la carte. Les données n'incluent pas non plus les dépenses prépayées ou les transactions sans présentation de carte (achats sur internet ou par téléphone), qui doivent être prises en compte lors de l'interprétation des données ;
- toute correction de l'inflation, de sorte que lorsque l'on compare différentes années, une partie de la hausse peut être attribuée à des évolutions de prix plutôt qu'à des accroissements de volume.

Les RTI ne peuvent à eux seuls fournir les chiffres réels des dépenses, puisqu'ils ne représentent qu'une partie des dépenses touristiques totales (ils examinent un échantillon des transactions électroniques). Pour cette raison, le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi publie des données tirées des RTI sous la forme d'un indice qui mesure l'évolution des dépenses plutôt que l'argent réellement dépensé.

### ***Principaux résultats***

Les RTI sont présentés de cette manière pour éviter toute confusion avec les estimations des dépenses totales qui proviennent de l'*International Visitor Survey* et d'autres sources plus exhaustives. L'indice présente les dépenses en les comparant au mois moyen de l'année 2008, auquel est attribuée la valeur de 100. Un indice d'une valeur de 110 signifie que les dépenses sont supérieures de 10 pour cent à la moyenne de 2008. Les données peuvent couvrir le tourisme international et le tourisme interne. Elles peuvent être filtrées par organisation régionale de tourisme, destination locale ou secteur d'activité.

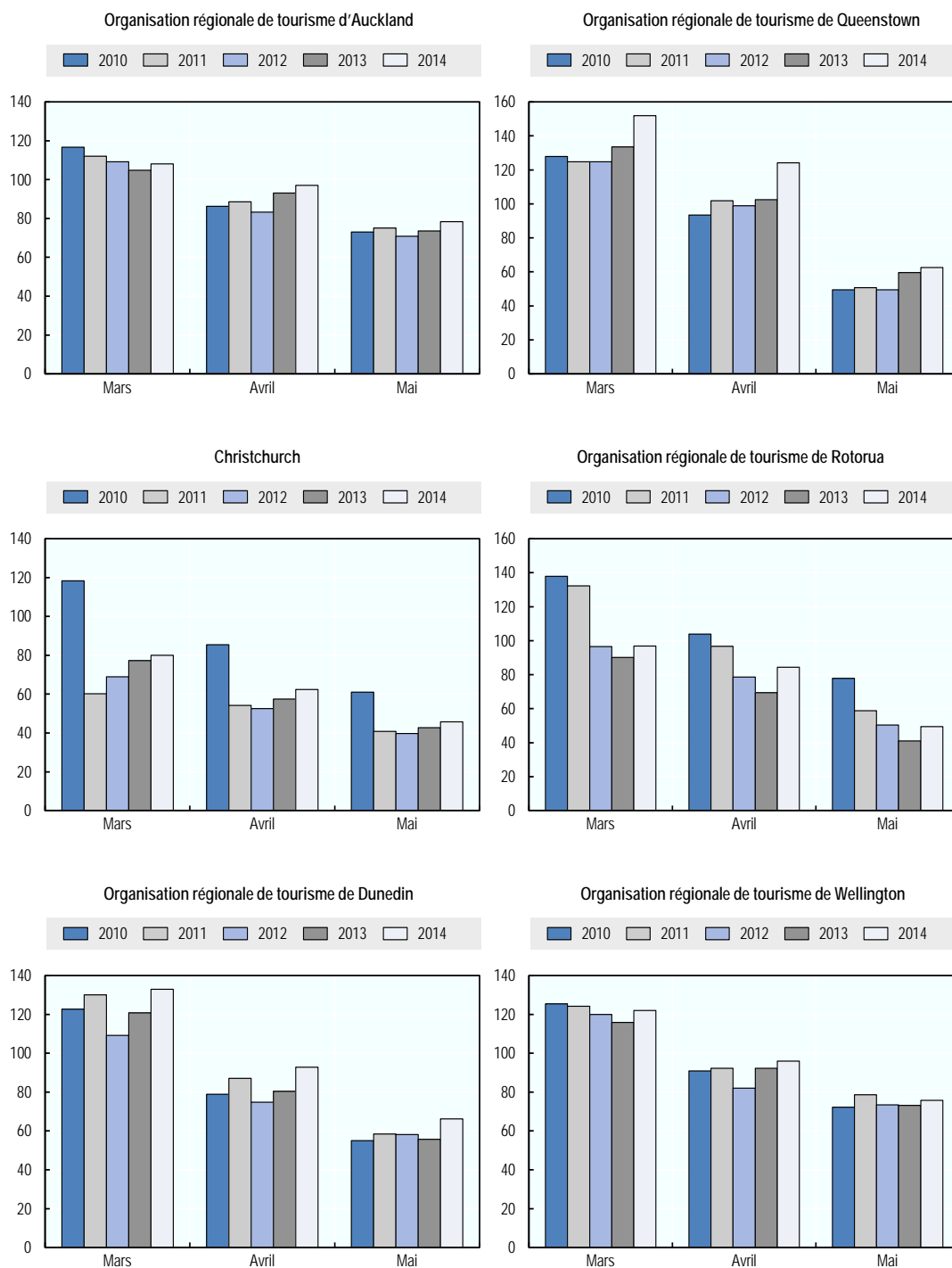
Les organisations régionales de tourisme peuvent utiliser les données pour analyser efficacement toute dépense de promotion ou de publicité et mieux cibler les marchés soit prometteurs soit peu performants. Les deux exemples ci-dessous montrent ce qui peut être réalisé à l'aide des RTI, les nouveaux enseignements et les perspectives.

Le graphique 11 compare les dépenses mensuelles des visiteurs internationaux dans six organisations régionales de tourisme.



**Graphique 11. Indice des dépenses mensuelles - dépenses internationales totales, trois derniers mois, Nouvelle-Zélande**

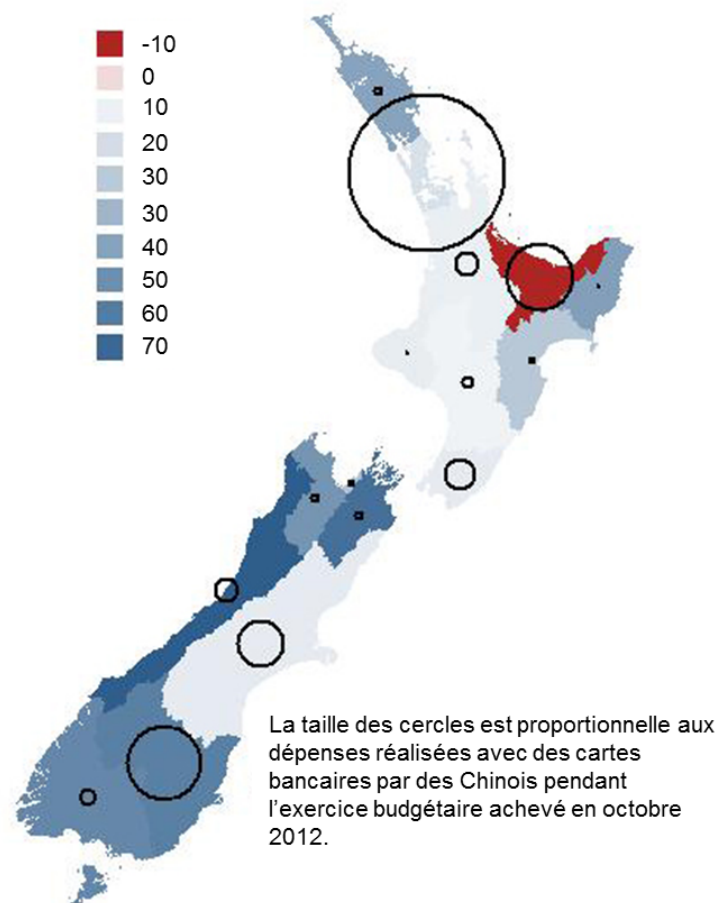
Indice (mois moyen en 2008=100)



Source : Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi (2013).

Le graphique 12 présente différents profils de croissance des dépenses des touristes chinois par région. Pour l'industrie touristique, c'est une question stratégique.

**Graphique 12. Dépenses régionales des Chinois en Nouvelle Zélande, 2012**



Source : Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi (2013), <http://www.mbie.govt.nz/info-services/sectors-industries/tourism/tourism-research-data/monthly-regional-tourism-estimates/previous-regional-tourism-series/regional-tourism-indicators/rti-country-analysis/chinese-electronic-card-spend>

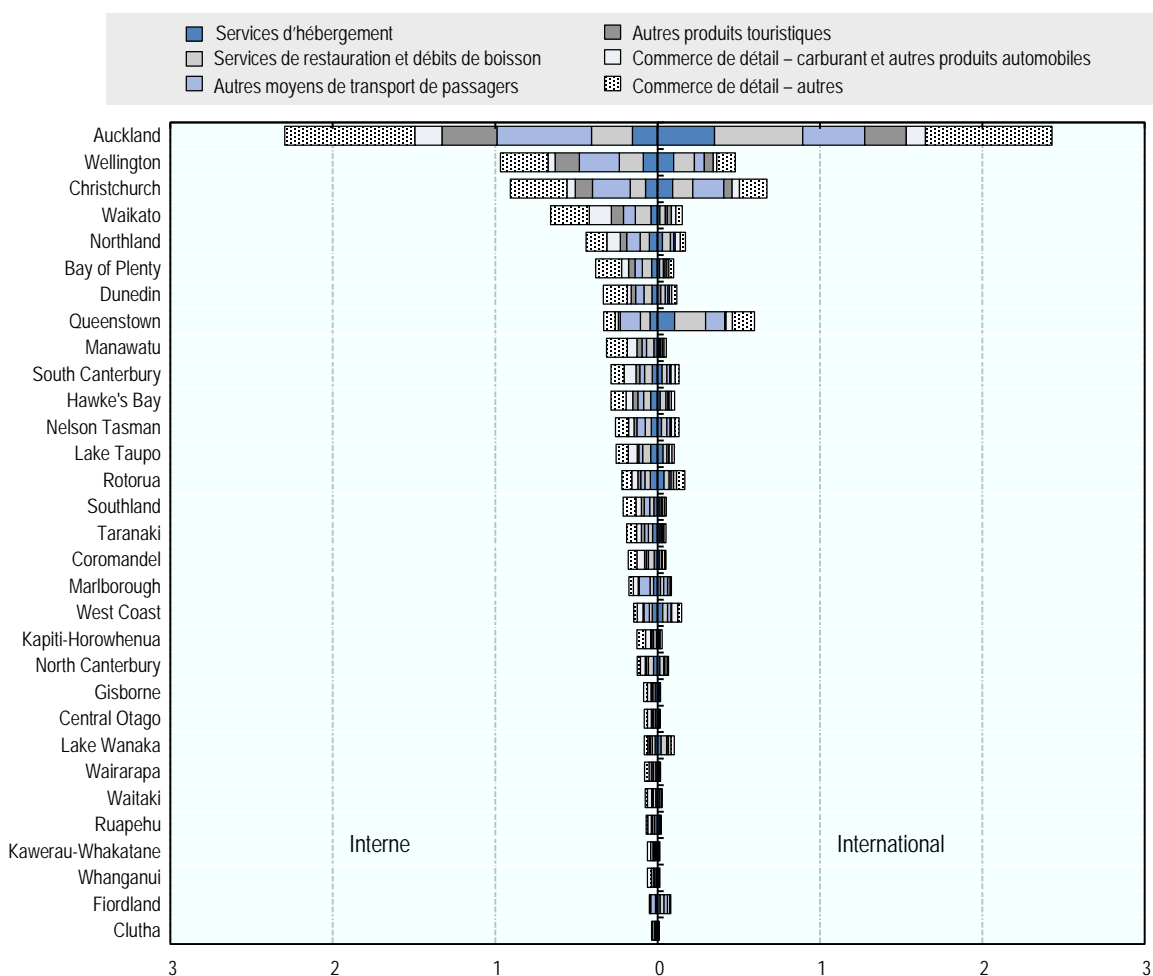
### *Poursuite de la démarche adoptée*

Les estimations du tourisme régional (*Regional Tourism Estimates*, ou RTE) vont un peu plus loin que les RTI tout en les exploitant. Elles utilisent les mêmes données issues des transactions électroniques par carte pour donner des estimations des valeurs monétaires absolues (et non sous forme d'indices) des dépenses touristiques qui peuvent être ventilées de manière plus détaillée, par exemple par secteur, pays d'origine des visiteurs, région de destination, organisation régionale de tourisme et autorité territoriale. Pour ce faire, les RTE s'appuient sur les RTI et sont calibrées par le compte satellite du tourisme par filière, et par l'enquête sur les visiteurs internationaux par pays d'origine des visiteurs.

Un exemple du type d'analyse qui peut être réalisée avec les données des RTE est proposé au graphique 13, qui présente les dépenses moyennes annuelles des touristes internes et internationaux par organisation régionale de tourisme pour la période 2008-13. Le graphique montre qu'Auckland est

le centre des dépenses touristiques, qu'il s'agisse du tourisme interne ou international, tandis que certaines régions sont dominées par le tourisme interne (par exemple Waikato, Wellington, Hawke's Bay) et d'autres par le tourisme international (Queenstown, Fiordland). Il s'agit d'une initiative intéressante qui fournit des informations mensuelles fiables et spécifiques à chaque région sur la croissance ou la variation des dépenses touristiques dans différentes régions du pays.

**Graphique 13. Dépenses touristiques par organisation régionale de tourisme en Nouvelle-Zélande**



Source : Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi (2013).

En 2016, le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi a lancé les *Monthly Regional Tourism Estimates* (estimations mensuelles du tourisme régional, MRTE). Ces estimations sont une version améliorée des RTI comme des RTE. Les MRTE sont disponibles tous les mois comme les RTI, mais ils fournissent des estimations des dollars réellement dépensés, comme les RTE. Les estimations des dépenses peuvent être décomposées par région, pays d'origine des touristes et type de produit. Les MRTE reposent en partie sur des données provenant de transactions électroniques par carte, mais plusieurs améliorations ont été apportées aux données et méthodes statistiques utilisées.

Comme les RTE, les MRTE sont calibrées par le compte satellite du tourisme par filière et par l'enquête sur les visiteurs internationaux par pays d'origine des visiteurs. Toutefois, parce que les

MRTE sont disponibles avant que les informations du compte satellite du tourisme ou de l'enquête sur les visiteurs internationaux ne le soient, chaque dépense totale par combinaison de classification de produit et pays d'origine doit être estimée. Pour ce faire, il faut faire des hypothèses sur la manière dont les dépenses dans ces catégories varient d'une région à l'autre. L'avantage de cette méthode est que les MRTE sont parfaitement à jour avec seulement un décalage de deux mois dans les données rendues publiques, ce qui offre au secteur du tourisme un retour d'information rapide sur l'état de la demande touristique.

Les MRTE sont présentées sous forme de graphiques interactifs sur le site internet du ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi, qui permettent aux utilisateurs de filtrer rapidement et facilement les données par année, région, type de produit ou pays d'origine. Ce format est plus pratique que les tableaux de données pour les utilisateurs non spécialistes. Il limite également la nécessité pour le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi de fournir certaines données personnalisées ou des graphiques statiques, puisqu'ils peuvent être obtenus par l'utilisateur à l'aide des graphismes interactifs sur internet.

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

En 2015, le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi a passé en revue les RTI en consultation avec le secteur et des organisations gouvernementales. Les recommandations découlant de cet examen étaient les suivantes : publier des estimations des dollars dépensés plutôt qu'un indice, améliorer la fonctionnalité des RTI et apporter diverses améliorations aux données utilisées. Ces recommandations ont donné lieu à l'élaboration des MRTE.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

La production des RTI et des MRTE dépend de plusieurs facteurs qui sont communs à différents pays :

- La disponibilité de données sur les transactions électroniques : les RTI font une utilisation intensive des données sur les transactions électroniques pour estimer les dépenses dans différentes régions et pour différents types de produits. Ce niveau de détail serait difficile à atteindre en utilisant uniquement des données d'enquête.
- L'utilisation de graphismes interactifs sur internet : ces derniers offrent un moyen facile pour les utilisateurs non spécialistes de se servir des MRTE. Ils limitent également la nécessité pour le ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi de fournir des données personnalisées ou des graphiques statiques, puisqu'ils peuvent être produits par les utilisateurs eux-mêmes.

### ***Pour en savoir plus***

Contact – Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi

Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi (2013), Regional tourism indicators, <http://www.med.govt.nz/sectors-industries/tourism/tourism-research-data/regional-tourism-indicators>.

Ministère des Entreprises, de l'Innovation et de l'Emploi (2016), Monthly Regional Tourism Estimates, <http://www.mbie.govt.nz/info-services/sectors-industries/tourism/tourism-research-data/monthly-regional-tourism-estimates>.

Statistics New Zealand (2015), Tourism Satellite Account 2015.

[http://www.stats.govt.nz/browse\\_for\\_stats/industry\\_sectors/Tourism/tourism-satellite-account-2015.aspx](http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/tourism-satellite-account-2015.aspx).

## Espagne – Mesurer la durabilité du tourisme au niveau régional

### *Description et logique*

Le projet est piloté par l'administration chargée du tourisme en Andalousie et par l'université de Málaga.

Le système d'indicateurs pour un tourisme durable en Andalousie permet d'évaluer les questions de durabilité abordées dans le plan général en faveur du tourisme durable en Andalousie pour la période 2014-20, comme l'amélioration des ressources naturelles, culturelles, territoriales et paysagères ; la stabilité et la qualité de l'emploi ; et les relations complémentaires entre les produits, la qualité globale, l'innovation et la compétitivité de la destination. Grâce à ce système, il est possible de comprendre les répercussions du plan général en termes de durabilité puisqu'il fournit des informations actualisées, dynamiques et corrélées.

### *Méthodologie*

Le système comprend 348 indicateurs pour l'année à analyser, ainsi qu'un point de référence pour chacun d'eux. Il couvre une période d'analyse de quatre ans, qui correspond généralement à la période de planification. Étant donné le grand nombre d'indicateurs, des indicateurs synthétiques ont été mis au point pour simplifier l'analyse. Chaque indicateur est pondéré en fonction des sources d'informations et des statistiques disponibles.

Des indicateurs ont été proposés d'après les informations disponibles. Ces informations doivent venir en priorité d'organismes officiels, pour garantir une procédure méthodologique rigoureuse, la représentativité statistique et la continuité. Le processus mis en place pour compiler les indicateurs permet une analyse continue des différentes sources, ainsi que l'identification des domaines dans lesquels les informations statistiques sont insuffisantes bien qu'elles soient jugées importantes pour le système.

Ce système mesure l'évolution vers la durabilité, mais ne permet pas de déterminer si la destination touristique est ou non durable. La raison en est que, si la valeur de l'indicateur est comparée à l'évolution de ce même indicateur sur une période précise, les valeurs de seuil ou de référence désirées ne sont pas définies.

La méthodologie inclut trois différents niveaux d'analyse, avec des indicateurs synthétiques disponibles à chaque niveau. Le premier niveau correspond à sept grands domaines : gouvernance, territoire, vulnérabilité, rentabilité, diversification, qualité et innovation. Le deuxième niveau couvre 39 thèmes différents (par exemple orientation sur les citoyens, sensibilité à l'environnement, saisonnalité, productivité, positionnement du produit, infrastructures publiques, commerce en ligne). Le troisième niveau présente un ensemble de 348 indicateurs. Le système envisage le développement durable comme un concept intégral et permet de réaliser des analyses à partir des interrelations entre les différentes composantes. Pour faciliter l'interprétation, un code de couleur universel correspondant au système d'avertissement des feux tricolores est utilisé.

Les sept domaines clés sont les suivants :

- **Gouvernance** : évalue la capacité de l'administration régionale à créer des réseaux qui favorisent la collaboration entre les parties prenantes, la participation des résidents et du secteur privé à la prise de décisions concernant la destination, et l'efficacité des processus administratifs.

- **Territoire** : le tourisme et le territoire sont inévitablement liés. Le territoire est tout à la fois le support physique et un attrait pour le tourisme. Le but est de lancer une évaluation du développement durable du territoire – c’est-à-dire de la destination – avec des variables qui ne sont pas toujours en rapport avec le tourisme, en tenant compte des interrelations entre le tourisme et l’environnement patrimonial, naturel, social, économique et institutionnel.
- **Vulnérabilité** : désigne la probabilité que la destination ne pâtit de son exposition à des tensions associées au milieu environnant et de l’absence ou de la capacité limitée d’adaptation à ces changements. Ce domaine permet de comprendre le degré de vulnérabilité de la demande touristique par rapport, par exemple, à la structure des marchés d’origine, aux segments, à la saisonnalité, à l’hébergement, aux transports et aux intermédiaires.
- **Rentabilité** : analyse les performances du tourisme en tant que secteur économique, notamment des aspects tels que la formation de revenu, l’emploi et les effets multiplicateurs.
- **Diversification** : mesure le degré de complémentarité entre différents produits/différentes demandes, et vise à déterminer si l’image qu’offre l’Andalousie renvoie à cette gamme d’offres. Évalue les ressources susceptibles d’être utilisées comme atouts touristiques, en tenant compte de la capacité et de la diversité des produits touristiques disponibles (soleil et mer, culture, espaces naturels, bien-être, etc.).
- **Qualité** : évalue la satisfaction de la demande et la capacité de l’offre à satisfaire les demandes des touristes, et dans quelle mesure, c’est-à-dire en abordant l’évaluation du point de vue de la demande et de l’offre.
- **Innovation** : inclut des mesures de l’utilisation d’internet par la demande et l’offre potentielles, la commercialisation en ligne, la gestion de la relation client, les réseaux sociaux et la technologie mobile. Ce domaine consiste à déterminer si le développement de la technologie dans le lieu de destination est adéquat du point de vue de la demande et de l’offre potentielles et réelles.

### ***Principaux résultats***

Cette note présente en guise d’exemple les résultats relatifs au domaine de la qualité. Ces résultats ont été utilisés pour préparer le plan général en faveur du tourisme durable en Andalousie pour la période 2014-20. Dans le graphique 14, la perception et l’évaluation de la qualité en 2012 sont comparées à celles de la période 2008-11 du point de vue : i) de la destination dans son ensemble ; ii) des ressources touristiques de base (mer, patrimoine et environnement naturel) ; iii) des infrastructures publiques ; et iv) de deux branches du secteur du tourisme (hébergement ; restaurants et débits de boisson).

Le thème Destination inclut l’évaluation globale de l’Andalousie en tant que destination touristique, ainsi qu’une évaluation de sa capacité à satisfaire de manière adéquate aux demandes des touristes. Les principaux aspects nuisant à la qualité de la destination touristique Andalousie sont les suivants :

- un effort budgétaire de l’administration publique en recul, ce qui a des répercussions sur les budgets consacrés à l’entretien et à l’amélioration de la destination, mais nuit également à la qualité des plages et des services de santé ;

- le manque de professionnalisation du secteur touristique, l'éducation et la formation au tourisme étant insuffisantes dans l'ensemble du système éducatif pour s'adapter à ce secteur d'importance ;
- le niveau d'accessibilité relativement bas de l'offre touristique au reste de l'Espagne et l'évaluation insuffisante de l'accessibilité des ressources touristiques qui rend difficile toute analyse ;
- la protection des atouts culturels et naturels exceptionnels identifiés par une augmentation globale du coefficient de l'UNESCO relatif à l'intensité des menaces ;
- la réduction du nombre de certifications et normes de qualité pour les restaurants et les hébergements, ainsi que le recul des investissements privés pour l'entretien et l'amélioration. Ces aspects influent également sur la perception du marché en ce qui concerne la gastronomie et l'infrastructure d'hébergement.

### ***Poursuite de la démarche adoptée***

Des extensions du système ont déjà été développées et utilisées pour des plans spécifiques tels que le plan de commercialisation. Les logiciels utilisés pour automatiser les calculs et la conception de la présentation des résultats vont également être adaptés spécifiquement pour les responsables, mais aussi pour le grand public.

### ***Enseignements tirés de la démarche adoptée***

Ces indicateurs de durabilité sont des outils utiles dans le processus de prise de décision, tant pour l'étape de planification que pour la gestion publique. Leur valeur réside dans le fait qu'ils mettent en lumière en toute objectivité la réalité de la destination touristique. Le système est en mesure d'offrir une analyse de la situation de départ, mais permet également de suivre les progrès réalisés.

Le système de mesure permet d'exposer la situation de la destination touristique avant et après la planification, et intègre une évaluation permanente servant de système d'alerte qui anticipe les écarts dans les résultats ou les modifications significatives de l'environnement, afin de permettre des rectifications rapides pour éviter tout déséquilibre dans le modèle de destination touristique durable.

### ***Pertinence pour les autres pays et transférabilité***

Les responsables du tourisme dans la destination peuvent utiliser le système à différentes fins :

- établir un diagnostic de la destination en déterminant les points faibles dans sa progression vers la durabilité et en assurer le suivi ;
- inventorier les nouvelles menaces et les tendances au changement qui méritent d'être étudiées lors de la planification ;
- évaluer la situation actuelle dans le but de contribuer aux progrès vers la durabilité et de réduire le niveau d'incertitude des politiques touristiques ;
- définir des buts et objectifs réalistes, en fonction des niveaux actuels des différents indicateurs ;



- évaluer le niveau de réussite des mesures prises d’après les changements observés ;
- examiner la situation de la destination une fois la planification achevée et se servir de l’expérience et des connaissances tirées du processus pour de futurs développements.

Graphique 14. Durabilité du tourisme en Andalousie – Domaine de la qualité

<b>Qualité</b>	<b>Destination</b>	Niveau de fidélité Niveau de recommandation Opinion du marché sur la destination touristique Infractions subies par des consommateurs dans la destination touristique Plaintes dans le secteur touristique Plaintes adressées à l'administration par des Andalous Satisfaction par rapport à la destination Satisfaction par rapport aux ressources Satisfaction par rapport aux processus Qualité des offres, certifications Structure : professionnalisation du secteur Processus : règlement des plaintes Qualité de la formation Investissement dans l'entretien et l'amélioration de la destination Information sur l'environnement Accessibilité de la destination
	<b>Ressources touristiques : plage</b>	Opinion sur les plages Qualité des plages, certifications Qualité des plages, certification Pavillon bleu Satisfaction par rapport aux plages Investissement dans les améliorations Accessibilité des plages
	<b>Ressources touristiques : patrimoine</b>	Opinion du marché sur le patrimoine culturel Opinion du marché Qualité de l'offre, excellence globale Qualité de l'offre globale (biens d'intérêt culturel) Processus Accessibilité du patrimoine
	<b>Ressources touristiques : espaces naturels</b>	Opinion du marché sur l'environnement naturel Processus Qualité de l'offre, excellence globale Qualité des espaces naturels, certifications Accessibilité des espaces naturels
	<b>Infrastructures publiques</b>	Opinion du marché sur les infrastructures de transport Satisfaction du marché par rapport au transport aérien Satisfaction du marché par rapport au transport ferroviaire Satisfaction du marché par rapport à la mobilité dans la destination Transports, plaintes du marché Transports, qualité des routes Qualité du transport routier, taux d'accidents Qualité des aéroports, certifications Qualité du transport par aéroport, retards Qualité du transport ferroviaire Opinion du marché sur la sécurité Satisfaction du marché quant à la sécurité Sécurité, taux de criminalité Opinion du marché sur l'information Opinion du marché sur la propreté Propreté, plaintes du marché Opinion du marché sur la santé Santé, activités d'inspection Santé, niveau de satisfaction des citoyens Santé, ressources mises à disposition
	<b>Hébergement</b>	Opinion du marché sur les hébergements Satisfaction du marché par rapport aux hébergements Hébergements, plaintes liées à l'hôtellerie Certifications des hébergements Satisfaction par rapport aux services d'hébergement (processus) Satisfaction par rapport à l'infrastructure d'hébergement Infrastructure : catégories d'hôtels Satisfaction du marché par rapport au personnel des hébergements Service personnalisé, hébergements Accessibilité des hébergements Investissement dans l'entretien et les améliorations
	<b>Restaurants et débits de boisson</b>	Opinion du marché sur les services de restauration Satisfaction du marché par rapport à la gastronomie Services de restauration – plaintes Services de restauration – certifications Accessibilité des restaurants Investissement dans l'entretien et les améliorations. Services de restauration Services personnalisés. Services de restauration

Les indicateurs précisent si le système touristique évolue ou non vers la durabilité, avec une interprétation calquée sur le système des feux tricolores.

Vert; Jaune; Rouge.

Source : Indicateurs de développement durable du tourisme en Andalousie, <http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sist-ind>.

***Pour en savoir plus***

Contact – Administration chargée du tourisme en Andalousie – *Empresa Pública para la gestión del Turismo y Deporte de Andalucía* et université de Málaga ([saeta@andalucia.org](mailto:saeta@andalucia.org))  
<http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/>

Alarcon, P. et al. (2014), Sustainable Tourism Indicator System for Andalusia, 12<sup>e</sup> édition du Forum mondial sur les statistiques du tourisme, Prague, République tchèque,  
[http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/Praga\\_2014\\_EN\\_1.pdf](http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/Praga_2014_EN_1.pdf).

Gallego, I. et A. Moniche (2005), Sistema de Indicadores Territoriales para un destino turístico Conferencia OMT La cuenta satélite de turismo (CST): Comprender el turismo y diseñar estrategias. Iguazú, Argentine/Brésil/Paraguay,  
[http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/iguazu\\_2006.pdf](http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/iguazu_2006.pdf).

Gallego, I. et al. (2014), A sustainable tourism indicator system for Andalusia: Implementation for public management, 13<sup>e</sup> Forum mondial sur les statistiques du tourisme, OCDE, Eurostat, Nara, Japon,  
[http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/nara\\_forum\\_2014\\_EN\\_2.pdf](http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/nara_forum_2014_EN_2.pdf).

Gallego, I. et A. Moniche (2014), « New utilities for Regional TSA information system: Sustainable Tourism Indicator System for Andalucía », II International Seminar on Regional Tourism: Moving towards a Regional TSA approach, Learning from R-TSA pioneers, InRoute, Venice, Italie [http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/venecia\\_2014\\_EN.pdf](http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/venecia_2014_EN.pdf).

Gallego, I. (2015), Vulnerabilidad de los destinos turísticos maduros, Dirigida por Pilar Alarcon y Francisco Ruiz, thèse doctorale non publiée, Université de Málaga, Faculté du tourisme.

Gallego, I. et A. Moniche (2015), Measuring sustainable tourism development using a System of Indicators, 4<sup>e</sup> Conférence internationale sur la mesure et l'analyse économique du tourisme à l'échelon infranational : vers un ensemble de directives de l'OMT, InRoute et OMT, San Juan, Porto Rico.

Système d'indicateurs du développement durable pour l'Andalousie (Systema de Indicadores de Desarrollo Turistico Sostenible para Andalucía) –  
<http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sist-ind>

## **Suisse – Procéder à l'évaluation comparative de la compétitivité des destinations touristiques et des régions**

### ***Description et logique***

Le projet est piloté par BAKBASEL et le secrétariat d'État à l'économie.

BAKBASEL est une société de recherche et de conseil économiques qui apporte son concours aux autorités suisses pour l'analyse du tourisme depuis 2005. Le programme d'évaluation comparative mesure, analyse et compare la réussite et la compétitivité des destinations et régions touristiques dans le but d'accroître leur compétitivité. En axant les efforts sur les destinations, les actions recommandées induites par les résultats peuvent être appliquées directement par les prestataires de services dans le secteur du tourisme.

Le programme d'évaluation comparative est mis en œuvre dans les grandes régions touristiques de Suisse : Valais, Berne, Grisons, Vaud, Tessin et Suisse centrale. Le secrétariat d'État à l'économie (SECO) soutient financièrement le programme par le biais d'Innotour, un instrument de promotion de l'innovation, de la coopération et du renforcement des connaissances dans l'industrie du tourisme.

### ***Méthodologie***

Le « BAK DESTINATIONS MONITOR® » est au cœur des activités d'évaluation comparative du tourisme. C'est un outil en ligne d'analyse comparative pour les destinations et régions touristiques. Il propose au secteur du tourisme des informations stratégiques ainsi qu'un outil de prise de décision. Il contient plus de 300 destinations et régions touristiques dans cinq pays avec plus de 100 chiffres clés par destination. Les informations sont actualisées tous les ans.

Dans le cadre du programme d'évaluation comparative, BAKBASEL évalue la réussite des destinations. Le « BAK TOPINDEX » est utilisé pour mesurer la réussite des destinations et les comparer à leurs homologues au niveau international. Cet indice de performance tient compte de l'évolution de la part de marché, du taux d'occupation et de la rentabilité d'une destination. Premièrement, l'évolution relative des nuitées dans les hôtels (constituant 20 % de l'indice) mesure les résultats en termes de volume ou, en d'autres termes, le développement des parts de marché. Deuxièmement, le taux d'occupation des lits d'hôtel existants (constituant 50 % de l'indice) donne un aperçu de l'utilisation des capacités existantes, qui est un facteur économique déterminant. Troisièmement, les prix relatifs des hôtels (constituant 30 % de l'indice) indiquent la rentabilité de la destination sous la forme du revenu par séjour et par nuit. Une destination est donc performante lorsqu'elle parvient à accroître sa part de marché, utiliser ses capacités le mieux possible et en même temps générer un revenu élevé par séjour et par nuit.

### ***Principaux résultats***

Le système permet de mesurer les performances et de déterminer quelle destination alpine est la plus florissante, d'après le taux d'occupation, les prix relatifs et les parts de marché (tableau 13).

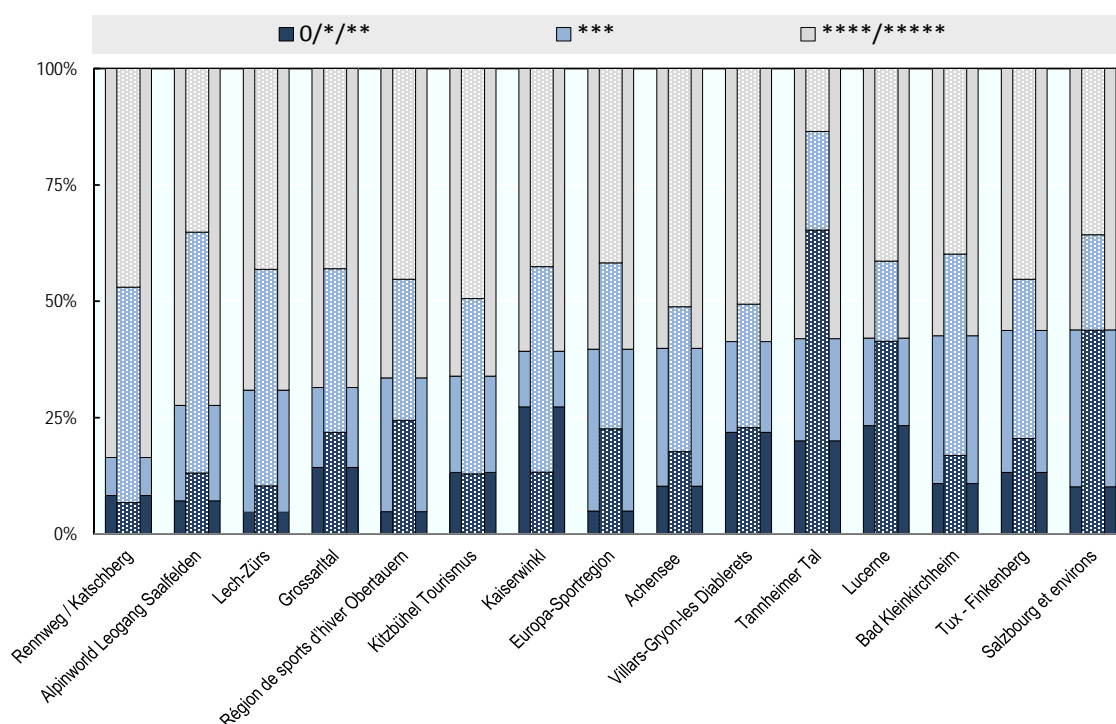
**Tableau 13. Les 15 destinations les plus prisées des Alpes, Suisse, 2014**

Position 2014	Destination	Région	TOP Indice 2014	Indice			Position		
				évolution	occupation	prix	2013	2009	2007
1	Grossarlal	Salzbourg	5.2	4.3	6.0	4.4	2	1	6
2	Lucerne	Suisse centrale	5.0	4.7	5.8	3.8	3	10	5
3	Kleinwalsertal	Vorarlberg	4.9	3.5	5.6	4.8	1	2	8
4	Salzbourg et environs	Salzbourg	4.8	5.1	5.1	4.0	8	14	4
5	Alpe di Siusi	Tyrol du Sud	4.7	4.2	4.8	5.0	16	14	11
6	Rennweg/Katschberg	Carinthie	4.7	3.4	5.8	3.7	4	3	1
7	Achensee	Tyrol	4.6	3.6	5.7	3.6	5	4	7
8	Kitzbühel Tourismus	Tyrol	4.6	4.5	4.1	5.6	21	29	17
9	Tux – Finkenbergl	Tyrol	4.5	3.8	5.4	3.6	5	4	7
10	Serfauss-Fis-Ladis	Tyrol	4.5	4.3	4.9	4.0	7	5	3
11	Oberstdorf	Tyrol	4.5	3.2	4.8	4.9	12	8	11
12	Innsbruck et environs	Tyrol	4.5	4.6	5.0	3.5	14	28	18
13	Wilder Kaiser	Tyrol	4.4	3.7	5.0	4.0	18	22	26
14	Alpinworld Leogang Saalfelden	Tyrol	4.4	5.2	4.7	3.4	22	19	61
15	Région de vacances Reutte	Tyrol	4.4	6.0	4.1	3.8	17	127	44

Note : BAK TOPINDEX année touristique, valeur moyenne de l'Arc alpin = 3.5 points.

Source : BAKBASEL.

Le système montre également la structure des hôtels en fonction de leur classement par étoiles, notamment pour les destinations alpines affichant le pourcentage le plus élevé de lits dans les segments du haut de gamme et du luxe (graphique 15).

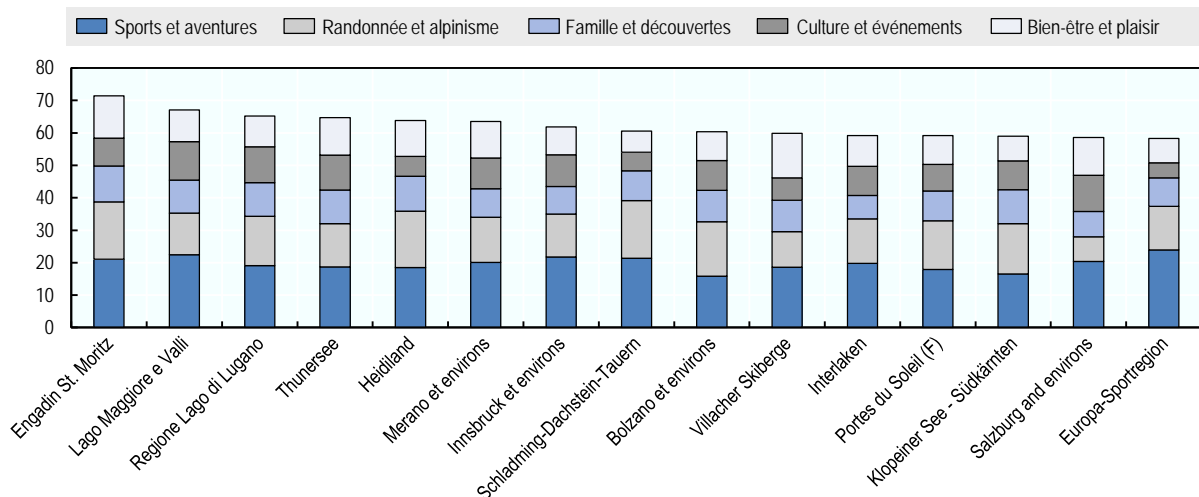
**Graphique 15. Structure hôtelière dans certaines destinations alpines, 2000 et 2014**

Note : pourcentage de lits d'hôtel classés suivant leur nombre d'étoiles en %, colonne large = 2014, colonne étroite = 2000.

Source : plusieurs offices statistiques, BAKBASEL.

L'indicateur BAK de l'attractivité en été mesure l'attractivité des destinations en période estivale à l'aide de plus de 100 indicateurs couvrant les offres dans des domaines tels que les sports et l'aventure, la randonnée et l'alpinisme, la famille et les découvertes, le bien-être et le plaisir, et la culture et les événements (graphique 16).

**Graphique 16. Indice permettant de mesurer l'attractivité et la diversité des offres estivales, 2014**



Source : BAKBASEL.

### *Poursuite de la démarche adoptée*

Quelques nouvelles évolutions sont à l'étude. L'innovation majeure est la mise en œuvre d'analyses dites de frontière pour déterminer quels sont les facteurs de réussite des destinations touristiques et recenser les facteurs de blocage dans des destinations spécifiques. L'utilisation de ces méthodes économétriques relativement nouvelles devrait permettre de savoir dans quelle mesure la réussite d'une destination (spécifique) dépend de son attractivité. Les méthodes d'analyse traditionnelles ainsi que les approches économétriques ont jusqu'à présent été incapables, ou capables seulement dans une faible mesure, de parvenir à de tels résultats.

### *Enseignements tirés de la démarche adoptée*

L'évaluation comparative offre une analyse utile aux destinations touristiques alpines. L'analyse fournit des informations détaillées et multicouches sur l'importance du tourisme et la structure de l'offre touristique. La véritable valeur ajoutée se situe dans la comparaison internationale. La comparaison avec les concurrents internationaux est essentielle pour connaître précisément le positionnement du marché et pour améliorer en permanence la compétitivité des destinations touristiques suisses alpines.

### *Pertinence pour les autres pays et transférabilité*

L'évaluation comparative est une pièce maîtresse de la politique touristique suisse. De manière générale, on peut dire que la comparaison internationale est particulièrement utile dans les cas où les conditions-cadres du tourisme sont comparables d'un pays à l'autre. Une évaluation comparative constructive nécessite une base de données vaste et fiable. La création d'une telle base de données est complexe et coûteuse.

***Pour en savoir plus***

Contact – BAKBASEL et le secrétariat d'État à l'économie

BAKBASEL (2010), *Glossar für den BAK DESTINATIONSMONITOR®*.

BAKBASEL (2016), *Tourismus Benchmarking – die Schweizer Tourismuswirtschaft im internationalen Vergleich*», *Schlussbericht zur Projektphase 2014-2015*.

## Royaume-Uni – Optimiser la veille touristique au niveau régional

### *Description et logique*

Ce projet est piloté par l'*Office for National Statistics* (ONS).

La *Tourism Intelligence Unit* (TIU) de l'ONS étudie la valeur du tourisme dans les régions et sous-régions du Royaume-Uni. Ce projet vise principalement à optimiser l'ensemble des informations provenant des différentes sources de données disponibles au niveau régional. L'initiative de la TIU s'intéresse à la fois à l'offre et à la demande touristiques.

En particulier, le projet étend l'analyse du compte satellite du tourisme (CST) au niveau régional au Royaume-Uni et au niveau infrarégional en Angleterre et au Pays de Galles (jusqu'aux niveaux NUTS 2 et 3) pour renseigner sur la valeur du tourisme à ces échelles spatiales. La ventilation des principaux résultats du CST aux niveaux régional et infrarégional est réalisée en utilisant les données d'enquête sur les dépenses des entreprises et des visiteurs.

Cette méthodologie a été appliquée pour les années 2008, 2009, 2011 et 2013 au Royaume-Uni et dans la dernière publication pour l'année de référence 2013 (publiée en mai 2016). Les travaux ont été commandés par le *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) qui est le service ministériel responsable de la politique touristique au Royaume-Uni. C'est important du point de vue de la gouvernance car cela montre que la méthodologie est acceptée par les décideurs et fournit un cadre pour l'élaboration de la politique touristique au niveau régional au Royaume-Uni.

### *Méthodologie*

Le projet compile et analyse des données qui sont produites au sein de l'ONS, mais aussi provenant de l'extérieur. Les données de l'ONS couvrent l'ensemble des mesures de l'offre touristique (enquête annuelle auprès des entreprises, tableaux des ressources et des emplois). Du côté de la demande, la seule composante de la consommation touristique mesurée par l'ONS est celle des dépenses des touristes étrangers. Les données sur la consommation du tourisme interne avec nuitée et sur les dépenses des excursionnistes internes (ou visites touristiques à la journée) sont toutes collectées auprès de fournisseurs externes.

S'agissant de l'analyse de l'offre, la méthodologie comporte deux étapes distinctes. La première consiste à calculer la valeur ajoutée brute des filières touristiques (*Gross Value Added of the Tourism Industries*, GVATI) suivant les recommandations du TSA : RMF. La GVATI est un indicateur important puisqu'il permet de déterminer les niveaux de production imputables aux activités touristiques dans chaque région et sous-région. La deuxième étape consiste à harmoniser la valeur ajoutée brute liée aux activités touristiques au sein de chaque région et l'offre totale des producteurs tirée des tableaux des ressources et des emplois de l'ONS. Le fait d'utiliser les tableaux des ressources et des emplois comme dénominateur permet d'obtenir des totaux régionaux qui, additionnés, correspondent aux chiffres nationaux du Royaume-Uni, en particulier ceux publiés dans le compte satellite du tourisme britannique. Ainsi, l'addition de la valeur ajoutée brute du tourisme régional et infrarégional et des résultats totaux de la valeur ajoutée brute correspond aux totaux britanniques publiés précédemment. L'homogénéité interne est l'un des grands avantages de cette méthodologie.

En ce qui concerne l'analyse de la demande, calculer la consommation touristique du Royaume-Uni est plus complexe en raison de la multitude de sources de données existantes et du fait que ces sources varient en fonction de la composante de la consommation touristique étudiée. La seule composante de la demande mesurée à l'ONS est celle des dépenses des visiteurs étrangers, par le biais



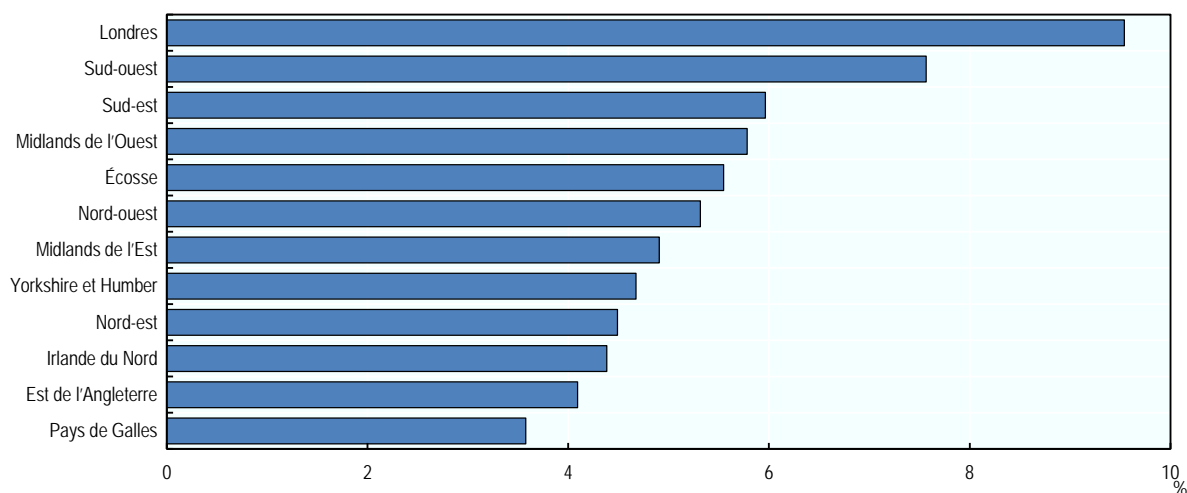
de l'*International Passenger Survey* (IPS). Les dépenses des visiteurs internes faisant des séjours de plus de 24 heures figurent dans la *Great Britain Tourism Survey* (GBTS) mise en place par Taylor Nelson Sofres (TNS) et commandée par les offices de tourisme nationaux. Les dépenses réalisées dans le cadre de visites touristiques d'une journée sont mesurées par la *Great Britain Day Visits Survey* (GBDVS) mise en place par Taylor Nelson Sofres (TNS) et commandée par les offices de tourisme nationaux. Ces enquêtes sont toutes disponibles au niveau régional.

Une fois présenté le cadre méthodologique pour l'analyse du tourisme côté offre et côté demande, il est nécessaire de savoir dans quelle mesure la demande touristique contribue à expliquer la production de chaque région (en rapprochant la demande et l'offre). Pour ce faire, on calcule un « ratio touristique » (*tourism ratio*) pour chaque région ou sous-région. On obtient cette statistique en divisant la demande totale par l'offre totale dans chaque région. Le coefficient touristique est une bonne mesure de l'importance économique du secteur touristique au sein des régions, puisqu'il montre le lien entre la demande et l'offre touristiques.

### Principaux résultats

Le graphique 17 présente les chiffres de la GVATI en pourcentage au niveau régional. Un chiffre élevé signifie qu'un pourcentage élevé de la production régionale (représentée par la valeur ajoutée brute) est imputable aux activités touristiques au sein de la région. Il renseigne sur l'importance relative des activités touristiques du point de vue de leur contribution à la valeur ajoutée brute au sein de chaque région. Il n'établit toutefois aucun lien avec les dépenses des visiteurs, de sorte qu'il n'offre pas de représentation précise de la contribution directe du tourisme à une région.

**Graphique 17. Valeur ajoutée brute des filières touristiques au Royaume-Uni, 2013**

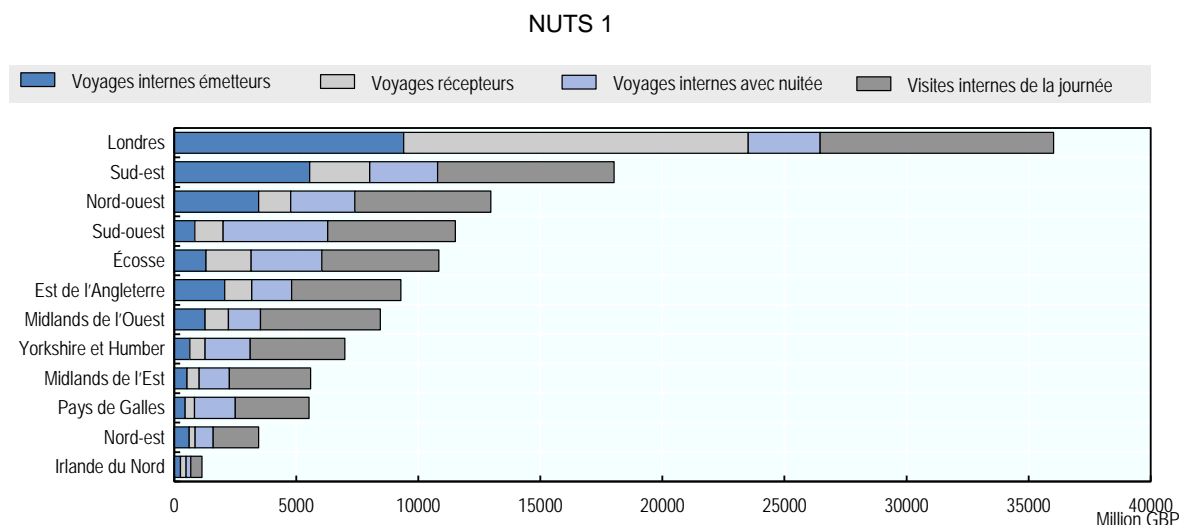


Source : UK-TSA 2013 (ONS), ONS IO&SUT 2013, *Annual Business Survey 2013*.

<https://www.ons.gov.uk/search?q=tourism+industries+gva>

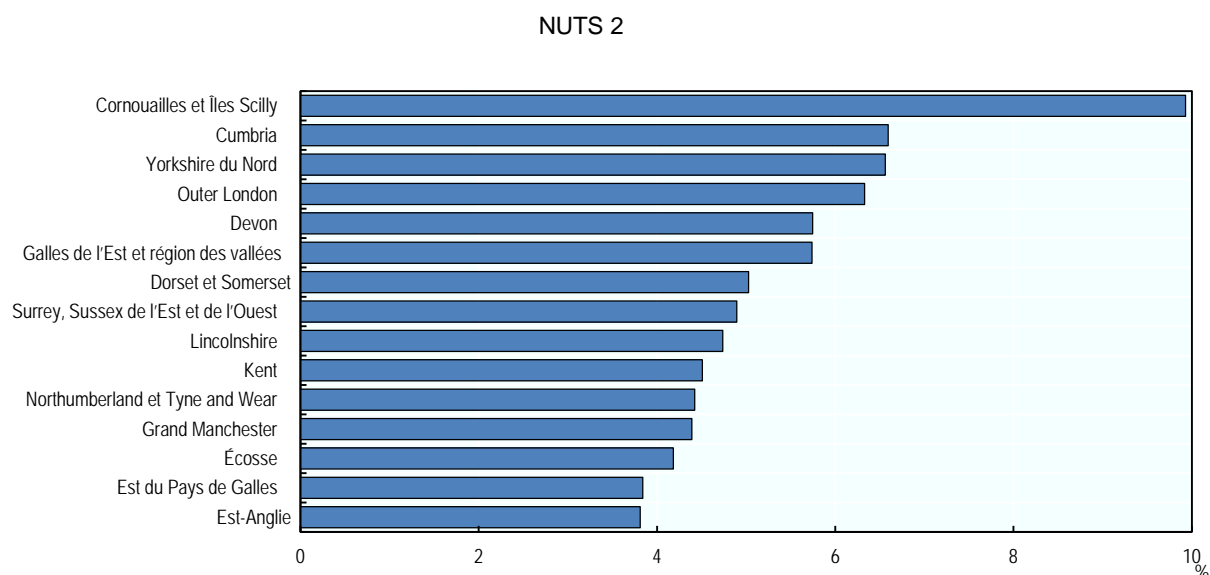
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/datasets/regionalvalueoftourismestimatesfornuts1andnuts2areas>

Le graphique 18 présente les dépenses en rapport avec le tourisme récepteur, interne et interne émetteur par région. Il montre par exemple pour deux régions le poids significatif des aéroports et des départs en ferry et par le tunnel sous la Manche dans le tourisme interne émetteur.

**Graphique 18. Dépenses touristiques estimées au Royaume-Uni, 2013**

Source : UK-TSA 2013 (ONS) ; *International Passenger Survey 2013*; *GB Day Visits Survey 2013*; *GB Tourism Survey 2013*.  
<https://www.ons.gov.uk/search?q=tourism+industries+gva>  
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/datasets/regionalvalueoftourismestimatesformuts1andnuts2areas>

Le graphique 19 présente le coefficient touristique au niveau infrarégional. Il montre que le tourisme contribue de façon déterminante au produit de certaines régions, comme par exemple les Cornouailles et les Îles Scilly et le comté de Cumbria. La moyenne du Royaume-Uni est de 3.5 %.

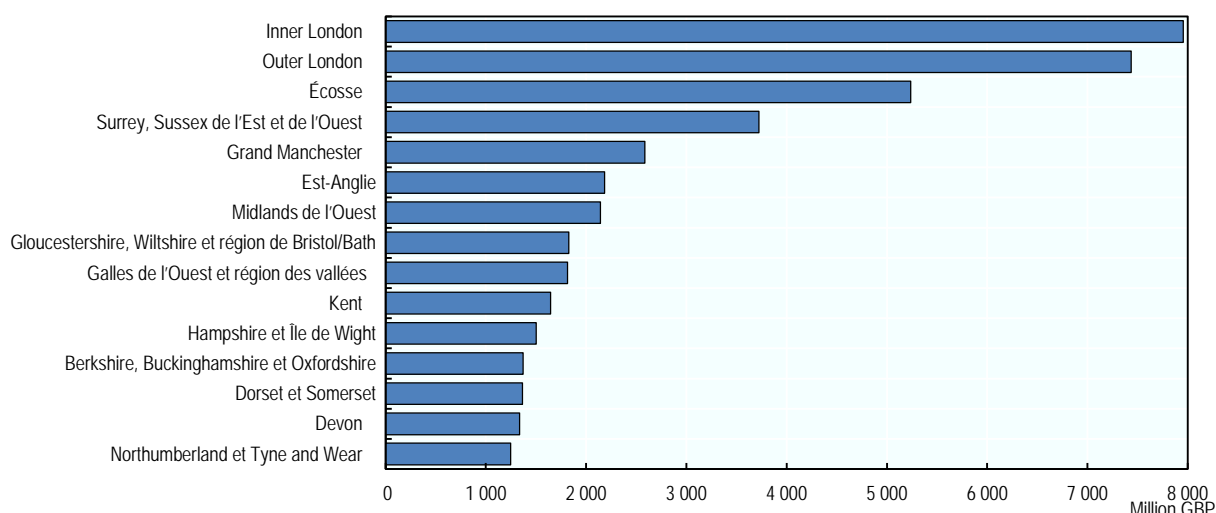
**Graphique 19. Coefficients touristiques pour les sous-régions d'Angleterre et du Pays de Galles, 2013**

Source : UK-TSA 2013 (ONS), ONS IO&SUT 2013, *Annual Business Survey 2013*; *GB Day Visits Survey 2013*; *GB Tourism Survey 2013*; *International Passenger Survey 2013*.

Dans le graphique 20, le coefficient touristique est appliqué à la production totale de chaque région pour fournir une mesure de la valeur ajoutée brute directe du tourisme, qui permet de connaître la part que représente le tourisme dans le rendement des secteurs constituant l'économie régionale. Il est clair que Londres a une position dominante en termes de valeur ajoutée brute directe du tourisme, mais la présence de grands ports joue également un rôle important puisque le Surrey, l'East et le West Sussex ont enregistré la quatrième valeur ajoutée brute directe du tourisme la plus élevée, ce qui s'explique par la présence de l'aéroport de Gatwick.

**Graphique 20. Valeur ajoutée brute directe du tourisme au Royaume-Uni, 2013**

15 premières régions NUTS 2 en Angleterre et au Pays de Galles – Écosse et Irlande du Nord incluses



Source : UK-TSA 2013 (ONS), ONS IO&SUT 2013, *Annual Business Survey 2013* ; *GB Day Visits Survey 2013* ; *GB Tourism Survey 2013* ; *International Passenger Survey 2013*.

### *Poursuite de la démarche adoptée*

La méthode est reconnue au Royaume-Uni comme une estimation robuste de la valeur du tourisme au niveau régional. Les estimations seront probablement actualisées tous les ans tout comme les estimations actualisées du CST pour le Royaume-Uni.

### *Enseignements tirés de la démarche adoptée*

Il convient d'utiliser avec précaution les estimations des dépenses des visiteurs dans cette analyse, en raison de la taille relativement réduite des échantillons issus des enquêtes nationales sur le tourisme lors de l'examen des territoires infrarégionaux. Il est possible de remédier en partie à ce problème en utilisant des moyennes sur trois ans, mais certaines disparités sont toutefois probables dans des estimations de ce niveau.

### *Pertinence pour les autres pays et transférabilité*

Cette initiative a étendu le rapprochement des aspects offre et demande du tourisme aux niveaux NUTS 2 et 3, et l'analyse révèle l'importance relative du tourisme dans certains territoires. Dans les

pays ayant accès à des estimations de la demande au niveau régional et à des estimations de la valeur ajoutée brute régionale par secteur, la méthodologie peut éventuellement être transférée.

***Pour en savoir plus***

Contact – Office for National Statistics du Royaume-Uni

Office for National Statistics (2010), *The economic impact of tourism across regions and nations of the UK*,  
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160105160709/http://www.ons.gov.uk/ons/rel/elm/r/economic-and-labour-market-review/no--5--may-2010/the-economic-impact-of-tourism-across-regions-and-nations-of-the-uk.pdf>.

Office for National Statistics (2014), *The Regional Value of Tourism 2011*,  
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160105160709/http://www.ons.gov.uk/ons/rel/tourism/sub-national-tourism/the-regional-value-of-tourism-2011/rpt-subreg2011.html>.

Office for National Statistics (2016), *The Regional Value of Tourism, 2013*,  
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/articles/theregionalvalueoftourismintheuk/2013>.



## RÉFÉRENCES

La liste des références ci-dessous complète les références mentionnées dans les présentations des initiatives statistiques nationales.

Barber-Dueck, C. et D. Kotsovos (2003), *The Provincial and Territorial Tourism Satellite Accounts for Canada 1998* (en ligne), disponible à l'adresse suivante : <http://www.statcan.ca/>.

Base de données régions et villes de l'OCDE (en ligne), disponible à l'adresse suivante : <http://dotstat.oecd.org/?lang=fr&SubSessionId=dd5da824-37cb-4550-a57d-4fe09f54ff62&themetreeid=-200>.

Braendvang, A., P. Dybedal, S. Johansen et K. Sorenson (2001), *Regional Satellite Accounts for Tourism: Data, Concepts, Methods and Applications*.

Canada, A. (2013), *Regional Tourism Satellite Account* (en ligne), Série de monographies de l'Organisation mondiale du tourisme.

Canada, A., Madrid, Statistical Institute (2011), Extending TSA framework for evaluating the regional impact of tourism segments: an application to the Madrid region.

Cardiff Business School, Welsh Economy Research Unit (2011), the Tourism impact Model for Wales: Phase 3 Report.

Centre de recherches du gouvernement flamand, région flamande, Belgium (2010), TSA Flemish Region and Région de Bruxelles-Capitale (en ligne), disponible à l'adresse suivante : <http://www.toerismevlaanderen.be>.

Commissariat général au Tourisme, Région wallonne, Belgique (2014), Compte Satellite du Tourisme et Indicateurs Complémentaires au PIB : Wallonie et Bruxelles-Capitale 2012.

Commission des Communautés européennes, OCDE, Organisation mondiale du tourisme, Nations Unies (2008 *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* (Luxembourg, Madrid, New York, Paris) (en ligne), disponible à l'adresse suivante : <http://www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/comptesatellitedutourismecadremethodologiquerecommande.htm>.

Eurostat (2009), Tourism Satellite Accounts in the European Union, Volume 1: Report on the implementation of TSA in 27 EU Member States, Volume 2: Comparison of methodology and empirical results (en ligne).

Frechtling, D. (2008), Measurement and analysis of tourism economic contributions for subnational regions through the Tourism Satellite Account.

Indian Journal of Applied Research, Approaches for the Development of Sub-National Level Tourism Satellite Accounts in India: A Study, février 2014.

## RÉFÉRENCES

Instituto de Estadística – C. Madrid (2011), Cuenta Satélite del Turismo de la Comunidad de Madrid: metodología y primeras estimaciones (Online), disponible à l'adresse suivante : <http://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/economicas/contabilidad/descarga/csatturme.pdf>.

Jones, C. et M. Munday (2010), Tourism Satellite Accounts for Regions? A Review of Development Issues and an Alternative, Economic Systems Research.

Jones, C., J. Bryan, M. Munday et A. Roberts (2010), The Tourism Satellite Account for Wales 2007 (en ligne, disponible à l'adresse suivante : <http://wales.gov.uk/docs/drah/publications/Tousim/100715tsajulappeng.pdf>.

Jones, C., M. Munday et A. Roberts (2003), Regional Tourism Satellite Accounts: A useful Policy Tool. Urban studies.

Laimer, P., Statistics Austria (2012), Regional Tourism Satellite Accounts in Austria – sufficient information for regional tourism policy?

OCDE, base de données du tourisme (en ligne), disponible à l'adresse suivante : <http://stats.oecd.org>.

Réseau international sur l'économie, la mobilité et le tourisme à l'échelon régional et Organisation mondiale du tourisme (2012), Le tourisme de plus près : mesure et analyse à l'échelon infranational – vers un ensemble de directives de l'OMT, OMT, Madrid.

Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2012 (2012).

Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2014 (2014).

Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2016 (2016).

Tourism Research Australia, State Tourism Satellite Accounts, 2010-11.